

*На правах рукописи*

ЖУГАЙЛО Георгий Юрьевич

# УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРООБОРОТОМ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Специальность 08 00.05 - Экономика и управление народным хозяйством  
(экономика, организация и управление предприятиями,  
отраслями, комплексами: сфера услуг)

Автореферат диссертации на соискание  
ученой степени кандидата  
экономических наук



**Санкт-Петербург 2004**

Работа выполнена в государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Санкт-Петербургский торгово-экономический институт" Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации

Научный руководитель - кандидат экономических наук,  
профессор Соломатин Александр Николаевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук,  
профессор Мазалов Николай Евгеньевич

кандидат экономических наук,  
старший научный сотрудник  
Саранцев Рудольф Борисович

Ведущая организация - Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов

Защита состоится 23 ноября 2004г. в 14 00 часов на заседании диссертационного Совета к 227.003.02 при ГОУ ВПО "Санкт-Петербургский торгово-экономический институт" по адресу: 194021, Санкт-Петербург, Новороссийская ул., дом 50, аудитория 2507

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке института.

Автореферат разослан 22 октября 2004 года

Ученый секретарь диссертационного совета



Харитоновна Е.В.

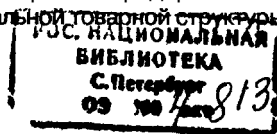
## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность исследования.** Активное развитие розничной торговли за последние несколько лет в России в целом и в Санкт-Петербурге в частности было обусловлено следующими факторами: привлечение значительных инвестиций, вовлечение в эту отрасль экономики фирм, которые ранее не занимались торговым делом, а также фирм занятых в сфере обслуживания, но стремящихся диверсифицировать свою деятельность. Стремительный рост различных торговых сетей и дискаунтеров, повышение внимания со стороны крупных иностранных компаний, которые со все более возрастающим интересом смотрят на российский рынок, как на один из наиболее перспективных с точки зрения развития торговой инфраструктуры ведет к быстрому росту отрасли в целом. Наметившийся экономический подъем в стране и как следствие повышение уровня жизни населения, должно в ближайшем будущем привести к увеличению потребления различных товаров. Следовательно, увеличение количества торговых организаций и развитие уже работающих на розничном рынке обостряет конкурентную борьбу за качественный товар, за качество обслуживания и самое главное за покупателя. Поэтому, все острее встает вопрос о получении конкурентных преимуществ, как внешних, так и внутренних, которые позволяют фирме закрепиться на рынке. Особо следует сосредоточиться на выявлении скрытых резервов, определив которые торговая организация сможет, не увеличивая свои расходы получать большую прибыль за счет повышения рентабельности.

Краеугольной проблемой в повышении рентабельности торгового предприятия является проблема оптимизации розничного товарооборота, как одного из наиболее важных аспектов коммерческой деятельности организации непосредственно связанного с объемом затрат, обеспечивающих данную структуру, и суммой и уровнем прибыли, извлекаемым фирмой при установленном размере торговых надбавок по конфетным товарным группам. Данная проблема особенно волнует крупные торговые предприятия, где имеется значительное количество товарных групп и товарных позиций, а четкой и понятной системы по управлению ими (добавление новых и перспективных; избавление от нерентабельных; количества единиц закупаемых по той или иной позиции) руководство торгового предприятия зачастую не имеет.

В современных условиях все более актуализируется проблема оптимизации товарной структуры розничного товарооборота и ее решение является одной из приоритетных задач для стабильного развития любого среднего и крупного торгового предприятия. Поэтому изучение уже наработанного материала по исследуемому аспекту деятельности торгового предприятия и выработка собственных новаторских предложений должно помочь в разрешении данной проблемы. Необходимость создания универсального подхода к управлению товарооборотом розничного торгового предприятия в современных условиях определили цель, задачи и предмет настоящего диссертационного исследования.

**Цель** исследования состоит в том, чтобы на базе имеющихся теоретических разработок и обобщения практики деятельности торговых предприятий выработать комплексный подход к определению оптимальной товарной структуры това-



рооборота розничного торгового предприятия в современных условиях усиливающейся конкурентной борьбы.

