

В.А. Соболев

Концептуальная модель системы управления развитием розничной торговли

В статье рассматривается концепция управления розничной торговлей Украины. Основное внимание уделено моделированию процессов трехуровневого управления развитием розничной торговли на основе системного подхода. Предлагаемая модель предполагает тесное взаимодействие различных уровней управления и детальный анализ информационных потоков.

Ключевые слова: розничная торговля, системный подход, информационные потоки, уровни управления, концептуальная модель, экономико-математическое моделирование, процессы товарного обращения, принятие решения, анализ состояния торговли, планирование, организация, мотивация, контроль.

Постановка проблемы

Коренное повышение эффективности торговли в настоящее время, когда перед отраслью стоит задача перехода от экстенсивного направления развития к интенсивному, когда торговля превратилась в очень сложную, динамически развивающуюся систему, может быть обеспечено лишь при условии системного подхода к решению данной проблемы.

Розничная торговля является отраслью национальной экономики, которая нуждается в формировании целостной системы управления ее развитием.

Одной из наиболее актуальных задач в этом направлении является разработка модели управления развитием розничной торговли (МУРРТ), которая была бы основана на системном анализе объекта исследования и являлась концептуальной, охватывая все уровни управления – от управления торговлей как отраслью национальной экономики до управления отдельным розничным предприятием.

Анализ публикаций и исследований

Указанная проблема имеет длительную историю проведения исследований. В 60-80-х годах XX в. вышло много интересных работ по организации торговли в условиях социалистической экономики. Многие вопросы управления торговлей, особенно в области создания концепции, которые поднимались в работах В. Бурмистрова, Ш. Опельбаума, А. Фридмана, Л. Брагина и т.д., актуальны и по сей день. Следует отметить, что в Украине «организация торговли как отрасль знаний имеет фрагментарный характер» [1, с. 13 – перевод автора]. Значительный интерес представляют многие современные работы украинских [1], российских [4] и зарубежных авторов [2, 3, 5], особенно в области подходов к управлению розничной торговлей. Эти работы приближают нас к сущности и актуальности проблем, затронутых в данном исследовании.

Соболев Вячеслав Александрович, кандидат экономических наук, доцент, докторант, доцент кафедры маркетинга и коммерческого дела, факультет маркетинга, торговли и таможенного дела Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского.

© В.А. Соболев, 2009

Нерешенные проблемы

В то же время следует отметить, что вопросы концептуального управления развитием розничной торговли, особенно на всех уровнях управления, до настоящего времени в литературе не проработаны. Не разработаны конкретные схемы и модели, позволяющие разработать концепцию управления розничной торговлей, комплексно охватывающую все уровни управления: микро-, мезо- и макро-, т.е. на уровнях розничного предприятия, региона и отрасли в целом.

Целью исследования

Целью исследования является разработка принципов концепции трехуровневого управления розничной торговлей Украины, создание концептуальной схемы управления ее развитием и на ее основе экономико-математической модели разработанной концепции.

Основные результаты исследования

Управлению розничной торговлей с позиций системного подхода (т. е. позиции системного воздействия на сложнейшую совокупность взаимосвязей, присущих процессам товарного обращения) мешают недостатки информационного обеспечения анализа и планирования во всех без исключения звеньях торговли [1,4].

На основе исследований, проведенных нами, можно сделать вывод о том, что к основным недостаткам информационного обеспечения управления торговлей следует отнести:

- несовершенство действующих информационных потоков между уровнями управления и между функциональными подразделениями одного уровня;

- избыток информации во многих формах бухгалтерской и статистической отчетности и в других документах;

- недостаток в утвержденных формах отчетности информации для решения некоторых очень важных задач анализа, планирования и управления, для реализации на практике системного подхода к совершенствованию управления отраслью;

- несовершенство методик анализа и планирования торгово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций розничной торговли, методик анализа многих очень сложных экономических и социальных процессов, оказывающих влияние на эффективность розничной торговли (иными словами, несовершенство методик переработки информации);

- низкий уровень автоматизации процессов сбора и обработки информации;

- не всегда достаточно высокий уровень квалификации работников, занятых информационной деятельностью в розничной торговле.

