



Столыпинский  
вестник

Научная статья

Original article

УДК 342.1

## ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ТОРГОВЛЕЙ FEATURES OF MUNICIPAL TRADE MANAGEMENT

**Львова М.И.**, Уральский государственный экономический университет,  
Екатеринбург, Россия, lvova\_usue@mail.ru

**Lvova M.I.**, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia,  
lvova\_usue@mail.ru

**Аннотация.** Сфера торговли товарами и услугами является в муниципалитетах одним из наиболее динамичных направлений экономики. В статье показана роль управления торговлей в процессе совершенствования экономической сферы муниципальных образований. Перечислены основные функции, названы наиболее важные аспекты управления муниципальной торговлей, позволяющие обеспечить высокое качество удовлетворения покупательского спроса населения территорий.

**Abstract.** The sphere of trade in goods and services is one of the most dynamic areas of the economy in municipalities. The article shows the role of trade management in the process of improving the economic sphere of municipalities. The main functions are listed, the most important aspects of municipal trade management are named, which make it possible to ensure high quality satisfaction of the consumer

demand of the population of the territories.

**Ключевые слова:** муниципальное образование, рынок товаров и услуг, управление торговлей.

**Keywords:** municipal formation, market of goods and services, trade management.

Ключевыми факторами, влияющими на торговую отрасль, специалисты называют площадь, развитость и населенность муниципального образования. К числу основополагающих функций местной торговли относят:

1. удовлетворение потребности граждан в товарах и услугах;
2. организацию хранения запасов товаров;
3. количественное выравнивание товарной массы посредством оптовых закупок и последующих розничных продаж;
4. информирование производителей о запросах и потребностях покупателей;
5. консультативную поддержку потребителей в виде сообщений о наиболее важных характеристиках продукции, возможностях ее применения [3, с.500].

В целях обеспечения высоких темпов развития торговли, роста конкурентных позиций торговых предприятий на местном рынке, необходимо грамотно организовать управление муниципальным рынком товаров и услуг:

1. Создавать условия для наиболее полного удовлетворения потребностей граждан в товарах и услугах.
2. Уделять большое внимание наращиванию рыночной стоимости торговых организаций.
3. Обеспечивать качественное торговое обслуживание жителей территории.
4. Реализовывать принцип экономичности торговой деятельности.

5. Содействовать минимизации торговых рисков; е) использовать передовые методы и технологии.

Наиболее важные аспекты управления муниципальной торговлей – это: эффективная нормативно-правовая база: четко систематизированная, без чрезмерной избыточности регламентирующих документов; качественное информационное обслуживание населения; устойчивые внутренние механизмы саморегулирования торговли; оптимальные инструменты управления и контроля [2, с.680].

Создавая муниципальную стратегию развития торговли, необходимо:

- устанавливать четкие временные рамки ее реализации;
- хорошо знать влияние внешних и внутренних факторов;
- объективно оценивать конкурентные преимущества и слабые места торговых организаций;
- соотносить цели стратегии с ресурсными возможностями муниципалитета;
- выбирать наиболее эффективные методы реализации стратегии, создавать для этого благоприятные возможности;
- понимать, какие направления развития данного сектора экономики оптимальны для территории;
- не допускать дефицита торговых площадей;
- не препятствовать открытию магазинов «шаговой доступности»;
- стимулировать инвестиции в торговую недвижимость;
- предоставлять льготы: налоговые каникулы, помощь в развитии инфраструктуры, обучение персонала за счет средств муниципального бюджета [1, с.3496].

Помогут существенно повысить спрос на продукцию или услугу такие действия, как создание у магазина конкурентных преимуществ, формирование приверженности к нему; эффектная реклама, привлечение внимания людей к

новым товарам, акциям; своевременное сообщение важной, содержательной и интересной информации; бесплатное обучение пользованием продуктом. При этом нужно помнить: недопустимо влияние на поведение потребителей с нарушением норм законодательства и этики.

Хороший эффект дает правильный вектор взаимодействия торгового предприятия с поставщиками, которые заинтересованы в стимулировании покупок, для чего проводятся конкурсы, дегустации, скидки, лотереи, разного рода напоминания.

Нельзя сбрасывать со счетов активное внедрение в нашу жизнь IT-технологий: реклама товаров и услуг в новостной ленте также даст положительный эффект, привлечет внимание пользователей к конкретному товару либо услуге [2, с. 259].

Таким образом, основополагающими аспектами стратегии развития рынка товаров и услуг являются: 1) высокий уровень знания покупательского поведения; 2) грамотный мерчендайзинг. Посредством совершенствования данных аспектов возможно эффективное достижение целей торговой стратегии, а именно роста прибыли торгового предприятия за счет увеличения объемов продаж, расширения доли рынка как следствия повышения привлекательности товара или услуги для целевой аудитории.

Цели развития муниципальной торговли должны соответствовать общей стратегии развития территории, а не ориентироваться на коммерческую выгоду торговых проектов.

#### **Литература:**

1. Брагин Л.А., Панкина Т.В., Никишин А.Ф. Конкурентоспособность организаций малого бизнеса в сфере торговли // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 11. – с. 3493-3502.

2. Депутатова Е.Ю., Ильяшенко С.Б. Подходы к стимулированию покупателей в розничной торговле // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 3. – с. 671-682.
3. Литвинюк А.А. О критериях качества торгового обслуживания населения в современной России и мотивации их достижения // Российское предпринимательство. – 2019. – Том 20. – № 2. – с. 493-510.
4. Кондратенко И.С., Кондратенко О.А. Проблемы терминологического подхода к понятию инноваций. В сборнике: Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности. сборник научных статей по итогам девятой международной научной конференции. Казань, 2020. С. 100-101.
5. Сулимин В.В. Сущность понятия "цифровая экономика". В сборнике: Мир в эпоху глобализации экономики и правовой сферы: роль биотехнологий и цифровых технологий. Сборник научных статей по итогам VIII международной научно-практической конференции. Москва, 2021. С. 132-133.
6. Шведов В.В. Цифровые технологии в деятельности органов местного самоуправления. В сборнике: Урал - драйвер неоиндустриального и инновационного развития России. Материалы II Уральского экономического форума. В 2-х томах. Отв. за выпуск Я.П. Силин, Е.Б. Дворядкина. Екатеринбург, 2020. С. 113-117.

#### References

1. Bragin L.A., Pankina T.V., Nikishin A.F. Konkurentosposobnost' organizacij malogo biznesa v sfere trgovli // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2018. – Том 19. – № 11. – s. 3493-3502.
2. Deputatova E.YU., Il'yashenko S.B. Podhody k stimulirovaniyu pokupatelej v roznichnoj trgovle // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2018. – Том 19. – № 3. – s. 671-682.

3. Litvinyuk A.A. O kriteriyah kachestva torgovogo obsluzhivaniya naseleniya v sovremennoj Rossii i motivacii ih dostizheniya // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2019. – Tom 20. – № 2. – s. 493-510.
4. Kondratenko I.S., Kondratenko O.A. Problemy terminologicheskogo podhoda k ponyatiyu innovacij. V sbornike: Prioritetnye napravleniya innovacionnoj deyatel'nosti v promyshlennosti. sbornik nauchnyh statej po itogam devyatoj mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. Kazan', 2020. S. 100-101.
5. Sulimin V.V. Sushchnost' ponyatiya "cifrovaya ekonomika". V sbornike: Mir v epohu globalizacii ekonomiki i pravovoj sfery: rol' biotekhnologij i cifrovyh tekhnologij. Sbornik nauchnyh statej po itogam VIII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Moskva, 2021. S. 132-133.
6. Shvedov V.V. Cifrovye tekhnologii v deyatel'nosti organov mestnogo samoupravleniya. V sbornike: Ural - drajver neoindustrial'nogo i innovacionnogo razvitiya Rossii. Materialy II Ural'skogo ekonomicheskogo foruma. V 2-h tomah. Otv. za vypuskk YA.P. Silin, E.B. Dvoryadkina. Ekaterinburg, 2020. S. 113-117.

© Львова М.И. 2022 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник»  
№ 3/2022.

**Для цитирования:** Львова М.И. Особенности управления муниципальной торговлей//  
Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» № 3/2022.