

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ СЕТИ

*Е.П.Шибут, В.А.Широченко*

В статье рассматриваются вопросы повышения прибыли торговых предприятий, объединенных в единую сеть. Проведенный факторный анализ позволил выявить наиболее важные факторы и построить математическую модель, отражающую влияние этих факторов на прибыль торговых предприятий. В итоге разработаны мероприятия по повышению эффективности торговой сети.

Ключевые слова: прибыль, факторный анализ, фиктивные переменные, повышение эффективности деятельности.

Законом «О предприятиях в Республике Беларусь» установлено, что главной задачей предприятия является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия. Прибыль – это основной многозначный оценочный показатель результатов работы предприятия в условиях становления и развития рыночного механизма.

Предприятие, ориентированное на повышение эффективности своей деятельности, должно постоянно тщательно анализировать деятельность всех структурных подразделений и выявлять те существенные факторы, которые влияют на главный критерий эффективности деятельности организации – прибыль.

В современных условиях предприятие должно учитывать постоянно изменяющиеся рыночные условия. В связи с этим возникает проблема быстрого реагирования на изменение того или иного фактора. Эту проблему помогает решить автоматизация принятия управленческих решений, обеспечивающая постоянный мониторинг эффективности деятельности предприятия, который построен на детальном качественном и количественном анализе ситуации.

Для анализа эффективности торговой сети ОАО «Восход» использованы факторный и регрессионный анализ. Выполнение такого анализа осуществляется с помощью специально разработанной программной системы, которая позволяет выявлять факторы, наиболее влияющие на прибыль и строить зависимость прибыли от этих факторов. Построенная модель использована для повышения эффективности деятельности структурных подразделений ОАО «Восход» путем увеличения прибыли, выбранной в качестве критерия эффективности деятельности.

Программная система и база данных разработаны в интегрированной среде Borland C++ Builder4 на языке C++.

При разработке модели прибыли учтены как количественные ( $X_1$  – розничный товарооборот,  $X_2$  – издержки обращения,  $X_3$  – площадь), так и качественные факторы ( $X_4$  – режим работы,  $X_5$  – место расположения,  $X_6$  – аренда,  $X_7$  – метод продажи,  $X_8$  – оборудование).

Отбор значимых количественных факторов производится с помощью метода главных компонент. В результате его применения получена матрица факторных нагрузок:

$$A = \begin{pmatrix} & F_1 & F_2 & F_3 \\ Z_1 & 0,958 & 0,182 & -0,215 \\ Z_2 & 0,893 & -0,447 & 0,018 \\ Z_3 & 0,955 & 0,237 & 0,201 \end{pmatrix} \quad (1)$$

Матрица  $A$ , представляющая признаковую структуру каждой из главных компонент и позволяет определять их названия. Главные компоненты представляют собой некие обобщающие относительные показатели. Следует отметить, что высокие значения главных компонент не свидетельствуют о получении прибыли, также как и низкие их значения не говорят об убытках магазина.

$F_1$  – объясняет 87% общей дисперсии элементарных признаков. Данная компонента говорит о том, насколько объемы розничного товарооборота сопоставимы с издержками магазина и размерами его торговых площадей. В связи с этим дадим ей название - «эффективность продаж»;

$F_2$  – объясняет 10% общей дисперсии элементарных признаков и показывает, насколько издержки соответствуют объемам розничного товарооборота и размерам торговых площадей. Назовем ее - «оптимальность затрат»;

$F_3$  – объясняет 3% общей дисперсии элементарных признаков, сигнализирует о том, насколько эффективно используются торговые площади. Дадим ей название - «характеристика использования торговых площадей».

Из этого можно сделать вывод, что колебания прибыли в исследуемых структурных подразделениях зависят от фактора, названного нами как «эффективность продаж».

Все магазины ОАО «Восход» разделены на две группы: с положительной и отрицательной эффективностями продаж. Построение модели производилось отдельно для каждой из выделенных групп. Сначала построена зависимость прибыли от эффективности продаж, а затем по одному добавлялись качественные факторы, значимость которых определялась по увеличению коэффициента детерминации.

Для структурных подразделений с отрицательной эффективностью продаж получена следующая модель прибыли:

$$\text{Прибыль} = 15856 + 46269F_1 + 16112X_4 + 19385X_5. \quad (2)$$

Прибыль таких структурных подразделений можно повысить путем изменения режима работы или изменения параметров магазина (розничного товарооборота, издержек обращения, размера торговых площадей). Изменение в магазине режима работы на удобный для покупателей увеличивает прибыль на 16 112 тыс. р.

Для структурных подразделений с положительной эффективностью продаж получена следующая модель прибыли:

$$\text{Прибыль} = -34099 - 4147F_1 + 24143X_5 + 32141X_7. \quad (3)$$

Прибыль таких структурных подразделений можно повысить путем изменения метода продажи или изменения параметров магазина. Организация в магазине с традиционным методом продажи самообслуживания увеличивает прибыль на 32 141 тыс. р.

Используя полученную модель и функции зависимости затрат на проведение мероприятий от площади структурного подразделения, разработанная программная система позволяет произвести анализ повышения эффективности деятельности структурных подразделений. Экономический эффект от внедряемых мероприятий в зависимости от структурного подразделения составляет от 3 000 тыс. р. до 35 000 тыс. р. Боль-

шинство структурных подразделений возможно вывести из группы убыточных, а если нет, то возможно значительно снизить убытки.

Кроме того, разработанная программная система позволяет проектировать новые структурные подразделения и выбрать наилучший вариант их организации. С помощью этой функции было проведено проектирование нового магазина ОАО «Восход».

Применение разработанной программной системы является актуальным для ОАО «Восход», так как проведение подобных экспериментов в действительности практически невозможно, а если и возможно то требует больших затрат и много времени.

Данная программная система разработана в помощь сотрудникам отдела экономики и прогнозирования, в котором было организовано автоматизированное рабочее место в соответствии с закрепленными нормами и требованиями.

#### Литература

1. Эконометрика: учебник // Под общ. ред. *И.И. Елисеевой*. – 2-е изд., перераб.– М.: Финансы и статистика. 2005. – 576 с. : ил.
2. *Кравченко, Л.И.* Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебное пособие // *Л.И. Кравченко*. – М.: Новое знание, 2003. – 694 с. : ил.
3. Экономика и организация торгового предприятия: учебник // Под общ. ред. *А. Н. Соломатина*. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М 2002. – 292 с. : ил.

#### **Шибут Елена Петровна**

Выпускник экономического факультета 2007 по специальности "Экономика и управление на предприятии"

Белорусско-Российский университет, г. Могилев  
Тел.: +375(297)40-06-44.

#### **Широченко Виктор Александрович**

Заведующий кафедры "Экономическая информатика"  
Белорусско-Российский университет, г. Могилев  
Тел.: +375(296) 08-80-86  
E-mail: [innov@tut.by](mailto:innov@tut.by)