Совершенствование информационных потоков во всех без исключения звеньях торговли является необходимым условием повышения эффективности управленческой деятельности, следовательно, и эффективности отрасли [5].

Для характеристики объема информационной деятельности в торговле можно использовать следующие данные. Перечень типовых документов первичного учета в торговле содержит свыше сотни форм. Причем некоторые из них насчитывают десятки колонок и многие десятки строк. Добавим, что, помимо типовых форм, в предприятиях розничной торговли и общественного питания часто используются и дополнительные, не предусмотренные этим перечнем формы учета.

Несмотря на столь значительные объемы информации, разрабатываемой в различных звеньях торговли и циркулирующей между ними, многих данных явно недостаточно для проведения глубокого анализа и обоснованного планирования важнейших показателей деятельности торговых предприятий и организаций.

Примеров нехватки данных, имеющихся в утвержденных формах статистической и бухгалтерской отчетности для совершенствования экономической работы в торговле, можно привести много. Рассмотрим один из них. Допустим, при анализе издержек обращения предприятия установлено, что уровень расходов на содержание зданий, помещений, сооружений и инвентаря (включая охрану, не состоящую в штате) за отчетный период составил 0,26% к товарообороту, а в предыдущий год был равен 0,19% к товарообороту. Естественно, что этот факт должен заставить работников аппарата управления предприятия глубже проанализировать результаты торгово-финансовой деятельности для выяснения причин, приведших к увеличению расходов по этой статье издержек обращения. Выполнить эту работу, однако, не так просто и прежде всего потому, что исходных данных, имеющихся в утвержденных формах бухгалтерской и статистической отчетности, явно недостаточно.

Среди перечня мероприятий, проведение которых необходимо для дальнейшего повышения эффективности розничной торговли, особое место занимают вопросы совершенствования методологии анализа и планирования торгово-хозяйственной деятельности торговых предприятий и организаций [1-5].

В большей части существующих методик экономического анализа торгово-хозяйственной деятельности обычно даются рекомендации о том, какие факторы необходимо учесть при анализе тех или иных процессов, но далеко не всегда объясняется, как дать количественную оценку силы воздействия этих факторов на исследуемые показатели и откуда (или как) получить необходимую для этих целей информацию [3]. Нет необходимости доказывать, что подобные методики мало способствуют укреплению экономической работы в предприятиях и организациях розничной торговли.

На рис. 1а показаны соотношения решаемых, решаемых частично, интуитивно и «наобум» и нерешаемых проблем, которые тем не менее актуальны для процессов управления розничной торговлей.

На рисунке 1б показаны соотношения проработанных, проработанных недостаточно и непроработанных методик экономического анализа торгово-хозяйственной деятельности. Данные получены автором в ходе исследования на основе анализа литературы и экспертной оценки работы розничной торговли на всех уровнях управления.

Как видно из данных схем, имеется явный перекоп в теории и практике управления хозяйственной деятельностью в сторону интуитивного управления из-за недостаточно проработанных системных подходов трехуровневого управления и практического их применения.

На основе проведенных нами исследований предлагается следующий концептуальный подход к трехуровневой системе управления развитием розничной торговли Украины.

Выделяются три основных уровня управления: микро-, т.е. уровень розничного предприятия; мезо-, т.е. уровень региона; макро-, т.е. уровень торговли как отрасли по Украине. Вне системы управления располагается еще мегауровень, т.е. мировая система розничной торговли, не подвергающаяся влиянию рассматриваемой системы управления, но влияющая на нее.

