



Рис.2. Ответственность за качество и содействие развитию сотрудников турфирмы

*Л.С. Климченя
БГЭУ (Минск)*

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТОРГОВОЙ СЕТИ

На современном этапе перехода к рыночной экономике особую актуальность приобретает оперативное, гибкое и ритмичное функционирование системы органов управления.

Процесс управления является одним из основных "узлов" системы управления, которая также включает механизм управления, структуру управления и совершенствование самого управления. Если структура управления характеризует статику управления, то процесс управления характеризует динамические свойства, реальную жизнь этой системы.

Теория процесса управления торговлей включает три основные характеристики: содержательную, организационную и технологическую. С содержательной точки зрения процесс управления включает: процессы управления на различных

уровнях торговой отрасли; процессы управления в структурном разрезе; процессы управления важнейшими объектами и программами. В торговой отрасли Республики Беларусь можно выделить четыре основных уровня управления: республиканский, региональный, муниципальный и уровень торговых предприятий (организаций, объединений). Содержание процесса управления в конечном итоге определяется функциями управляемой системы.

Таким образом, *процесс управления* — это целенаправленно регламентированная во времени деятельность субъекта управления по отношению к объекту управления, выражающаяся в реализации определенных функций управления с применением соответствующих методов и технологии на основе принципов управления, подчиненная целям обеспечения нормального функционирования или развития объекта управления.

Как отмечалось, управление торговлей в Беларуси осуществляет Министерство торговли Республики Беларусь. Оно регулирует и координирует деятельность всех субъектов хозяйствования, осуществляющих торговую деятельность. На региональном уровне такую деятельность осуществляют областные управления торговлей, а на уровне конкретных городов — специальные отделы в составе городских исполнительных комитетов.

Управление процессами развития и размещения розничной торговой сети передано на муниципальный уровень, т.е. исполнительным комитетам городов. В частности, в Минске эти вопросы находятся в ведении Главного управления потребительского рынка Мингорисполкома. В его состав входит отдел организации торговли, занимающийся анализом состояния развития городской торговой сети (главным образом, количественным), согласованием выдачи лицензий на осуществление розничной продажи товаров, контролем за соблюдением правил ведения торговой деятельности. Вопросы строительства новых предприятий торговли, реконструкции действующих находятся в ведении отдела по строительству и контролю за состоянием использования имущества. Однако основная функция отдела по строительству и контролю за со-

стоянием использования имущества — принятие на баланс Мингорисполкома новых торговых объектов.

Как показали исследования, все структурные подразделения, связанные с организацией розничной торговой сети, не взаимодействуют между собой с целью решения вопроса рациональной организации розничной торговой сети на конкретной территории. Это выражается в том, что при проектировании предприятий торговли в новых микрорайонах специалисты института “Минскпроект” не имеют информации о фактической обеспеченности населения соседних жилых микрорайонов торговой площадью, а также всего населения города как в целом, так и по отдельным товарным группам, о наиболее перспективных типах торговых предприятий. В то же время торговые работники получают информацию о планируемом развитии города и разработанных проектах нового строительства на этапе завершения строительных работ.

Таким образом, в управлении процессами развития и размещения розничной торговой сети сегодня участвуют различные субъекты. Несогласованность в их действиях приводит к тому, что не соблюдаются разработанные ранее научно обоснованные принципы построения и размещения розничной торговой сети, типизация, не проводятся исследования качественного состояния городской торговой сети. Не имея информации о состоянии сети, нельзя решить вопрос построения рациональной структуры торговой сети.

*А.Я. Конопчук,
О.В. Циунчик
ВГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБУВИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Социологический опрос 250 женщин позволил определить значимость показателей качества кожаной обуви для покупателей. Любопытно, что одни и те же показатели качества в обуви разного назначения потребители оценивают неодинаково. Так, при выборе покупки повседневной осенне-ве-