

*Спицына Е.А., Гартованная О.В. Сущность, функции и стратегия торгового менеджмента
// Академия педагогических идей «Новация». – 2019. – №12 (декабрь). – АРТ 291-эл. – 0,2 п.
л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>*

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 658.5

Спицына Екатерина Александровна
студентка 3 курса, биотехнологического факультета
Гартованная Оксана Владимировна
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»
п.Персиановский, Ростовская область, Российская Федерация
E-mail: yekaterinaspitzyna@yandex.ru

**СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ И СТРАТЕГИЯ ТОРГОВОГО
МЕНЕДЖМЕНТА**

Аннотация: В статье рассматривается понятие «торговый менеджмент». Сформулированы его основные функции, цели и задачи. А также рассмотрен порядок формирования стратегии торгового менеджмента.

Ключевые слова: торговый менеджмент, торговля, менеджмент, предприятие, стратегия.

Spitsyna Ekaterina Aleksandrovna
3rd year student, faculty of biotechnology
Gartovannaya Oksana Vladimirovna
KAN, associate Professor
FGBOU VO "Donskoy GAU"
p. Persianovsky, Russian Federation

ESSENCE, FUNCTIONS AND STRATEGY OF TRADE MANAGEMENT

Abstract: The article deals with the concept of "trade management". Its main functions, goals and objectives are formulated . And also the order of formation of strategy of trade management is considered.

Keywords: trade management, trade, management, enterprise, strategy, consumer demand.

Следует отметить, что единой точки зрения на определение понятия «менеджмент» Наиболее распространенной позицией является взгляд на управление как на процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый организации для достижения поставленной цели.

Таблица 1-трактовки понятия «торговый менеджмент»

Автор, книга	Определение
Воронов В.И., Турчанинов В.Б., Воронецкий С.Ю. Торговый менеджмент: учебно-методическое пособие.–Изд-во ВГУЭС,2006. – С.1.	«Торговый менеджмент - комплексный процесс эффективного управления всеми основными аспектами деятельности торгового предприятия и призванный формировать наиболее рациональные управленческие решения по вопросам развития конкретного предприятия, координировать, контролировать и регулировать различные направления его деятельности и обеспечивать высокую эффективность конечных, итоговых результатов этой деятельности».
Ильич И. В.Марке-тинг:учебно-методическое пособие. – Изд-во УлГТУ, 2010. – С.229	Комплекс мероприятий по созданию товаров (услуг) и управления ими для удовлетворения потребностей потребителей и получение предприятием прибыли.
Карли Гарнер Первая книга для трейдера сырьевых товаров (англ. Trader's First Book on Commodities)– Изд-воGardnersBooks, 2012. – С.244	Деятельность индивида по инвентаризации имущества компании и другие виды деятельности, связанные с работой с группами однородных материальных средств.

Важной особенностью управления торговлей является комплексный характер формирования всех управленческих решений, связанных с различными аспектами деятельности торгового предприятия. Все эти управленческие решения тесно взаимосвязаны и оказывают прямое или косвенное влияние на конечную эффективность хозяйственной деятельности коммерческого предприятия. Таким образом, отдельное управленческое решение, направленное на совершенствование организации или технологии торгового процесса, каким бы прогрессивным оно ни казалось с позиций инновационного менеджмента, может оказаться неэффективным с учетом специфики условий хозяйственной деятельности предприятия и вызвать негативные последствия для его финансового состояния. Поэтому Управление торговлей рассматривается как сложная система действий, состоящая из выработки взаимозависимых управленческих решений, каждое из которых способствует окончательному выполнению хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Торговый менеджмент призван формировать наиболее рациональные управленческие решения по развитию конкретного коммерческого предприятия, координировать различные направления его деятельности и обеспечивать высокую эффективность конечных результатов этой деятельности. Торговый менеджмент учит не использованию стандартных управленческих решений, а только алгоритму их эффективного развития в конкретных условиях предприятия.[2]

Основная цель торгового менеджмента: обеспечение необходимых темпов развития, роста конкурентных позиций компании на рынке.