Основная цель диссертации определяет задачи исследования:

- выявление тенденций и закономерностей развития розничного товарооборота в Российской Федерации;
- анализ существующих методик определения оптимальной товарной структуры розничного товарооборота и выработка на их основе нового подхода отвечающего современным реалиям;
- разработка и описание вспомогательных мероприятий по управлению товарными запасами и товародвижением, проведению маркетинговых исследований и принятию управленческих решений по управлению товарооборотом розничного торгового предприятия с помощью современных аппаратных средств и программного обеспечения, без которых невозможно полное и всестороннее решение проблемы по определению оптимальной структуры реализации товаров;
- предложение системы мониторинга текущей реализации товаров для принятия оперативных управленческих решений;
- проведение апробации предложенного подхода к управлению розничным товарооборотом на примере конкретного торгового предприятия.

**Объектом исследования** в диссертационной работе являются аспекты хозяйственной деятельности, ряда крупных розничных торговых предприятий Санкт-Петербурга, прямо или косвенно определяющие ассортимент реализуемых товаров.

**Предметом исследования** диссертации является методика управления товарной структурой розничного торгового предприятия.

**Структура диссертационной работы** определена исходя из необходимости соблюдения логики изложения материала, определения причинно-следственных взаимосвязей и взаимодействия факторов исследуемых объектов и проблем. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

**В первой главе** "Экономическое содержание розничного товарооборота" рассматриваются понятие и состав розничного товарооборота, законодательные акты определяющие и регулирующие реализацию товаров, а также определены тенденции развития розничной торговли в современной России.

**Во второй главе** "Методика управления товарооборотом розничного торгового предприятия" проведен анализ различных методик, направленных на оптимизацию ассортимента реализуемых товаров; предложены подходы к формированию структуры товарооборота с помощью современных аппаратных средств и программного обеспечения.

**В третьей главе** "Применение комплексного подхода к определению оптимальной товарной структуры товарооборота розничного торгового предприятия" предлагается методика определения ассортиментной структуры товарооборота розничного торгового предприятия, которая в наибольшей степени удовлетворяла бы запросы и предпочтения потребителей и одновременно позволяла бы

максимально рационализировать существующие затраты; проводится ее апробация на материалах кондитерского предприятия; а также даются рекомендации по управлению текущей реализацией отдельных товарных групп.

**В заключении** обобщаются результаты проведенного исследования, формулируются основные выводы и рекомендации, вытекающие из результатов диссертационного исследования.

## *2. ОСНОВНЫЕ ИДЕИ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИИ*

В диссертационном исследовании рассмотрены такие вопросы, как понятие и состав розничного товарооборота торгового предприятия. Определено значение розничного товарооборота в системе показателей развития торгового предприятия, региона и страны в целом. Проведена классификация розничного товарооборота в зависимости от организационных форм продажи потребительских товаров, в зависимости от состава конечных потребителей, в зависимости от сроков расчета за реализованные товары, в зависимости от форм денежных расчетов. Выделены различные нормативные акты, непосредственно определяющие и регулирующие розничный товароборот. Отмечены основные показатели, которыми характеризуется продажа товаров на предприятиях торговли.

Небольшой исторический экскурс развития розничной торговли в России, раскрывает особенности ее функционирования на разных этапах. Более детально рассмотрены изменения произошедшие в торговле России за последние 10-12 лет. Выявлены закономерности и тенденции в развитии внутренней торговли. Оборот розничной торговли в целом увеличивался стремительно год от года. Особенно велики темпы роста в начале 90-х годов (в 1993 году объем товарооборота вырос в 7 раз по сравнению с предыдущим годом, а в 1994 - в 5,6 раза). Такое стремительное увеличение объема розничного товарооборота в фактических ценах основывается лишь на колоссальных темпах инфляции и гиперинфляции, характерной для 1992-1994 гг. В этот же период оборот розничной торговли в целом в натуральном измерении имел небольшой рост 0,2-0,3%. Этот рост обеспечивался за счет увеличения объемов реализации товаров на рынках на 6-8%, в то время как оборот торгующих организаций снизился на 1-2%. В 1995-1996 гг. началось снижение товарооборота в сопоставимых ценах не только в торговых предприятиях, но и на рынках, что вызвало снижение общих показателей продаж. Намечившаяся в 1997 году некоторая стабилизация в экономике в целом позволила повысить объемы продаж, но кризис 1998 года еще больше сократил активность в торговле. И только с 2000 года наметились положительные тенденции к росту продаж товаров, как в торговых предприятиях, так и на рынках. Более высокие темпы увеличения реализации товаров в 2001-2002 годах зафиксированы в торгующих организациях на 12 и 10% соответственно, в то же время показатели по смешенным рынкам составили 6 и 7% соответственно. Менее заметные объемы сокращения реализации на рынках, а иногда и рост по сравнению с продажами в розничных торговых предприятиях на протяжении 90-х годов связан с большей мобильностью рыночных торговцев, лучшей способностью приспособления к сложным экономическим условиям и возможностью минимизировать издержки, тем самым по возможности, создавая условия

