

При розгляді системного характеру управління якістю у торгівлі споживчої кооперації особливу увагу слід приділити кооперативним роздрібним торговельним підприємствам райспоживспілок, облспоживспілок, що безпосередньо надають торговельні послуги споживачам. Кооперативне роздрібне підприємство являє собою групу об'єднаних магазинів, до складу яких входять центральний магазин і інші торговельні одиниці, тобто філії, які знаходяться неподалік від центрального магазину і ближніх населених пунктів.

Коопідприємство здійснює організаційне та господарське керівництво діяльністю магазинів і інших торговельних одиниць, а також контроль за їх роботою. Директор звітує перед членами кооперативу в установлені строки, та організовує звітність інших виборних працівників (завідуючих магазинів). Кооперативне роздрібне підприємство повинне забезпечити виконання таких завдань: забезпечення високої культури обслуговування, найбільш повне задоволення попиту населення, виконання плану роздрібно-товарообороту, впровадження прогресивних методів продажу товарів і інноваційних технологій торговельних процесів, які забезпечать раціональне використання торговельних площ і обладнання, прискорять товарооборот.

Основними обов'язками директора магазину є чітка організація торгового процесу і забезпечення високої культури обслуговування споживачів.

Оцінивши характерні особливості сучасного управління якістю у торгівлі споживчої кооперації, можна зробити висновки про практичне виконання переважної більшості функцій управління якістю в процесі функціонування кооперативних підприємств і організацій без застосування системного підходу до проблеми, що розглядається. Це є резервом удосконалення системи управління підприємств, організацій торгівлі, за рахунок формування системи управління якістю. Заходи з реалізації даного проекту створюють можливості для вдосконалення управління підприємств та організацій торгівлі та підвищення їх конкурентоспроможності на основі критичного аналізу структури управління, що склалася в споживчій кооперації, планування заходів щодо удосконалення структури управління з метою забезпечення її гнучкості та адаптивності до умов функціонування, підвищення відповідальності працівників за виконання своїх посадових обов'язків, удосконалення організації виконання управлінських рішень, виключення дублювання повторних рішень із одних і тих же питань, вивчення професійних думок та пропозицій працівників.

Література

1. Апопій В.В. Споживча кооперація України : проблеми сучасного розвитку / В.В. Апопій, С.Г. Бабенко, Г.І. Башнянін, Л.К. Бесчасний, О.Д. Вовчак. – Кн. 1. – Львів : Коопосвіта, 1999. – 366 с.
2. Бабенко С.Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : [монографія] / С.Г. Бабенко. – К.: Видавництво „Наукова думка”, 2003. – 332 с.
3. Балабан П.Ю. Підприємницька діяльність у споживчій кооперації : теоретичні аспекти / П.Ю. Балабан, А.Ю. Рутгайзер // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2004. - № 1 (11). – С. 69–73.
4. Маркіна І.А. Методологія сучасного управління : [монографія] / І.А. Маркіна. – К. : Вища школа, 2001. – 311 с.
5. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации / М.И. Туган-Барановский ; ред. коллегия Л.А. Булочникова и др. – М.: Экономика, 1989. – 496 с.
6. Левицький В. Про стан соціального партнерства між господарськими і профспілковими органами всіх рівнів у системі споживчої кооперації України / В. Левицький // ВІСТІ. Діловий випуск. – 2008. – № 10 (822). – С. 4–9.

Рецензент доктор екон. наук, професор І.А. Маркіна

332.122:379.84

*Скоробогатова Т.Н., к.э.н., доцент,
ТНУ ім. В.И. Вернадського, г. Симферополь*

К ВОПРОСУ О МОДЕЛИРОВАНИИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ ПОТОКАМИ В РЕКРЕАЦИОННОМ РЕГИОНЕ

На сегодняшний день есть основание говорить о выделении двух логистических направлений: традиционной и сервисной логистики. Первое касается управления материальными, энергетическими, финансовыми и информационными потоками. Сущность второго направления состоит в управлении человеческими и остальными потоками, играющими по отношению к первым

