

УДК: 338.46

СОРОКА СВЕТЛАНА АЛЕКСЕЕВ-
НА

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учёта, анализа
и экономической безопасности, Хабаровский государственный
университет экономики и права,
e-mail: sv0307@rambler.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2021-4-74-79

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ СЕРВИСНОГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ИНТЕГРАЦИИ ПРОЦЕССА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Аннотация. Цель работы. Целью работы является оценка эффективности деятельности торговых бизнес-центров и управления предприятием сферы услуг. **Метод и методология проведения работы.** В рамках исследования были использованы методы исследования: логарифмический способ, способы сравнения, интегральный способ, традиционные способы обработки информации. **Результаты.** В статье рассматриваются вопросы эффективности управления организаций сферы услуг, а именно предприятиями торговли, выбора организационной структуры торгового бизнес-центра. Определены показатели, факторы-индикаторы, характеризующие эффективность деятельности организации сферы услуг. Предложена методика оценки, позволяющая оценить эффективность деятельности организации сферы услуг. Определены структуры управления сервисного комплекса торговли. **Область применения результатов.** Результаты проведенного исследования могут быть использованы при прогнозировании результатов деятельности организаций, оказывающих услуги формирования структуры управления в процессе интеграции предприятий торговли. **Выводы.** Определены показатели эффективности деятельности организации, оказывающей услуги. Предложена методика оценки результатов деятельности. Представлены структуры управления торговым бизнес-центром. **Ключевые слова:** структуры управления, сфера услуг, эффективность деятельности.

SOROKA SVETLANA ALEKSEEVNA

Ph. D. in Economics, Associate Professor of the Department
of Accounting, Analysis and Economic Security, Khabarovsk
State University of Economics and Law,
e-mail: sv0307@rambler.ru

ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF THE SERVICE COMPLEX FOR THE INTEGRATION OF THE SERVICE DELIVERY PROCESS

Abstract. The purpose of the work. The purpose of the work is to evaluate the effectiveness of the activities of shopping business centers and the management of the enterprise in the service sector. **The method and methodology of the work.** Within the framework of the study, the following research methods were used: logarithmic method, comparison methods, integral method, traditional methods of information processing. **Results.** The article deals with the issues of the efficiency of management of organizations in the service sector, namely, trade enterprises, the choice of the organizational structure of a trade business center. Indicators, factors-indicators that characterize the effectiveness of the organization of the service sector are determined. A methodology for evaluating the effectiveness of the organization of the service sector is proposed. The management structures of the trade service complex are defined. **The scope of the results.** The results of the study can be used to predict the performance of organizations that provide services for the formation of a management structure in the process of integration of trade enterprises. **Conclusions.** The performance indicators of the organization providing services are determined. A methodology for evaluating the results of activities is proposed. The management structures of a shopping business center are presented.

Keywords: management structures, service sector, performance.

Введение. Основой интеграции компаний, оказывающих услуги торговли, является синергетическая теория. Увеличение эффективности за счет масштаба торговой деятельности и вертикальной интеграции отражает операционную синергию. Эффективность использования денежных средств, собственного капитала, заемного капитала отражает финансовую синергию.

Методы исследования. Необходимость формирования в настоящее время сервисных комплексов обусловлена следующими факторами:

- увеличение числа предприятий торговли, которое приводит к росту конкуренции;
- потребители предъявляют повышенные требования к качеству товаров и процессу осуществления продаж;
- нежелание потребителей тратить значительное количество времени на поиск товаров;
- низкий спрос в сравнении с предложением;
- малые предприятия торговли имеют потребность выхода на высокоэффективные рынки сбыта продукции.

В свою очередь, сервисный комплекс позволит сформировать высокие преимущества в связи с объединением.

Единый центр торговли объединит разные субъекты:

- непосредственно предприятия торговли;
- фирмы, оказывающие услуги телекоммуникации;
- закупочные компании;
- фирмы по доставке товара;
- кредитно-финансовые предприятия;
- фирмы, оказывающие услуги монтажа товаров;
- выставочные залы;
- консалтинговые компании;
- компании, осуществляющие ремонт товаров.

