

В заключение следует отметить, что показатели результативности и эффективности являются индикаторами развития предприятия на рынке, что в конечном итоге определяет рыночную позицию предприятия и уровень его конкурентоспособности.

Список литературы:

1. Батырмурзаева З.М. Адаптивный подход к обеспечению устойчивого развития предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/logistika/item/2172-2013-05-30-12-44-36>.
2. Ерохин В.Ю. Стратегия устойчивого развития предприятий: принципы и критерии разработки // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – №3(049). – С.60-62.
3. Лапыгин А.Ю. Стратегический менеджмент: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.std72.ru/dir/menedzhment/strategicheskij_menedzhment_uchebnoe_posobie_lapugin_ju_i/88.

УДК 339.37

Антипьева О.С.

**РОЗНИЧНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ КАК ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА:
СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕРИСТИКА, КОНЦЕПЦИЯ
ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Антипьева Ольга Сергеевна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: miss.schuckina2016@yandex.ru*

В статье достаточно подробно освещено понятие торгового предприятия и розничной торговли. Розничное торговое предприятие рассмотрено как логистическая система, выделена сущность логистической системы, а также дана ее характеристика. Рассмотрена концепция логистического управления.

Ключевые слова: торговая деятельность, розничная торговля, розничное торговое предприятие, ассортимент, торговый ассортимент, логистическая система, логистика.

Торговая деятельность (далее торговля) – вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров [1].

Торговую деятельность в Российской Федерации разделяют на два основных вида. К первому относят оптовую торговлю, ко второму – розничную. Вид разделения торговой деятельности зависит от объемов реализации продукции, а также от цели приобретения товаров. Более подробно рассмотрим термин «розничная торговля».

Розничная торговля подразумевает вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров, которые в последующем будут использоваться в личных или семейных целях, но никак не связанных с коммерческой деятельностью. Розничная торговля – это продажа товаров конечному частному лицу, чаще всего это торговля либо поштучно, либо в небольших количествах. Продавец товаров не имеет возможности точно определить цель, для чего именно покупатель приобретает у него товар. Крупнейшие розничные компании представляют собой сети универмагов со смешанным ассортиментом в сети универсамов. Главной и основной целью розничной торговли является удовлетворение разнообраз-

** Научный руководитель: Лебедева Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент, кафедры маркетинга и торгового дела, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: o.a.leb@mail.ru*

ных потребностей покупателя. Розничная торговля хорошо развита как в крупных городах, так и в небольших. На сегодняшний день такой вид торговли является самым популярным и приносит хорошие выручки предприятиям розничной торговли [2].

Розничное торговое предприятие – это сеть структурных образований всех форм собственности, осуществляющая реализацию товаров и оказывающая в связи с этим услуги конечным покупателям.

Розничные торговые предприятия занимаются поставкой и продажей продукции только населению, поэтому принято считать, что они завершают товарное обращение от изготовителя продукции. Для продажи в розницу предпринимателям нужны торговые помещения. Розничный торговец может продавать товары через различные объекты организации торговли. К ним относят: магазин, павильон, палатку, киоск, открытую площадку и другие объекты организации торговли. Кроме помещения торговцу обязательно необходимо сформировать торговый ассортимент, соответствующий спросу покупателей.

Ассортимент – это состав однородной продукции по видам, сортам и маркам. Различают ассортимент услуг, ассортимент продукции и торговый ассортимент.

Торговый ассортимент – это товары (продукты), которые связаны между собой в силу схожести сферы их применения или находятся в одном денежном диапазоне.

Необходимо также следить за новинками, модой и за тем, что больше всего хочет покупатель и чем он интересуется. Рынок развивается стремительно, нужно все время обновлять ассортимент и товар должен соответствовать требованиям покупателей, чтобы выстоять в конкурентной борьбе.

Для реализации в розницу необходимы не только специальные торговые помещения, оборудованные и приспособленные для сервисного обслуживания населения, но также необходимо сформировать торговый ассортимент и изменять его в соответствии с быстро меняющимся спросом и пожеланиями покупателей.

Таким образом, предметом розничной торговли является не только целенаправленная продажа товаров, но и торговое обслуживание покупателей и предоставление дополнительных торговых и послепродажных услуг.

Разберем розничную торговлю как логистическую систему. Логистическая система – это сложная экономическая система, которая состоит из звеньев, связанных между собой и выполняющих управление материальными потоками. Еще логистическую систему можно описать как адаптивную систему, которая выполняет логистические функции.

