

Борбодоев М.М.

**КЕРЕКТӨӨ РЫНОГУНУН ЭФФЕКТИВДҮҮЛҮГҮН ЖОГОРУЛАТУУ
ЖАНА ВЕКТОРДУК ӨНҮГҮҮ**

Борбодоев М.М.

**ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ**

M.M. Borbodoev

**VECTOR OF DEVELOPMENT AND IMPROVE THE EFFECTIVENESS
OF THE CONSUMER MARKET**

УДК: 339.1(575.2) (043.3)

Бул макалада керектөө рыногунун ишмердүүлүгүнүн эффективдүүлүгүн жогорулатуу менен вектордук өнүгүү жолдору жана соода ишинин заманбап талаптарга жооп бере тургандай, эффективдүү, өнүгүүсүндө бири-бири менен тыгыз байланышкан ишканаларынын ишинин бардык аспектилерин боюнча акча агымдарын башкаруу векторлору сунушталды.

***Негизги сөздөр:** ишкана, соода-сатык, вектордук өнүктүрүү, сатып-алуу, эффективдүүлүк, башкаруу, акчанын агымы, керектөө рыногу.*

В данной статье рассмотрены векторы развития и повышения эффективности деятельности потребительских рынков. Выдвинут целый комплекс методических задач, которые связаны с выбором наилучшего варианта, и в наибольшей степени отвечающего современным требованиям в торговой деятельности, а также под влиянием управление денежными потоками на все стороны деятельности торговых предприятий.

***Ключевые слова:** предприятия, торговля, векторы развития, купля-продажа, эффективность, управление, денежный поток, потребительский рынок.*

This article describes the development of vectors and improves the effectiveness of consumer markets. Nominated by a whole range of methodological problems that are associated with the choice of the best variant, and to the greatest extent meets modern requirements in trading activity, as well as under the influence of cash flow management on all aspects of the activities of commercial enterprises.

***Key words:** enterprise, trade, development vectors, purchase and sale, efficiency, management, cash flow, consumer market.*

В силу разного содержания намечаемых работ было бы целесообразно обозначить общий вектор развития и повышения эффективности потребительских рынков. Подобно данному вектору разветвлялся бы на множество других векторов, указывающих на рост эффективности отдельного участка торговой деятельности.

В свою очередь подобное решение вопроса повышения эффективности торговой деятельности, на деле принимает характер моделирования. Главными методологическими требованиями при построении экономико-математической модели является оценка эффективности: приведение к единой размерности затрат живого и овеществленного труда; соизмерение текущих затрат (издержек) и единовременных вложений (ресурсов); выбор эффекта (результата) и

соответствующего вида затрат; обеспечение сопоставимости их количественного измерения.

С учетом требований экономико-математической модели оценка эффективности внутренней торговли на рынке потребительских товаров позволяет разграничить количественную и качественную определенность категорий авансируемых и потребляемых в процессе обращения капиталов, вклад каждого из них в формировании эффекта и методы сопоставления этого эффекта с соответствующими затратами.

По нашему мнению, для оценки уровня экономической эффективности внутренней торговли на макро и микроуровне необходимо использовать в качестве основного критериального обобщающего показателя – эффективность ресурсов. Что касается затратного обобщающего критериального показателя, то он дает количественно-качественную характеристику эффективности использования потребленной части этих ресурсов, и количественно отражает величину эффекта, полученного на единицу текущих затрат (издержек) или себестоимость единицы полученного эффекта.

Дело в том, что увеличение товарооборота или дохода снижение издержке обращения торговых предприятий может быть за счет различных условий и факторов, путем осуществления различного рода технических, организационных, экономических, социальных и других мероприятий. Естественно, что осуществление различных мероприятий требует применения различных усилий, различных затрат труда, средств и времени. Результативность одних и тех же мероприятий также будет различна для разных условий и объектов потребительского рынка.

Следует также различать частные показатели, которые показывают одну или совокупность сторон экономической деятельности на потребительском рынке. В нашем представлении о частных показателях на потребительском рынке правомерно говорить о показателях производительности труда, фонда отдачи, материала отдачи, как частные показатели характеризующие эффективность торговой деятельности.

Аналогичным образом, можно оценить и использования материалов торговой деятельности. Показателем материала отдачи, который также выступает в качестве частного показателя.

Вслед за определением обобщающих частных показателей в потребительском рынке важное значе-

ние имеет выбор и обоснование наиболее рациональных доступных путей и методов повышения эффективности торгово-хозяйственной деятельности конкретных объектов потребительского рынка с учетом их специфики.

