

Моделирование влияния частного бизнеса на экономику России

Горбачева Александра, магистр 1 года
 Горелов В.И., д.т.н., профессор, научный руководитель
 Карелова О.Л., д.ф.-м.н., профессор, научный руководитель
 ИОН РАНХиГС

DOI: 10.5281/zenodo.2671653

Сегодня влияние частного бизнеса на развитие национальной экономики в целом сложно переоценить. Также сложно, как и разобраться, что же такое «частный бизнес» и как им управлять. Исследования о значимости малого предпринимательства были особенно популярны в течение последних десяти лет. Приведем основные тезисы этих исследований, которые в данной статье рассматриваются как фундаментальные.

Прежде всего следует отметить, что развитие малого бизнеса в рамках национальной экономики стимулирует ускоренный экономический рост страны, способствует диверсификации и насыщению локальных региональных рынков. Малый бизнес снижает безработицу на микроуровне экономических отношений, выравнивает колебания конъюнктуры рынка, а также смягчает кризисные явления на местах [1].

Кроме того, малое предпринимательство является центром инновационных подходов к решению стандартных экономических задач, что ставит национальную экономику на рельсы интенсивного роста [2].

И наконец, развитие частного бизнеса поддерживает средний класс и стимулирует сокращение диверсификации общества по уровню доходов, поощряя развитие социально-ориентированной экономики [3].

Таким образом, проблема эффективного управления малым предпринимательством более чем актуальна.

А нашей работе мы рассмотрели конкретный пример частного бизнеса в сфере розничной торговли, а именно: магазин по продаже брючных изделий. Важно отметить, что организация насчитывает от 16 до 100 сотрудников, а годовой предпринимательский доход фирмы до 800 млн. рублей.

Цель исследования – определение наиболее значимых связей в модели развития малого предпринимательства с целью формирования стратегии эффективного управления организацией.

Прежде всего необходимо обратиться непосредственно к составленной модели и объяснить составляющие ее элементы, а также связи между ними. Вербальная модель представлена на рис. 1.

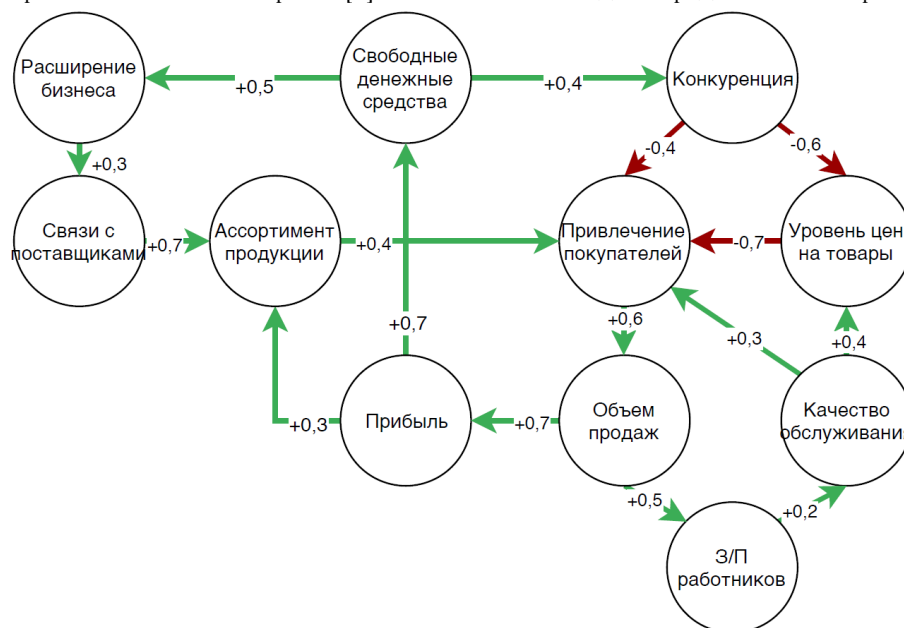


Рис.1. Бизнес-модель магазина брючных изделий

Зеленым цветом обозначены прямые связи (при изменении влияющего фактора, зависимый фактор меняется в том же направлении). Красным цветом обозначены обратные связи (при изменении влияющего фактора, зависимый фактор меняется в противоположном направлении). Рассмотрим составленную систему подробнее и изучим некоторые связи в ней.

Свободные денежные средства обеспечивают беспрепятственное вхождение в отрасль, таким образом, внушительное количество организаций с крупным

стартовым капиталом увеличивает конкуренцию в отрасли. Однако существуют и другие ограничения, например, административные барьеры, ограничивающие бесконтрольный вход в отрасль. Принимая во внимание вышесказанное, вес данной связи устанавливаем на уровне +0,4.

Конкуренция отрицательно влияет на привлечение покупателей в рассматриваемый магазин, вес данной связи устанавливаем на уровне -0,4 (чем больше конкурентов, тем меньше посетителей в рас-

смаатриваемой организации); конкуренция также отрицательно влияет и на уровень цен (при высокой конкуренции один из наиболее распространенных способов сохранения спроса – снижение цен на товары), вес данной связи устанавливаем на уровне -0,6.

Цены товаров сильно влияют на привлечение покупателей, вес данной обратной связи устанавливаем на уровне -0,7. В свою очередь, на уровень цен влияет качество обслуживания посетителей (вес данной связи устанавливаем на уровне +0,4), которое, с другой стороны, чуть менее значимо для привлечения клиентов (вес данной связи равен +0,3).

Привлечение покупателей обеспечивает объем продаж (вес связи +0,6), который диктует заработную плату работников с весом +0,5 (как правило, оплата труда продавцов зависит личных продаж).

Объем продаж формирует прибыль организации (вес связи равен +0,7), которая идет на пополнение ассортимента продукции (вес равен +0,3) и формирует свободные денежные средства (вес связи равен +0,7).

Ассортимент продукции играет не последнюю роль в привлечении покупателей (вес связи равен +0,4), в свою очередь, расширение ассортимента возможно лишь при наличии развитых связей с поставщиками (вес связи +0,7).

И наконец, свободные денежные средства, поступившие на счет организации из прибыли, идут на развитие и расширение бизнеса, что непременно ведет к увеличению номенклатуры товаров, а, следовательно, к развитию связей с поставщиками (вес связи равен +0,3).

С помощью Excel построим матрицу описанной выше системы [4]:

	Р.Б	С. Д.	К.	С. П.	А. П.	П. П.	У. Ц. Т.	П.	О. П.	К. О.	З. П.
Р.Б	0	0	0	0,3	0	0	0	0	0	0	0
С. Д.	0,5	0	0,4	0	0	0	0	0	0	0	0
К.	0	0	0	0	0	-0,4	-0,6	0	0	0	0
С. П.	0	0	0	0	0,7	0	0	0	0	0	0
А. П.	0	0	0	0	0	0,4	0	0	0	0	0
П. П.	0	0	0	0	0	0	0	0	0,6	0	0
У. Ц. Т.	0	0	0	0	0	-0,7	0	0	0	0	0
П.	0	0,7	0	0	0,3	0	0	0	0	0	0
О. П.	0	0	0	0	0	0	0	0,7	0	0	0,5
К. О.	0	0	0	0	0	0,3	0,4	0	0	0	0
З. П.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0

Исследовав систему, мы получили следующие результаты:

1,496594	Расширение бизнеса (Р.Б)
1,350593	Свободные денежные средства (С. Д.)
-0,52902	Конкуренция (К.)
1,996908	Связи с поставщиками (С. П.)
1,495258	Ассортимент продукции (А. П.)
1,624112	Привлечение покупателей (П. П.)
-1,7456	Уровень цен на товары (У. Ц. Т.)
2,105062	Прибыль (П.)
1,799002	Объем продаж (О. П.)
0,749734	Качество обслуживания (К. О.)
-0,6679	З/П работников (З. П.)

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о высокой значимости влияния на эффективное развитие бизнеса таких факторов, как прибыль, уровень цен на товары, связи с поставщиками, объем продаж.

В ходе исследования рассматриваемая система была признана эффективной, кризисная фаза не выявлена [5,6].

Литература:

1. Гулин, К. А. Основы предпринимательства [Текст]: учебное пособие / К. А. Гулин, А. Е. Кремнин. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2017 – 6 с.

Чтобы определить точки наибольшего влияния на систему, методом варьирования вычислим наиболее значимые связи для системы в целом. Для этого поочередно изменим каждую из связей на +/-0,1.

В результате моделирования получаем, что для эффективного развития системы необходимо сдерживание расширения торговых площадок, однако расширение ассортимента рекомендуется. Так, прибыль следует перераспределять и направлять во внутреннее развитие организации через работу с поставщиками и расширение ассортимента.

Таким образом, изучаемая система о развитии бизнеса становится эффективной при последовательном расширении ассортимента, который обеспечен в большей мере таким фактором как связи с поставщиками; а также система становится эффективной при привлечении покупателей путем установления ценовой политики, провоцируя эластичный спрос на продукцию.

Важнейшим элементом полученной системы является прибыль, которая позволяет расширять ассортимент и вести привлекательную для покупателя ценовую политику.

2. Инновационное предпринимательство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М. : Издательство Юрайт, 2016 — 523 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

3. Проблемы развития ремесленничества, малого и среднего бизнеса и среднего класса: монография / О. В. Комарова, Т. А. Саламатова, Д. Е. Гаврилов. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012 163 с.

4. Горелов В.И. Управление развитием общества (теория и практика принятия решений) М., 2007. Монография.

5. Горелов В.И. Современное геоэкономическое пространство: динамика макропоказателей. Безопасность Евразии, 2005, №2 (28), стр. 278-288

6. Горелов В.И., Карелова О.Л., Ледащева Т.Н. Системное моделирование в социально-экономической сфере. Москва, 2012. Монография