Логистическая система является одним из базовых понятий в логистике, однако до сегодняшнего дня, как и для других понятий логистики, и в отечественной, и в зарубежной научной литературе отсутствует установившееся единое определение логистической системы. Такая система напрямую связана с рынком и состоит из нескольких подсистем, которые выполняют функции логистики. Для того чтобы подробно изучить логистическую систему любого торгового предприятия, необходимо рассмотреть каждую деталь такой системы. В качестве логистической системы обычно рассматривают торговое предприятие или промышленное предприятие.

Таким образом, розничная торговля рассматривается как звено системы товародвижения. Используется много разных способов для прогнозирования спроса и выбора товаров. Для любого розничного предприятия важен контроль над запасами. Для того чтобы контролировать запасы, применяют сканирующие устройства.

Логистические решения применяются еще на начальной стадии проектирования магазина, помещение которого должно соответствовать требованиям сквозных технологических процессов. К таким требованиям относят:

- комфортность и удобство передвижения потребителей по магазину;
- оптимальные размеры складских и торговых помещений;
- ширину дверных проемов;
- планировку магазина.

Все в торговом предприятии, а именно: кадры, помещение, информация - должно быть сформировано в единую систему товародвижения.

Логистика – это наука, которая изучает организацию и способы движения товаров и услуг от поставщиков к потребителям.

Логистика подразумевает формирование стратегической схемы (стратегии предприятия) и дальнейшее ее использование. Такая схема позволяет вовремя выявить изменение желания покупателя и сделать упор на сильные стороны розничного предприятия. Главными компонентами в этой системе являются логистические исследования. Необходимо на ранних этапах выявить спрос покупателей и конкурентов компании. Конкуренты являются важным звеном в системе составления стратегической схемы, так как торговому предприятию надо учесть, кто еще будет продавать подобный розничный товар и по какой цене, чтобы не поставить цену выше, чем у конкурентов, и не разориться. Логистическая система играет если не основную, то очень важную роль в успехе предприятия [3].

Логистическая система имеет некоторые свойства, которые позволяют говорить об объекте как о системе. Выделяют следующие основные свойства логистических систем:

- целостность и членимость;
- наличие связей;
- организация;
- интегративные (суммарные) качества.

По размерам логистическая система может занимать территорию завода или оптовой базы, а может охватывать регион или выходить за пределы государства. Она способна адаптироваться к возмущениям внешней среды, реагировать на неё в том же темпе, в котором происходят события.

К свойствам, которые отличают логистическую систему, относят:

- 1) наличие потокового процесса;
- 2) системную целостность.

Для любого объекта, который подвергается логистическому исследованию, должна быть определена цель и задачи. Существуют определенные «правила логистики», которые описывают конечную цель логистического управления: есть нужный товар, товар необходимого качества, в необходимом количестве, и этот товар доставлен конкретному потребителю, в нужное время, в нужное место и с минимальными затратами.

Главной целью розничного предприятия как логистической системы является доставка продукции в заданное место, в определенный день и час, в необходимом количестве и ассортименте при оптимальном уровне затрат. Качество и безопасность потребительских товаров является необходимой составляющей. Очень важной составляющей розничного торгового предприятия является умение иметь в наличии ассортимент товаров, который способен удовлетворить потребности покупателей. Важным и, несомненно, значимым элементом является качество торгового обслуживания и спектр предлагаемых услуг. Перечень услуг, оказываемых предприятием торговли, формируют в соответствии с ассортиментом товаров, специализацией магазина, его местонахождением, спецификой обслуживаемого контингента покупателей и совместимостью оказываемых услуг. Комплектование и улучшенное упаковывание подарочных наборов из имеющихся в наличии товаров, в том числе по заказам, консультация продавцов-консультантов, диетологов и других специалистов, предоставление услуг комнаты матери и ребенка – фрагмент из перечня услуг, которые могут быть предоставлены на предприятии.

Исходя из всего этого, можно выделить некоторые правила логистики для розничного предприятия:

- 1) продукция всегда должна быть в ассортименте, необходимом покупателю;
- 2) безопасность, а главное качество товаров должны быть на высшем уровне и соответствовать нормативным документам;
- 3) продукция должна быть ориентирована на конкретного покупателя;

- 4) доставка должна быть с минимальными издержками;
- 5) место и время должны быть четко определены;
- 6) должно быть соответствующее количество товаров;
- 7) высокое качество обслуживания.

Основной цикл логистики торгового предприятия обычно разделен на три: закупочная логистика, внутримagaзинная логистика и логистика продаж и обслуживания.

Закупочная логистика – это область, в которой решаются вопросы, связанные с обеспечением предприятия сырьем и материалами. Для розничного торгового предприятия это одна из важнейших областей, так как именно на этом этапе изучаются и выбираются поставщики товаров, заключаются договоры поставки и используется механизм контроля за их исполнением.

