

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ КОНЦЕПЦИИ ЛОГИСТИКИ

Е.С. Петрова, О.Д. Макаревич

Торговля в условиях рыночных отношений, функционирует в рамках крупномасштабной, быстроменяющейся внешней среды. Для углубленного исследования коммерческой работы предприятий торговли может быть применена система оценки эффективности, базирующаяся на принципах логистики, которая поможет определить направления совершенствования управления коммерческой деятельностью. Логистика представляет собой позитивный фактор, влияющий на развитие хозяйственной деятельности в целом, и является одним из существенных направлений развития научно-технического прогресса.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, эффективность, логистический подход

С переходом к рынку всё большее значение приобретает коммерческая деятельность торгового предприятия. Она является непременным условием его эффективной работы и развития. В последние годы коммерческая деятельность значительно активизировалась: повысилась степень удовлетворения покупательского спроса, появилось большое количество новых товаров и т.п. Принципиально изменилось содержание коммерческой деятельности: организации торговли стали совмещать оптовую и розничную продажу товаров, расширять торговые сети, появилось большое число сетей магазинов.

В настоящее время чтобы торговое предприятие успешно функционировало необходимо проводить глубокий анализ его коммерческой деятельности в зависимости от постоянно меняющейся рыночной среды. Это позволит сделать предприятие прибыльным и конкурентоспособным, обеспечить его развитие, предвидеть будущее [1, 11].

Повышение эффективности хозяйствования во многом зависит от обоснованности, своевременности и целесообразности принимаемых управленческих решений. Сегодня одним из важнейших понятий теории управления становится «неопределенность», трактуемая как постоянная изменчивость ситуации. В таких условиях очевидным становится ошибочное представление о возможности обоснования управленческих решений на основе опыта и интуиции управляющих.

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.

В настоящее время для оценки деятельности торговой организации используется множество экономических параметров, характеризующих происходящие процессы со всех сторон. Разумеется, что объем анализируемых показателей значительно увеличивается при наличии у торговой организации большого количества филиалов, осложняя тем самым оценку их деятельности.

Целесообразно поэтому получить как можно меньший набор экономических показателей, с помощью которых руководители будут получать необходимую информацию о наиболее важных сторонах деятельности. Наличие такого рода сведений о протекающих процессах обязательно для проведения быстрой оценки состояния объектов, что, в свою очередь, делает возможным своевременное принятие решений на будущий период. Ведь в этом случае внимание руководителей не поглощено изучением обширного перечня аналитических данных, а ограничивается ознакомлением с небольшим количеством обобщенной информации, содержащейся в предлагаемых сводных показателях [2, 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 логики.

При оценке эффективности деятельности торгового предприятия с логистических позиций можно выделить следующие этапы:

Первый этап. Описание результатов деятельности большим числом различных показателей не только не проясняет, а, наоборот, затемняет существующую картину. Кроме того, предоставляемая информация должна различаться по содержанию в зависимости от ее назначения и применения в процессе управления. Более подробная информация должна использоваться на низших и средних уровнях системы управления, тогда как в более высокие звенья существующей иерархии управления следует передавать информацию в наиболее сжатой форме. Очевидно, что наличие такой информации в очень серьезной степени способствует совершенствованию процесса управления.

Таким образом, можно выделить основные блоки логистических показателей. Логистика рассматривает 4 блока важнейших показателей: сбыт, закупка, складирование и транспортировка (таблица).

На втором этапе происходит "сжатие" исследуемых показателей, т.е. из каждого блока выделяются наиболее предпочтительные показатели в зависимости от основного направления деятельности торгового предприятия.

Одним из наиболее эффективных средств «сжатия» информации, содержащейся в матрице исходных данных, является комплекс моделей и методов, называемых факторным анализом [3].

Таблица. Блоки важнейших показателей в логистике

Блоки	Показатели
Сбыт	рентабельность продаж
	прибыль на одного работника
	прибыль на 1 м ² торговой площади
	товарооборачиваемость в днях
	эффективность использования торгового потенциала предприятия
	показатель темпа интенсивности развития торгового предприятия
	показатель темпа экономического роста предприятия
Закупка	общее количество поставщиков
	затраты на поставки
	количество регионов, в которых осуществляются закупки
	доля затрат на поставку продукции в общей стоимости процесса снабжения
Складирование	объём складских помещений
	время пролёживания товаров на складе
	количество работников на складском хозяйстве
	складские затраты
	коэффициент использования складских помещений
	коэффициент загрузки складского оборудования
	объём складских работ
складские потери	
Транспортировка	транспортные затраты на выполнение одного условного заказа
	степень механизации/автоматизации погрузо-разгрузочных работ
	точность выполнения транспортных операций по срокам
	частота аварий
	количество повреждённых товаров в процессе транспортировки

Факторный анализ использует предположение о том, что исходные наблюдаемые переменные (распределенные по нормальному закону) x_i могут быть представлены в виде линейной комбинации факторов, также распределенных нормально:

$$x_i = \sum_{k=1}^n (a_{ik} \cdot F_k) + u_i, \quad (1)$$

где a_{ik} – матрица факторных нагрузок, F_k – общие факторы, u_i – специфические факторы

В этой модели присутствуют две категории факторов: общие факторы F_k и специфические факторы u_i . Фактор называется общим, если он оказывает влияние на две и более наблюдаемые переменные (математически это выражается в наличии как минимум двух существенно отличающихся от нуля коэффициентов a_{ik} для данного фактора F_k). Каждый из специфических факторов u_i несет информацию только об одной переменной x_i . Матрица a_{ik} называется матрицей факторных нагрузок и задает влияние общих факторов на наблюдаемые переменные.

Содержательно, специфические факторы соответствуют необъясненной общими факторами изменчивости набора наблюдаемых переменных. Таким образом, их можно рассматривать как случайную ошибку наблюдения или шум, не являющийся ценной информацией для выявления скрытых закономерностей и зависимостей. Важным

предположением является независимость u_i между собой. Обычно, однако, не всегда, общие факторы F_k предполагаются некоррелированными (ортогональными).

Целью факторного анализа является выявление общих факторов F_k , специфических факторов u_i и матрицы факторных нагрузок A таким образом, чтобы найденные общие факторы объясняли наблюдаемые данные наилучшим образом, то есть чтобы суммарная общность переменных была максимальной, а специфичность - минимальна [4].

Все показатели, используемые в расчётах, имеют различные единицы измерения, поэтому все значения показателей нормируют, исходя из следующих формул:

– если $x_{\text{опт}} = x_{\text{min}}$, то нормированный показатель равен:

$$x_{\text{норм}} = \frac{x_i - x_{\text{min}}}{x_{\text{max}} - x_{\text{min}}}, \quad (2)$$

где x_i – i -ое значение показателя;

x_{max} – максимальное значение показателя;

x_{min} – минимальное значение показателя

- если $x_{\text{опт}} = x_{\text{max}}$, то нормированный показатель равен:

$$x_{\text{норм}} = \frac{x_{\text{max}} - x_i}{x_{\text{max}} - x_{\text{min}}}, \quad (3)$$

Нормированные значения показателей будут находиться в пределах от 0 до 1, позволяя сопоставить их значения.

Таким образом, на основании имеющихся данных о деятельности торговой организации может быть получена эконометрическая модель оценки результатов деятельности в виде интегральных показателей, синтезирующих в себе многообразие более мелких показателей.

На третьем этапе проводится сравнительная оценка деятельности филиалов торгового предприятия. Поскольку большинство рассматриваемых объектов образуют сходные группы для лучшей интерпретации результатов целесообразно провести кластерный анализ.

Кластерный анализ представляет собой совокупность методов, позволяющих классифицировать многомерные наблюдения, каждое из которых описывается набором признаков X_1, X_2, \dots, X_k . Целью кластерного анализа является образование групп схожих между собой объектов, которые принято называть кластерами (класс, таксон, сгущение).

Необходимость развития методов кластерного анализа и их использования продиктована тем, что они помогают построить научно обоснованные классификации, выявить внутренние связи между единицами наблюдаемой совокупности. Кроме того, методы кластерного анализа могут использоваться в целях сжатия информации, что является важным фактором в условиях постоянного увеличения и усложнения потоков статистических данных [3].

При сравнении деятельности филиалов торгового предприятия целесообразно использовать метод К-средних. Обычно, когда результаты кластерного анализа методом К-средних получены, можно рассчитать средние для каждого кластера по каждому измерению, чтобы оценить, насколько кластеры различаются друг от друга. В идеале должны получиться сильно различающиеся средние для большинства, если не

для всех измерений, используемых в анализе [5]. В результате успешного анализа можно формировать выводы по каждой группе магазинов.

На четвёртом этапе осуществляется оценка деятельности торгового предприятия на основе интегральных показателей, полученных в результате проведения анализа. На основании интегральных показателей определяется тенденция развития каждого филиала торгового предприятия и даются предположения о его развитии в будущем.

Таким образом, применение логистического подхода автоматически решает проблему сравнительной оценки деятельности предприятий анализируемой отрасли. К субъектам хозяйствования, попавшим в один кластер можно применять одинаковые управленческие решения либо переносить опыт успешного управления с одного предприятия на другое, схожее по показателям своей работы.

Интегральные показатели, полученные в результате проведения факторного анализа, облегчают проведение ретроспективной диагностики, которая позволяет определить тенденцию развития каждого магазина и сделать предположение о его развитии в будущем.

Такая работа необходима при планировании хозяйственной деятельности, выявлении причин невыполнения плановых заданий, изыскании резервов повышения эффективности работы предприятий, определении стратегии его развития.

Литература

1. *Молоткова, Н.В.* Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие / *Н.В. Молоткова, Г.А. Соседов.* - Тамбов: Издательство Тамбовского государственного технического университета, 2004. - 152 с.
2. *Гриневич, М.Н.* Управление ресурсами холдинговых систем. Методологические и практические аспекты: монография / *М.Н. Гриневич.* – Могилёв: Бел.-Рос. ун-т, 2005. – 427 с.: ил.
3. 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.
4. Factor Analysis method (FA) / Graphics and Media Lab Library [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://library.graphicon.ru/pubbin/view_prop.pl?prop_id=217
5. Кластерный анализ / Stat Soft [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcluan.html>

Петрова Елена Сергеевна

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

Макаревич Ольга Дмитриевна

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