для сохранения привлекательной ценовой политики для потенциальных покупателей. Более высокие темпы роста продаж торговых организаций по сравнению с рынками в 2000-2002 годах обусловлены повышением уровня жизни и платежеспособного спроса населения, а следовательно стремлением потребителей приобретать пусть более дорогой, но более качественный товар, который могут предоставить только специализированные торговые предприятия.

В связи с экономическими реформами и изменившейся социально-экономической ситуацией в стране розничная торговля по началу испытывала трудности с адаптацией к новым условиям. Но постепенно, начиная с 1994 года объемы реализации товаров начали неуклонно расти, стала развиваться розничная торговая сеть (в основном за счет небольших торговых предприятий). Экономический кризис 1998 года в значительной степени затормозил процессы развития и заставил уйти с рынка фирмы, не имевшие достаточной финансовой прочности. С этого периода зародилась тенденция к развитию крупных торговых предприятий и созданию сетей розничной торговли, пока только в крупных городах. После экономического кризиса 1998 года, который негативно повлиял как на всю экономику в целом, так и на торговые организации в частности продолжился рост численности торговых предприятий, сопровождаемый изменением структуры представленных на рынке розничных единиц. Несмотря на увеличения количества розничных торговых предприятий с 157,4 тыс. до 204,9 тыс. в период с 1998-2003, наблюдалось сокращение количества крупных и средних предприятий с 28,3 тыс. до 24,2 тыс. Следует отметить, что за последние годы количество торговых предприятий неуклонно возрастает и динамика структуры предприятий по отраслям экономики показывает, что доля предприятий торговли и общественного питания увеличивается (с 28,4% в 1996 году до 34,5% в 2001).

За последние 2-3 года значительно возросла сумма инвестируемых средств в торговый бизнес иностранными компаниями (постепенно увеличивается доля прямых инвестиций), львиная доля которых пока приходится на Центральный федеральный округ (48,7% в 2001 году), главным образом на Москву, в тоже время например на Северо-западный федеральный округ приходилось всего 12,1%, что несколько снижает темпы развития розничной торговли в регионах.

Наряду с общероссийскими тенденциями в развитии розничной торговли отмечены некоторые аспекты деятельности и перспективы развития торговых предприятий в Санкт-Петербурге. Розничная торговля в Петербурге стала одним из самых стабильных, доходных и активно развивающихся сегментов регионально-го бизнеса. Постепенно увеличивается доля покупателей отдающих свое предпочтение крупным многофункциональным торговым комплексам. Пока еще остается значительным вклад в товарооборот Петербурга рынков и комплексов мелко-розничной торговли, торгующих ограниченным ассортиментом товаров по низким ценам. Однако, у них есть серьезный конкурент в лице продовольственных сетей, которые в ближайшем будущем могут занять доминирующую позицию на рынке в данном сегменте продаж.

Ключевыми факторами, приносящими успех розничному предприятию являются, покупательская лояльность, удобство расположения магазина, обоюдыв-

годные отношения с поставщиками, выстроенные системы управления и распределения, в том числе информационные. Большое значение имеет постоянное снижение затрат. Иными словами потребителю надо предложить необходимые товары по приемлемой цене, в нужном количестве, в оптимальном месте и в удобное время. Поэтому важнейшим вопросом в создании конкурентоспособного торгового предприятия становится оптимизация розничного товарооборота, без которой невозможно достичь вышеизложенных целей, а следовательно добиться необходимого уровня рентабельности, который позволил бы не только удержаться на рынке, но и гармонично развиваться. В связи с этим последующие изыскания диссертационного исследования посвящены разрешению данной проблемы.

В торговом деле существует множество аспектов деятельности, которые по отдельности и в совокупности подвергаются анализу и прогнозированию, в связи с этим было разработано и опубликовано значительное количество методов, как в СССР, так и за рубежом, а также немало работ и современных отечественных авторов, посвященных различным моментам в торговой деятельности. Но к сожалению, часть этих работ устаревает и теряет свою актуальность и в связи с этим встает вопрос о необходимости создания новых направлений и тенденций в управлении некоторыми участками деятельности торговых предприятий. Одним из таких направлений является управление ассортиментной политикой розничного торгового предприятия.

В диссертационной работе была разработана комплексная методика определения оптимальной товарной структуры розничного товарооборота торгового предприятия, ориентированная одновременно на изучение покупательского спроса, т. е. определении, при установлении каких цен будет реализовано то или иное количество товаров, и объемов затрат, которые будет нести предприятие при реализации определенного количества конкретного товара.

Объем товарооборота может быть представлен следующим образом:

$$T_{r,i} = PЦ_{r,i} * Q_{r,i} \quad (1)$$

где:  $T_{r,i}$  – объем розничного товарооборота по "i"-товарной группе, руб.;

$PЦ_{r,i}$  – розничная цена за единицу "i"-товарной группы, руб.;

$Q_{r,i}$  – физический объем (количество) реализации по "i"-товарной группе, кг, шт.

В свою очередь розничная цена товара определяется на основе функции спроса:

$$PЦ_{r,i} = a_0 + a_1 * Q_{r,i} \quad (2)$$

где:  $PЦ_{r,i}$  – розничная цена за единицу товара по "i"-товарной группе, руб.;

$Q_{r,i}$  – физический объем (количество) реализации по "i"-товарной группе, кг, шт.

Прибыль от реализации выражается через основные показатели деятельности торгового предприятия (товарооборот по розничным ценам, товарооборот по покупным ценам, издержки обращения), т. к. конечной целью процесса оптимизации ассортимента является ее максимизация. Прибыль от реализации может быть представлена следующим образом.

$$\Pi_{i,r} = T_{i,r} - (Z_{i,r} + IO_{i,r}), \quad (3)$$

где:  $\Pi_{i,r}$  – прибыль от реализации "i"-товарной группы, руб.;

$T_{i,r}$  – объем розничного товарооборота по "i"- товарной группе, руб.;

$Z_{i,r}$  – затраты на покупку по "i"-товарной группе (товарооборот по покупным ценам), руб.;

$IO_{i,r}$  – издержки обращения по реализации "i"-товарной группы, руб.

Совокупные затраты по покупке и реализации товара определяются, исходя из функции затрат.

$$CZ_{i,r} = Z_{i,r} + IO_{i,r} = b_0 + b_1 * Q_{i,r}, \quad (4)$$

где:  $CZ_{i,r}$  – совокупные затраты по закупке и реализации "i"-товарной группы, руб.

Тогда, прибыль от реализации принимает вид.

$$\Pi_{i,r} = Q_{i,r} * (a_0 + a_1 * Q_{i,r}) - b_0 - b_1 * Q_{i,r}, \quad (5)$$

В точке экстремума прибыли от реализации производная равна нулю, т. е. прибыль максимальна когда:

$$d\Pi_{i,r} = a_0 + 2 * a_1 * Q_{i,r} - b_1 = 0, \quad (6)$$

Тогда количество продаваемого товара, позволяющее предприятию получить максимальную прибыль от реализации, может быть рассчитано по формуле:

$$Q_{i,r\text{опт}} = (b_1 - a_0) : 2 * a_1, \quad (7)$$

где:  $Q_{i,r\text{опт}}$  – оптимальный объем реализации товара по "i"-товарной группе, кг, шт.