Внутримagaзинная логистика или, как ее еще называют, производственная логистика решает задачи создания материальных благ или оказания услуг. Специфика этой области заключается в том, что основной объем выполняется в пределах территории одного предприятия. Участники производственного процесса взаимодействуют между собой в результате решений, принимаемых системой управления предприятием. Для розничного торгового предприятия производственная логистика, обеспечивая обработку товарных потоков, начиная с поступления товаров в магазин и заканчивая полной подготовкой их к продаже, будет складываться из следующих операций: приемка товаров по количеству и качеству, хранение, фасовка и упаковка товаров, их перемещение и выкладка в торговых залах магазинов, организация хранения и сдачи тары, и другие. Эти операции являются продолжением процесса производства в сфере обращения, они осуществляются без участия покупателей и непосредственно влияют на потребительские свойства товаров.

Одним из элементов внутримagaзинной логистики является мерчандайзинг, который рассматривается как комплекс мероприятий, производимых в торговом зале, направленный на увеличение продаж того или иного товара. Так, организованная расстановка товара на полках магазина позволяет увеличить продажи как минимум на 15 %.

Логистика продаж и обслуживания включает выполнение таких операций, как изучение спроса и формирование ассортимента товаров, выбор форм и организация продажи товаров, кассовое обслуживание, отпуск товара (включая упаковывание и проверку функционирования товара), а также операции послепродажного обслуживания (доставка товаров на дом, установка, гарантийное обслуживание при необходимости и другие).

В деятельности розничного торгового предприятия имеет место транспортная и складская логистика. Транспортная логистика решает вопросы управления материального потока на транспортных участках, выполняемые в процессе доведения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя. Выделяют складскую логистику, которая отвечает за рациональное размещение складов на территории страны или региона (это важно для предприятий, имеющих филиальную сеть, подкрепленную собственными или арендованными складами). Также в ведении складской логистики находится вся организация всех складских операций: приёмка товара и его отпуск, погрузка-разгрузка, определение зон хранения внутри склада и другие.

Многие проблемы розничного торгового предприятия связаны с низким качеством товаров, наличием фальсифицированной и контрафактной продукции, наличием продукции, представляющей опасность для потребителя. Существующая сегодня система товародвижения, к сожалению, неспособна гарантировать надлежащее качество производимой продукции на протяжении всей цепи поставок.

Список литературы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=173647;fld=134;dst=100023>.

2. Иванов Г. Г. Экономика торгового предприятия: учебное пособие. – Москва: Академия, 2010. – 17 с.
3. Лазарев В.А. Логистическая концепция управления предприятием: учебное пособие. – Москва – 2013. – 130с.
4. Малявкина Л.И., Меньшова М.В. Системы видеоанализа в розничной торговле // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – № 1 (11). – С. 25-28.
5. Малявкина Л.И., Старцева Т.С. Технология штрихового кодирования в торговых розничных сетях // Экономическая среда. – 2013. – № 2 (4). – С.103-113.

УДК 658.14/17

Батурина Н.А.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Батурина Наталья Анатольевна*, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru

В условиях нестабильной финансово-экономической ситуации, динамичности и сложности внешней среды формирование финансовой стратегии организации выступает залогом финансовой устойчивости. В статье обоснован алгоритм разработки стратегии обеспечения финансовой устойчивости организации.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовое равновесие, собственный капитал, заемный капитал.

Высокая степень неопределенности развития экономики, значительный динамизм и сложность условий функционирования экономических субъектов вызывает как необходимость оперативного реагирования на происходящие изменения, так и определение перспективных направлений их деятельности на основе научной методологии предвидения будущего состояния экономического объекта. Одним из инструментов управления в условиях нестабильной конъюнктуры внешнего и внутреннего рынка, динамики макроэкономических показателей и связанной с этим неопределенностью выступает финансовая стратегия.

В экономической литературе нет единого подхода к определению понятия «финансовая стратегия». Исследования И.А. Бланка, Г.Б. Клейнера, А.Н. Жилкиной, А.Н. Петрова отражают отдельные аспекты содержания финансовой стратегии. А.Н. Жилкина рассматривает финансовую стратегию как генеральный план действий по обеспечению организации денежными средствами [3]. Для А.Н. Петрова финансовая стратегия также предполагает формирование финансовых ресурсов, использование которых направлено на реализацию базовой стратегии организации [2]. И.А. Бланк более развернуто трактует это понятие, под которым понимает вид функциональной стратегии, обеспечивающий «все основные направления развития его финансовой деятельности и финансовых отношений путем формирования долгосрочных финансовых целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды» [4].

На основании обобщения теоретических подходов мы полагаем, что сущность финан-

* **Научный руководитель: Ильминская Светлана Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, кафедры экономики предприятий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ilminskaya_svetl@mail.ru