

РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ ПО СИСТЕМЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА И ТОРГОВЛИ

*Работа представлена кафедрой управления и экономики предпринимательства
Уфимской государственной академии экономики и сервиса.
Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Р. И. Маликов*

Для ускорения процесса статистического анализа эффективности предприятий разработана база данных систем лояльности предприятий сервиса и торговли г. Уфы. Анализ результатов исследований по базе данных показывает возрастание конкурентоспособности различных областей сервиса и торговли после введения различных систем лояльности.

The database of loyalty systems in the enterprises of service and trade of the city of Ufa has been designed to accelerate the process of statistical analysis of enterprises' efficiency. The analysis of the results of the database examination shows the competitiveness growth in different areas of service and trade as a result of introduction of different loyalty systems.

Развитие систем лояльности имеет особое значение в условиях нарастающей конкуренции в сфере сервиса и торговли. Поэтому исследование тенденций развития этих систем приобретает большое значение¹. Большое количество статистической информации в этой сфере сложно проанализировать, используя традиционные табличные формы статистического анализа. С целью облегчения процесса статистического анализа нами разработана база данных по предприятиям г. Уфы. Выбор г. Уфы обусловлен тем, что в столице Республики Башкортостан очень интенсивно развиваются различные виды услуг и торговли. Это связано с тем, что крупный бизнес инвестирует средства в развитие именно этих отраслей – наиболее перспективных с точки зрения окупаемости затрат. Нами были обобщены данные, которые относятся к различному виду услуг, услуг сервиса с учетом таких специфических услуг, как медицинские услуги, услуги физической культуры и спорта и т. д. Разработке базы данных предшествовал этап проектирования базы, проведения системного анализа и создания инфологической модели отрасли². Инфологическая модель отрасли включала в себя схему взаимодействия структурных

блоков основных сегментов сферы сервиса и торговли. В системе сервиса и торговли были выделены подсистемы услуг физической культуры и спорта, включая игорный бизнес, медицинские услуги, туристические услуги, транспортные услуги, гостиничный бизнес и т. д. Система предприятий сферы торговли была поделена на следующие подсистемы: продажа бытовой техники, продажа мебели, продажа обуви и одежды, продажа ювелирных изделий и часов, продажа продуктов питания, спорттоваров, товаров для детей. Внутри каждой подсистемы выделялись системы конкретных юридических лиц, конкурирующих в том или ином сегменте рынка сферы услуг и торговли.

Таким образом, рассмотренная система является трехуровневой иерархической.

Выделена принадлежность объектов системы к четырем типам персонализации: простой нумерации или эмбоссирования, нанесение штрихового кода, кодирование магнитной полосы и электронных микросхем – чипов³, например для данных базы за 2005 г. (рис. 1).

Таким образом, разработанная инфологическая модель базы данных предполагает систему отношений многих ко многим. Структура базы данных представлена на

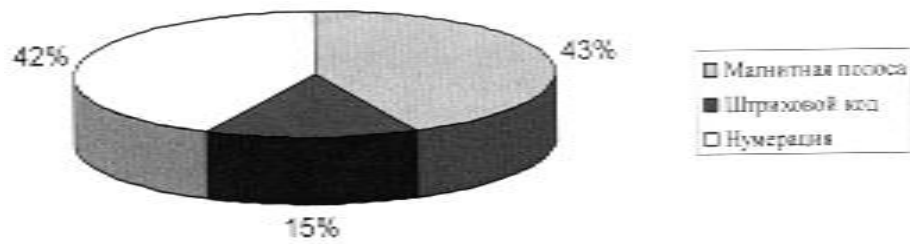


Рис. 1. Доля различных типов персонализации в общем объеме в 2005 г. в г. Уфе

рис. 2. Эта база данных реализована в СУБД Access и включает 5 полей и 378 записей⁴. Каждая запись таблицы содержит всю необходимую информацию об отдельном

объекте. База данных может пополняться, а реляционная система СУБД Access создает множество средств для управления базой данных, включающих в себя конструкторы

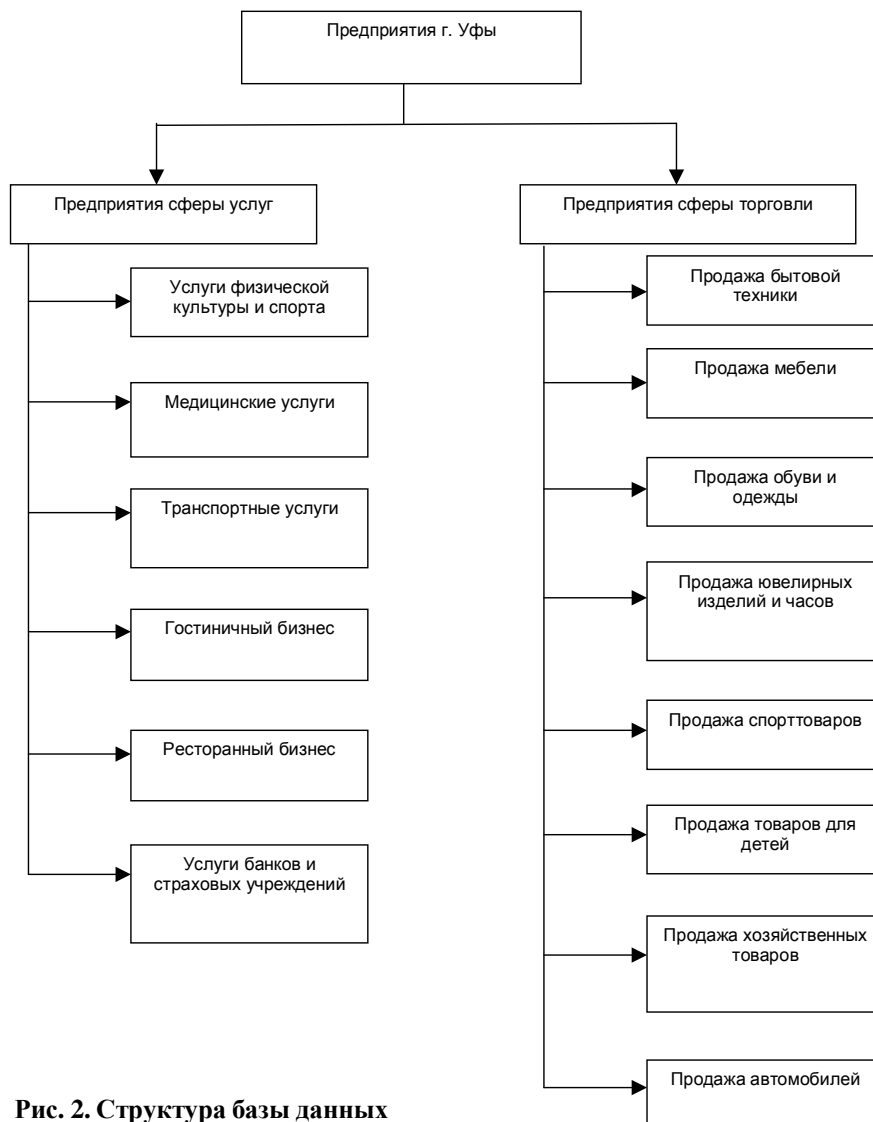


Рис. 2. Структура базы данных

таблиц, форм, запросов и отчетов. Система базы данных предполагает использование данных статистики предприятий г. Уфы и Госкомстата. Реквизитами этой базы данных являются юридические лица по сегментам рынка предприятий. Исследование и распределение предприятий по типу принадлежно-

сти к сегментам рынка приводит к результатам, которые можно представить в виде диаграммы или в виде таблицы (табл. 1)⁵.

Анализ показывает, что большинство предприятий, использующих системы лояльности, относятся к предприятиям сферы торговли. Объемы потребления пласти-

Таблица 1

Доля каждой отрасли в общей эмиссии дисконтных карт в 2005 г.

Номер п/п	Название отрасли	Доля каждой отрасли в общей эмиссии дисконтных карт, %
1	Автозапчасти	1
2	Автомобильные перевозки	7
3	Аптеки	26
4	Банки и страховые учреждения	2
5	Бары и рестораны	1
6	Бытовая техника и сопутствующие товары	31
7	Гостиницы	1
8	Канцтовары	1
9	Ночные и игровые клубы	0
10	Оздоровительные центры	3
11	Продажа мебели	1
12	Продажа обуви	11
13	Продажа одежды	2
14	Продажа продуктов питания	5
15	Спорттовары, товары для рыбалки и охоты	5
16	Товары для детей	2
17	Хозяйственные товары	1

ковых карт в 2005 г. максимальны на предприятиях сферы продажи бытовой техники, в аптечном бизнесе и сферы продажи обуви и одежды⁶.

Таким образом, можно прийти к заключению, что чем больше уровень конкуренции в сегменте сферы услуг и торговли, тем

выше заинтересованность предприятий во введении системы лояльности.

Анализ распространения систем лояльности по разработанной базе данных свидетельствует об увеличении конкуренции в сфере продажи бытовой техники и аптечном бизнесе.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ *Васин Ю. В., Лаврентьев Л. Г., Самсонов А. В.* Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиента. М.: Альпина. Бизнес. Букс, 2004.

² *Диго С. М.* Проектирование и использование баз данных: Учебник. М.: Финансы и статистика, 1995.

³ *Петрище Ф. А.* Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: Учебник. 2-е изд., испр. М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2006. С. 71–108.

⁴ Работа с системой управления базами данных Microsoft Access. Учебно-методическое пособие / Сост. М. Ю. Доломатов, С. В. Назарова, С. Н. Беляев. Уфа: Башк. ин-т соц. отношений, 2005.

⁵ *Доломатов Н. М.* Получите прибыль с нашей помощью. Производство пластиковых карт в Уфе // Коммерсант www.kazan.kommersant.ru 2005. № 78; Свид. об офиц. рег. базы данных № 2006620336. Доломатов Н. М., Маликов Р. И., Байкова И. Р. База данных по ситемам лояльности предприятий в сфере сервиса и торговли г. Уфы. Поступила 31.05.2006. Зарегистрирована 20.10.2006.

⁶ *Доломатов Н. М.* Указ. соч.