

УДК 65.012.32:339.37

Н. В. Стасюк,

к. е. н., доцент, Макіївський економіко-гуманітарний інститут

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА

Механізм управління товарооборотом повинний забезпечувати цілісність та ієрархічність системи управління. Найбільш повно цим вимогам відповідає організаційно-економічний механізм, який складається з функціональної та забезпечувальної підсистем. Структура організаційно-економічного механізму управління товарооборотом визначаються сутністю товарообороту як соціально-економічного показника.

The turnover management mechanism must guarantee the integrity and the hierarchical ordering of the management system. The most appropriate is organizational economic mechanism, which consists of the functional and ensuring subsystems. The structure of organizational economic mechanism of turnover management is decided by the turnover's essence such as the social-economic indicator.

Ключові слова: *товарооборот, механізм управління, організаційно-економічний механізм, функціональна підсистема, забезпечувальна підсистема.*

Вступ. Для ефективного управління будь-яким господарським процесом необхідний відповідний механізм, який, за теорією менеджменту, є системою впливу на об'єкт управління для досягнення поставленої мети. Саме за допомогою спеціально створеного механізму здійснюється управління. Різноманітність процесів, які є об'єктами управління, потребує відповідної різноманітності механізмів управління для забезпечення ефективного досягнення поставлених цілей.

В економічній теорії для управління підприємством рекомендується господарський механізм, структурні елементи якого можуть бути згруповані за двома класифікаційними ознаками: за змістом та за функцією [1, с. 54]. Господарський механізм торговельного підприємства можна класифікувати за першою ознакою як сукупність економічного, організаційно-правового та соціально-психологічного елементів, а за другою – як сукупність механізмів управління прибутком, товарооборотом, поточними витратами, персоналом, фінансами, маркетингом. Тобто управління товарооборотом перш за все є складовою господарського механізму, а саме економічної підсистеми господарського механізму управління підприємством.

Дослідження проблем управління товарооборотом потребує подвійного підходу до суб'єкту управління. З одного боку, механізм управління товарооборотом є елементом господарського механізму управління в цілому, що обумовлює наявність спільних рис, з іншого – товарооборот і його механізм управління є самостійною системою і потребує відповідного специфічного механізму управління.

Головним дискусійним питанням є внутрішня структура механізму управління, в якому виокремлюються два принципово різних підходи. Відповідно до першого, економічний механізм управління – це система основних елементів, що регулюють процес управління. За думкою І. А. Бланка механізм управління містить державно-правове та нормативне регулювання, ринковий механізм регулювання, внутрішній механізм регулювання окремих аспектів, механізм інформаційного забезпечення, методи управління та методи контролю [2, с. 185–186].

Деякі автори висвітлюють це питання інакше, вважаючи, що механізм – це сукупність методів, принципів, форм управління, або система елементів, що регулюють процес управління. Аналогічна точка зору наведена в «Сучасному економічному словнику» [4, с. 240], у якому стверджується, що економічний механізм – це сукупність методів та засобів впливу на економічні процеси, їх регулювання.

Другий підхід до характеристики внутрішньої структури економічного механізму управління передбачає у його складі, як обов'язковий елемент, організаційну складову. Тобто механізм управління діє у визначеній організаційній структурі, яка повинна забезпечувати координацію дій окремих його елементів. Прихильником цього підходу є вчений Л.І. Абалкін; на його думку, механізм управління – це спосіб організації управління з властивими йому формами, методами, засобами, що відповідають економічним законам держави [5, с. 380].

Ця точка зору знайшла підтримку і у авторів «Економічного словника» за редакцією А.Н. Азріліяна [6, с. 447]: «Механізм господарський – це сукупність організаційних структур і конкретних форм господарювання, методів управління та правових норм...». Таким чином, для нормального функціонування механізму управління, необхідним є організаційне оформлення процесу як об'єкта управління, впорядкована структура організаційних елементів як носіїв центрів відповідальності. Однозначної відповіді на питання, яким повинний бути механізм управління товарооборотом, поки що немає, більш того, в тлумаченні поняття механізму відсутня єдина точка зору.

Постановка задачі. Метою даного дослідження є формування ефективної структури механізму управління товарооборотом, який сприятиме досягненню поточних та стратегічних цілей торговельних підприємств.

