

## РАЗРАБОТКА АЛЬТЕРНАТИВНОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Е.С. Петрова, О.Д. Макаревич*

Сегодня область торговли – одна из самых динамично развивающихся в современной Беларуси. Появление новых форматов, изменение роли оптовиков, приход иностранного капитала, совершенствование коммуникаций – все это в совокупности приводит к ужесточению конкуренции и ставит вопрос о применении самых современных концепций управления, одной из которых, безусловно, является логистика. Разработка логистического подхода к оценке эффективности коммерческой деятельности позволит торговым предприятиям планировать стратегические направления развития деятельности предприятий розничной торговли и тем самым укреплять конкурентные позиции на рынке товаров и услуг.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, логистика, эффективность, комплексная оценка, логистический подход

Эффективность функционирования торговой организации во многом зависит от качества и своевременности принимаемых управленческих решений, определяющих как стратегическую направленность и основные задачи её деятельности, так и оперативные вопросы. Это требует от работников целостного, системного подхода, детального анализа возможностей улучшения работы каждого магазина, входящего в её состав, с позиций оптимизации функционирования организации в целом. Ведь ухудшение финансового состояния одного из филиалов может создать угрозу стабильности для всей торговой организации [1, с. 230].

Проведенные исследования теоретических и методических разработок, рекомендаций в области оценки и управления филиалами торговой организации свидетельствуют, что:

- управление филиалами сводится лишь к установлению определенных нормативов и контролю над их выполнением;
- отсутствует единая четко разработанная система оценок;
- отсутствует возможность быстрого обнаружения и устранения причин, вызывающих зарождение и развитие негативных процессов в деятельности филиалов [1, с. 232].

С целью преодоления недостатков существующих подходов предлагается при построении эффективной системы управления особое внимание обратить на выбор показателей и методику их определения, сокращение исходного признакового пространства до нескольких обобщающих показателей на основе применения принципов логистики.

В условиях перехода экономики Беларуси к рыночным отношениям значимость логистики в торговле возрастает. Можно выделить пять факторов, определяющих актуальность логистики в период перехода к рынку:

1. Экономический фактор. В современных условиях на первый план выдвигается поиск возможностей сокращения и издержек обращения ради получения прибыли. Логистика позволяет связать экономические интересы производителя продукции и ее потребителя.

2. Организационно-экономический фактор. В условиях рынка, по мере возникновения и развития новых организационных форм, реализующих процессы товародвижения, все большее значение приобретают интеграционные формы управления и координации, обеспечение логистических процессов взаимодействия предприятий-изготовителей, потребителей, посредников, складов и транспорта.

3. Информационный фактор. Рыночная экономика способствует развитию информационных связей, которые являются причиной и следствием рыночных отношений, взаи-

мообуславливают друг друга. Информатика наиболее тесно связывает рынок и логистику, поскольку ее предметом, средством и составляющей логистических процессов являются информационные потоки.

4. Технический фактор. Этот фактор проявляется в том, что логистика как система, ее субъекты и объекты управления развиваются на основе современных технических достижений в транспортно-складском хозяйстве и компьютеризации управления.

5. Государственная поддержка процессов товародвижения. В современных условиях возникает задача регулирования процессов товародвижения не только на уровне предприятий, но и в масштабах регионов, а также в национальном масштабе [2].

Причинами появления концепции логистики и ее внедрения в торговую деятельность являются:

- усиление конкуренции на мировом и региональном рынках товаров и услуг;
- достижение предельной эффективности реализации конечной готовой продукции;
- постоянно увеличивающаяся дифференциация материальных ресурсов и конечной готовой продукции с целью полного удовлетворения потребностей потребителя в тех товарах и с теми характеристиками, которые ему необходимы;
- широкое использование современных информационных технологий, позволяющих в оперативном режиме управлять процессами в сложных логистических транспортно-бытовых системах [3].