Розничная цена единицы товара, соответствующая найденному оптимальному объему продаж равна:

$$P\Pi_{i,r\text{опт}} = a_0 + a_1 * Q_{i,r\text{опт}}, \quad (8)$$

В выше приведенных формулах приведены наиболее распространенные линейные зависимости розничной цены от объема продаж (2) и совокупных затрат от объема продаж (4), но в зависимости от особенностей функционирования торгового предприятия, специфики некоторых товарных групп, радикальных изменений в товарной и ценовой политике за относительно короткие периоды могут получаться и зависимости другого типа (полиномиальные), в основном параболические (9) и (10).

$$P\Pi_{i,r} = a_0 + a_1 * Q_{i,r} + a_2 * Q_{i,r}^2, \quad (9)$$

$$CZ_{i,r} = b_0 + b_1 * Q_{i,r} + b_2 * Q_{i,r}^2, \quad (10)$$

Следует отметить, что если хотя бы одна из моделей получается нелинейного вида, то это несколько изменяет методику и формулу расчета оптимального объема реализации по товарной группе (6) и (7), так как сначала находятся стационарные точки функции прибыли (точки, производная которых равна нулю), а уже потом из них выделяют точки экстремума, где прибыль максимальна. Таким образом, проведя несложные математические расчеты, определяется оптимальный объем реализации по каждой товарной группе и соответствующая розничная цена, которая при рассчитанной структуре розничного товарооборота позволит организации получить максимальную прибыль.

Следующим существенным аспектом комплексного подхода определения оптимальной ассортиментной структуры розничного товарооборота торгового пред-



приятия является управление товарными запасами и товародвижением с помощью современных аппаратных средств и программного обеспечения. Эффективное применение возрастающего объема экономической информации при наименьших затратах на ее получение возможно только на базе внедрения высокопроизводительной вычислительной техники. При этом важно автоматизировать учет таким образом, чтобы все операции по выписке, обработке и передаче первичных документов осуществлялись автоматически.

Для обеспечения бесперебойного снабжения покупателей и избежания потерь в выручке (упущенная прибыль) из-за отсутствия требуемого товара в торговом зале, целесообразно уделять особое внимание следующим аспектам хозяйственной деятельности торгового предприятия:

- систематически отслеживать динамику спроса на товары;
- контролировать динамику реализации товаров и размещать новый заказ прежде, чем возникнет угроза товарного дефицита;
- иметь некоторый страховой запас товаров из группы экономически значимых для организации, предназначенный для покрытия возможного дефицита товаров в случае повышенного спроса, либо при непредвиденном увеличении срока исполнения заказа поставщиком. Также страховой запас рекомендуется иметь при высоком риске частичного неисполнения размещенного заказа.

Дальнейшие усилия по автоматизации и компьютеризации крупных торговых предприятий (универсамов, супермаркетов и гипермаркетов), специализирующихся на реализации товаров повседневного спроса, могут быть направлены по следующим двум основным направлениям:

- обеспечение необходимыми аппаратными и программными средствами ведущих отделов и работников, осуществляющих выкладку реализуемых товаров непосредственно в торговом зале;
- оснащение миникомпьютерами корзин и тележек, которые используют покупатели для транспортирования выбранных ими товаров к расчетно-кассовому центру.

Проводить анализ покупательского спроса можно задействовав несколько различных методов, которые целесообразно использовать в совокупности, чтобы получить максимально полную и четкую картину, которая складывается на рынке в тот или иной период времени. Поэтому изучение конъюнктуры рынка является неотъемлемой частью анализа, который необходим для формирования и управления товарооборотом в магазине.

Во-первых, необходимо проведение ограниченных маркетинговых исследований покупательских потоков, т. е. изучение предпочтений не потенциальных, а реальных клиентов конкретного торгового предприятия. Данное исследование представляет собой небольшую анкету из 8-10 вопросов (в основном закрытых, т. е. опрашиваемому нужно выбрать один из вариантов ответов), которые посвящены общей работе магазина, ассортименту какой-то конкретной товарной группы и некоторым характеристикам самого опрашиваемого.