Векторы развития и повышения эффективности деятельности потребительских рынков выдвигает целый комплекс методических задач, связанных с выбором наилучшего варианта, в наибольшей степени отвечающего поставленным целям и реально имеющимся возможностям, а имеет также важный значения в торговой деятельности.

Кроме этого следует учитывать специфику потребительских рынков, где не производится товар, а осуществляются передвижения товаров от производителя к покупателям - путем реализации.

Таким образом, более того торговля содействует процессу производства, распределения и обращения в пространстве и во времени непосредственно оказывает влияние на результат национальной экономики.

При этом в качестве результата торговой деятельности могут быть использованы различные показатели. Наиболее точно и объективно отражающие показатели объемов деятельности торговли, как части потребительских рынков являются следующие:

- объем валовой добавленной стоимости, отражающего вклад торговли в создание валового внутреннего продукта и национального дохода страны;
- физического объема оборота розничной торговли, отражающего величину реализованной товарной массы и услуг конечному потребителю (населению);
- валового дохода, обеспечивающего покрытие затрат и образование прибыли;
- прибыли, отражающей качественный, конечный, финансовый результат деятельности торговли.

Наряду с показателями отражающими результат торговой деятельности важное значение имеет и уточнения величин затрат. В потребительском рынке затраты, как правило представлены, как издержка обращения. Однако суть затрат также, что и в других сферах воспроизводства например, в производственной деятельности - это материальные затраты, заработная плата, расходы топлива, электроэнергии и т.д.

Вместе с тем более реальным и перспективным является деление издержек обращения [1,17] на следующие две группы:

- авансированные, единовременные вложения средств на товарное обращение в торговле (ресурсы) – основные фонды, оборотные средства, затраты на покупку рабочей силы;
- текущие затраты на выполнение функций обращений (издержки обращения), отражающие потребленную часть авансированных вложений по эксплуатации (содержанию) основных фондов, использованию оборотных средств, а также затраты на оплату труда, отчисления в фонд социального страхования и выплаты социального характера.

Вышеуказанная классификация затрат, помимо удобства использования их в учетных операциях имеет значение и понимание влияния каждой из групп на результаты торговой деятельности.

Так затраты на приобретения товаров и пополнения ресурсов, а также на покупку оборудования, строительства торговых помещений и т.д. На результаты торговой деятельности влияют пассивно, чем затраты второй группы. Дело в том, что например, приобретенные товарные ресурсы еще не вовлечены в процесс купли и продажи, а является потенциальными товарно-материально ценными, и ожидают свою очередь для сбыта, т.е. для обменных операций. Что касается затрат второй группы, то они связаны с реализацией товаров покупателям, тем самым они подводят итог торговой деятельности в целом.

Вместе с тем затраты второй группы не могут быть израсходованы вне затрат первой группы. Другими словами эти группы затрат не только тесно связаны между собой, но и обуславливают трату для выполнения общей торговой деятельности в целом.

Следует различать также экономическую и социальную эффективность потребительских рынков. В экономической эффективности основную роль играют результаты торговой деятельности в виде валовой продукции, доходов, прибыли и т., а содержание социальной эффективности составляют удовлетворение материальных потребностей, предопределяемых платежеспособным спросом, и потребностей, предопределяемых качеством торгового обслуживания населения.

Необходимо отметить, проблемы эффективности потребительских рынков следует также различать эффективность внутренней и внешней торговли, между которыми имеются различия, как по способу осуществления торговой деятельности, так и по масштабу охвата, сегмента рынка и вовлечения в этот процесс государственных структур и т.д. Например, если во внутренней торговле влияние государства на торговую деятельность минимальна только в рамках предусмотренных законодательством правил, то в международной торговле влияние государства существенна и ощутима. Социальная и экономическая эффективность внутренней торговли на рынке потребительских товаров находится между собой в причинно-следственной связи, каждая из форм эффективности выступает в качестве цели и факторы роста эффективности другой формы, а их совокупное проявление формирует социально-экономическую эффективность.

Логически вытекает, что если торговая точка расположена в оживленном месте, то оборот будет сравнительно больше, чем в других местах. С точки зрения движения денежных потоков значение имеет и условия функционирования торговых точек. Если торговые точки находятся в аренде, то в движении находится и арендная плата.