обслуживающую роль. Одним из методов изучения сложных экономических объектов является моделирование. Оно широко применяется в традиционной логистике при управлении материальными потоками, что отражено в работах Бережного В.И., Бодрикова М.В., Харисовой Л.М. и т.д. Особенностью ресурсов, образующих потоки, является объемность. Кроме того, на определенном интервале времени материальные потоки могут переходить из динамической формы в статическую, превращаясь в запасы (такое свойство имеют и энергетические потоки, когда они выступают в качестве топливных ресурсов). Поэтому работы многих ученых (Аникина Б.А., Крикавского Е.В., Лукинского В.С., Неруша Ю.М., Степанова В.И., Федосеева В.В. и др.) посвящены выбору партий поставки и оптимизации систем управления запасами ресурсов и готовой продукции. Касательно изучения остальных потоков (и их взаимодействия с материальным), логистическое моделирование получило меньшее развитие. Здесь можно выделить работы Родкиной Т.А. (информационный поток), Шемаевой Л.Г. (финансовый поток), Шумаева В.А. и Черняковой Е.В. (энергетический поток).

В сервисной же логистике использование моделирования носит фрагментарный характер. Однако множество возникающих по разным причинам человеческих потоков требует управления, основанного на моделировании. Прежде всего, это касается рекреационного региона, выступающего сосредоточением человеческих и сопутствующих им потоков.

Отметим, что управление человеческими потоками существует и в промышленных регионах. При этом основной задачей управления здесь является доставка людей к месту работы и обратно. Другими словами, функционирование человеческих потоков во многом определяется режимом работы заводов и фабрик. В курортных городах, напротив, потоки людей направлены на получение рекреационных услуг (потребители) или их продуцирование (исполнители).

Задачами сервисной логистики в рекреационном регионе являются: пропорциональное развитие инфраструктуры; оптимизация потоков рекреантов с целью эффективного использования природных ресурсов; рациональное распределение рекреантов внутри курортного региона; регулирование потоков исполнителей рекреационных услуг в соответствии со спросом потребителей; организация товарно-материальных потоков, направленных на обеспечение рекреантов. Решение указанных задач, в первую очередь, предполагает ориентир на человеческие потоки.

Целью статьи является выделение разных категорий человеческих потоков, функционирующих в рекреационном регионе, определение их специфики и разработка модели управления ими.

Первопричиной возникновения человеческих потоков является невозможность перемещения ряда продукции, услуг и ресурсов. Это, в первую очередь, относится к услугам рекреационного сектора, оказываемым на основе использования рекреационных ресурсов. Эффективное управление потоками рекреантов необходимо как им самим, так как позволяет получить за определенное время большее количество услуг, так и предприятиям, расположенным на рекреационных территориях. К таким предприятиям относятся те, которые оказывают профилирующие (целевые) рекреационные услуги, и те, деятельность которых носит обслуживающий характер.

При этом инфраструктурные услуги могут выступать в роли базовых (часть – рекреационных), дополнительных (общее – рекреационных) и сопутствующих (относительно – рекреационных). К базовым относятся услуги питания и проживания, предназначенные для рекреантов. Дополнительные включают культурно-развлекательные и спортивно-оздоровительные услуги, при выполнении которых не используются рекреационные ресурсы. В большей степени этими услугами пользуются отдыхающие, что не исключает выступление в качестве потребителей и местных жителей. Что касается культурно-развлекательных услуг, то многие рекреанты потребляют их ежедневно. Причем, если местные жители относятся к услугам избирательно, отдавая предпочтение иногородним исполнителям, то для отдыхающих интерес представляют и гастролирующие, и постоянные исполнители. Спектр предприятий, оказывающих сопутствующие услуги, весьма разнообразен. Сюда входят торговля, транспорт, связь, финансовое, личное (бытовое) обслуживание и др. Услугами таких предприятий пользуются обе названные категории людей, хотя в потреблении услуг имеются отличия, наиболее ярко проявляющиеся в торговле. Если местные жители приобретают (конечно, с разной периодичностью) разнообразные товары, то рекреанты выбирают товары местного производства, в первую очередь, сувенирную продукцию.

Для увеличения объема продаж дополнительных и сопутствующих услуг потребителям должна быть предоставлена возможность их широкого выбора. В то же время, в связи с невозможностью хранения, подготовленные, но нереализованные услуги оборачиваются для предприятия убытком. Компромиссным вариантом является выделение двух составляющих услуги:

унифицированной и персонифицированной. Первая слагаемая равнозначно касается всех потребителей, вторая – варьируется. Это позволяет значительно расширить диапазон предоставляемых услуг при минимизации потенциальных убытков.