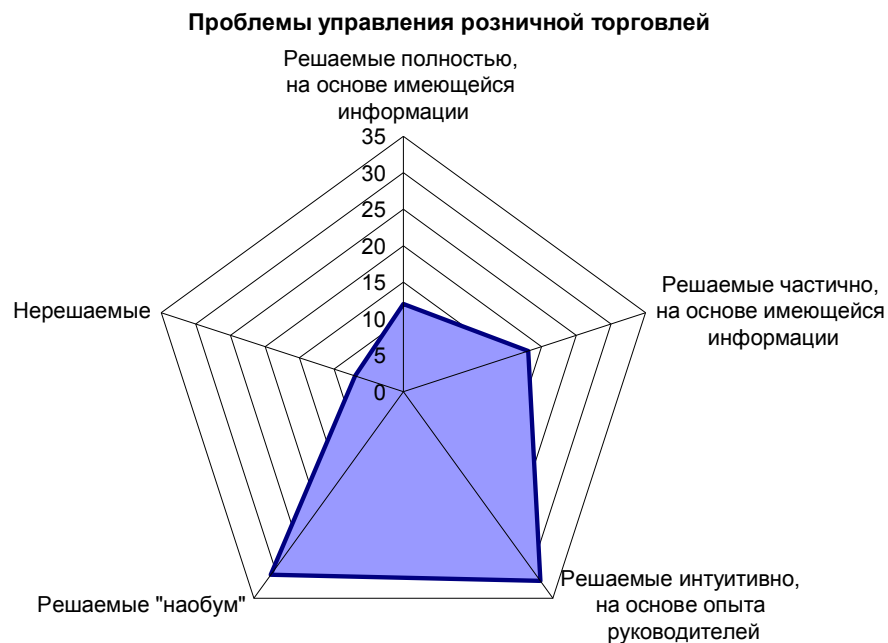


Рис. 1а. Проблемы управления розничной торговлей

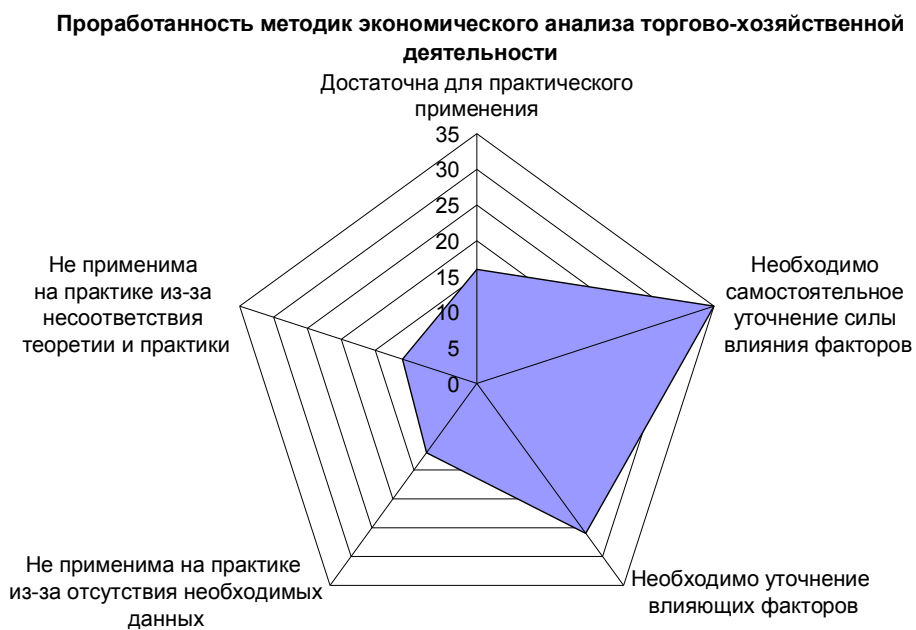


Рис. 1б. Соотношения решаемых и нерешаемых проблем и использования предлагаемых в литературе методик экономического анализа торгово-хозяйственной деятельности в управлении розничной торговлей

Кроме того, рассмотрению подлежат также факторы внешней среды Украины, влияющие на развитие указанной системы управления: условия развития, особенности развития, проблемы развития, перспективы развития и прочие факторы.

Выделяются три основных уровня управления: микро-, т.е. уровень розничного предприятия; мезо-, т.е. уровень региона; макро-, т.е. уровень торговли как отрасли по Украине. Вне системы управления располагается еще мегауровень, т.е. мировая система розничной торговли, не подвергающаяся влиянию рассматриваемой системы управления, но влияющая на нее. Кроме того, рассмотрению подлежат также факторы внешней среды Украины, влияющие на развитие указанной системы управления: условия развития, особенности развития, проблемы развития, перспективы развития и прочие факторы.

Концептуальная схема управления развитием розничной торговли показана на рис. 2.

На базе этой схемы можно определить концептуальную модель системы управления развитием розничной торговли (МУРРТ).

Пусть s_{ijk} – состояние k -го показателя j -го предприятия торговли i -го региона.