Во-вторых, следует проводить более точное и полное изучение покупательских предпочтений через анализ почечковых продаж, которые можно получить на

современных контрольно-кассовых аппаратах. Эти данные позволяют выявить существующие закономерности в комплексной покупке определенного круга покупателей. Изучение механизма управления комплексным выбором покупателей тех или иных товаров существенно поможет в оптимизации выкладки имеющихся в наличии товаров непосредственно в торговом зале. Результатом решения данной проблемы может стать весьма эффективная система перекрестного мерчандайзинга, при которой в настоящее время убыточные позиции в комбинации с другими товарами перейдут в разряд "лидеров".

В-третьих, на основе полученной информации относительно популярности определенных товарных позиций можно проводить политику укрепления коммерческих связей с поставщиками данных товаров. Ускорение оборачиваемости товаров позволит закупать товар чаще, что, безусловно, будет поощряться со стороны оптовой фирмы или производителя дополнительными скидками к цене или снижением процента по товарному кредиту. Одновременное этим администрация торгового предприятия может делиться с поставщиками информацией о состоянии рынка и предлагать перспективы сотрудничества по конкретным ассортиментным позициям, что также может повысить эффективность деятельности фирмы. Предоставлять свои площади зарекомендовавшим себя с лучшей стороны поставщикам для демонстрации и дегустации товаров новинок, которые с учетом предварительных маркетинговых исследований могут быть хорошо приняты покупателями.

- В-четвертых, немаловажным моментом в управлении товарными запасами на торговом предприятии является организация работы по стимулированию сбыта и проведение рекламных мероприятий.

Введение комплекса мер по оптимизации и управлению товарооборотом может в значительной степени помочь среднему, а в особенности крупному торговому предприятию, при своевременном анализе определенных аспектов хозяйственной деятельности и принятии конкретных управленческих решений, повысить свою конкурентоспособность на рынке и выйти на новый уровень в обслуживании населения.

В диссертационном исследовании проведена апробация предлагаемой комплексной методики управления розничным товарооборотом торгового предприятия на примере ОАО универсам "Фрунзенский". На первом этапе была реализована основная часть методики определения оптимальной товарной структуры розничного товарооборота: разбитые по статьям издержки обращения были распределены по конкретным товарным группам; построены экономико-математические модели "объем продаж - цена", "объем продаж - совокупные затраты", определены оптимальный объем реализации и уровень цен по каждой товарной группе; рассчитана возможная экономическая эффективность внедрения данной оптимальной товарной структуры на 2003 год, в результате прибыль от продаж могла увеличиться на 3,67 млн. рублей.

На втором этапе был проведен мониторинг реализации товаров по всем товарным группам в разрезе ассортиментных позиций. Было выявлено, что 50,00% ассортимента обеспечивают торговому предприятию 93,97% товарооборота, т.

е. доля второй половины ассортимента (около 5,5 тыс. ассортиментных позиций) весьма невелика, что ставит под сомнение сохранение текущей структуры предлагаемой к реализации товаров. Весь ассортимент условно разделен на товары обеспечивающие основную часть продаж - "лидеры" и незначительную - "аутсайдеры", и проведен сравнительный анализ их соотношения по каждой товарной группе, как в абсолютных, так и в относительных показателях (сбалансированность) Еще одним значимым показателем является объем товарооборота приходящийся на одну ассортиментную позицию, рассчитываемый внутри каждой товарной группы, который может способствовать выявлению товаров не пользующихся должным спросом у потребителей. Для наглядности построена матрица со сторонами количество ассортиментных позиций в товарной группе и продажи на одну ассортиментную позицию\* где отмечены товарные группы, в которых количество наименований товаров свыше 300, а продажи на одну ассортиментную позицию не превышают 1500 рублей, "вино", "полуфабрикаты", "прочие продовольственные товары", "консервы", "водка и ликеро-водочные изделия", "сопутствующие товары". Таким образом можно отслеживать текущую реализацию товаров и оперативно принимать управленческие решения по изменению структуры ассортимента путем удаления или добавления тех или иных товарных позиций.