Структура управления бизнес-центром для небольших городов включает простую органи-

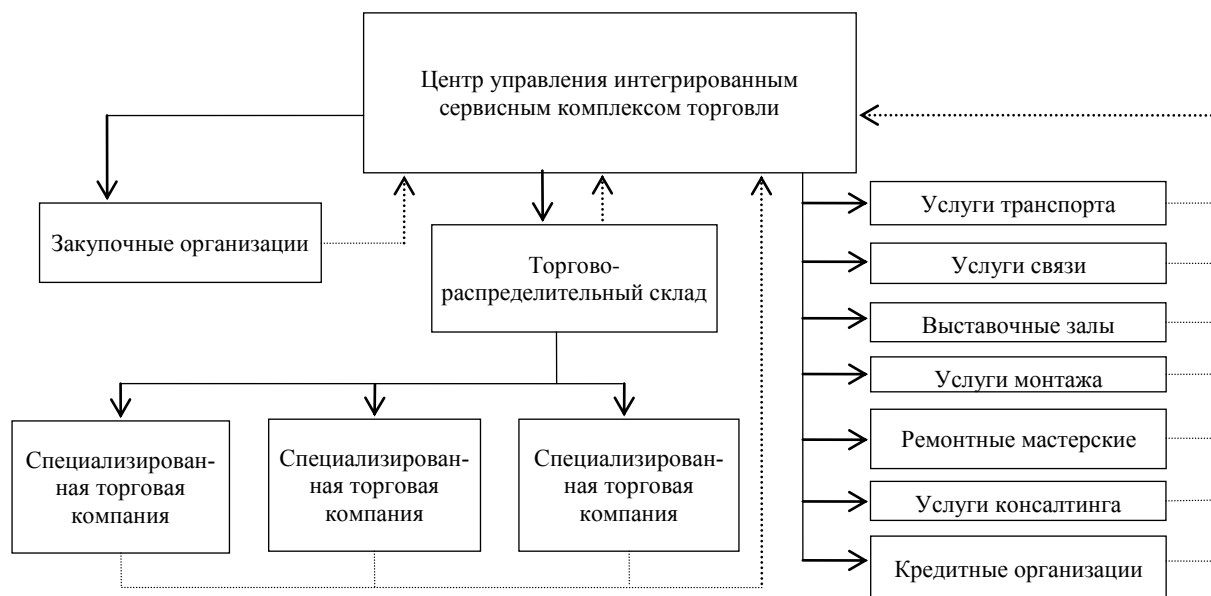


Рис. 1. Структура управления бизнес-центра торговли.

При данной структуре центр управления комплексом выполняет функции:

- стратегическое планирование;
- планирование монтажных работ;
- формирование выставок товаров;
- качественное исследование товарных рынков;

- организация консалтинговых услуг;
- управление затратами и запасами.

Центр управления взаимодействует с торговым складом, закупочными компаниями, монтажными фирмами, компаниями по доставке товаров, выставочными комплексами, кредитно-финансовыми предприятиями, консалтинговыми фирмами, организациями телекоммуникации, специализированными торговыми компаниями, предприятиями, оказывающими услуги ремонта.

Преимущество данной структуры представляется в том, что она несложная в управлении, перспективна для использования в малых сервисных центрах торговли, для которых присуща универсальная специфика продаваемых товаров, в свою очередь, включающая одно назначение, реализацию продовольственной продукции или промышленных товаров.

Для крупных городов целесообразно использовать масштабную организационную структуру, которая будет включать универсальные центры торговли, рисунок 2.

Организационная структура сервисного торгового комплекса соединяет разные специализированные торговые компании, при этом часть стратегических функций передается локальным центрам торговли, которые координируют деятельность небольших торговых организаций.

Обоснованием для передачи функций является:

- сложность контроля над товарными потоками внутри интегрированного сервисного торгового комплекса;
- необходимость объединить все подразделения для принятия эффективных управленческих решений.