В качестве альтернативного подхода к оценке эффективности коммерческой деятельности торговой организации разработана методика оценки эффективности, основанная на принципах логистики, включающая следующие этапы:

**На первом этапе** разрабатывается система логистических показателей, на основании которых в дальнейшем будет дана характеристика исследуемого предприятия.

Целесообразно рассматривать 4 блока важнейших показателей логистики: сбыт (рентабельность продаж, прибыль на одного работника, процент выполнения плана, товарооборотчиваемость и др.), закупка (общее количество поставщиков, затраты на осуществление поставок продукции и др.), складирование (объем складских помещений, коэффициент использования складских помещений, коэффициент загрузки складского оборудования и др.) и транспортировка (транспортные затраты на выполнение одного условного заказа, степень механизации/автоматизации погрузо-разгрузочных работ, количество поврежденных товаров в процессе транспортировки и др.).

**Второй этап.** В практической работе часто приходится сталкиваться с ситуациями, когда общее число  $k$  изучаемых признаков очень велико. Желание исследователя представить каждое из наблюдений в виде вектора  $X$  некоторых вспомогательных показателей с существенно меньшим числом компонент  $q$  может быть обусловлено следующими причинами:

- необходимостью наглядного представления исходных данных;
- стремлением к лаконизму исследуемых моделей, обусловленному необходимостью упрощения счета и интерпретации полученных статистических выводов;
- необходимостью существенного сжатия объемов хранимой статистической информации (без видимых потерь в ее информативности).

При этом новые (вспомогательные) признаки  $X$  могут выбираться из числа исходных или определяться по какому-либо правилу по совокупности исходных признаков, например как их линейные комбинации. При формировании новой системы признаков, к последним предъявляются разного рода требования, такие, как

- наибольшая информативность (в определенном смысле),
- взаимная некоррелированность,
- наименьшее искажение геометрической структуры множества исходных данных и

Переход к новой системе признаков в зависимости от специфики решаемой задачи может опираться на один из возможных критериев:

- критерий автоинформативности, нацеленный на максимально сохранение информации, содержащейся в исходном массиве;
- критерий внешней информативности, нацеленный на максимальное «выжимание» из исходных признаков содержащейся в них информации относительно некоторых других внешних показателей [4, с.14].

Одним из наиболее эффективных средств «сжатия» информации, содержащейся в матрице исходных данных, является комплекс моделей и методов, называемых факторным анализом [5].

Целью факторного анализа является выявление общих факторов, специфических факторов и матрицы факторных нагрузок таким образом, чтобы найденные общие факторы объясняли наблюдаемые данные наилучшим образом, то есть чтобы суммарная общность переменных была максимальна (а соответственно специфичность - минимальна) [6].

Конечная цель статистического исследования, проводимого с привлечением аппарата факторного анализа, как правило, состоит в выявлении и интерпретации латентных общих факторов с одновременным стремлением минимизировать как их число, так и степень зависимости  $X_i$  от своих специфических остаточных случайных компонент [4, с.19].

**На третьем этапе** осуществляется нормирование выбранных показателей, т.к. все показатели, используемые в расчётах, имеют различные единицы измерения. Нормированные значения показателей будут находиться в пределах от 0 до 1, позволяя сопоставить их значения. Таким образом, на основании имеющихся данных о деятельности торгового предприятия может быть получена эконометрическая модель оценки результатов деятельности в виде интегральных показателей, синтезирующих в себе многообразие показателей.

**На четвёртом этапе** с помощью кластерного анализа проводится сравнительная оценка деятельности филиалов торгового предприятия, целью которого является образование групп схожих между собой объектов, которые принято называть кластерами [5].

Задача кластерного анализа заключается в том, чтобы разбить множество объектов  $G$  на  $m$  ( $m$  — целое) число кластеров (подмножеств)  $Q_1, Q_2, \dots, Q_m$  так, чтобы каждый объект  $G_i$  принадлежал одному и только одному подмножеству разбиения и чтобы объекты, принадлежащие одному и тому же кластеру, были сходными, в то время, как объекты, принадлежащие разным кластерам были разнородными.

Большое достоинство кластерного анализа в том, что он позволяет производить разбиение объектов не по одному параметру, а по целому набору признаков. Он позволяет рассматривать достаточно большой объем информации и резко сокращать, сжимать большие массивы социально-экономической информации, делать их компактными и наглядными [4, с. 23].

При сравнении деятельности филиалов торгового предприятия целесообразно использовать метод  $K$ -средних. Когда результаты кластерного анализа методом  $K$ -средних получены, можно рассчитать средние для каждого кластера по каждому измерению, чтобы оценить, насколько кластеры различаются друг от друга [7]. В результате успешного анализа можно формировать выводы по каждой группе магазинов.

**На пятом этапе** формируются выводы по каждому блоку логистических показателей, на основе интегральных показателей, полученных в результате проведения факторного и кластерного анализов. В результате определяется тенденция развития каждого филиала торгового предприятия, и даются предположения о его развитии в будущем.

Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий, по предложенной методике, необходима при планировании деятельности торгового предприятия, изыскании резервов повышения эффективности работы предприятия, определении стратегии его раз-

вития и т.п.

Логистический подход к оценке коммерческой деятельности дает представление об адаптации предприятия к рыночным условиям, позволяет не только выработать стратегию и тактику поведения торгового предприятия, но и повысить эффективность управления им.

Мировой и отечественный опыт свидетельствует, что применение логистики позволяет существенно повысить эффективность торговли.

Совокупный эффект от использования логистики, как правило, превышает сумму затрат от мероприятий по улучшению показателей деятельности предприятия. Это объясняется возникновением у логистически организованных систем ценной для рынка способности обеспечивать поставку нужного груза, необходимого качества, в нужном количестве, в нужное время, в нужное место с минимальными затратами.

#### Литература

1. *Гриневич, М.Н.* Управление ресурсами холдинговых систем. Методологические и практические аспекты: монография / *М.Н. Гриневич*. – Могилёв: Бел.–Рос. ун-т, 2005. – 427 с.: ил.
2. Актуальность логистики в современных условиях / Библиотека успешного бизнесмена [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://club-energy.ru/fl\\_3.php](http://club-energy.ru/fl_3.php)
3. *Еловой, И.А.* Основы коммерческой деятельности: учебно-методическое пособие / *И.А. Еловой*. – Гомель: УО БГУТ, 2008. – 150с.
4. *Алехин, Е.И.* Многомерные статистические методы: методические рекомендации студентам факультета экономики и управления ОГУ / *Е.И. Алехин*. – Орел: ГУ ВПО «ОГУ», 2007.- 37 с.: ил.
5. Эконометрика / *И.В. Орлова, В.Я. Габескирия, А.И. Пилипенко, А.Н. Гармаш, О.М. Гусарова, В.Н. Урадовских, А.А. Якушев*. – М: Всероссийский заочный финансово-экономический институт, 2002.
6. Factor Analysis method (FA) / Graphics and Media Lab Library[Электронныйресурс] – Режимдоступа: [http://library.graphicon.ru/pubbin/view\\_prop.pl?prop\\_id=217](http://library.graphicon.ru/pubbin/view_prop.pl?prop_id=217).
7. Кластерный анализ / StatSoft[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcluan.html>.

#### **Петрова Елена Сергеевна**

Магистрант экономического факультета  
Белорусско-Российский университет, г. Могилёв  
Тел.: +375(33) 693-01-28  
E-mail: [elen578@rambler.ru](mailto:elen578@rambler.ru)

#### **Макаревич Ольга Дмитриевна**

Старший преподаватель кафедры «Экономика»  
Белорусско-Российский университет, г. Могилёв  
Тел.: +375(29) 324-29-71  
E-mail: [25092007@tut.by](mailto:25092007@tut.by)