

3. Мжельская И.В., Мжельский М.Б. Применение методов теории вероятностей в оценке стоимости объектов собственности в условиях неопределенности. Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. 2015. № 3. С. 119-123.

О.К. Рыковская, научный руководитель О.Г. Маскина
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия
rykovskaya13@gmail.com

ПЛАН РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация. *Розничная торговля в России наиболее распространённый вид деятельности предпринимателей, тот который вносит существенный вклад в развитие экономики нашей страны. Благодаря этому, существует огромная конкуренция среди представителей данного вида деятельности. И лишь немногие из них работают по плану развития своей организации, эти немногие и являются наиболее конкурентоспособными представителями. План развития организации - это необходимый документ, следуя которому организация будет эффективно работать долгое время, выживая в кризисы и преуспевая там, где другие потерпели банкротство.*

Ключевые слова: *план, розница, розничная торговля, предпринимательство, экономика, предпринимательское решение.*

Экономическая ситуация России на данный момент переживает сложные времена, но ситуация осложнена еще и во всем мире, что означает большие изменения. Изменения протекают, как на макро, так и на микроуровнях, другими словами задеты и крупный и малый бизнес.

Экономика быстро развивается, предприниматели готовы открывать для себя новые пути ведения бизнеса, не застревая в старых «шаблонах», понимают, что надо двигаться в ногу со временем. Государство перестало тотально контролировать торговлю, дефицит товаров ушел, теперь магазины могут похвастаться широким ассортиментом товаров и отличным обслуживанием. Все это означает конкуренцию – борьбу продавца за покупателя.

Уровень развития торговли по регионам РФ очень неоднороден. Это выражается как в уровне цен, в обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов, товарным ассортиментом, то есть в показателях, которые непосредственно относятся к отрасли торговли, так и в уровне развитости транспортно-логистической инфраструктуры, наличии местных производителей, то есть параметров, оказывающих непосредственное влияние на развитие торговли в регионе. При этом для многих регионов торговля является основой экономики[2,3].

Розничная торговля – одна из крупных отраслей России. Так, стоит отметить что более 20% ВВП страны обеспечивается за счет отрасли торговли, 16 % работающего населения заняты торговлей, 10 % налоговых поступлений обеспечивается в стране за счет торговли. В современных условиях она играет особую роль, занимая промежуточное положение между производственной и социальной сферами, обеспечивая доведение товаров до конечного потребителя. Розничная торговля участвует в улучшении условий жизни населения и способствует пополнению доходной части бюджета.

Состояние и тенденции развития розничной торговли отражают число и состав организаций, участвующих в продаже продукции конечным потребителям. В Российской Федерации розничная торговая осуществляется разнообразными типами

розничных торговых предприятий. В составе организаций преобладают магазины: специализированные и неспециализированные, однако происходит ежегодное увеличение внемагазинных форм розничной торговли — на рынках, по почте, через телемагазины, Интернет, в палатках. Особенно сильное увеличение произошло в последние 2 года, это связано с появлением большого количества интернет-магазинов. В нынешних экономических и социальных условиях интернет-магазины наиболее устойчивый и прибыльный рынок, в последнее время захватывающий все больше сегментов [5].

Хоть сейчас развитие розничной торговли находится на довольно высоком уровне, все равно существуют некоторые препятствия для многих отраслей. ТОП-7 наиболее существенных барьеров в развитии российской розницы.

Высокая конкуренция.

Недостаточный платежеспособный спрос.

Высокий уровень налогов.

Недостаток финансовых средств.

Высокая арендная плата.

Высокие транспортные расходы.

В 2020 году на долю розничной торговли выпали ограничения правительства, в связи с пандемией COVID-19. Преодолеть данные барьеры можно при помощи управленческих решений, основанных на профессионально составленном плане развития организации. По каждому пункту следует предпринять контр-меры, которые сведут на нет негативные последствия. Так, например, ограничения правительства можно обойти посредством продажи товаров, при помощи интернет площадок, которые быстро набрали популярность, это еще и позволит снизить расходы на арендную плату для помещений.

Высокая конкуренция всегда существовала на рынке, но она не только является барьером, но и стимулом к дальнейшему развитию организации, создав более благоприятные условия для покупок, предоставив дополнительные услуги торговля, улучшится и организация выиграет в сравнении со своими конкурентами – получит больше клиентов, соответственно продаж и прибыли [1].

