

На правах рукописи

НИКОЛАЕВА ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(1.6 Сфера услуг)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва 2012

Диссертация выполнена на кафедре коммерции и технологии торговли Автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент
Памбучьянц Ольга Валерьевна

Официальные оппоненты: **Шаркова Антонина Васильевна**,
доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой конкретной экономики и
маркетинга ФГБОУ ВПО «Государственный
университет Министерства финансов
РФ»

Шестаков Анатолий Васильевич,
доктор экономических наук, профессор ка-
федры общественных финансов, бухгалтер-
ского учета и аудита ГБОУ ВПО «Москов-
ский городской университет управления
Правительства Москвы»

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Российский экономический
университет им. Г. В. Плеханова»

Защита состоится «29» ноября 2012 года в 10 часов на заседании
совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д513.002.02 при
Российском университете кооперации по адресу: 141014, Московская об-
ласть, г. Мытищи, ул. В.Волошиной, д. 12/30, зал диссертационных сове-
тов (корпус 4, комн. 235)

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Россий-
ского университета кооперации; автореферат размещен на официальном
сайте Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и нау-
ки Российской Федерации www.vak.edu.gov.ru, на официальном сайте Рос-
сийского университета кооперации www.ruc.su

Автореферат разослан «26» октября 2012 года

Ученый секретарь
совета по защите докторских и
кандидатских диссертаций Д 513.002.02,
доктор экономических наук, профессор

А. В. Ткач

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Необходимость формирования научно обоснованных подходов к оценке и повышению устойчивости развития предприятий розничной торговли наглядно продемонстрировали уроки кризиса 2008–2010 гг. Подавляющее большинство субъектов сферы розничной торговли Российской Федерации проявили неустойчивость к колебаниям экономической конъюнктуры, столкнулись с крайне серьезными проблемами в сфере ликвидности, невозможностью рефинансировать долги, что, в итоге, приводило к сокращению объемов деятельности, сокращению персонала торговых предприятий и даже банкротству. По данным Росстата средний коэффициент текущей ликвидности предприятий розничной торговли России в 2010 г. составил 110,1%, а средний коэффициент автономии (один из наиболее значимых показателей финансовой устойчивости) — 22,5%, что существенно ниже минимальных рекомендуемых значений указанных показателей, составляющих 150,0% и 50,0%, соответственно.

Неустойчивость мировой финансово-экономической конъюнктуры породила не только собственно экономическую и финансовую, но и социальную неустойчивость в сфере розничной торговли Российской Федерации.

В значительной мере неустойчивость развития предприятий розничной торговли была обусловлена определенными недостатками в системе планирования и управления. Действительно, в 2005–2007 гг. лишь крайне незначительное количество руководителей предприятий розничной торговли предполагали возможность столь масштабного кризиса. В результате своего рода иллюзии бесконечного роста часто имели место необоснованно высокий удельный вес продаж товаров в кредит, не вполне рациональная политика организаций розничной торговли в сфере привлечения заемных финансовых ресурсов и т. п.

Обеспечение устойчивого развития особенно актуально именно для розничной торговли еще и потому, что многие предприятия данной отрасли, особенно средние и малые, не обладают существенными финансовыми

резервами, позволяющими относительно безболезненно переждать кризисный период экономического цикла. Кроме того, абсолютному большинству предприятий розничной торговли в период кризиса не приходится рассчитывать и на финансовую помощь со стороны государства.

Степень разработанности проблемы. Фундаментальные проблемы устойчивого развития различных экономических систем исследованы в трудах таких российских ученых – экономистов, как: Л. И. Абалкин, А. Г. Аганбегян, Н. П. Ващекин, Л. А. Гендлер, С. Ю. Глазьев, А. Г. Гранберг, С. П. Курдюмов, Д. Б. Маламуд, Е. Г. Ясин и др.

Вопросы влияния циклических колебаний экономики на устойчивость предприятий исследованы в работах В. И. Данилова-Данильяна, С. А. Дятлова, Дж. М. Кейнса, Н. Д. Кондратьева, Д. С. Львова, П. Самуэльсона, Ф. Хайека, Й. Шумпетера, А. Н. Фоломьева и других ученых. Проблемы оценки уровня устойчивого развития рассматриваются в исследованиях Ю. В. Алексеева, Х. Г. Баширова, М. А. Краснова, О. В. Михалева, В. В. Попкова, Н. А. Хомяченковой, Б. Е. Шпилева.

Проблемы устойчивого развития предприятий розничной торговли затрагиваются в работах Е. В. Бакальской, М. И. Баканова, Н. Н. Гаецкалова, Д. В. Горностаева, Л. П. Дашкова, Е. А. Дувановой, А. А. Костина, И. А. Коробейниковой, О. В. Памбухчианц, В. И. Попова, Н. Н. Терещенко, А. В. Шарковой, А. Д. Шеремета, А. В. Шестакова и других ученых.

Вместе с тем, в специальной литературе недостаточно полно освещены проблемы комплексной оценки устойчивости развития предприятий розничной торговли и формирования методического инструментария ее повышения.

Цель и задачи исследования. Цель диссертационной работы заключается в разработке методических рекомендаций по комплексной оценке устойчивости развития предприятий розничной торговли и обосновании наиболее результативных направлений его обеспечения.

Достижение поставленной цели исследования обусловило решение следующих основных задач:

исследование сущности и понятийного аппарата устойчивого экономического развития, выступающего основой деятельности предприятий

розничной торговли в современных условиях;

анализ факторов, показателей и рисков устойчивого развития предприятий розничной торговли;

изучение характера влияния цикличности экономики на развитие предприятий розничной торговли;

анализ современного состояния и динамики развития организаций розничной торговли Нижегородской области;

разработка матрицы стратегического анализа устойчивости развития розничной торговли;

обоснование методики комплексной оценки устойчивого развития розничной торговли;

разработка рекомендаций по формированию стратегии устойчивого развития предприятий розничной торговли.