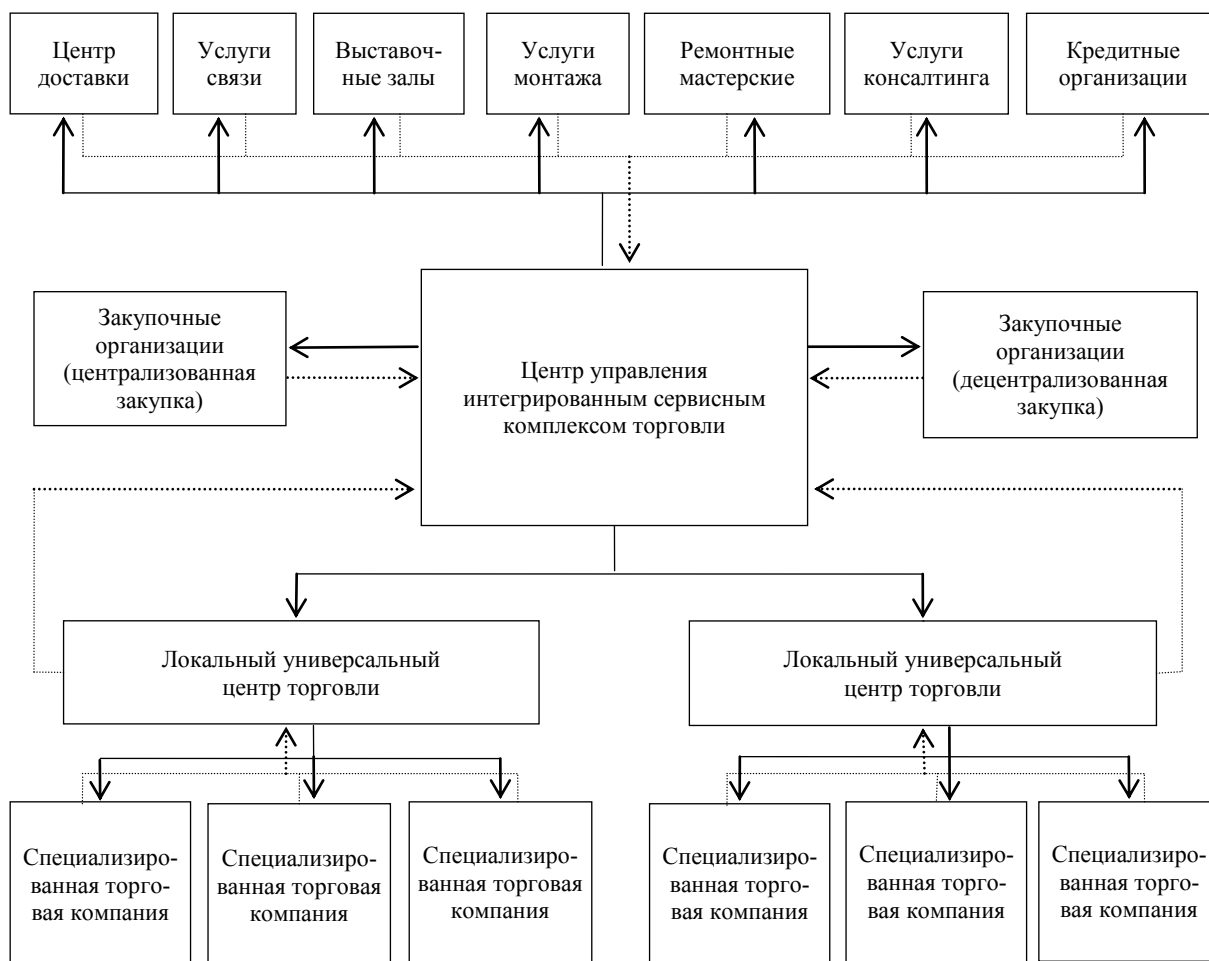


Рис. 2. Организационная структура сервисного комплекса торговли,

При этом данная структура управления торговым комплексом позволяет сохранять самостоятельность организаций, обеспечивает конкурентоспособность и развитие услуг торговли.