Обращаясь к 7 пункту топа, следует отметить, что за 2020 года торговых точек в РФ стало на 62% меньше, чем в начале пандемии COVID-19 в марте. На отрасли торговли сказываются сокращение платежеспособного спроса и законодательные ограничения. Торговая отрасль серьезно пострадала в предыдущем году, и ей еще предстоит долгое восстановление. Подобное противостояние неблагоприятным условиям для развития следует разработать к каждому пункту. Из этого и будет состоять основа хорошего плана организации.

Наличие разработанного и реализуемого плана – является залогом успешного развития для предприятий различных форм собственности, отраслей промышленности, размеров и объемов выпуска продукции и услуг. Для того чтобы организация была успешной, ей необходим план развития – способ, с помощью которого она сможет достичь поставленных целей. Разработка плана – сложный процесс, в котором необходимо учитывать множество факторов как внешних, так и внутренних. Для эффективной деятельности необходимо постоянно осуществлять контроль показателей и проводить анализ, прогнозирование, планирование и реализацию, то есть уделять внимание всем важнейшим процессам стратегического управления.

План развития должен включать в себя:

1. Производственный план.
2. Маркетинговый план.
3. Управленческий (организационный) план.
4. Финансовый план [4].

Чаще всего, наибольшее внимание уделяется маркетинговому и финансовому плану развития, и это понятно, сложно представить себе, что-то важнее рекламы организации, создания имиджа и расчета прибыли и убытков. Однако производственный план и управленческий не просто так представлены в перечни. Производственный план позволит правильно организовать работы торговой точки, начиная от определения режима работы, заканчивая определением ассортимента товара и его продажи. А управленческий план позволит рационально использовать персонала, разумно начислять заработную плату и надбавки работников и организовывать взаимоотношения внутри коллектива.

Объединение всех четырех планов и является собой план развития организации. Разработка каждого из планов очень трудоемкий и кропотливый процесс, следует учитывать алейшие факторы риска и обращать внимание на незначительные детали.

Поиск эффективных предпринимательских решений, формулирование и реализация целей оптово-розничного предприятия требуют соответствующей методологической и методической базы, разработки соответствующих инструментальных средств для выбора будущих вариантов деятельности предприятия, поддержки принятых решений, позволяющих объективно оценивать эффективность деятельности.

Обеспечение выполнения плана организации достигается путем планирования пропорций между развитием функциональных подразделений, денежных потоков организации, планирования потребностей и закупки ресурсов, соотношения объемов производства и сбыта, обеспечения производства трудовыми ресурсами необходимой специальности и квалификации. Долгосрочные планы, как правило, содержат комплексные показатели развития организации, среднесрочные и краткосрочные планы содержат также функциональные планы деятельности ее подразделений и филиалов.

Развитие розничной торговли имеет большое значение, как для отдельных регионов, так и для экономики страны в целом. Несмотря на кризисную ситуацию, эта сфера экономики активно развивается, что видно по общему уровню товарооборота. Постоянные изменения положительные и отрицательные позволяют оставаться на рынке розничной торговли только конкурентоспособным организациям, которые могут составить для своего развития план, и следуя ему повышать свою эффективность.

Список использованной литературы

1. Дегтярь О.Н. Оценка состояния и развития розничной торговой сети потребительской кооперации с целью повышения результативности маркетинговой деятельности/ О.Н. Дегтярь, Л.А. Исаенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 1(49). С. 382–389.

2. Кадацкая Д.В. Проблема развития розничной торговли России на современном этапе экономики / Д.В. Кадацкая, О.А. Глазунова, С.Н. Чернышова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 4. С. 275–281.

3. Мунши А.Ю. Состояние и динамика развития розничной торговли в России / А.Ю. Мунши, Л.Ю. Александрова, Ш.М. Мунши // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-2. С. 78–84.

4. Соловьёва Ю.В. Внутрифирменное планирование: учебное пособие / Ю.В. Соловьёва, М.В. Черняев. Москва: Дашков и К, 2017. 210 с.

5. Шаврова А.Г. Пути повышения эффективности деятельности объектов розничной торговли // Молодой ученый. 2020. №6. С. 294–296.