Результаты апробации позволяют сделать вывод о целесообразности использования разработанной методики управления розничным товарооборотом торгового предприятия в современных условиях. Данные предложения и разработки окажутся полезными при проведении научных исследований в сфере управления торговым предприятием и практике деятельности российских торговых фирм различного уровня.

### *3. ВКЛАД АВТОРА В ПРОВЕДЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ*

**Методологической основой** диссертационного исследования являются совокупность законодательных актов Российской Федерации, регулирующих деятельность торговых предприятий, исследования отечественных и зарубежных авторов в области экономики и управления торговым предприятием; публикации в периодической печати, освещающие аспекты развития розничной торговли в современной России В диссертационной работе использованы статистические материалы из специализированных сборников, периодических изданий и сети Интернет.

В процессе написания диссертации были использованы следующие научные методы: анализ и синтез, экономико-математического моделирования, логический.

Вклад автора в разработку данного научного направления состоит в следующем-

- проведен анализ научных разработок различных авторов по проблеме оптимизации розничного товарооборота;  
предложена комплексная методика оптимизации ассортиментной структуры розничного товарооборота торгового предприятия;

- предложены методики и схемы управления товарооборотом розничного торгового предприятия с помощью современных аппаратных средств и программного обеспечения;
- проведена апробация предложенной комплексной методики по управлению ассортиментом розничного торгового предприятия на фактических данных конкретной организации.

#### **4. СТЕПЕНЬ НОВИЗНЫ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Научная новизна** результатов исследования, полученных автором, состоит в следующем:

- определены тенденция и закономерности развития современной торговли России;
- выявлены и сформулированы особенности различных подходов к определению оптимальной товарной структуры розничного торгового предприятия;
- разработана методика определения оптимального ассортимента розничного торгового предприятия;
- предложена методика управления текущей реализацией отдельных товаров на уровне розничного торгового предприятия.
- предложены направления использования современного компьютерного оборудования и программного обеспечения в целях оптимизации реализации товаров розничного торгового предприятия;

**Практическая и научная значимость** диссертационного исследования заключается в том, что предложенный в ней метод определения оптимальной товарной структуры розничного торгового предприятия может быть использован в организациях разного уровня (от малого до крупного бизнеса). Также в работе представлены сопутствующие мероприятия, которые позволят повысить эффективность деятельности торговых предприятий и улучшить качество обслуживания населения, что поможет в сложившихся современных условиях получить конкурентные преимущества и создать благоприятные условия для гармоничного развития фирмы.

Практическая реализация данного исследования направлена на повышение эффективности затрачиваемых ресурсов и проходила в виде апробации предложенного комплексного подхода управления розничным товарооборотом торгового предприятия на базе данных ОАО университетам "Фрунзенский".

**Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах автора:**

1. Жугайло Г.Ю. Направления и перспективы развития розничной торговой сети Москвы и Санкт-Петербурга // сборник научных трудов "Современные проблемы деятельности предприятий торговли и общественного питания" - СПб.: СПбТЭИ, 2003. - 0,5 п. л.

2. Жугайло Г.Ю. Управление товарными запасами и товародвижением в крупных торговых предприятиях с помощью современных аппаратных средств и программного обеспечения // сборник научных трудов "Пятье петровские чтения" -

СПб.: ПАНИ, 2004. - 0,3 п. л.

3. Жугайло Г.Ю. Экономико-математическое моделирование, как неотъемлемый аспект анализа и прогнозирования хозяйственной деятельности торгового предприятия // сборник научных трудов "Вопросы управления в современном предпринимательстве" - СПб.: СПбТЭИ, 2004. - 0,3 п. л.

4. Жугайло Г.Ю. Применение экономико-математических методов в процессе управления ассортиментом товаров розничного торгового предприятия // сборник научных трудов "Актуальные проблемы торговли в условиях транзитивной экономики" - СПб.: СПбТЭИ, 2004. - 0,5 п. л.

Подписано в печать 18.10.2004 г. Зак. № Юб.Тираж 100 экз. Объем 1,0 п. л.  
Бумага офсетная. Формат 60x84/16. Печать офсетная.  
Типография ТЭИ.  
194021, Санкт-Петербург, Новороссийская ул., 50





**№20320**

РНБ Русский фонд

2005-4

22515