Оценивая эффективность деятельности бизнес-центра торговли, наиболее значимый критерий оценки – рентабельность активов. Увеличение данного показателя гарантирует стабильное, эффективное развитие деятельности, интеграционных процессов, эффективное управление. В связи с чем необходимо проводить детализированную оценку изменения данного показателя, анализируя влияние всех возможных факторов.

Изменение рентабельности активов бизнес-центра торговли происходит под воздействием показателя соответствия себестоимости и издержек обращения, оборачиваемости затрат, рентабельности продаж, издержкостности реализуемых товаров, структуры активов, оборачиваемости запасов. Таким образом, факторная модель для оценки влияния факторов следующая:

$$P_a = O_z * P_n * C_a * I * P_c * O_{зат}, \quad (1)$$

где P_a – рентабельность активов бизнес-центра;

O_z – оборачиваемость запасов;

P_n – рентабельность продаж;

C_a – структура активов;

I – издержкостность товаров;

P_c – показатель соответствия себестоимости и издержек обращения;

$O_{зат}$ – оборачиваемость затрат.

Данная факторная модель включает равнозначные коэффициенты эффективности, в связи с чем необходимо оценивать влияние факторов логарифмическим способом [19].

Исходная факторная модель:

$$h = f_1 * f_2 * f_3 * f_{n-1} * \dots * f_n, \quad (2)$$

где h – итоговый показатель;

$f_1, f_2, f_3, f_{n-1}, f_n$ – факторы, оказывающие влияние.

Путем деления левой и правой частей формулы на базисный итоговый показатель, определяется относительное отклонение итогового показателя:

$$\frac{h_1}{h_0} = \frac{f_1 * f_2 * f_3 * \dots * f_n}{f_{10} * f_{20} * f_{30} * \dots * f_{n0}} = \frac{f_1}{f_{10}} * \frac{f_2}{f_{20}} * \frac{f_3}{f_{30}} * \dots * \frac{f_{n-1}}{f_{n-10}} * \frac{f_n}{f_{n0}} \quad (3)$$

или

$$\frac{h_1}{h_0} = \frac{\prod_{i=1}^n f_i}{\prod_{i=1}^n f_{i0}} = \prod_{i=1}^n \frac{f_i}{f_{i0}} \quad (4)$$

При логарифмировании:

$$\lg \frac{h_1}{h_0} = \lg \prod_{i=1}^n \frac{f_i}{f_{i0}} = \sum_{i=1}^n \lg \frac{f_i}{f_{i0}} \quad (5)$$

$$q = \frac{\Delta h}{\lg h_1 - \lg h_0},$$

Используя множитель q в левой части уравнения отражается алгоритм для расчета изменения итогового показателя:

$$\Delta h = \sum_{i=1}^n \frac{\lg f_{i1} - \lg f_{i0}}{\lg h_{i1} - \lg h_{i0}} * \Delta h \quad (6)$$

$$q_i = \frac{\lg f_{i1} - \lg f_{i0}}{\lg h_{i1} - \lg h_{i0}}$$

Частное логарифмов является долей каждого показателя в общем отклонении итогового показателя.

Для функции $r = s(f, h)$ оценка влияния показателей в количественном выражении на изменение итогового показателя интегральным способом [21], когда определяется:

$$A_h^\infty = \lim_{n \rightarrow \infty} A_h^n = \lim_{n \rightarrow \infty} \sum_{i=0}^n s'(h)(f_0 + i\Delta'f, h_0 + i\Delta'h) \Delta'h = \int_{\Gamma_e} s'_h dh \quad (7)$$

(8)

Таким образом, данная факторная модель показывает количественную оценку воздействия факторных показателей на эффективность услуг торгового предприятия, учитывая отраслевую специфику деятельности.

