

Иванов Геннадий Геннадьевич

*д.э.н., профессор кафедры торговой политики
Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова,
Российская Федерация, г. Москва, 117997, Стремянный пер., 36*

Матосян Владимир Арменович

*экстерн кафедры торговой политики
Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова,
Российская Федерация, г. Москва, 117997, Стремянный пер., 36
E-mail: g.ivanov@bk.ru*

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ КАК ПАРАМЕТР ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы влияния организации торговой деятельности, в частности некоторых технологических процессов, на социально-экономическую эффективность функционирования предприятий. В современных условиях, в том числе с учетом влияния онлайн инструментов взаимоотношений с потребителем, технологическая модель является весомым фактором, который наравне с масштабом торгового бизнеса предопределяет конечный результат деятельности хозяйствующего субъекта торговой отрасли.

Ключевые слова: торговля, хозяйственная деятельность, технологический процесс, социально-экономическая эффективность.

Введение. В условиях глобализации экономической среды хозяйственной деятельности, влияния нестабильных внешних факторов, хозяйствующие субъекты различных отраслей применяют различные инструменты для сохранения конечных показателей своей работы. Всю хозяйственную деятельность торговых организаций можно представить, как совокупность осуществляемых ими технологических процессов, которые в разной степени влияют на социально-экономическую эффективность функционирования предприятий [1, 2]. Поэтому, по нашему мнению, из всей совокупности технологических процессов следует выделять те, которые наиболее результативны именно с точки зрения регулирования социально-экономической эффективности.

Основная часть. Если рассматривать проблему функционирования организаций сферы обращения, в том числе торговли в целом, то можно сказать, что все применяемые технологические процессы и приемы, в конечном итоге, направлены на достижение социально-экономической эффективности. Но некоторые технологические процессы (или целиком взятые технологические цепочки) влияют на социально-экономическую эффективность более опосредованно, определяя какой-либо параметр,

который создает необходимые условия регулирования социально-экономической эффективности торговой организации. Например, если рассматривать процессы бурного развития электронной торговли [3], то легко заметить, что технические характеристики компьютерной техники, юзабилити (то есть пользовательские параметры сайта, в том числе скорость загрузки страницы, удобство навигации, пользовательский интерфейс и т.д.) определяют не столько социально-экономическую эффективность электронных дистанционных торговых организаций, сколько создание благоприятных условий для ее (социально-экономической эффективности) формирования и регулирования. В совокупности они влияют как на экономические показатели (посредством повышения посещаемости страницы и конверсии), так и на социальную компоненту, воплощенную в удовлетворенности пользователя онлайн услуг [4, 5].

Учитывая, что весь процесс хозяйственной деятельности можно рассматривать как совокупность применяемых технологий, то любая применяемая технология должна рассматриваться как фактор, влияющий на результативность работы предприятия, и, соответственно, на его социально-экономическую эффективность. Так, например,

применяемая технология продажи в торговле может рассматриваться как один из факторов, непосредственно определяющих социально-экономическую эффективность.

Эффективность функционирования любого экономического субъекта, и в торговле в том числе, определяется соотношением темпов роста затрат и результатов, получаемых в результате осуществления данных затрат [6].

Значительные суммы расходов автоматически снижают параметры эффективности функционирования. Естественно, что торговые организации пытаются уменьшить величину расходов, тем самым, увеличивая эффективность своей деятельности. С этой целью ряд функций, требующих затрат, передаются на аутсорсинг. В тех случаях, когда какие-либо затратные функции не удается передать на аутсорсинг, практикуется применение франчайзинговых схем, когда партнеры торговых организаций работают на условиях франчайзинга (часто это практикуется малым бизнесом, особенно региональным) [7, 8].

Например, распространено создание и функционирование пунктов выдачи товаров, когда дистанционные торговые организации привлекают партнеров на условиях франчайзинга. С другой стороны, сторонние непрофильные организации, обладатели большой филиальной сети по стране (и соответствующих объектов недвижимости), учитывая высокую оборачиваемость, присущую торговле, сами предлагают свою недвижимость для организации выполнения какой-либо функции на условиях франчайзинга. Так, в 2018 году Сбербанк РФ предложил крупным дистанционным торговым организациям использовать площади своей региональной сети для создания пунктов выдачи товаров (на условиях франчайзинга). Кроме того, многие торговые организации совместно используют инфраструктуру товародвижения, получая серьезную экономию затрат и повышая тем самым свои показатели социально-экономической эффективности [9].

Сумма затрат на применение аутсорсинговых схем, механизмов франчайзинга и совместного использования инфраструктуры товародвижения в итоге существенно снижается и дает существенную итоговую экономию торговым организациям, тем самым повышая социально-экономическую эффективность их деятельности [10, 11].

Вместе с тем, следует отметить, на наш взгляд, то обстоятельство, что в своей работе любые торговые организации должны постоянно иметь возможность осуществить безболезненно ротацию партнера. В случаях образования устойчивой зависимости социально-экономической эффективности

торговой организации от стабильности хозяйственной деятельности партнерской организации, любой сбой у компании-партнера приведет к более серьезным проблемам в текущей хозяйственной деятельности самой торговой организации.