Состояние отрасли по Украине по k -му показателю можно определить как

$$S_k = \bigcup_{i=1}^m \bigcup_{j=1}^n s_{ijk} .$$

Тогда анализ состояния розничной торговли по k -му показателю по Украине можно выразить как функцию от действительного состояния отрасли, т.е.

$$\forall S_k \exists a_k \in A | a_k = f(S_k) = f\left(\bigcup_{i=1}^m \bigcup_{j=1}^n s_{ijk}\right),$$

где A – множество показателей анализа, отражающее общее состояние розничной торговли по Украине.

Анализ мирового состояния торговли можно определить как множество показателей анализа $a_{k'}^W$ согласно получаемой информации из мегауровня о состоянии торговли в других странах $S_{k'}^W$:

$$\forall S_{k'}^W \exists a_{k'}^W \in A^W | a_{k'}^W = f(S_{k'}^W) = f\left(\bigcup_{i=1}^m \bigcup_{j=1}^n s_{ijk'}^W\right).$$

При этом k' является показателем состояния торговли на мегауровне, соответствующим показателю k состояния торговли в Украине.

При условии сопоставимости сравниваются соответствующие показатели

$$(k \lesseqgtr k') \rightarrow (a_k \lesseqgtr a_{k'}^W) = \Delta a_k \in \Delta A.$$

На основании анализа принимаются управляющие решения, направленные на планирование (u^{pl}), организацию (u^{org}), мотивацию (u^{mot}) и контроль (u^{con}) развития торговли как отрасли на макроуровне и являющиеся функциями от произведенного анализа, т.е.:

$$\begin{aligned} u^{nl} &= \varphi^{nl}(A, A^W, \Delta A) \rightarrow opt, \\ u^{opz} &= \varphi^{opz}(u^{nl}, A, A^W, \Delta A) \rightarrow opt, \\ u^{mom} &= \varphi^{mom}(u^{opz}, u^{nl}, A, A^W, \Delta A) \rightarrow opt, \\ u^{kon} &= \varphi^{kon}(u^{mom}, u^{opz}, u^{nl}, A, A^W, \Delta A) \rightarrow opt. \end{aligned}$$

На региональном уровне проводится аналогичный анализ по региону и принимаются управленческие решения по воздействию на развитие розничной торговли. При этом учитываются произведенные воздействия на макроуровне.

Состояние торговли на региональном уровне определяется как

$$S_{ik} = \bigcup_{j=1}^n S_{ijk}.$$

Анализ торговли в регионе можно определить как

$$\forall S_{ik} \exists a_{ik} \in A_i | a_{ik} = f(S_{ik}) = f\left(\bigcup_{j=1}^n S_{ijk}\right).$$

Сопоставление с показателями по Украине

$$(ik \lesssim k) \rightarrow (a_{ik} \lesssim a_k) = \Delta a_{ik} \in \Delta A_i.$$

На основании анализа состояния торговли в регионе и управляющих воздействий на макроуровне принимаются управляющие решения, направленные на планирование (u_i^{nl}), организацию (u_i^{opz}), мотивацию (u_i^{mom}) и контроль (u_i^{kon}) развития торговли на мезоуровне и являющиеся функциями от произведенного анализа, т.е.:

$$\begin{aligned} u_i^{nl} &= \varphi_i^{nl}(u^{nl}, A_i, A, \Delta A_i) \rightarrow opt, \\ u_i^{opz} &= \varphi_i^{opz}(u_i^{nl}, u^{opz}, A_i, A, \Delta A_i) \rightarrow opt, \\ u_i^{mom} &= \varphi_i^{mom}(u_i^{opz}, u_i^{nl}, u^{mom}, A_i, A, \Delta A_i) \rightarrow opt, \\ u_i^{kon} &= \varphi_i^{kon}(u_i^{mom}, u_i^{opz}, u_i^{nl}, u^{kon}, A_i, A, \Delta A_i) \rightarrow opt. \end{aligned}$$

На уровне предприятия анализ производится по показателям его состояния S_{ijk} .