Результаты. В результате проведенного исследования обоснованием интеграции торговых предприятий служит синергетический эффект. Центром эффективного развития торговых сетей может быть сервисный торговый комплекс. В целях повышения эффективности услуг торговых предприятий разработаны организационные структуры сервисного торгового комплекса для небольших городов и крупных мегаполисов с универсальными торговыми центрами. Что позволит объединить рассредоточенные по территории региона хозяйствующие субъекты. Крупные специализированные торговые организации располагаются в больших городах с развитыми автомагистралями и являются промежуточными между универсальными сервисными торговыми комплексами.

Стратегия интеграции будет способствовать повышению эффективности деятельности сер-

Литература

1. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. Издание 2-е переработанное и дополненное. – М.: Книжный мир, 2006.
2. Вечканов Г. С., Вечканова Г. Р. Современная экономическая энциклопедия. – СПб., Издательство «Лань», 2002.
3. Внешнеторговая энциклопедия / под ред. С. И. Долгова. – М.: Экономика, 2011. – С. 307–308.
4. Золотогоров В. Г. Экономика: Энциклопедический словарь. – Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2003.
5. Зырянов А. В. Логистизация распределительных систем: определения, оценка эффективности / А. Зырянов, Т. Синагатуллин // РИСК. – 2009. – № 1. – С. 21–24.
6. Карпова Н. Оптимизация управления расходами в торговых организациях / Н. Карпова // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 3. – С. 95–100.
7. Краткая Российская энциклопедия: В 3 т. Т. 3: Р-Я / Сост. В. М. Карев. – М.: Большая российская энциклопедия: ООО «Издательский дом «ОНИКС 21 век», 2003.
8. Макализ Д. Экономика бизнеса: Конкуренция, макростабильность и глобализация / Д. Макализ; Пер. с англ. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007.
9. Новая российская энциклопедия: в 12 т. / Редкол.: А. Д. Некипелов, В. И. Данилов-Данильян и др. – М.: ООО «Издательство «Энциклопедия»: ИД «ИНФРА-М», 2003. Т. 6 (1): Дрейк – Зеленский. – 2008.
10. Новиков О. А., Щербаков В. В. Оптовая торговля средствами производства. – Л.: Изд-во ЛФЭИ,

1990.

11. Нуралиева Д. С. Развитие оптовой торговли на российском агропродовольственном рынке / Д. С. Нуралиева // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2009. – № 7. – С. 73–76.
12. Половников А. П. Оптовая торговля потребительской кооперации. – М., 1962.
13. Популярная экономическая энциклопедия / Гл. ред. А. Д. Некипелов; ред. кол.: В. С. Автономов, О. Т. Богомолов, С. П. Глинкина и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2001.
14. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005.
15. Российский торгово-экономический словарь / под ред. С. Н. Бабурина. – М.: Экономистъ, 2005.
16. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008.
17. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Мн.: Новое знание, 2002.
18. Теория управления: социально-технологический подход. Энцикл. словарь / под ред. Иванова В.Н., Патрушева В.И., Академия наук социальных технологий и местного самоуправления. – 3-е изд. Перераб. и доп. – М.: Муниципальный мир, 2004.
19. Федорова В., Егоров Ю. К вопросу о разложении прироста на факторы // Вестник статистики. – 1977. – № 5. – С. 71–73.
20. Ханин Г. И. Оптовая торговля в современной России / Г. И. Ханин, Д. А. Фомин // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 5. – С. 42–61.
21. Хумал А. Разделение прироста производства // Учебные записки по статистике. – М.: АН СССР, 1964. – С. 206–212.
22. Щур Д. Л. Основы торговли. Оптовая торговля: Справочник руководителя, главного бухгалтера и юриста. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2005.
23. Экономический словарь / Под ред. А. Н. Азриляна. – М.: Институт новой экономики, 2007.