Для досягнення поставленої мети було проведено дослідження системи управління товарооборотом на торговельних підприємствах Донецької області, з використанням загальнонаукових індуктивних та дедуктивних методів для формування узагальненої схеми організаційно-економічного механізму управління товарооборотом підприємства.

Результати. Організацію можна розглядати як соціотехнічну систему, як структуру системи та як функцію управління. Сутність організації як функції управління – координування дій окремих елементів системи, досягнення взаємної відповідності функціонування її частин [4, с. 289]. Отже, обираючи тип механізму управління товарооборотом, необхідно не тільки визначити відповідні елементи – форми, методи, інструменти та важелі впливу на торгове підприємство в процесі реалізації товарів, але й забезпечити внутрішню упорядкованість цих елементів і встановлення взаємозв'язків між ними [1, с. 55].

Найбільш повно цим вимогам відповідає, на нашу думку, організаційно-економічний механізм (ОЕМ) управління товарооборотом, тому що суть

організаційної складової процесу управління міститься саме в координації дій окремих елементів системи для забезпечення взаємної відповідності функціонування її частин і досягнення економічної стратегічної мети [6, с. 277].

Наступним проблемним питанням у виборі механізму управління товарооборотом є параметри дії цього механізму, зона його впливу. Дослідження показало, що організаційна складова у побудові механізму управління діє в умовах мікросередовища, тобто підприємства та його безпосереднього оточення.

Разом з тим можна поставити питання і про механізм управління на макроекономічному рівні. Товарооборот, як об'єкт економічного управління, присутній на всіх ієрархічних рівнях господарського управління – від окремого підприємства до економіки держави у цілому. Тому механізм управління товарооборотом повинен будуватися на комплексному територіально-галузевому принципі. На рівні підприємства повинний бути створений внутрішній організаційно-економічний механізм управління товарооборотом. Але, оскільки підприємство – це відкрита економічна система, то механізм управління товарооборотом повинний забезпечити його ефективну взаємодію з мікро- та макросередовищем.

Узагальнення вищевикладеного дозволяє визначити механізм управління товарооборотом як організаційно-економічну систему впливу на товарооборот з метою досягнення поточних і стратегічних цілей торговельного підприємства. Як і будь-який інший, механізм управління товарооборотом вбудований у загальногосподарську систему, є її складовою частиною і водночас самостійною економічною системою. Його підґрунтя є положення економічної теорії в галузі управління, тлумачення категорії господарського механізму управління, його структури, складових елементів і, нарешті, особливостей господарських зв'язків, що виникають у підприємствах.

Аналіз досліджень вищезгаданих вчених-економістів дозволяє стверджувати, що механізм управління товарооборотом повинний відповідати певному комплексу вимог. Повинні бути визначені його функції, внутрішня структура, закріплення функцій за конкретними структурними одиницями. З позицій системного підходу механізм управління товарооборотом сукупність таких компонентів, як підсистеми, елементи, процедури, взаємодія яких призводить його до дії [4, с. 449–450].

Відповідно до територіально-галузевого принципу функції управління товарооборотом повинні бути розподілені між ієрархічними рівнями управління економікою. Таким чином, механізм управління товарооборотом повинний забезпечувати цілісність, багатоаспектність та ієрархічність системи управління, давати можливість застосування комплексного та системного підходів. Створення ефективного механізму управління товарооборотом в економіці держави має забезпечити управління товарооборотом як функціональним елементом економіки підприємства та як ланкою, що зв'язує підприємство з мікро- та макросередовищем; ієрархічність управління товарооборотом, тобто управління товарооборотом на всіх рівнях: на рівні підприємства, галузі, міста, області, держави; використання його як інструмента для оптимізації макропропорцій у економіці держави.

На рівні підприємства організаційно-економічний механізм управління товарооборотом повинний відповідати параметрам керованого об'єкта, типу підприємства, особливостям сфери діяльності, його стратегічним цілям.

Проведене дослідження дозволило запропонувати принципову схему організаційно-економічного механізму (ОЕМ) управління товарооборотом підприємства (рис. 1), який, на нашу думку, має складатися з двох підсистем: функціональної та забезпечувальної.

Складність створення механізму управління товарооборотом пов'язана також з необхідністю реагування на сукупність факторів, що формують товарооборот, з одного боку, та впливу товарообороту на торгово-фінансові результати діяльності торговельних підприємств – з іншого. Тобто підприємство повинне мати методіку визначення необхідних параметрів товарообороту для одержання цільового прибутку та забезпечення прогнозованого попиту. У той же час динаміка товарообороту, впливаючи на фінансові результати, має визначати ринкову позицію та платоспроможність підприємства.

Функціонування механізму управління в умовах ринку – це самостійний вид професійно здійснюваної господарської діяльності, спрямованої на досягнення визначених цілей шляхом раціонального використання ресурсів із застосуванням принципів, функцій і методів економічного механізму менеджменту.

Провідним є комплекс економічних методів, важелів, нормативів, системи показників, за допомогою яких в управлінні товарооборотом реалізуються об'єктивні економічні закони [1, с.26].

Призначення функціональної підсистеми ОЕМ управління товарооборотом (рис. 1) полягає у наступному: визначення цілей розвитку товарообороту; планування показників товарообороту; організація процесів товароруку; облік, уконтроль, аналіз показників товарообороту; їх регулювання. Усе це необхідно для досягнення обсягу і структури товарообороту, які необхідні для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Товарооборот пов'язаний з усіма сторонами господарської діяльності торговельного підприємства, одночасно він знаходиться під впливом маркетингового середовища, що складається з трьох підсистем: макро-, мікро- та внутрішнього середовища, кожна з яких має певне цільове призначення, методи і форми впливу на товарооборот [7, с. 53–56].

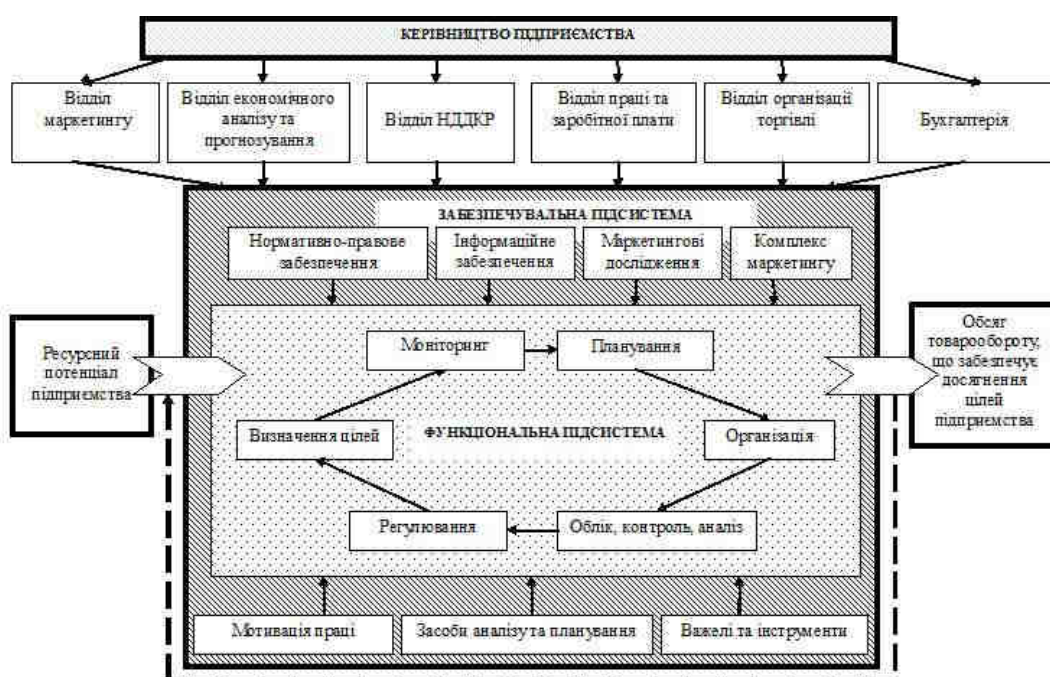


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм управління товарооборотом підприємства

В ринкових умовах дуже важливо мати вичерпну інформацію про зовнішнє середовище підприємства. Проблема полягає в тому, що фактори маркетингового середовища є категорією динамічною, тобто набір і інтенсивність їхнього впливу дуже швидко варіюються в залежності від складності і рухливості ринкової ситуації.

Тому для їх опису необхідно попереднє вивчення та аналітична оцінка як законодавчих і нормативних документів, так і статистичної звітності підприємств-конкурентів, регіональної та державної статистичної інформації.

Оцінку впливу факторів маркетингового макро- та мікросередовища торгових підприємств рекомендується здійснювати самостійно, визначаючи:

- інтенсивність впливу фактора на торговельну галузь і на товарооборот досліджуваного підприємства, використовуючи метод експертної оцінки, наприклад, 0 балів – відсутність впливу, 1 бал – слабкий, 2 бали – помірний, 3 бали – сильний вплив даного фактора;
- напрямок впливу фактора: «+» – позитивний вплив, «-» – негативний;
- інтегральну оцінку впливу даного фактора на товарооборот шляхом помноження інтенсивності впливу фактора на галузь і на товарооборот досліджуваного підприємства з урахуванням оцінки напрямку впливу фактора.

Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища покладається на забезпечувальну підсистему OEM управління товарооборотом рекомендуємо до її складу включити такі комплекси: маркетингові дослідження, інформаційне забезпечення, нормативно-правове забезпечення, комплекс маркетингу, засоби впливу (лінійне програмування, моделювання, метод експертних оцінок, економетричне моделювання, індукцію та дедукцію, бюджетування, комерційний розрахунок), важелі та інструменти (ціни, податки, санкції, пільги, надбавки, процентні ставки, систему стимулювання).

Маркетинг у цьому контексті відіграє роль засібу досягнення поточних і стратегічних цілей управління товарооборотом та як джерело формування інформації про ринок. Головна мета інформаційного забезпечення процесу управління товарооборотом – це створення системи взаємозалежних і взаємодоповнюючих показників, що дозволять одержати всебічну кількісну та якісну характеристику товарообороту. Персонал у комплексі маркетингу відіграє провідну роль, оскільки саме від нього залежить результативність торговельної діяльності.

Необхідність нормативно-правового забезпечення процесу управління товарооборотом обумовлена тим, що будь-яке торговельне підприємство повинне функціонувати в рамках закону, здійснювати реалізацію тих товарів, якість яких не суперечить нормативним вимогам.

Засоби впливу містять відповідні програми обробки даних, і є алгоритмами перетворення відомостей у зручний вигляд для керівника та фахівців, що приймають обґрунтовані управлінські рішення в області управління товарооборотом. Крім того, існує безліч інших аспектів взаємин торгівлі й торгових підприємств із державою, постачальниками, персоналом і т. д., що повинні здійснюватися відповідно до законодавчої бази.

Висновки. Управління товарооборотом – дуже складний процес, що відбиває багатоаспектність як самого товарообороту, так і процесу економічного управління ним. Управління товарооборотом як процесом реалізації товарів забезпечується сукупністю функціональної та забезпечувальної підсистем відповідного організаційно-економічного механізму, який має самостійну мету і реалізується за допомогою організаційних форм, методів, інструментів і важелів, що впливають на товарооборот, для досягнення визначеної підприємством мети.

Таким чином, склад і структура організаційно-економічного механізму управління товарооборотом визначаються сутністю товарообороту як соціально-економічного показника, він є складовою частиною економічної підсистеми господарського механізму управління підприємством, має забезпечувальну та функціональну підсистеми, значну кількість компонентів і відокремлених інструментів.

Існує діалектичне протиріччя між правом торговельного підприємства на одержання прибутку й необхідністю відповідати за змістом, напрямком і результатами діяльності соціальному призначенню торгівлі; між правом на господарську самостійність і необхідністю виконувати регулюючі розпорядження органів місцевого самоврядування, нормативних та законодавчих державних актів. Організаційно-економічний механізм управління товарооборотом сприятиме забезпеченню взаємозв'язку торгівлі та торговельного підприємства із соціально-економічними процесами в регіоні та державі.

Список літератури

1. Грещак М. Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: учеб. посіб. / М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба. – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с.
2. Бланк И. А. Торговый менеджмент. / И. А. Бланк. – К.: Україно-Финский ин-т менеджмента и бизнеса, 1997. – 408 с.
3. Бланк И. А. Словарь-справочник финансового менеджера / И. А. Бланк. – К.: Ника Центр, 1998. – 258 с.
4. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцов. – [3-е изд]. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 480 с.
5. Экономическая энциклопедия / [гл. ред. Л. И. Абалкин]. – М.: Сов. энциклопедия, 1999. – 560 с.
6. Экономический словарь / под. ред. А. Н. Азрилияна. М.: Ин-т новой экономики, 2007. – 1152 с.
7. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2006. – 448 с.

Стаття надійшла до редакції 12 травня 2011 року.



ТОВ "ДКС Центр"