В тех же случаях, когда у торговых организаций в силу разных причин не получается развитие соответствующих технологических подходов, то для сохранения имеющихся объемов реализации (доходов, прибыли) и дальнейшего развития надо или становиться дополнением сетевых торговых структур, или ограничивать масштабы собственного бизнеса.

Разным видам и формам торговли присущи отличающиеся по своей структуре технологические процессы. Соответственно, разные технологические процессы будут воздействовать, и на параметры качества обслуживания, и на используемый для достижения целей инструментарий (например, сравним посылочную торговлю, традиционную торговлю и вендинг). А это, в свою очередь, означает, что каждая разновидность торговли обладает своим потенциалом рентабельности, что возможность получения доходов более быстрыми темпами, чем осуществление расходов, в значительной степени зависит от применяемых технологий на всех стадиях оперативного процесса.

Особо следует, на наш взгляд, подчеркнуть следующий аспект: большая часть социальных функций, возлагаемых на торговлю являются затратными, не столь выгодными для торговых организаций, а потому зачастую решение социальных задач ими просто игнорируется. Но экономия в части социально-ориентированных затрат, таких как повышение качества торгового обслуживания, улучшение условий труда работников торговых организаций может дать кратковременный экономический эффект, но в стратегическом плане представляется нецелесообразным: «...повышение и поддержание общей эффективности без социальной составляющей какой-либо продолжительный срок проблематично» [12, 13].

Заключение. Социально-экономическая эффективность современных торговых организаций является многогранным явлением. Достижение отдельных экономических показателей, таких как товарооборот или прибыль, невозможно без рациональной организации технологических процессов. Вместе с тем акцент только на экономические параметры, не учитывает отраслевую специфику предприятий отрасли. Реализация социальных функций, повышение социально-экономической эффективности имеет важное значение в современных условиях.

Список использованных источников

1. Алиева Н.Н., Зверева А.О., Ильяшенко С.Б. Коммерческая деятельность организаций интернет-торговли в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-3 (89). С. 582-585
2. Зверева А.О., Леонова Ю.Г. Использование модели обратного франчайзинга в розничном торговом бизнесе // Экономика и предпринимательство. 2017. № 7 (84). С. 1189-1193
3. Иванов Г.Г., Зверева А.О. Развитие торговых организаций в современной экономике: Монография- М.: Изд.-торг. «Дашков и К», 2018. - 160 с.
4. Иванов Г.Г. Методология трансформации потенциала развития торговых организаций. - диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. Москва, 2006
5. Петров А.М., Мельникова Л.А. Теоретические аспекты учета калькулирования себестоимости продукции // Экономические науки. 2013. № 102. С. 145-148.
6. Гордиенко М.С. К вопросу мобилизации собственных налоговых источников местных бюджетов // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2015. № 44. С. 58-64.
7. Морозова Т.В. Оценка стоимости предприятий // Бухгалтерский учет. 1995. № 8. С. 28-31.
8. Галайда А.М. Эволюция учета переоценки основных средств // Экономика. Социология. Право. 2016. № 1. С. 41-46
9. Чайковская Л.А., Якушев А.Ж. Формирование условий развития инновационного сектора экономики путем совершенствования налоговой системы // Аудит и финансовый анализ. 2012. № 6. С. 18-23.
10. Косов М.Е. Факторинг как инструмент финансирования малого и среднего бизнеса // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2019. Т. 12. № 1 (347). С. 57-71.
11. Турищева Т.Б. Роль и место внутренних стандартов в регулировании аудиторской деятельности в России // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2013. № 4 (75). С. 48-55.
12. Сидорова М.И., Мастеров А.И. Управленческий анализ деятельности организации в условиях ограниченных ресурсов // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2010. – №1. – С. 328-330.
13. Леонова Ю.Г., Языков Д.А. Совершенствование системы доставки товаров в коммерческой деятельности торговых предприятий // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 11. С. 3437-3448.

Gennady Gennadievich Ivanov

*Doctor of Economics, Professor, Department of Trade Policy
Plekhanov Russian University of Economics
Russian Federation, 117997, Moscow, Stremyanny lane, 36*

Vladimir Armenovich Matosyan

*External, Department of Trade Policy
Plekhanov Russian University of Economics
Russian Federation, 117997, Moscow, Stremyanny lane, 36
E-mail: g.ivanov@bk.ru*

TECHNOLOGICAL PROCESSES AS A PARAMETER OF EFFICIENCY OF TRADE ORGANIZATIONS

Summary. The article discusses the impact of the organization of trading activities, in particular some technological processes, on the socio-economic efficiency of enterprises. In modern conditions, including taking into account the influence of online tools of customer relations, the technological model is a significant factor, which, along with the scale of the trading business, predetermines the final result of the activity of the economic entity of the trade industry.

Keywords: trade, economic activity, technological process, socio-economic efficiency.