References:

1. Borisov A. B. Bol'shoj ekonomicheskij slovar'. Izdanie 2-e pererabotannoe i dopolnennoe. – М.: Knizhnyj mir, 2006.
2. Vechkanov G. S., Vechkanova G. R. Sovremennaya ekonomicheskaya enciklopediya. – SPb., Izdatel'stvo «Lan'», 2002.
3. Vneshnetorgovaya enciklopediya / pod red. S. I. Dolgova. – М.: Ekonomika, 2011. – S. 307–308.
4. Zolotogorov V. G. Ekonomika: Enciklopedicheskij slovar'. – Мн.: Interpresservis; Knizhnyj Dom, 2003.
5. Zyryanov A. V. Logistizaciya raspredelitel'nyh sistem: opredeleniya, ocenka effektivnosti / A. Zyryanov, T. Sinagatullshin // RISK. – 2009. – № 1. – S. 21–24.
6. Karpova N. Optimizaciya upravleniya rashodami v torgovyh organizacijah / N. Karpova // Problemy teorii i praktiki upravleniya. – 2011. – № 3. – S. 95–100.
7. Kratkaya Rossijskaya enciklopediya: V 3 t. T. 3: R-YA / Sost. V. M. Karev. – М.: Bol'shaya rossijskaya enciklopediya: OOO «Izdatel'skij dom «ONIKS 21 vek», 2003.
8. Makaliz D. Ekonomika biznesa: Konkurenciya, makrostabil'nost' i globalizaciya / D. Makaliz; Per. s angl. – М.: BINOM. Laboratoriya znaniy, 2007.
9. Novaya rossijskaya enciklopediya: v 12 t. / Redkol.: A. D. Nekipelov, V. I. Danilov-Danil'yan i dr. – М.: OOO «Izdatel'stvo «Enciklopediya»: ID «INFRA-M», 2003. T. 6 (1): Drejk – Zelenskij. – 2008.
10. Novikov O. A., SHCHerbakov V. V. Optovaya torgovlya sredstvami proizvodstva. – L.: Izd-vo LFEI, 1990.
11. Nuralieva D. S. Razvitie optovoj torgovli na rossijskom agroprodovol'stvennom rynke / D. S. Nuralieva // Ekonomika sel'skohozyajstvennyh i pererabatyvayushchih predpriyatij. – 2009. – № 7. – S. 73–76.
12. Polovnikov A. P. Optovaya torgovlya potrebitel'skoj kooperacii. – М., 1962.
13. Populyarnaya ekonomicheskaya enciklopediya / Gl. red. A. D. Nekipelov; red. kol.: V. S. Avtonomov, O. T. Bogomolov, S. P. Glinkina i dr. – М.: Bol'shaya Rossijskaya enciklopediya, 2001.
14. Rajzberg B. A., Lozovskij L. SH., Starodubceva E. B. Sovremennyy ekonomicheskij slovar'. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: INFRA-M, 2005.
15. Rossijskij torgovo-ekonomicheskij slovar' / pod red. S. N. Baburina. – М.: Ekonomist, 2005.
16. Rumyanцева Е. Е. Novaya ekonomicheskaya enciklopediya. 3-е изд. – М.: INFRA-M, 2008.
17. Saviцkaya G. V. Analiz hozyajstvennoj deyatel'nosti predpriyatiya. Мн.: Novoe znanie, 2002.
18. Teoriya upravleniya: social'no-tehnologicheskij podhod. Encikl. slovar' / pod red. Ivanova V.N., Patrusheva V.I., Akademiya nauk social'nyh tekhnologij i mestnogo samoupravleniya. – 3-е изд. Pererab. i dop. – М.: Municipal'nyj mir, 2004.
19. Fedorova V., Egorov YU. K voprosu o razlozhenii prirosta na faktory // Vestnik statistiki. – 1977. – № 5. – S. 71–73.
20. Hanin G. I. Optovaya torgovlya v sovremennoj Rossii / G. I. Hanin, D. A. Fomin // Problemy prognozirovaniya. – 2007. – № 5. – S. 42–61.
21. Humal A. Razdelenie prirosta proizvedeniya // Uchebnye zapiski po statistike. – М.: AN SSSR, 1964. – S. 206–212.
22. SHCHur D. L. Osnovy torgovli. Optovaya torgovlya: Spravochnik rukovoditelya, glavnogo buhgaltera i yurista. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2005.
23. Экономический словарь / Под ред. А. Н. Азриляна. – М.: Институт новой экономики, 2007.