Как известно, объем реализации рекреационных услуг представляет собой результативный показатель, на который прямо и косвенно воздействует ряд факторов. Для изучения косвенного влияния факторов используются методы стохастического моделирования, требующие эмпирических данных и дающие вероятностный результат. В отличие от них, четкий результат обеспечивает детерминированную модель. В простейшем виде ее можно представить как произведение двух показателей: объема реализации услуг на одного рекреанта и численности рекреантов (формула 1). Для определения факторного влияния здесь могут использоваться методы цепных подстановок, абсолютных и относительных разниц, долевого участия, интегральный.

$$A_{\text{общ}} = A_{\text{рекр}} * Ч_{\text{рекр}}, \quad (1)$$

где $A_{\text{общ}}$ – общий объем реализации услуг;
 $A_{\text{рекр}}$ – объем реализации услуг на одного рекреанта;
 $Ч_{\text{рекр}}$ – численность рекреантов.

Чтобы сделать модель более информативной, выражение следует расширить, представив сомножители в виде сумм слагаемых (естественно, возможен разный уровень дезагрегации), что отражает формула 2. В частности, объем реализации услуг на одного рекреанта выступит суммой реализации различных (n) видов услуг. Численность отдыхающих явится результатом суммирования рекреантов, приехавшим в курортный регион по разным (m) мотивам. При этом, в отличие от предыдущей, а именно мультипликативной модели, данная модель носит комбинированный характер, что значительно сужает совокупность методов выявления факторного влияния.

$$A_{\text{общ}} = (A_{\text{рекр}1} + A_{\text{рекр}2} + \dots + A_{\text{рекр}n}) * (Ч_{\text{рекр}1} + Ч_{\text{рекр}2} + \dots + Ч_{\text{рекр}m}) \quad (2)$$

Известно, что для сравнения величин, выступающих произведением двух показателей, используются знаки Варзара. Приведенные рассуждения можно отразить графически в рамках указанных фигур (рис. 1), что позволит сделать сравнение более глубоким при условии сопоставимости исследуемых объектов.

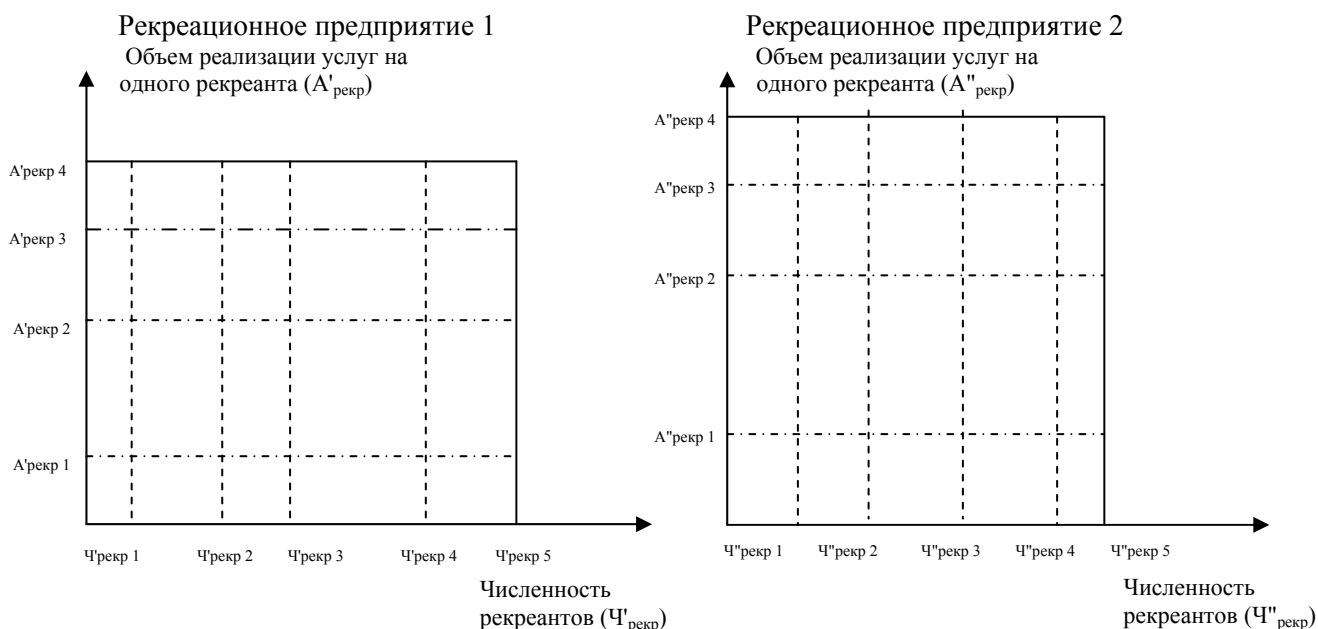


Рис. 1. Сравнение основных показателей-факторов, определяющих объем услуг, в рекреационных предприятиях с помощью знаков Варзара

В связи с нетранспортабельностью рекреационных ресурсов, к ним приближаются не только потребители, но и исполнители соответствующих услуг. Причем их количество в сезонный период значительно увеличивается. Например, в Крыму оно возрастает примерно в 1,5 раза.

Таким образом, на рекреационной территории выделяются два вида человеческих потоков:

1. Потребители рекреационных услуг, то есть рекреанты. Их отличает широкое использование транспорта, связи и культурно-развлекательных услуг. Затраты потребителей на названные и другие услуги значительно превышают средние показатели. Потребление услуг неравномерно.

Указанная категория разделяется на организованных и неорганизованных рекреантов. Касательно организованных рекреантов, можно сказать, что они потребляют услуги ритмично, причем базовые и целевые услуги достаточно сконцентрированы. Если рассматривать потребление услуг в логистической плоскости, то оно происходит в запланированном месте и в запланированное время.

К организованным рекреантам относятся туристы и отдыхающие санаториев. При этом причины потребления дополнительных и сопутствующих услуг данными категориями различны. Туристы несут значительную физическую и (или) информационную нагрузку, что уменьшает их потребность в идентичных услугах. Отдых в санатории носит несколько монотонный характер, определяющий потребность в иных услугах. В то же время по состоянию здоровья отдельные виды услуг для лиц, находящихся на санаторно-курортном лечении, не приемлемы.

2. Исполнители услуг. К ним относятся:

1) местные жители, обслуживающие рекреантов и в то же время сами выступающие в качестве объектов не только других, но и аналогичных услуг. В отличие от отдыхающих, данные пользователи более тщательно выбирают услуги в ценовом диапазоне. Потребители аналогов предъявляют повышенные требования к качеству обслуживания. В большинстве случаев данная категория обращается к так называемым «своим» исполнителям услуг, причем через определенные промежутки времени;

2) сезонные работники. Основная часть людей, относящаяся к данной категории, настроена на зарабатывание денег. Потребление ими услуг сведено к минимуму, что обусловлено не только экономией средств, но и недостатком времени из-за увеличенной продолжительности рабочего дня. Однако незначительную долю здесь занимают работники, предпочитающие сочетать приятное (познавательное) с полезным (доходным).

Соответственно, в сезонный период в курортном регионе возникают следующие логистические задачи:

1) рассчитать численность сезонных работников так, чтобы обеспечить рабочими местами собственное трудоспособное население и полностью удовлетворить запросы отдыхающих;

2) определить численность продуцентов услуг каждого вида в соответствии со спросом рекреантов, местных жителей и сезонных работников;

3) вычислить количество каждого вида материальных ресурсов, необходимых для обеспечения всех категорий людей, проживающих на рекреационной территории в сезонный период.

Постановка последней из перечисленных задач весьма агрегирована. Ее дифференциация предусматривает: выделение ресурсов, используемых при продуцировании услуг (и продукции), и сразу поступающих в потребление; учет срока хранения ресурсов; выделение местных и ввозимых ресурсов и т. д.

Управление перечисленными видами человеческих потоков может носить прямой или косвенный характер. Прямое управление касается уже действующих организованных рекреантов и продуцентов услуг. Косвенное регулирование представляет собой комплекс мероприятий, привлекающих субъектов и объектов обслуживания. Для исполнителей услуг в качестве таких мероприятий выступают условия труда и его оплата. Причем к условиям труда относятся не только внутренние факторы, как-то физические параметры помещений, психологическая обстановка в коллективе, продолжительность рабочего дня, интенсивность работы и т.д., но и расположение предприятия по отношению к инфраструктуре, прежде всего, транспортной. Потребителей услуг привлекают качественно-ценовой диапазон услуг, их эксклюзивность, а также доступность, определяемая местом нахождения и временем работы предприятия.

Необходимо заметить, что наибольшей стохастичностью отличаются потоки неорганизованных отдыхающих. Именно здесь можно наблюдать результат воздействия факторов постоянно изменяющихся внешней микросреды и макросреды. Значимый размах колебаний спроса на те или иные виды услуг определяет широкое поле деятельности в регулировании потоков данной категории потребителей.

Доля неорганизованных отдыхающих в их общем потоке значительно превышает долю организованных рекреантов (табл. 1) [1, с. 3; 2, с. 6].

Таблица 1

Соотношение организованных и неорганизованных отдыхающих в АР Крым в 2001-2008 гг.

Обслужено отдыхающих	Годы							
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Организованных, млн. чел. %	1,0 22,7	1,0 25,0	1,0 24,4	1,1 22,4	1,2 23,1	1,2 23,5	1,3 22,8	1,3 23,2
Неорганизованных, млн. чел. %	3,4 77,3	3,0 75,0	3,1 75,6	3,8 77,6	4,0 76,9	3,9 76,5	4,4 77,2	4,3 76,8
Всего, млн. чел. %	4,4 100,0	4,0 100,0	4,1 100,0	4,9 100,0	5,2 100,0	5,1 100,0	5,7 100,0	5,6 100,0

Причем, даже если их удельный вес снижается, в абсолютном выражении все равно наблюдается прирост. Такое положение экономически оправдывает вложение средств в разработку маркетинговой программы, направленной на привлечение рекреантов. Ее реализация позволяет сделать потребление услуг рекреантами более определенным, что облегчает планирование объемов реализации разных видов услуг.

Касательно неорганизованных отдыхающих отметим, что они фактически разделяются на две группы: предпочитающие комфортный культурный отдых (их можно назвать «дикарями» с большой оговоркой) и выбирающие отдых вдали от населенных мест (к ним подходит название «дикари»). Наибольшая концентрация неорганизованных отдыхающих первой группы наблюдается в застроенных жилыми домами прибрежных частях городов и поселков, где данные лица снимают помещения. Такие рекреанты, к примеру, в Крымском регионе, предпочитают Ялту, Алушту и прочие города-курорты, отличающиеся относительно сформированной инфраструктурой. Для данной категории лиц актуальными являются вопросы организации проживания и питания. В целях улучшения организации их отдыха необходимо расширить существующие системы бронирования, включив в них частный сектор. Такие системы должны быть централизованы на уровне квартирных бюро городов-курортов. Целесообразно и резервирование мест в столовых и кафе, как это практикуется в настоящее время в ресторанах.

Неорганизованные отдыхающие другой группы выбирают малоосвоенные территории, в частности, юго-восточный Крым: от Судака до Алушты. Большинство из них приезжает на собственном транспорте, что создает проблемы регулирования транспортных потоков. Для данных отдыхающих важным является наличие парковки и создание условий для самостоятельного оборудования мест проживания и приготовления пищи. Регулирование потоков рекреантов происходит не только на уровне региона, но и внутри любого сервисного предприятия. Здесь преобладает прямое управление, обеспеченное его конструктивными особенностями. В то же время при оказании ряда услуг клиент на основе уже имеющихся и формирующихся при ознакомлении с предприятием предпочтений может сделать свой выбор, что обосновывает мероприятия по косвенному регулированию внутренних потоков потребителей.

Важной задачей является регулирование потоков клиентов при потреблении услуг. Здесь необходимо определить, какие услуги предназначены только для индивидуального потребления, а какие более эффективно воспринимаются группой потребителей. Касательно продуцирования индивидуальных услуг отметим, что оно может происходить не только последовательно, но и параллельно (например, при оказании парикмахерских услуг и услуг по уходу за телом, выполнении физиотерапевтических процедур, стоматологии и др.). В последнем случае между потребителями также устанавливается контакт, не связанный с самой услугой, а определяемый межличностными отношениями.

Функцией сервисной логистики является управление потоками потребителей и исполнителей перемещаемых товаров и природных благ. Фокусом соответствующих человеческих потоков выступает рекреационный регион. Это объясняется тем, что рекреанты выступают не только в качестве своей основной роли, но и в роли зрителей, клиентов, пациентов, пассажиров, покупателей, посетителей и др. Широкий спектр оказываемых рекреантам услуг обуславливает необходимость регулирования их потоков и внутри сервисных предприятий. Соответствующее разнообразие исполнителей услуг усложняется их одновременным выступлением в роли потребителей других услуг. Каждая категория людей, образующих те или иные потоки, имеет свои особенности. Учет

специфики человеческих потоков позволяет сделать обслуживание эффективным для всех рассмотренных категорий продуцентов и пользователей рекреационных услуг.

Литература

1. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм. 2000-2003». – Министерство курортов и туризма АРК, 2004. – 24 с.
2. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм. 2008». – Министерство курортов и туризма АРК, 2009. – 28 с.

Рецензент доктор экон. наук, доцент С.Ю. Цехла

330.322.2

*Байракова И.В., ст. препод.,
Крымский экономический институт КНЭУ имени Вадима Гетьмана,
Чумаков В.И., ст. специалист «Приватбанка», г. Симферополь*

**ИНТЕГРАЛЬНАЯ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОФИЛЯ АР КРЫМ**

Привлечение в ту или иную отрасль экономики инвестиций всегда в обязательном порядке требует рассмотрения будущего использования инвестируемых средств. С этой целью обычно используют опыт предыдущего использования реально вложенных средств в действующие предприятия подобного профиля. Для этого всегда анализируют финансовую, производственную и коммерческую деятельность по многим экономическим показателям действующих предприятий. Совершенно ясно, что в числе многочисленных экономических показателей фигурируют как имеющие отношения к инвестиционной привлекательности подобных предприятиях, так и не имеющие к инвестиционной привлекательности экономические показатели. Поэтому первым этапом оценки инвестиционной привлекательности является выделение среди многих экономических показателей только тех, которые имеют отношение к инвестиционной деятельности, как действующих предприятий, так и вновь создаваемых производств.

Естественно, что экономические факторы, выделенные для оценки инвестиционной привлекательности предприятий, имеют различное отношение к собственно инвестиционной деятельности, поэтому необходимо для всех факторов подобрать определённый «вес» для каждого фактора, т.е. найти соответствующую «весовую» функцию факторов.

Вопросы эффективности инвестиционной деятельности рассматривались в работах В. Федоренко, Лукиной И.И., В. Папп, Майоровой Т.В., В. Грицина, И. Курнышева, Н. Чумаченко [1-5]. В своих трудах авторы раскрывали различные направления по усовершенствованию инвестиционной деятельности в промышленности.

Целью статьи является оценка инвестиционной привлекательности промышленных предприятий машиностроительного профиля АР Крым.

Инвестиционная привлекательность как экономическая категория является одномерной величиной, которая должна быть количественной величиной. Понятно, что эта экономическая категория должна завязать от количественных показателей многих факторов, относящихся к инвестиционной привлекательности, или критериев. Любые экономические категории всегда оцениваются по многим критериям, поэтому и нужна многокритериальная оценка инвестиционной привлекательности предприятий. Основной методической проблемой при создании многокритериальной оценки является то, каким образом просуммировать влияние отдельных экономических факторов в одну суммарную оценку инвестиционной привлекательности. Это необходимо потому, что различие в планах выделения инвестиционных средств требует применения статистических критериев оценки значимости различных планов. В экономической литературе [4-7] даётся примеры решения многих частных задач подобного плана, но, к сожалению, эти примеры не дают непротиворечивого общего плана решения подобных задач.

В настоящей статье на конкретном примере предприятий машиностроительного профиля АРК показано, как связать имеющиеся частные методики решения задач в общий план оценки инвестиционной привлекательности. В нашем случае были взяты следующие предприятия, а именно: