

тител с поисковой системы, в большей мере расположенных к заказу соответствующей услуги или товара; рекламное сообщение воспринимается пользователем как дополнительная информация, помогающая сориентироваться среди огромного количества однотипных предложений. К минусам контекстной рекламы можно отнести, в частности, высокую стоимость и недостаточно высокое доверие пользователей.

*Давыдова Г.А.
УО БГЭУ (Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫМ ТОВАРООБОРОТОМ

Управление розничным товарооборотом, стратегическое регулирование его развития в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры потребительского рынка является для каждой торговой организации задачей первостепенного значения, поскольку от его объема, товарной структуры и ритмичности развития зависят результаты финансово-хозяйственной деятельности и конкурентоспособность на рынке.

Цель управления – обеспечить устойчивое развитие розничного товарооборота на основе более полного и качественного удовлетворения спроса населения на товары и получение прибыли, достаточной для самофинансирования и расширения хозяйственной деятельности на основе эффективного использования экономического потенциала организации.

Достижение этой цели предполагает, что торговая организация прогнозирует и определяет, при каких объемах товарооборота и его товарной структуре может быть получена достаточная сумма прибыли. Решение этой задачи возможно при наличии налаженной системы управления товарооборотом и обеспечения регулирования товарооборота с использованием маркетинга.

Маркетинговый подход к регулированию товарооборота позволяет оценить реальную ситуацию на потребительском рынке, выявить сильные и слабые стороны самой организации, определить ее реальные возможности, выработать стратегию поведения на рынке и разработать необходимые мероприятия для достижения сформулированной цели.

Многие торговые организации не уделяют должного внимания вопросам управления товарооборотом и ориентируются в основном на достижение количественных параметров по развитию товарооборота, на выполнение доведенных прогнозных заданий по темпам роста розничного товарооборота. В результате, при достаточно высоких темпах развития розничного товарооборота и успешном выполнении доведенных прогнозных заданий по темпам его роста финансовые результаты и финансовое положение многих торговых организаций, особенно в торговле продовольственных товаров, не улучшаются, так как ни на уровне отрасли, ни на уровне субъектов хозяйствования не отслеживаются и не оцениваются факторы достигнутого роста товарооборота и не определяется, при каких затратах ресурсов достигнут этот рост.

Совершенствование управления товарооборотом, проведение эффективной ассортиментной политики, основанной на результатах маркетинговых исследований рынка, являются важнейшим условием повышения эффективности торговой деятельности.