Область исследования. Диссертационная работа выполнена в рамках специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (1. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; 1.6. Сфера услуг), п. 1.6.109 Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка и п. 1.6.118 Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг Паспорта специальностей ВАК Минобрнауки России (экономические науки).

Объектом исследования выступает устойчивое развитие предприятий розничной торговли как системный социально-экономический процесс.

Предметом исследования являются особенности устойчивого развития предприятий розничной торговли и направления его обеспечения.

Теоретической и методологической основой исследования являются теоретические положения неоклассического и институционального направления экономической науки, диалектический метод познания социально-экономических процессов и системный подход. В процессе исследования широко использовались общенаучные методы познания (индукция, дедукция, анализ, синтез), а также конкретные экономико-статистические методы: сравнительный метод, метод группировок, интегральная оценка, корреляционно-регрессионный анализ, трендовый анализ, стратегический «портфельный» анализ, метод построения нормативной системы показате-

лей, социологический опрос руководителей предприятий розничной торговли.

Информационную базу исследования составляют законодательные и нормативные правовые акты, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, данные Государственного комитета РФ по статистике Нижегородской области, финансовая, статистическая, бухгалтерская отчетность предприятий розничной торговли Нижегородской области, собственные исследования автора.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующих полученных лично автором результатах исследования:

уточнено понятие экономической категории «устойчивое развитие», под которым понимается процесс количественного и качественного прироста основных показателей экономической системы при сохранении ее равновесия в условиях циклического развития экономики под воздействием внутренних и внешних факторов и эффективном использовании всех экономических ресурсов в торговле, обеспечивающий удовлетворение текущих и будущих потребностей населения;

выявлена зависимость между циклическим характером развития экономики и устойчивым развитием предприятий розничной торговли с использованием коэффициента риска организации предпринимательской деятельности; определено, что в зависимости от фазы экономического цикла уровень риска варьируется от зоны минимального риска (фаза подъема) до зоны критического риска (фаза кризиса);

разработана матрица стратегического анализа устойчивости развития розничной торговли, которая позволяет позиционировать объекты сферы розничной торговли (отрасль в целом, подотрасли, конкретные предприятия) в зависимости от сочетания параметров темпов и вариабельности развития и разрабатывать рекомендации по повышению уровня устойчивости;

предложена методика комплексной оценки устойчивого развития розничной торговли, которая дает возможность системно, основываясь на широком круге финансово-экономических показателей, количественно оценить устойчивость развития розничной торговли и обосновать организационно-экономические мероприятия по ее повышению. Методика вклю-

чает в себя такие последовательные этапы, как обоснование эталонной системы показателей, характеризующих устойчивое развитие предприятий розничной торговли, сравнение фактической последовательности темпов роста показателей устойчивости с эталонной, разработку рекомендаций по мобилизации наиболее значимых резервов повышения устойчивости развития розничной торговли;

разработаны методические рекомендации по формированию стратегии устойчивого развития предприятий розничной торговли, основанной на усилении интеграционных процессов с производителями, смежными субъектами розничного рынка и не относящимися к смежным организациями сферы торговли и услуг на основе формирования и реализации коалиционных программ лояльности потребителей.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности применения методического инструментария для обеспечения эффективного использования экономических ресурсов в деятельности торговых сетей, диверсификации сферы хозяйствования и разработки системы показателей для оценки результатов развития.

Разработанные стратегические приоритеты предприятий торговли могут быть применены в работе органов управления регионального уровня при формировании региональных программ развития на краткосрочный и долгосрочный периоды.

Результаты диссертационного исследования могут быть также использованы в учебном процессе в рамках дисциплин «Экономика торгового предприятия», «Организация торговой деятельности», «Стратегический менеджмент».

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертации докладывались и обсуждались на ежегодных научно-практических конференциях, проводимых в Чебоксарском кооперативном институте — филиале Российского университета кооперации в 2008–2011 гг.

Имеются справка № 10-1 от 29 сентября 2011 г. и акт № 1/10-1 о внедрении результатов работы в ООО «Сантехлюкс НН», г. Н. Новгород (оптово-розничная сеть инженерно-бытовой сантехники), справка № 60 от 22 сентября 2011 г. и акт №1/60 от 22 сентября 2011 г. об использовании ре-

зультатов исследования в учебном процессе Нижегородского филиала НОУ ВПО «Московский университет имени С. Ю. Витте» (МИЭМП).

Публикации. По результатам диссертационного исследования опубликовано 8 печатных работ, общим объемом 3,71 п. л., в том числе авторских — 2,66 п. л., из них 3 работы в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

Структура и объем работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 138 источников. Работа выполнена на 152 страницах машинописного текста, содержит 26 таблиц, 13 рисунков и 11 приложений.

Во **введении** обоснована актуальность темы, сформулированы основные цели и задачи исследования, обозначены предмет, объект, теоретическая и методологическая база исследования, определены научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

В **первой главе** «Теоретико-методологические основы устойчивого развития предприятий розничной торговли в современных экономических условиях» раскрыты сущность таких экономических категорий, как «устойчивое развитие» и «экономический рост», проанализированы основные социально-экономические факторы обеспечения устойчивого развития предприятий розничной торговли Российской Федерации в современных условиях; выделены нормативно-правовые, организационно-экономические, институциональные, конкурентные и социальные проблемы; выявлена зависимость между циклическим характером развития экономики и устойчивым развитием предприятий розничной торговли; автором рассмотрены особенности влияния фактора цикличности экономики на устойчивое развитие.

