

Нематериальные факторы конкурентоспособности розничных торговых организаций

Кишко В.А., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансового права ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет» (филиал в г. Клину)

Майорова А.Н., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансового права ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет» (филиал в г. Клину)

Аннотация. В современных условиях перехода российской экономики на инновационный путь развития особое значение для повышения конкурентоспособности розничных торговых организаций имеют нематериальные факторы. В статье предложены и охарактеризованы инновационные, информационные, репутационные, марочные, интеллектуальные и личностные факторы конкурентоспособности субъектов розничной торговли. Каждая из представленных групп включает как внутренние, так и внешние факторы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, розничная торговля, торговая организация, нематериальные факторы, нематериальные активы.

Intangible factors of competitiveness of retail organizations

Kishko V.A., candidate of economic sciences, associate professor of the department of Economics and financial law, Russian State Social University, Klin branch

Mayorova A.N., candidate of economic sciences, associate professor of the department of Economics and financial law, Russian State Social University, Klin branch

Annotation. In modern conditions of transition of the Russian economy to an innovative way of development intangible factors become particularly important for improving the competitiveness of retailers. The article proposes and describes innovative, informational, reputational, trademark, intellectual and personal factors of competitiveness of retail trade entities. Each of the groups represented includes both internal and external factors.

Keywords: competitiveness, retail trade, trade organization, intangible factors, intangible assets.

Высокая конкуренция ограничивает деятельность розничных торговых организаций. По оценкам Росстата, в текущем году этот факт отмечают около 70% руководителей субъектов торговли¹. Снижение реальных денежных доходов населения, развитие российских подразделений иностранных торговых компаний способствуют усилению конкуренции в отрасли. В этой связи обеспечение высокой конкурентоспособности – одна из наиболее сложных и важных задач управления торговой организацией.

Эффективное управление конкурентоспособностью требует понимания формирующих ее факторов. Научные материалы, посвященные конкурентоспособности розничных торговых структур (авторы З.Х. Бекмурзаева², Г.Г. Иванов³, А.М. Кирилова⁴, В.А. Кишко⁵, Н.Н. Козлова⁶, В.В. Косякова⁷, Е.А. Майорова⁸, О.Г. Севостьянова⁹, А.А. Скворцов¹⁰,

¹ Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения 03.11.2017)

² Бекмурзаева З.Х., Быдтаева Э.Е. Система показателей конкурентоспособности торгового предприятия // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 10-1. С. 81-84.

³ Ivanov G., Mayorova E. Intangible assets and competitive advantage in retail: case study from Russia // Asian Social Science. 2015. Т. 11. № 12. С. 38-45.

⁴ Кирилова А.М. Основы конкурентоспособности торгового предприятия // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2013. № 17. С. 238-244.

⁵ Кишко В.А., Матвеева С.В., Майорова А.Н. Формирование конкурентоспособности розничной торговой организации // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-3 (85-3). С. 1189-1193.

⁶ Козлова Н.Н. Методические положения по управлению конкурентоспособностью торговыми предпринимательскими структурами // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 2-1. С. 131-135.

⁷ Косякова В.В., Боярчук Н.Я., Васильева С.А. Факторы конкурентоспособности розничных торговых организаций // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2013. № 3 (13). С. 16-21.

⁸ Майорова Е.А. Нематериальные активы как конкурентные преимущества организаций розничной торговли // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 5 (52). С. 3-17.

Б.М. Хасбулатова¹¹, И.В. Щедрина¹² и др.), содержат различные подходы к систематизации влияющих на нее факторов. В общем виде факторы конкурентоспособности розничных торговых организаций принято подразделять на внутренние и внешние. