

УДК 658.1.009.12+339.13

ФАКТОРНАЯ ДИАГНОСТИКА УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: ПАРАМЕТРЫ И ДИНАМИКА

Азарян Е.М., доктор экономических наук, профессор, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Загорная Т.О., кандидат экономических наук, доцент, Макеевский экономико-гуманитарный институт, г. Макеевка

У статті розроблені теоретичні положення вивчення параметрів і специфіки розвитку ринку роздрібних посередників для цілей формування аналітичної бази вивчення процесів конкурентної динаміки. Виявлена природа конкурентних відносин у роздрібній торгівлі й запропоноване в якості вирішального фактору розвитку роздрібних торговельних підприємств розглядати вектор конкурентної динаміки з урахуванням інтенсивності конкуренції в торгівлі, характеристик спеціалізації й формату торгівлі. Систематизовані властивості роздрібних торговельних посередників відповідно до ролі в зовнішньому середовищі, системі взаємодії внутрішніх і зовнішніх змінних розвитку торгівлі. Авторами виділено й адаптовано принципи теорії складних систем, серед яких особливу значимість набувають специфічні властивості продиктовані характером і динамікою конкуренції в сфері роздрібно торгівлі. На основі глибокого аналізу проблем розвитку роздрібно торгівлі, відповідно до зарубіжних підходів типізовані конкурентні стани роздрібних підприємств, що дозволило розширити методичну базу факторної діагностики розвитку ринку роздрібних торговельних посередників. Вивчення системних властивостей і характеристик роздрібних торговельних посередників дозволило заповнити прогалини в теорії й практиці факторної діагностики процесів розвитку роздрібно торгівлі, виявити стадії й параметри адаптації роздрібних торговельних посередників до умов і параметрів конкурентної динаміки.

Азарян Е.М., Загорная Т.О. Факторная диагностика условий развития розничной торговли: параметры и динамика.

В статье разработаны теоретические положения изучения параметров и специфики развития рынка розничных посредников для целей формирования аналитической базы изучения процессов конкурентной динамики. Вывявлена природа конкурентных отношений в розничной торговле и предложено в качестве решающего фактора развития розничных торговых предприятий рассматривать вектор конкурентной динамики с учетом интенсивности конкуренции в торговле, характеристик специализации и формата торговли. Систематизированы свойства розничных торговых посредников в соответствии с ролью во внешней среде, системе взаимодействия внутренних и внешних переменных развития торговли. Авторами выделены и адаптированы принципами теории сложных систем, среди которых особую значимость приобретают специфические свойства продиктованные характером и динамикой конкуренции в сфере розничной торговли. На основе глубокого анализа проблем развития розничной торговли, в соответствии с зарубежными подходами типизированы конкурентные состояния розничных предприятий, что позволило расширить методическую базу факторной диагностики развития рынка розничных торговых посредников. Изучение системных свойств и характеристик розничных торговых посредников позволило заполнить пробелы в теории и практике факторной диагностики процессов развития розничной торговли, выявить стадии и параметры адаптации розничных торговых посредников к условиям и параметрам конкурентной динамики.

Azaryan He., Zagornaya T. Factor diagnostics of terms of development of retail business : parameters and dynamics.

In the article, the theoretical position of the study parameters and specifics of the retail market intermediaries for the purposes of forming an analytical base for the study of the competitive process dynamics. It was revealed the nature of competition in the retail trade and it is suggested as a decisive factor in the development of the retail trade enterprises to consider the vector of competitive dynamics by the intensity of its competition in the trade, the characteristics of specialization and trade format. It was systematized retail properties by virtue of its role in the environment and the system of interaction between internal and external variables trade. The authors identified and adapted the principles of the theory of complex systems, including special importance attaches to the specific properties dictated by the nature and the dynamics of competition in the retail sector. On the basis of a thorough analysis of the problems of development of retail trade, in accordance with international approaches typified competitive state retailers, which expanded the methodological basis of the diagnostical factors of retail resellers. The study of system characteristics of retail intermediaries allowed to fulfill the gaps in the theory and practice of the diagnostical factors of retail development to identify stages and settings adjustment of retail intermediaries to the conditions and parameters of the competitive dynamics.

Постановка задачи. Любой рынок предполагает наличие предложения и спроса, а следовательно, потенциальных продавцов и покупателей, их взаимной заинтересованности друг в друге и свободе выбора.

В экономической литературе, посвященной торговой проблематике, основное внимание уделяется потребительскому рынку. При этом часто упускается из вида значимость другого, оказывающего непосредственное влияние на потребительский, - рынка торговых посредников. *Рынок торговых посредников* возникает в результате экономических отношений между производителями товаров народного потребления и предприятиями и организациями торговли в процессе выполнения последними функции доведения товаров до населения. Таким образом, на рынке торговых посредников продавцами являются изготовители товаров народного потребления, а покупателями - предприятия и организации торговли. В зависимости от функций, выполняемых торговыми предприятиями и организациями, рынок торговых посредников делится на два сегмента - оптовых и розничных посредников.

Не вызывает сомнения факт недостаточной изученности проблемы конкурентоспособности в розничной торговле на принципах учета динамики факторов внешней среды, поэтому в рамках данной статьи мы ограничимся анализом сегмента розничных торговых посредников. При этом имеется в виду, что характеристики розничных торговых посредников практически идентичны как при экономических отношениях с изготовителями потребительских товаров, так и с оптовыми посредниками.

Анализ исследований и публикаций. Проблемой изучения конкуренции в отраслевом разрезе занимались А.М. Бранденбургер, Ф. Вирсема, Б.Дж. Нейлбафф, М. Портер, К.К. Прахалад, М. Треси, Р. Фатхутдинов, Х. Фризевинкель, Г. Хэмел, А.Ю.Юданов и другие.

Существенный вклад в теорию и методологию оценки конкурентоспособности розничных торговых посредников внесли представители российской научной школы: А.И. Кунаев, Э.В. Минько, В.К. Памбухчиянц, Ф.Г. Панкратов, Г.Я. Резго и другие. Украинская школа изучения проблем конкурентоспособности в розничной торговле представлена работами В. Апопия, С. Бабенко, Л. Балабановой [1], В. Гросул [2], Л. Лигоненко, А. Мазараки [3], И. Маркиной, Б. Мизюка, М.В. Черной [4]. Отсутствие системных теоретических разработок в области оценки и диагностики конкурентоспособности розничных торговых посредников на динамической основе, с одной стороны, и практической востребованности методологически выверенных и обоснованных методов управления конкурентными преимуществами торговых сетевых структур в современных условиях национальной экономики, с другой, актуализируют дальнейший научный поиск в данном направлении.

Целью статьи является совершенствование диагностического инструментария оценки конкурентоспособности розничных торговых предприятий в условиях различных инвариантных форм конкурентной борьбы.

Изложение основного материала. Следует отметить и существенное повышение сложности функционирования розничных предприятий и организаций в новых условиях, бурное развитие одних форм торговой деятельности, географическую неравномерность тенденций в разрезе территорий и регионов.

Значительно возросли риск и неопределенность деятельности в посткризисный период (2008-2009 гг.). Управленческие решения приходится принимать во многих случаях в отсутствии релевантной информации о поставщиках и динамике потребительского спроса, больше ориентируясь на собственные опыт и интуицию, без учета степени конкурентного давления. Руководство многих розничных предприятий и организаций оказалось неподготовленным к деятельности в данных условиях, т.к. конкуренция в розничной торговле не рассматривается как нечто совершенно новое, особенное, принципиально отличное от производственной деятельности. В этой связи не может идти речь об адаптации системы существующих методов и моделей конкурентной диагностики. На повестке дня задача разработки диагностического инструментария анализа конкурентных отношений в розничной торговле, оценки динамической составляющей в системе конкурентных преимуществ розничных предприятий. Для розничной торговли в стране актуальной является проблема использования управленческой парадигмы, основанной на конкурентных отношениях. Изучению процессов *конкурентной динамики* принадлежит, по нашему мнению, определяющая роль в развитии розничной торговли.

Изготовителей товаров и оптовых посредников рынок розничных торговых посредников интересует с позиции ассортимента товаров, закупаемых розничными предприятиями и организациями, требований к их качеству, закупочных цен, форм и объема закупки, финансовых, расчетов, требований о льготах, рекламной деятельности и др. Однако рынок розничных торговых посредников имеет ту особенность, что покупатели (розничные предприятия и организации) являются одновременно участниками другого рынка - потребительского, где они уже выступают в качестве продавцов товаров и услуг.

Среди розничных предприятий и организаций покупатели выбирают те, где покупки можно сделать выгоднее, удобнее, быстрее и комфортнее. Торговая практика в экономически развитых странах, например, свидетельствует о том, что население все больше приобретает как товары, так и услуги, осуществляемые розничными предприятиями и организациями. Последние, в свою очередь, имеют разнообразные характеристики, в соответствии с которыми они приобретают товары у поставщиков, необходимые им для продажи населению. Например, это специализация, численность торговой сети, ее территориальное размещение, торговая площадь, применяемые формы продажи товаров и др. Естественно, что потребности розничных торговых посредников в товарах и, следовательно, их характеристики, в первую очередь, также определяются потребительским спросом. Однако следует отметить наличие у розничных предприятий и организаций существенного элемента организационной инерции как во взаимоотношениях с поставщиками товаров, так и с покупателями. Этому способствует, во-первых, то, что потребительский спрос никогда нельзя выявить полностью и, следовательно, у розничных торговых посредников всегда имеются известные риск и неопределенность в процессе закупки, а затем и продажи товаров, что обуславливает наличие элемента

самостоятельности в принятии решений и стабильности поведения на рынке. Во-вторых, эффективность деятельности розничных предприятий и организаций, естественно, определяется соответствием их характеристик потребительскому спросу. Однако во многих случаях невозможно оперативное изменение параметров этих характеристик в соответствии с динамикой спроса и конкурентной борьбы.

Таблица 1 - Систематизация свойств розничных торговых структур для целей факторной диагностики параметров развития

Свойства системы как результат внутренних процессов	Свойства системы как результат взаимодействия подсистем	Свойства системы как результат влияния внешней среды
Целостность – система розничных торговых посредников холистическая система, то есть ее переменные элементы взаимосвязаны и взаимообусловлены	Эмерджентность - наличие у системы розничных посредников свойств, не присущих её подсистемам и блокам (имидж частной торговой марки, репутация и т.д.)	Самостабилизация – в условиях роста внешних нагрузок система относительно устойчива
Обособленность – система розничных посредников развивается с учетом приоритетности коммерческой составляющей, отлична от природы функционирования сферы производства	Синергичность - возможности системы превосходят сумму возможностей составляющих её частей (характерна для разветвленных сетей розничного ритейла)	Организованность - структурные элементы системы посредников должны быть поставлена в соответствие целям и функциям развития
Самоорганизация – возможность менять отдельные характеристики процесса функционирования	Сложность – имеет место взаимное влияние отдельных элементов друг на друга, число связей постоянно растет	Разнообразие - учитывает существование закономерных связей между элементами системы, ограничивающих число возможных состояний при заданных условиях среды. Условие возникновения энтропии.
Структурность – системы посредников, состоящие из одних и тех же элементов (участников) отличаются характером связи, а значит обладают разными свойствами	Иерархизация – привязана к национальным, региональным и локальным условиям	Адаптивность – высокая степень приспособляемости системы к требованиям внешней среды

Таким образом, можно констатировать известную устойчивость характеристик розничных торговых посредников под воздействием изменений внешней среды, то есть наличие у них гомеостатического фактора. С учетом этого совокупность розничных предприятий и организаций на рынке следует рассматривать как систему розничных торговых посредников. Однако для целей их комплексной диагностики (поиск направлений развития и условия формирования конкурентных преимуществ) необходимо выявить и охарактеризовать свойства розничных торговых структур, с тем, чтобы снять противоречие между их структурной упорядоченностью и характером влияния внешних переменных.

Э. Ласло выделяет четыре основных свойства, характеризующих системную концепцию: упорядоченная целостность, самостабилизация; самоорганизация, иерархизация [5, с. 22].

В системе розничных торговых посредников упорядоченная целостность находит выражение в том, что это - холистическая система, то есть ее переменные элементы взаимосвязаны и взаимообусловлены. Например, изменение количества розничной сети обуславливает динамику торговой площади. Это, в свою очередь, оказывает влияние на специализацию розничных предприятий и организаций, что сопряжено с изменением численности торговых работников и т.д. Свойство самостабилизации системы розничных торговых посредников характеризуется тем, что в период антропогенных нагрузок система демонстрирует признаки асимптотической устойчивости, то есть способность сглаживать или гасить возмущения внешней среды, сохраняя при этом структуру внутренней среды.

Это свойство наглядно было продемонстрировано системой розничных торговых посредников в Украине, в 1990-1991 гг., когда в условиях недостатка товарной массы многие розничные предприятия и организации сократили объем реализации товаров упрощенными формами обслуживания и численность торгового персонала, передали в аренду часть торговых площадей под другие виды предпринимательской деятельности и т.д. Самоорганизация системы находит выражение в структурных изменениях ее внутренней среды, то есть эволюции системы в качественно новое состояние. Это характерно, например, для динамики параметров системы розничных торговых посредников в Украине с начала 1992 года, что связано с глобальными изменениями внешней среды.

Свойство иерархизации в системе розничных торговых посредников выражается в том, что, являясь сферой национальной экономики (составляющие ее розничные предприятия и организации независимо от форм собственности имеют одну общую миссию - удовлетворение потребительского спроса), она дифференцируется на подсистемы на уровне региональных, локальных рынков и зон обслуживания конкретных розничных предприятий. При этом каждый из перечисленных уровней является подсистемой более высокого уровня.

Система розничных торговых посредников является открытой развивающейся системой. Подчеркивая динамичный характер этой системы, М. МакНейр ввел понятие «колеса розничной торговли», в соответствии с которым розничные предприятия и организации постоянно переходят от одного цикла развития к другому, в зависимости от изменений параметров внешней и внутренней среды [6, с. 17-19].

Отдельные аспекты данной концепции содержат тезис о том, что новые участники могут проникнуть на рынок, имея даже низкий прирост оборота, низкий статус и низкие цены, но с ростом продаж компания разворачивается, несет большие затраты и переходит на позицию «высокие затраты — высокие цены». Здесь действия компании могут перебить новые участники, которые предлагают низкие цены, и цикл начинается снова.

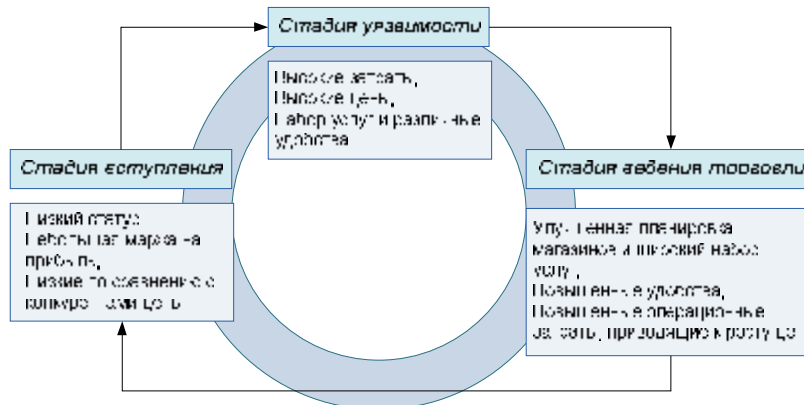


Рис. 1. «Колесо» розничной торговли (по М. МакНейру) [6, с. 17]

Несмотря на многие недостатки, модель остается «главной концепцией ... в розничной торговле». Описываемые ею фазы достаточно четко просматриваются, но идея «колеса» вызывает споры о его развитии во времени. К числу недостатков теории относится невозможность применить идею «колеса» ко всем предприятиям розничной торговли, а также ее ориентацию на соотношение цены и качества. В первоначальном исследовании «колеса» С. Холландер предложил несколько причин подобных циклических перемен: ослабление предпринимательского напора со стороны лидеров розничной торговли, неправильно выбранное направление торговли из-за излишней модернизации, *несовершенное ведение конкурентной борьбы* и незамеченные тенденции в обществе.

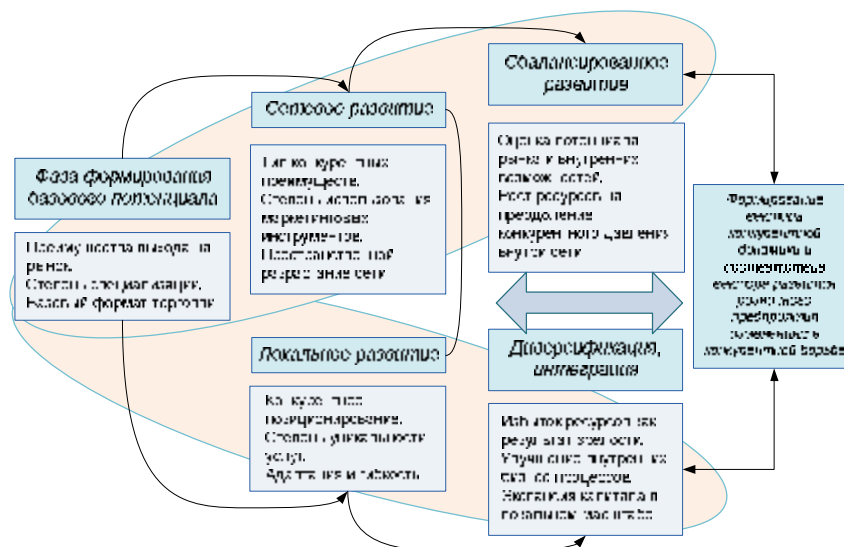


Рис. 2. Стадии развития розничных торговых посредников (авторский подход)

В других вариантах предлагались избыточная мощьность, при которой существующее предприятие расширяется совсем незначительно, а также заблуждения относительно того, что изначально низкое ценовое предложение скрывается ассортиментом товара, который реализуется по повышенной цене. Элементы данной теории объясняют процессы развития розничной торговли за рубежом, однако сложно увязываются с проблематикой отечественного рынка розничных посредников. Национальная экономика демонстрирует

всплески и спады активности, неравномерность развития розничной торговли в регионах и совершенную не типичность поведения участников рынка «старых» и новых форматов торговли. В отечественной среде розничной торговли нельзя увидеть постепенных изменений инновационного, ассортиментного плана. Поэтому авторская интерпретация фаз развития отечественных розничных предприятий (рис. 2) только отчасти отображает зарубежный подход, но в качестве решающего критерия роста конкурентных преимуществ выдвигает гипотезу о приоритетности конкурентного давления, т.к. практика показывает, что отсутствие конкуренции, как правило не приводит к сколь-нибудь серьезным толчкам к развитию.

В академических кругах широко обсуждали преимущества «колеса»: как его тестировать и как применять. Возможно, с большей пользой можно использовать идею «колеса» для объяснения давления, оказываемого на розничного продавца, для того чтобы привести инновационные концепции в новые продукты и типы магазинов.

Развитие системы розничных торговых посредников в значительной степени определяется противоречиями, характерными для ее внутренней среды. Одним из основных противоречий этой системы является наличие двух противоположных тенденций в динамике товарного профиля розничных предприятий - это специализация и универсализация магазинов. Специализация магазинов находит выражение в ограничении широты ассортимента предлагаемых покупателям товаров и одновременном увеличении его глубины. Универсализация магазинов сопровождается ростом широты ассортимента, возможностью приобретения разнообразного ассортимента товаров в одном магазине.

Уровень специализации и универсализации характеризуется двумя показателями - отношением количества магазинов соответствующей специализации к их общему количеству на рынке и отношением торговой площади этих магазинов к общей величине торговой площади. При этом следует учитывать, что второй показатель позволяет получить более объективную оценку тенденций в динамике товарного профиля магазинов.

Выводы. Проблемы, стоящие перед розничной торговлей, в свою очередь являются фокусированным отображением тех сложных, во многих случаях противоречивых тенденций, которые отражают нынешнее состояние экономики страны. Приходится констатировать наличие во многих случаях упрощенного подхода к проблемам развития розничных торговых посредников как субъектов потребительского рынка, что говорит о серьезных пробелах в системе диагностического инструментария изучения вектора развития сферы товарного обращения в целом. Изучение системных свойств и характеристик розничных торговых посредников позволило заполнить пробелы в теории и практике диагностики розничной торговли, выявить стадии и параметры развития розничных посредников принципиально отличных по формату и масштабам деятельности.

По результатам исследования мы выяснили, что именно конкуренция позволит стабилизировать розничную торговлю за счет того, что на рынке останутся функционировать только конкурентоспособные предприятия и организации. Таким образом, развитие конкурентных отношений и соответственно повышение конкурентоспособности предприятий и организаций являются основой совершенствования розничной торговли в стране.

Список использованных источников:

1. Балабанова, Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга [текст] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
2. Гросул В.А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки / В.А. Гросул // Вісник ЖДТУ. – Економічні науки. – Вип. 3(53). – С. 239-241.
3. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2001. – 800 с.
4. Чорна М.В. Методологія оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі / М.В. Чорна. – Вісник ХНУ. – Хмельницький, 2009. - № 4, Т. 1. –С. 218-221.
5. Lazio E. Basic Constructs of Systems Philosophy / E. Lazio // (B. Ruben and J. Kim (eds.)). - General Systems Theory and Human Communication, Rochelle Park, N.Y. : Hayden, 1975. - 205 p.
6. McNair M. Significant Trends and Development in the Post-war Period / A. B. Smith (ed.) / Competitive Distribution in Free High Level Economy and Its Implications for the University. - University of Pittsburg Press, Pittsburg, 1957. - 317 p.

Ключевые слова: конкуренция, розничная торговля, теория систем, развитие розничной торговли, конкурентная динамика.

Ключові слова: конкуренція, роздрібна торгівля, теорія систем, розвиток роздрібної торгівлі, конкурентна динаміка.

Keywords: competition, retail, theory of the systems, development of retail business, competition dynamics.