Во **второй главе** «Анализ устойчивости развития розничной торговли Нижегородской области» проведен анализ официальной региональной статистики; автором предложена матрица стратегического анализа устойчивости развития розничной торговли; по результатам апробации предложенной матрицы на материалах регионов Приволжского федерального округа сделан вывод о том, что розничная торговля Нижегородской области находится в наиболее предпочтительном, третьем квадранте стратегиче-

ской матрицы; рассмотрены особенности и проблемы устойчивого развития розничного рынка строительных материалов Нижегородской области.

Третья глава «Совершенствование методического инструментария оценки и обеспечения устойчивого развития предприятий розничной торговли» посвящена разработке рекомендаций и методики комплексной оценки устойчивого развития розничной торговли; в соответствии с предлагаемой методикой выявлены наиболее значимые резервы повышения устойчивости развития розничной торговли Нижегородской области; разработаны методические рекомендации по формированию стратегии устойчивого развития предприятий розничной торговли, основанной на усилении интеграционных процессов с производителями, смежными субъектами розничного рынка и не относящимися к смежным организациям сферы торговли и услуг.

В заключении сформулированы основные выводы о результатах исследования.

2. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Уточнено понятие экономической категории «устойчивое развитие», под которым понимается процесс количественного и качественного прироста основных показателей экономической системы при сохранении ее равновесия в условиях циклического развития экономики под воздействием внутренних и внешних факторов и эффективном использовании всех экономических ресурсов в торговле, обеспечивающий удовлетворение текущих и будущих потребностей населения

Процесс обеспечения устойчивого развития имеет отраслевую специфику. Например, для обеспечения устойчивого развития предприятий розничной торговли необходимо наличие определенных предпосылок, включая социальные, экономические, организационные, информационные, инновационные, правовые. Можно выделить следующие основные проблемы устойчивого развития предприятий розничной торговли Российской Федерации (табл. 1).

Таблица 1 — Основные проблемы устойчивого развития предприятий розничной торговли Российской Федерации

Группа проблем	Конкретные проблемы устойчивого развития предприятий розничной торговли
1. Нормативно-правовые	<ul style="list-style-type: none"> - определенная зарегулированность деятельности предприятий розничной торговли, в том числе на уровнях регионов и муниципалитетов; - не вполне рациональная система проверок деятельности предприятий розничной торговли, порождающая коррупционные риски.
2. Конкурентные	<ul style="list-style-type: none"> - недобросовестная конкуренция на многих розничных товарных рынках (в первую очередь, со стороны крупных торговых сетей, часто аффилированных с отдельными властными структурами); - сложность развития малого, наиболее социально ориентированного с точки зрения цен на товары, бизнеса в розничной торговле; - недостаточная эффективность применения антимонопольного законодательства.
3. Институциональные	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточная развитость и низкая эффективность института защиты прав собственности на средства производства и доходы предприятий розничной торговли; - необъективность функционирования института арбитражных судов, высокие коррупционные риски в данной сфере.
4. Организационно-экономические	<ul style="list-style-type: none"> - определенная инерционность развития ряда предприятий розничной торговли, недостаточная нацеленность их менеджмента на инновации; - недостаточная развитость систем планирования, в первую очередь стратегического, на большинстве предприятий розничной торговли, что увеличивает степень неопределенности внешней среды и препятствует обеспечению устойчивого развития; - наличие систем неэффективных посредников между производителями и розничными торговцами.
5. Социальные	<ul style="list-style-type: none"> - относительно высокий уровень эксплуатации наемного труда в торговле; - низкая ориентация предприятий розничной торговли на участие в благотворительности; - существенная развитость именно в розничной торговле незарегистрированных трудовых отношений («серого» рынка рабочей силы и конвертных форм оплаты).

Систематизировано автором

Необходимо отметить, что обеспечение устойчивого развития розничной торговли сопряжено с определенными рисками.

Наиболее существенным признаком риска является наличие неопределенности, представляющей собой отсутствие уверенности в достижении поставленной цели. В основе неопределенности, мы считаем, лежит циклический характер развития экономики, обуславливающий формирование основных рисков зон и вероятность зон наступления. Значения коэффициента риска предпринимательской деятельности в торговле для каждой фазы экономического цикла приведены в табл. 2.

Таблица 2 — Коэффициенты риска предпринимательской деятельности в розничной торговле для различных фаз экономического цикла

Фазы экономического цикла	Расчет	Средний коэффициент риска	Характеристика риска
Кризис	$Kr' = (0,95 \cdot 0,95 + 0,95 \cdot 0,82 + 0,77 \cdot 0,95 + 0,77 \cdot 0,82 + 0,5 \cdot 0,95) / 4,5$	0,784	Зона ярко выраженного критического риска
Депрессия	$Kr'' = (0,95 \cdot 0,62 + 0,95 \cdot 0,39 + 0,77 \cdot 0,62 + 0,5 \cdot 0,82 + 0,23 \cdot 0,12 + 0,05 \cdot 0,12) / 2,7$	0,679	Зона критического риска, граничащая с зоной повышенного риска
Оживление	$Kr''' = (0,95 \cdot 0,12 + 0,77 \cdot 0,39 + 0,77 \cdot 0,12 + 0,5 \cdot 0,62 + 0,5 \cdot 0,39 + 0,23 \cdot 0,62 + 0,23 \cdot 0,37 + 0,05 \cdot 0,37) / 2,9$	0,434	Зона повышенного риска, граничащая с зоной минимального риска
Подъем	$Kr'''' = (0,05 \cdot 0,95 + 0,5 \cdot 0,81 + 0,23 \cdot 0,95 + 0,23 \cdot 0,81 + 0,5 \cdot 0,12 + 0,05 \cdot 0,62) / 4,3$	0,202	Зона выраженного минимального риска
В среднем по экономическому циклу	$Kr_{эк} = 0,784 \cdot 0,2 + 0,679 \cdot 0,15 + 0,434 \cdot 0,25 + 0,202 \cdot 0,4$	0,448	Зона повышенного риска с приближением к его нижней границе

Рассчитано автором с использованием экспертного метода

2. Обозначены перспективы развития Нижегородской области и выделены приоритетные направления для развития региональной розничной торговли; исследован рынок строительных материалов региона, в том числе с использованием результатов социологического опроса покупателей и руководителей предприятий розничной торговли

Рыночной экономике в целом присущи циклические колебания конъюнктуры, не сводимые к сезонным перепадам производства. Модели экономических циклов позволяют исследовать, как и под воздействием каких факторов возникают циклические колебания в экономике.

Нижегородская область занимает территорию 74,8 тыс. кв. км (0,4% территории России). Численность населения составляет более 3,36 млн. чел (2,4% населения России), ВРП — свыше 380 млрд руб. (1,7% ВВП России). В структуре ВРП Нижегородской области наибольшую долю занимают обрабатывающие производства (30,6%), оптовая и розничная торговля — 21,0%. По объему отчислений в консолидированный бюджет РФ в Нижегородской области лидируют автомобилестроение, транспорт и логистика, пищевая промышленность и строительство.

Основным программным документом развития области является «Стратегия социально-экономического развития Нижегородской области до 2020 года», которая, с одной стороны, содержит описание текущего состояния экономики области, вызовов, конкурентных преимуществ и ключевых проблем, а с другой — представление о будущем области, долгосрочных целях ее развития, а также определенных стратегических приоритетах, на которых область будет концентрировать свои усилия и имеющиеся в распоряжении ресурсы.

Определенную информацию об устойчивости развития розничной торговли демонстрирует структура затрат в отрасли (табл. 3). Отметим, что о недостаточном уровне устойчивости развития свидетельствует крайне нестабильный удельный вес материальных затрат в 2008–2010 гг. В устойчиво развивающихся отраслях структура затрат на производство и реализацию продукции, как правило, является более стабильной.

Таблица 3 — Структура затрат организаций розничной торговли Нижегородской области

Статьи затрат	Годы		
	2008	2009	2010
Затраты на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг) — всего	100	100	100
в том числе:			
материальные затраты	21,2	16,0	19,5
расходы на оплату труда	35,3	35,8	34,8
единый социальный налог	6,4	7,0	6,7
амортизация основных средств	5,1	4,1	4,9
прочие затраты	32,0	37,1	34,1

Как показано в табл. 4, наиболее существенным фактором ограничения устойчивого развития розничной торговли в области является недостаточный платежеспособный спрос.

Таблица 4 — Оценка факторов, ограничивающих устойчивость развития предприятий розничной торговли Нижегородской области

Факторы	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Высокий уровень налогов	45	45	39	31	37
Недостаточный платежеспособный спрос	57	45	45	65	60
Недостаток собственных финансовых средств	39	43	27	45	31
Высокая арендная плата	36	34	37	35	29
Высокие транспортные расходы	29	30	29	12	10
Высокий процент коммерческого кредита	19	24	27	31	17
Недостаточный ассортимент	12	8	14	7	7

Таким образом, устойчивость развития предприятий розничной торговли Нижегородской области ограничивается такими наиболее существенными факторами, как недостаточный платежеспособный спрос населения, снижающийся даже в условиях роста товарооборота и прибыли, уровень инвестиционной активности предприятий отрасли, а также нерационально быстро растущие управленческие расходы.

3. Предложена матрица стратегического анализа устойчивости развития предприятий розничной торговли

Данная матрица (рис. 1) может быть использована на следующих уровнях:

для сравнения устойчивости развития отрасли розничной торговли различных регионов;

для анализа устойчивости развития подотраслей сферы розничной торговли одного региона;

для сравнительного анализа устойчивости развития отдельных предприятий розничной торговли, относящихся к одному и тому же виду экономической деятельности.

На основании разработанной стратегической матрицы нами осуществлен анализ устойчивости развития розничной торговли в региональном разрезе за 2000–2010 гг.

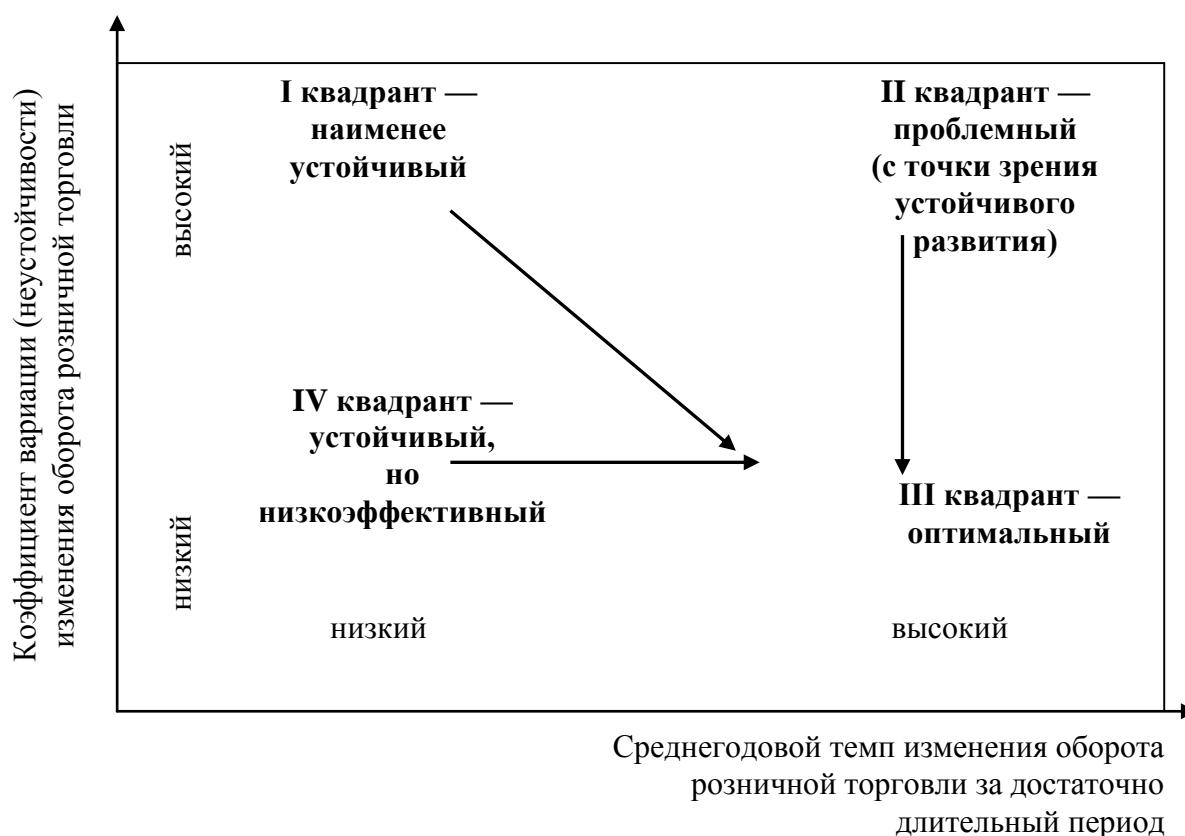


Рисунок 1 — Общий вид предлагаемой матрицы стратегического анализа устойчивости развития предприятий розничной торговли

Розничная торговля Нижегородской области находится в наиболее предпочтительном, третьем квадранте стратегической матрицы. Соответственно, для розничной торговли исследуемого региона характерны как сравнительно более высокие средние темпы роста, так и меньшая вариабельность, большая предсказуемость их изменения и, соответственно, при прочих равных условиях, меньшие риски развития предприятий розничной торговли.

Предлагаемая матрица стратегического анализа устойчивости развития розничной торговли позволяет позиционировать объекты сферы розничной торговли (отрасль в целом, подотрасли, конкретные предприятия) в зависимости от сочетания параметров темпов и вариабельности развития и разрабатывать рекомендации по повышению уровня устойчивости.

Рынок строительных материалов является одним из наиболее динамичных сегментов розничной торговли многих регионов Российской Федерации. Это обусловлено его связью с решением важнейшей проблемы населения – обеспечением жильем. Таким образом, рынок строительных отделочных материалов непосредственно способствует решению важнейшей социальной задачи национального масштаба.

Специфика розничной торговли строительными материалами в значительной мере обуславливается следующими основными особенностями функционирования и развития строительной индустрии:

1) нестационарность, временный характер, неоднотипность строительного производства и характера конечной продукции;

2) в строительстве до начала строительного-монтажных работ создаются временные производственно-бытовые и административно-хозяйственные здания, выполняются прокладки инженерных коммуникаций, дорог, линий электропередач и т.д.;

3) неустойчивость соотношения строительного-монтажных работ по их сложности и видам в течение месяца, что затрудняет расчет численного и профессионального состава рабочих;

4) в строительстве объектов одновременно участвуют несколько строительного-монтажных организаций (генподрядчик, субподрядчик), создающих отдельные конструктивные элементы здания;

5) роль климата и местных условий в строительных работах;

6) существенная корректировка развития строительной индустрии в результате вступления России в ВТО.

Для более полного анализа устойчивости развития розничного рынка строительных материалов проведем SWOT-анализ (табл. 5).

Полученный SWOT-анализ позволил выделить основные сильные и слабые стороны, определить ожидаемые возможности и угрозы, присущие предприятиям розничной торговли строительными материалами в Нижегородской области.

Таблица 5 — SWOT-анализ развития розничной торговли строительными материалами в Нижегородской области

S (сильные стороны)	W (слабые стороны)
<p>Наличие мощного строительного комплекса в области.</p> <p>Формирование модели ипотечного жилищного кредитования социальной направленности.</p> <p>Устойчивый рост объемов ввода в действие зданий жилого и нежилого назначения.</p> <p>Рост доходов населения.</p> <p>Наличие благоприятного окружения, в том числе устойчивое развитие промышленности строительных материалов.</p> <p>Сложившиеся и формирующиеся транспортные коридоры.</p> <p>Невысокое качество жилищного строительства, распространившаяся практика сдачи жилья с «черновой» отделкой.</p>	<p>Недостаточное состояние автомобильных дорог и технической оснащенности придорожной транспортной инфраструктуры.</p> <p>Заметная дифференциация в обеспеченности автомобильными дорогами отдельных населенных пунктов.</p> <p>Высокая стоимость жилья относительно доходов населения.</p> <p>Наличие неэффективных собственников.</p> <p>Высокая дифференциация в денежных доходах населения.</p> <p>Высокая степень износа основных средств на предприятиях розничной торговли.</p> <p>Высокая зависимость от циклического характера развития экономики.</p> <p>Высокая ценовая эластичность спроса на строительные материалы.</p>
О (возможности)	Т (угрозы)
<p>Более полное удовлетворение потребностей населения и экономических субъектов в строительных материалах.</p> <p>Вовлечение в разработку перспективных месторождений строительных песков, кирпичных глин и других общераспространенных полезных ископаемых для обеспечения сырьем строительного комплекса и производства строительных материалов.</p> <p>Увеличение доли отечественных товаров в общем объеме торговли строительными материалами.</p>	<p>Снижение конкурентоспособности строительного комплекса.</p> <p>Снижение финансово-экономической устойчивости малых предприятий розничной торговли. Вытеснение их с рынка крупными торговыми сетями.</p> <p>Опережающий рост стоимости жилья относительно доходов населения.</p> <p>Ухудшение материально-технической базы предприятий розничной торговли.</p> <p>Снижение качества строительных материалов.</p>

Для определения перспектив развития рынка строительных материалов необходимо осуществлять его мониторинг. Нами предлагается интегральная оценка розничного рынка строительных материалов, включающая следующие этапы:

- 1) определение и обоснование показателей, используемых для анализа рынка;
- 2) характеристика выбранных показателей и присвоение им соответствующих баллов (X_i , изменяется в пределах от 0 до 100 баллов);
- 3) определение весовых коэффициентов для каждого показателя (F_i);

4) расчет интегрального показателя привлекательности рынка по формуле: $R = \sum X_i \cdot F_i$;

5) выявление границ интегрального показателя и характеристика его отдельных зон. Коэффициент привлекательности рынка находится в пределах от 0 до 1, в том числе: 0 – 0,1 – рынок не привлекателен; 0,11-0,3 – слабая привлекательность; 0,31 – 0,5 – удовлетворительная; 0,51-0,7 – хорошая; 0,71 – 0,9 – высокая; 0,91 – 1 – очень высокая;

б) оценка коэффициента привлекательности рынка строительных материалов, как отношения фактической и максимальной суммы баллов.

Оценим привлекательность рынка строительных материалов в 2006-2010 гг. в Нижегородской области (табл. 6).

Таблица 6 — Оценка привлекательности рынка строительных материалов Нижегородской области в 2006–2010 гг.

Наименование показателя	Характеристика показателя	Весовой коэффициент, F_i	Баллы, X_i
1	2	3	4
1. Размер потенциального рынка в год, млн руб.	Более 50%	0,15	70
2. Динамика роста торговли новым товаром	5% и более	0,10	60
3. Рыночная перспектива на ближайшие 10 лет	Хорошая (10% – 40%)	0,20	60
4. Сезонность товара	Заметная	0,15	40
5. Отношение к собственной продукции	Положительно	0,10	60
6. Потребность в товаре	Заметная	0,20	90
7. Отношение к продукции стейкхолдеров	Благоприятное	0,05	60
8. Вид активности конкурентов	Атака со стороны многих конкурентов	0,05	50
Сумма баллов	-	1,0	64
Коэффициент привлекательности рынка	$K = \text{Фактическая сумма баллов} / \text{Максимальная сумма баллов}$	$64 / 100 = 0,64$	

Составлено автором на основе экспертной оценки

$$R = \sum X_i \cdot F_i = 70 \cdot 0,15 + 60 \cdot 0,1 + 60 \cdot 0,2 + 40 \cdot 0,15 + 60 \cdot 0,1 + 90 \cdot 0,20 + 60 \cdot 0,05 + 50 \cdot 0,05 = 64 \text{ балла.}$$

Таким образом, привлекательность рынка строительных материалов Нижегородской области в целом удовлетворительная (находится в пределах 0,51–0,7). Следовательно, рынок строительных материалов можно считать одним из наиболее привлекательных сегментов розничной торговли Нижегородской области, обеспечивающих потенциально высокую устойчивость финансово-экономического развития торговых организаций, специализирующихся в данной области.

Однако с позиций обеспечения устойчивого развития внутренняя структура данного сегмента розничного рынка также является не вполне однородной — торговля отдельными товарами имеет свою специфику. Рассмотрим особенности устойчивого развития розничного рынка такого строительного материала, как минеральная теплоизоляционная вата, в Нижегородской области и в целом в Приволжском федеральном округе на примере одного из крупнейших мировых производителей данного строительного материала – корпорации ROCKWOOL и ее официального дилера в Нижегородской области – ООО НТУ «Экотех», занимающегося как оптовыми, так и розничными продажами.

Необходимо отметить, что Нижегородская область является одним из лидеров среди регионов Приволжского федерального округа по интенсивности развития рынка теплоизоляционных материалов. Темп роста емкости данного отраслевого рынка в 2005 – 2010 гг. составил 258,6% против 215,4% в среднем по РФ и 200,3% в среднем по ПФО.

Нами осуществлен сценарный прогноз темпов развития рынка минеральной ваты в Нижегородской области на 2011–2015 гг. В соответствии с оптимистическим сценарием, объем спроса на неметаллические минеральные продукты вообще и минеральную вату в частности на рынке Нижегородской области к 2015 г. увеличится более чем на 98% к уровню 2010 г. В соответствии с пессимистическим вариантом прогноза, темп роста объема рынка составит к 2015 г. в номинальном исчислении лишь 48,5% к уровню 2010 г., лишь ненамного превысив уровень объема продаж в 2008 г. В соответствии с данным вариантом прогноза при условии, что инфляция в

2011 – 2015 гг. составит в среднем 6% годовых, реальный темп роста емкости регионального рынка составит порядка 18,5%.

В Нижегородской области широко используется продукция и услуги Группы компаний ROCKWOOL, которая является лидером на мировом рынке изоляционных материалов из каменной ваты и предлагает продукты и решения для строительства, включая теплоизоляцию и звукопоглощающие потолочные покрытия, отделочные панели, а отделение BuildDesk предоставляет консалтинговые услуги.

В РФ корпорация ROCKWOOL развивается достаточно устойчиво. Так, продажи группы компаний ROCKWOOL в Российской Федерации за 2010 год составили 1,5 млрд евро. Доля ROCKWOOL Russia составляет 9% от общих продаж компании.

Нами систематизированы основные факторы, ограничивающие и обеспечивающие процесс устойчивого развития исследуемой организации (табл. 7).

Таблица 7 — Основные факторы, обеспечивающие и ограничивающие процесс устойчивого развития ООО НТУ «Экотех»

Факторы, обеспечивающие устойчивое развитие	Факторы, ограничивающие устойчивое развитие
<ol style="list-style-type: none"> 1. Относительно демократичный стиль принятия управленческих решений в сфере продаж. 2. Слаженный трудовой коллектив, отсутствие трудовых конфликтов, низкая текучесть кадров менеджеров по продажам. 3. Хорошая степень обучаемости управленческого персонала в сфере продаж. Регулярное участие в семинарах и курсах повышения квалификации, организуемых головным офисом корпорации. 4. Последовательная политика повышения качества продукции. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие четкой стратегии развития в сфере маркетинга и продаж. 2. Слишком сильная зависимость от нескольких крупных дилеров. 3. Незрелость аналитической функции, в том числе в сфере управления коммерческой деятельностью. Отсутствие аналитика в структуре управления. 4. Отсутствие использования инструментария прямого маркетинга в процессе организации и осуществления продаж теплоизоляционных материалов.

Систематизировано автором

Устойчивое развитие предприятий розничной торговли в значительной мере зависит от эффективной организации инновационной деятельности.

Внедрение инновационных методов управления трудом торгового предприятия должно включать следующие этапы и проектные направления:

аккумуляцию инновационных идей членов коллектива организации;

формирование временных творческих коллективов - инновационных команд;

экспертизу;

разработку инновационного проекта управления трудом;

периодическую отчетность по эффективности использования внедренных инноваций;

использование разработанных специализированных тестов на определение квалификации;

использование методики оценки зрелости и готовности руководителя к работе в условиях циклического развития экономики.

4. Разработанная автором методика комплексной оценки устойчивости развития розничной торговли, основанная на нормативной системе показателей, включает в себя следующие этапы:

1. Обоснование оптимального (эталонного) соотношения темпов роста экономических индикаторов.

2. Расчет фактических темпов изменения социально-экономических показателей, характеризующих различные аспекты устойчивости развития розничной торговли.

3. Оценка степени соответствия фактического распределения темпов роста показателей, включенных в методику комплексной оценки устойчивости развития розничной торговли, эталонному их соотношению.

4. Формулировка выводов относительно величины и динамики комплексной устойчивости развития розничной торговли.

5. Выявление резервов повышения уровня устойчивости развития розничной торговли.

6. Разработка рекомендаций по повышению уровня устойчивости развития розничной торговли для собственников и менеджеров торговых предприятий и (или) органов государственной власти соответствующего уровня, занимающихся вопросами регулирования сферы розничной торговли. Такого рода рекомендации должны способствовать повышению соответствия фактического и эталонного распределений темпов роста показателей, включенных в состав методики.

В рамках предлагаемой методики комплексной оценки устойчивости развития розничной торговли нашли отражение как показатели собственно экономической, так и долгосрочной, и краткосрочной финансовой устойчивости предприятий розничной торговли, а также формирования за счет повышения темпов роста инвестиций, в первую очередь на цели исследований и инноваций, потенциала увеличения устойчивости развития розничной торговли в будущем. Наконец, повышение темпов роста чистой прибыли, рационализация структуры задолженности предприятий розничной торговли создает возможность, при прочих равных условиях, повышения и социальной устойчивости развития в части, например, относительного увеличения затрат на персонал, возможности участия торговых предприятий в благотворительных программах и т.п.

5. Разработаны методические рекомендации по формированию стратегии устойчивости развития предприятий розничной торговли

Процессы трансформации социально-экономических отношений в России и создания эффективных корпоративных систем управления до сих пор не оснащены необходимыми для этих целей современными методами, технологиями и механизмами менеджмента, а существующие – не соответствуют рыночным условиям по оперативности и обоснованности принимаемых решений в жесткой борьбе за покупателя. В настоящее время предприятиям для достижения глобальных конкурентных преимуществ и повышения конкурентоспособности требуется разработка научно обоснованных стратегий и, следовательно, формирование нового класса задач, называемых стратегическими. Для их успешного решения необходимы комплексные системы стратегического управления, которые обеспечивают взаимодействие внутренней и внешней среды предприятия

торговли, а также позволяют превращать стратегические меры в текущие производственные планы и программы развития.

В результате исследования автор пришел к определению стратегии устойчивого развития предприятия как совокупности целей, основных направлений, методов, технологий и механизмов реализации целей, находящихся в неразрывной связи и взаимосвязи с отраслевыми, региональными и общенациональными стратегическими приоритетами на основе интегрированного партнерства всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров), обеспечивающего согласование интересов бизнеса, требований рынка и возможностей организации

Стратегия основывается на следующих принципиальных положениях:

социальная ответственность, предусматривающая главной целью повышение уровня и качества жизни собственников, управляющих и трудового коллектива;

устойчивое и долгосрочное развитие, предполагающее формирование динамично развивающейся и конкурентоспособной организации в отраслевом, региональном и общенациональном масштабе;

открытость к сотрудничеству, означающее стремление к активному диалогу с партнерами по бизнесу, а также взаимный учет отраслевых, региональных и общенациональных интересов;

инновационный подход, включающий разработку, внедрение и использование инноваций во всех формах их проявления (управленческих, технологических, организационных, продуктовых).

Как показали результаты социологического опроса, проведенного автором в 2010 г., предприниматели оценивают связь между макроэкономическим развитием и развитием своего бизнеса как тесную и очень тесную (67,2 % руководителей предприятий). Отсюда вытекают следующие оценки перспектив развития своего бизнеса в розничной торговле (табл. 8).

Таблица 8 — Ответы респондентов на вопрос:
«Как Вы оцениваете перспективы развития Вашего бизнеса
на ближайшие три года (2010–2012 гг.)?»

Варианты ответов	Доля, %
Отличные (темпы прироста выручки от продаж и прибыли 25 % и более)	13,2
Хорошие (15-25 %)	32,5
Удовлетворительные (0-15 %)	35,6
Неудовлетворительные (отрицательные)	18,7

Большинство из опрошенных нами руководителей розничных торговых предприятий оценивают перспективы развития своего бизнеса как хорошие и удовлетворительные. В этих условиях стимулирование развития розничной торговли на региональном уровне должно осуществляться при активном участии государства поэтапно, в соответствии с фазами экономических циклов.

Таким образом, стратегической целью хозяйствования любой организации, в том числе и розничной торговли, является обеспечение устойчивого развития, для достижения которого необходимы разнообразные инструменты и подходы.

3. ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Выполненное исследование позволяет сделать следующие выводы и предложить соответствующие практические и методические рекомендации.

1. На основании анализа специальной литературы автором предлагается следующее определение исследуемой категории: под «устойчивым развитием» следует понимать процесс количественного и качественного прироста основных показателей экономической системы при сохранении ее равновесия в условиях циклического развития экономики под воздействием внутренних и внешних факторов и эффективном использовании всех экономических ресурсов производства, удовлетворение текущих и будущих потребностей населения.

2. Проанализированы основные социально-экономические факторы обеспечения устойчивого развития предприятий розничной торговли Российской Федерации в современных условиях. Выделены основные нормативно-правовые, организационно-экономические, институциональные, конкурентные и социальные проблемы устойчивого развития предприятий розничной торговли Российской Федерации.

3. Рассмотрены особенности влияния фактора цикличности экономики на устойчивое развитие предприятий. Выявлена зависимость между циклическим характером развития экономики и устойчивым развитием предприятий розничной торговли с использованием коэффициента риска организации предпринимательской деятельности.

4. Проведенный анализ официальной региональной статистики позволил выявить, что устойчивость развития предприятий розничной торговли Нижегородской области ограничивается такими наиболее существенными факторами, как недостаточный платежеспособный спрос населения, снижающийся даже в условиях роста товарооборота и прибыли, уровень инвестиционной активности предприятий отрасли, а также нерационально быстро растущие управленческие расходы.

5. Автором предложена матрица стратегического анализа устойчивости развития розничной торговли. По результатам апробации предложенной матрицы на материалах регионов Приволжского федерального округа сделан вывод о том, что розничная торговля Нижегородской области находится в наиболее предпочтительном третьем квадранте стратегической матрицы.

6. Выявлены особенности и проблемы устойчивого развития розничного рынка строительных материалов Нижегородской области в целом и продаж теплоизоляционной строительной минеральной ваты в частности (на материалах ООО НТУ «Экотех» — официального дистрибьютора корпорации ROCKWOOL в Нижегородской области).

7. Предложена методика комплексной оценки устойчивости развития розничной торговли. В соответствии с предлагаемой методикой выявлены наиболее значимые резервы повышения устойчивости развития розничной

торговли Нижегородской области. Разработаны методические рекомендации по формированию стратегии устойчивого развития предприятий розничной торговли, основанной на усилении интеграционных процессов с производителями.

4. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ:

В изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России:

1. Николаева О.В. Формирование стратегических целей устойчивого развития торгового предприятия // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. Научный журнал. — 2010. — № 2. — С. 401–405. — 0,28 п. л.

2. Николаева О.В., Погодина Т. В. Анализ рынка продукции строительных и отделочных материалов: региональный аспект // Бухучет в строительных организациях. Ежемесячный научно-практический журнал для руководителей. — 2010. — № 4. — С. 56–61. — 0,42 п. л. (авторские — 0,21 п. л.).

3. Николаева О.В. Влияние инновационной деятельности на обеспечение устойчивого развития предприятий розничной торговли // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. — 2012. — № 3. — С. 48–52. — 0,6 п. л.

В других изданиях:

4. Николаева О.В. Стратегия развития организации и особенности ее реализации в торговле // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. — 2008. — № 6. — С. 41–44. — 0,38 п. л.

5. Николаева О.В. Анализ показателей и факторов устойчивого развития предприятий розничной торговли Приволжского федерального округа // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. Научно-теоретический журнал. — 2009. — № 4. — С. 18–22. — 0,62 п. л.

6. Николаева О.В., Погодина Т. В. Планирование и прогнозирование деятельности предприятий розничной торговли как фактор устойчивого развития // Сборник докладов Межвузовской научно-практической конференции «Актуальные проблемы государственного и корпоративного управления на современном этапе». — М.: Московский институт государственного и корпоративного управления, 2010. — С. 44-53. — 0,62 п. л. (авторские — 0,31 п. л.).

7. Николаева О.В., Погодина Т.В., Тюмерова И.Б. Повышение инновационной активности АПК как необходимое условие интенсификации экономического роста: региональный аспект // Материалы международной научно-практической конференции в рамках ежегодных Чаяновских чтений навстречу 100-летию Российского университета кооперации «Стратегия развития кооперации в России». — М.: Российский университет кооперации, 2009. — С. 358-364. — 0,34 п.л. (авторские — 0,11 п. л.).

8. Николаева О.В, Погодина Т.В., Бубнов М.Ю. Оценка потенциала рынка продукции строительных и отделочных материалов региона (на примере Нижегородской области) // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «Эффективность, результативность и качество государственного и муниципального управления». — Чебоксары: Новое время, 2011. — С. 334–341. — 0,45 п. л. (авторские — 0,15 п. л.).