Анализ деятельности можно представить в следующем виде:

$$\forall S_{ijk} \exists a_{ijk} \in A_{ij} | a_{ijk} = f(S_{ijk}).$$

Сопоставление с показателями по Украине и региону

$$\begin{aligned} (ijk \lesssim k) &\rightarrow (a_{ijk} \lesssim a_k) = \Delta a_{ijk} \in \Delta A_{ij}, \\ (ijk \lesssim ik) &\rightarrow (a_{ijk} \lesssim a_{ik}) = \Delta a'_{ijk} \in \Delta A'_{ij}. \end{aligned}$$

Управляющие решения на микроуровне, направленные на планирование (u_{ij}^{nl}), организацию (u_{ij}^{opz}), мотивацию (u_{ij}^{mom}) и контроль (u_{ij}^{kon}) развития торговли на конкретном предприятии являются функциями от произведенного анализа состояния предприятия и управляющих воздействий на мезо- и макроуровнях, т.е.:

$$u_{ij}^{nl} = \varphi_{ij}^{nl}(u_i^{nl}, u_{ij}^{nl}, A_{ij}, A_i, A, \Delta A_{ij}, \Delta A'_{ij}) \rightarrow opt,$$

$$u_{ij}^{opz} = \varphi_{ij}^{opz}(u_{ij}^{nl}, u_i^{opz}, u^{opz}, A_{ij}, A_i, A, \Delta A_{ij}, \Delta A_{ij}^r) \rightarrow opt,$$

$$u_{ij}^{mom} = \varphi_{ij}^{mom}(u_{ij}^{opz}, u_{ij}^{nl}, u_i^{mom}, u^{mom}, A_{ij}, A_i, A, \Delta A_{ij}, \Delta A_{ij}^r) \rightarrow opt,$$

$$u_{ij}^{kon} = \varphi_{ij}^{kon}(u_{ij}^{mom}, u_{ij}^{opz}, u_{ij}^{nl}, u_i^{kon}, u^{kon}, A_{ij}, A_i, A, \Delta A_{ij}, \Delta A_{ij}^r) \rightarrow opt.$$

На новое состояние розничной торговли S'_{ijk} влияют как текущее ее состояние и предпринимаемые управляющие воздействия, так и внешняя среда: факторы, влияющие на развитие розничной торговли в Украине (ψ), условия развития (χ), особенности развития (μ), проблемы развития (π), перспективы (ρ). Новое состояние можно определить как функцию от всех перечисленных составляющих:

$$S'_{ijk} = \theta(s_{ijk}, u_{ij}^{nl}, u_{ij}^{opz}, u_{ij}^{mom}, u_{ij}^{kon}, \psi, \chi, \mu, \pi, \rho).$$

Таким образом, мы имеем циклический процесс управления развитием розничной торговли, описанный данной моделью.

Выводы

В результате проведенных исследований получена концептуальная модель управления развитием розничной торговли Украины. Данная модель имеет общетеоретический характер, отражающий особенности трехуровневого развития системы управления торговлей. В то же время определена структура функций оптимизации управляющих воздействий, которая будет уточняться и конкретизироваться в ходе дальнейших исследований в данном направлении.

1. *Організація торгівлі* : підручник / [В. В. Апопій, І. П. Мішук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький, Ю. М. Хом'як] ; за редакцією В. В. Апопія. – [2-ге вид., перероб. та доп.]. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 632 с.
2. *Берман Б.* Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Д. Эванс ; [пер. с англ.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.
3. *Джоунз Г.* Торговый бизнес: Как организовать и управлять / Г. Джоунз ; [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 304 с.
4. *Егоров В. Ф.* Организация торговли / В. Ф. Егоров. – СПб. : «Питер», 2004. – 352 с.
5. *Леви М.* Основы розничной торговли / М. Леви, Б. А. Вейтц ; [пер. с англ.]. – СПб. : изд-во «Питер», 1999. – 448 с.

Получено 10.02.2009 г.

В.О. Соболев

Концептуальна модель системи управління розвитком роздрібною торгівлі

У статті розглянута концепція управління роздрібною торгівлею України. Основна увага приділена моделюванню процесів трирівневого управління розвитком роздрібною торгівлі на основі системного підходу. Пропонована модель передбачає тісну взаємодію різних рівнів управління і детальний аналіз інформаційних потоків.

Ключові слова: роздрібна торгівля, системний підхід, інформаційні потоки, рівні управління, концептуальна модель, економіко-математичне моделювання, процеси товарного обігу, ухвалення рішення, аналіз стану торгівлі, планування, організація, мотивація, контроль.

В.А. Соболев. Концептуальная модель системы управления развитием розничной торговли

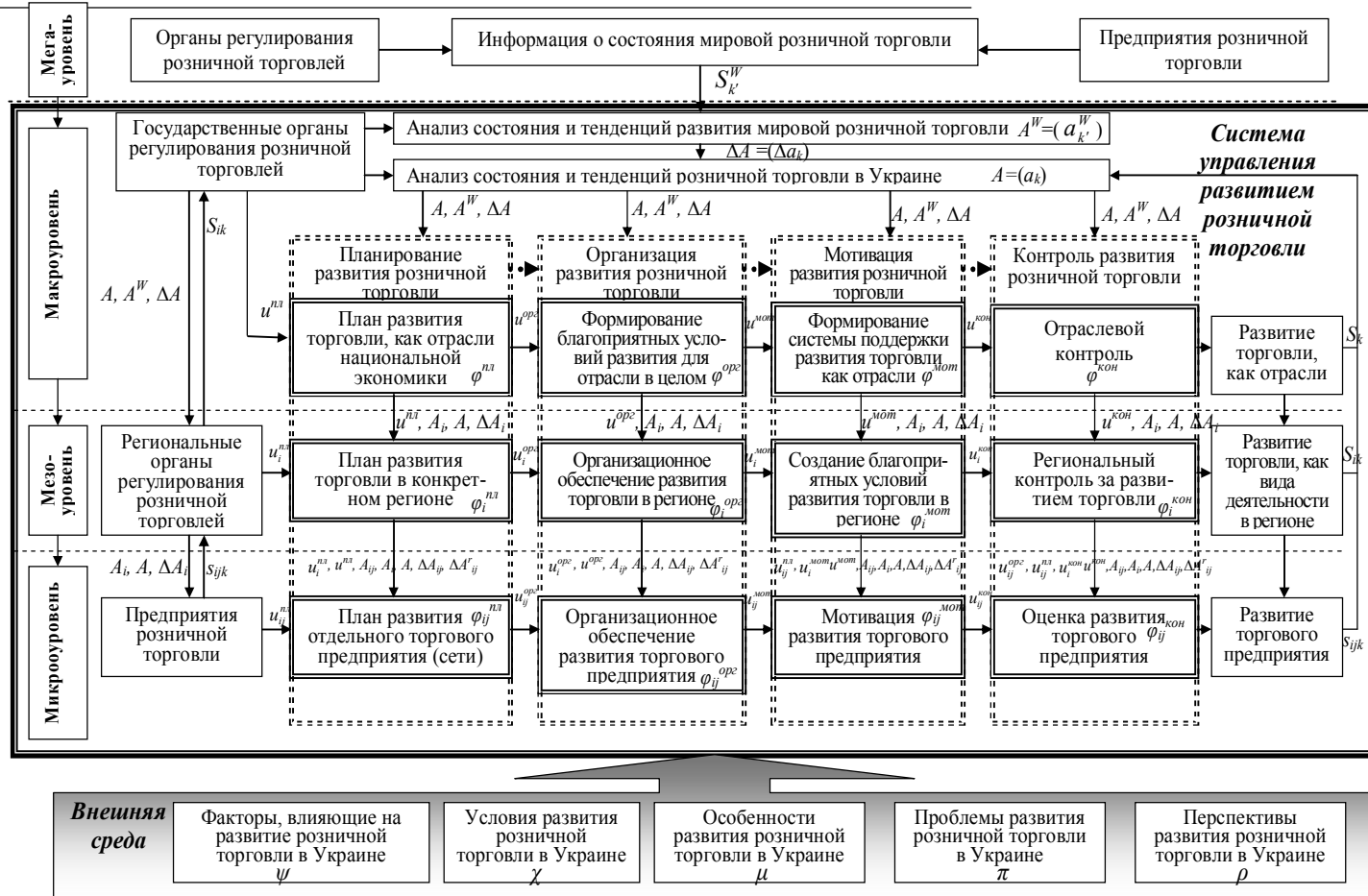


Рис. 2. Концептуальная схема управления развитием розничной торговли