Привлекательность торговли со стороны финансово-кредитной сферы как объекта, где происходит купля, продажа, обмен, а также относительно быст-

рый оборот средств, обусловлено следующими факторами:

- абсолютно преобладающая часть денежных средств вложены в товары, т.е. в мобильные материальные ценности с небольшим сроком оборота;
- товары, как правило, обладают высокой ликвидностью, что делает их идеальным предметом залога;
- высокая оборотность активов обуславливает короткий срок кредита, что снижает риски банков.

Перечисленное выше сказанное оказывает прямое влияние на развития эффективности торговой деятельности.

Необходимо отметить, что понятие эффективности торговой деятельности, тесно связаны с денежным обращением. Поскольку процесс купли-продажи по своему содержанию и есть денежное обращение. Деньги через торговые каналы оборачиваются многократно и они как кровеносный сосуд выступают, и как питательное вещество – эффективного функционирования потребительского рынка.

Поэтому, проблемы эффективности торговой деятельности нельзя разделить от обращения денег, процесса купли и продажи. Несмотря на условное разделение функций денежного обращения в виде финансовых потоков и следовательно, к финансовой отрасли науки, тем не менее обращение денег, выступает в качестве дополнительного вспомогательного инструмента в функционировании торговой деятельности. Вместе с тем, именно этот дополнительный инструмент в большинстве случаев играет, ключевую роль в повышении результативности торговли.

Денежные обращения в торговой деятельности, в основном выступают в виде оборотных средств [2,19], которые в свою очередь подразделяются на собственные и заемные. Недостаточность тех и других замедляет оборачиваемость средств, а следовательно, снижает общий уровень торговой деятельности.

В свою очередь, нехватка собственных оборотных средств ведет к необоснованным рискам как для самого предприятия (риск банкротства или риск потери предприятия собственником), так и для кредиторов. Все вышеуказанные особенности финансово-хозяйственной деятельности предприятий торговли, непосредственно влияют на организацию их денежного оборота.

Учитывая чрезвычайно важный момент в управлении денежными потоками, обеспечение предприятий краткосрочными и стратегическими планами, следует обратить внимание на своевременность и ритмичность прохождения этого процесса. Понятно, что это во многом связано с платежеспособностью и финансовой устойчивостью предприятия на основе рационального использования денежных ресурсов и источников финансирования, а также минимизации

затрат на финансирование хозяйственной деятельности.

Вышеизложенные обстоятельства, на наш взгляд, позволяют целенаправленно управлять денежными потоками в объектах потребительских рынков. Преимуществом управления денежными потоками является и то, что появляется возможность проследить все связи торгового предприятия с производителями реального сектора, откуда поступают товарные ресурсы и потребители товарных ресурсов. Такая постановка вопроса позволяет рассматривать рынок, потребительский рынок, в единстве и во взаимосвязи всех участников в рыночном пространстве с точки зрения их хозяйственной деятельности, сопровождающейся управлением денежными потоками.

Естественно, это порождает определенную трудность, поскольку возникает необходимость эффективно управлять всеми рыночными процессами, с одной стороны, и с другой, эффективно управлять денежными потоками. В данном случае речь идет именно об обслуживании денежными потоками реально происходящего процесса на рынке. Вполне понятно, что устойчивое функционирование рынка и эффективная деятельность объектов потребительских рынков будет тем выше, чем более профессионально и эффективно будут приняты решения по денежным потокам.

В связи с вышесказанным можно сделать следующие выводы: имеется разница между управлением денежными потоками, и управлением эффективностью функционирования потребительских рынков. По сути, такое управление должно подчиняться достижению результатов торговой деятельности в целом, а потому задача заключается в нахождении точек соприкосновения, и их интересов, исходя из специфики ведения торговой деятельности и денежных операций.

Таким образом, немаловажное значение в устойчивом и эффективном функционировании потребительских рынков, в частности, торговых предприятий, имеет задействование резервов по улучшению управления денежными потоками непосредственно в торговой деятельности. Здесь, в частности, важны различные виды потоков денежных средств, сбалансированных между собой во времени и по объемам.

Поэтому, управление денежными потоками оказывает всестороннее влияние на все стороны деятельности торговых предприятий, а также все это имеет отношение к проблеме повышения эффективности торговой деятельности.

Литература:

1. Новиков С. Потребительский рынок России: Стратегия и тактика для завоевания рынка. – М., 2006. – С. 17.
2. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций. - М., 2001. - С. 19.

Рецензент: д.э.н., профессор Эргешбаев У.Ж.