

ся приграничными, региональные органы власти должны всемерно использовать имеющиеся территориальные преимущества.

Беларусь, находясь на пересечении европейских путей, обладает хорошими перспективами для развития экономических, политических и культурных связей как со странами СНГ, так и с государствами Европы, Азии, другими регионами мира. В эпоху глобализации и регионализации мирового хозяйства экономико-географическое и геополитическое положение Беларуси оценивается как один из важнейших стратегических факторов ее устойчивого социально-экономического развития [1, с. 59].

С данных позиций целесообразно отметить важность искусства государственного управления. Оно должно быть нацелено на одинаковую эффективность управления как всем народнохозяйственным комплексом страны, так и его подсистемами (т.е. регионами). Здесь чрезвычайно велика роль и, безусловно, ответственность региональных органов власти. Только они лучше всего знают положение в регионах и, максимально учитывая особенности своих территорий и всемерно используя предпосылки и возможности, которыми располагают регионы, при наличии достаточно объема полномочий смогут оперативно и адекватно решать возникающие проблемы.

Рассматривая данный подход к управлению с точки зрения обозначенных выше проблем, мы можем утверждать, что развитие внешне-экономических отношений регионов приведет к значительным изменениям на региональных потребительских рынках в существующих условиях развития рыночных отношений, что в последующем повлияет и на стратегию развития национального потребительского рынка.

#### **Литература**

1. *Киреенко, Е.Г.* Социально-экономическая география Республики Беларусь : учеб. пособие / Е.Г. Киреенко. — Минск: Аверсэв, 2003. — 400 с.

*Р.М. Карсеко, канд. экон. наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

### **СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ — ВАЖНЕЙШАЯ ЗАДАЧА СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

В условиях рыночной экономики одним из ключевых элементов организации бизнеса является система организации коммерческой деятельности, возрастающая роль которой требует более полного раскрытия ее сущности и содержания.

Хотя конечной целью коммерческой деятельности является получение прибыли от реализации товаров и услуг, достижение результата зависит, прежде всего, от изучения потребительского рынка и, самое

главное, обоснования и развития производства в соответствии с потребностями общества.

В нашей республике коммерческая деятельность — сравнительно новое направление научных исследований, и ни одно научное издание не охватывает всех ее аспектов. Более того, экономическая сущность коммерческой деятельности зачастую трактуется достаточно узко и сводится, главным образом, к процессу торговли товарами и услугами. Конечно, реализация произведенной продукции является конечной целью коммерческой работы, но это лишь завершающий этап в продвижении товара от производителя к потребителю. Через эффективно организованную коммерческую деятельность хозяйствующие субъекты, прежде всего, создают необходимые предпосылки для функционирования предприятия, обеспечивают оборудованием и материалами, исследуют рынок и формируют ассортимент производимой продукции, определяют свою экономическую политику и перспективы развития. Значение коммерческой деятельности трудно переоценить, так как она оказывает непосредственное воздействие на эффективность производства и практически влияет на все экономические показатели работы предприятий.

Таким образом, коммерческую деятельность в общем виде можно определить как предпринимательскую деятельность, направленную на реализацию потенциала хозяйственного субъекта и его развитие.

Анализ практики показывает, что далеко не все предприятия нашей страны понимают, что для достижения успеха необходимо использовать все направления коммерческой деятельности, повышать ее эффективность. Это, в первую очередь, относится к госпредприятиям, которые зачастую просто выполняют доводимые до них отраслевыми министерствами и концернами прогнозные показатели. В результате объемы производства наращиваются без учета особенностей рынка, покупательского спроса и возможностей реализации данной продукции, что приводит к затовариванию складов. Достаточно сказать, что за январь 2013 г. запасы белорусской продукции на складах увеличились на 22,4 % и по состоянию на 1 февраля составили 27,2 трлн руб.; соотношение запасов готовой продукции и среднемесячного объема производства достигло 68 %. Поэтому на предприятиях нужно создавать менеджмент высокого класса, который будет способен принимать эффективные управленческие решения, выстроить и организовать эффективную коммерческую деятельность.

Практика уже имеет хорошие примеры организации и управления коммерческой деятельностью хозяйствующих субъектов, что позволяет им успешно функционировать на потребительском рынке. Введение должностей коммерческих директоров предприятий, создание коммерческих отделов и управлений положили начало организации менеджмента коммерческой деятельности. Главное, чтобы эта работа приобрела системный характер и базировалась на научных достижениях и передовой практике.

Организации коммерческой деятельности на качественно новом профессиональном уровне требует подготовки компетентных специалистов, способных принимать нестандартные обоснованные решения,

намечать стратегические цели и способы их достижения. Для решения этой задачи в свое время и была начата подготовка по специальности «Коммерческая деятельность». Многие выпускники работают в бизнесе, возглавляют коммерческие структуры, выполняют функции организации и управления коммерческой деятельностью. Вместе с тем анализ показывает, что в подготовке специалистов по коммерческой деятельности имеются значительные резервы и возможности для совершенствования. Прежде всего, нужно усилить информационную работу о данной специальности и выпускниках, потому что на предприятиях и в управленческих структурах мало знают о сути данной специальности и функциональных возможностях выпускников. Образовательные услуги нужно более активно продвигать.

В связи с переходом на новые сроки обучения и уточнением специальностей и специализаций необходимо серьезно проанализировать базовый учебный план и внести соответствующие изменения в соответствии с требованиями активно изменяющейся практики и развитием новых технологий в организации и управлении коммерческой деятельностью.

*С.Н. Лапина, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

## ПРОБЛЕМЫ КАДРОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Торговля в последние годы получила новые импульсы развития, существенно расширив сферу своей деятельности. При этом развитие торговли во многом не только связано с совершенствованием качества обслуживания покупателей, но и ориентировано на увеличение добавленной стоимости за счет маркетинговых технологий.

В настоящее время главной проблемой на рынке труда в сфере торговли является текучесть кадров — по оценке первого вице-председателя ОО «Минский столичный союз предпринимателей и работодателей» В.Е. Маргелова, 30 % в год. В основном это касается продавцов, кассиров и грузчиков, что объясняется их неудовлетворенностью действующей системой стимулирования труда. При этом руководителям, которые не считают нужным совершенствовать систему материального стимулирования, приходится мириться с менее опытными сотрудниками, что влечет снижение уровня квалификации продавцов. В результате серьезной проблемой в данной сфере остается медленный переход на новые стандарты обслуживания.

У работников торговли низшего и среднего звеньев зачастую отсутствуют знания о том, какие конкретные действия влияют на общий результат работы магазина. Сюда можно отнести неправильное оформление торгового зала, поведение персонала, которое довольно часто демонстрирует нежелание работать, что также сказывается на общении с покупателями, которое далеко не всегда можно назвать доброжелательным.