К основным стратегическим целям можно отнести:

- расширение сегмента потребительского рынка, охватываемого деятельностью торгового предприятия;
- поиск новых рыночных ниш и заполнение ниш товарами;
- обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов ;
- обеспечение необходимой рентабельности торговой деятельности;
- снижение рисков по торговым операциям;[1]

Принимая во внимание вышеизложенные цели, сформулируем основные задачи торгового менеджмента:

- формирование условий для удовлетворения потребительского спроса на товары выбранного сегмента рынка;
- обеспечение высокого уровня торгового обслуживания;
- обеспечение необходимой эффективности торговой деятельности;
- максимизация прибыли и обеспечение ее эффективного использования;
- минимизация торговых рисков, связанных с деятельностью торгового подразделения компании;

Эффективный торговый менеджмент, в полной мере реализуя свои основные цели и задачи, позволяет обеспечить высокий уровень обслуживания клиентов, укрепление его финансового состояния и рост рыночной стоимости, необходимые темпы экономического развития торгового предприятия в стратегической перспективе, формирование конкурентного преимущества торгового предприятия на потребительском рынке.[3]

Основные функции торгового менеджмента:

- 1.управление технологическими процессами товарного обращения;
- 2.управление процессом обслуживания клиентов;
- 3.управление торговым персоналом;

4. управление товарооборотом ;
5. управление доходами от продаж ;
6. управление издержками обращения, формирование условий для постоянного снижения текущих затрат;
8. управление торговыми рисками;
9. управление капиталом;
10. управление инвестициями;
11. выбор наиболее эффективных организационных форм функционирования торгового предприятия и его структурных единиц. [1]

Торговый менеджмент должен быть сосредоточен на стратегических целях развития торгового предприятия. Какими бы прибыльными ни казались те или иные проекты управленческих решений в текущем периоде, их следует отвергать, если они противоречат миссии предприятия, стратегическим направлениям его развития или приводят к снижению эффективности его деятельности в будущем периоде.

Формирование стратегии торгового менеджмента - достаточно сложный творческий процесс, требующий высокой квалификации исполнителей. Прежде всего, формирование данной стратегии основывается на прогнозировании определенных условий функционирования торгового предприятия, прежде всего, потребительского рынка в целом и выбранного им сегмента, что является достаточно трудоемким процессом. Определенная сложность формирования стратегии торгового менеджмента заключается в том, что она не является неизменной, а требует периодической корректировки с учетом изменяющихся условий внешней среды и возникающих новых возможностей развития торгового предприятия.[2]

Этапы разработки *стратегии торгового менеджмента*:

- 1.Определение общего периода формирования стратегии ;
- 2.Изучение факторов внешней среды и степени их влияния на деятельность предприятия;
- 3.Оценка сильных и слабых сторон фирмы ;
- 4.Выбор определяющей стратегической модели развития торговой фирмы
с учетом этапа ее жизненного цикла;
- 5.Формирование системы стратегических целей с учетом выбранной определяющей модели развития;
- 6.Уточнение целевых показателей стратегии управления торговлей на периоды ее реализации;
- 7.Формирование сбытовой политики по наиболее важным направлениям
деятельности;
- 8.Разработка наиболее эффективных методов реализации стратегических
целей и политики управления торговлей компании;
- 9.Реализация стратегии управления торговлей;
- 10.Оценка результатов реализации стратегии управления торговлей .

Разработка стратегии торгового менеджмента позволяет принимать эффективные управленческие решения во всех сферах деятельности торгового предприятия, связанных с его развитием в перспективном периоде.

Список использованной литературы:

1. https://revolution.allbest.ru/management/00595455_0.html [Электронный ресурс]
2. https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/trade_management/ [Электронный ресурс]
3. Семенов А. К. Набоков В. И. Основы менеджмента. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 465 с.
4. Экономика и организация деятельности торгового предприятия / Под ред. А.Н. Соломатина. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 295 с.
5. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: Гардарики, 2017. - 528 с.

Дата поступления в редакцию: 10.12.2019 г.

Опубликовано: 17.12.2019 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2019

© Спицына Е.А., Гартованная О.В., 2019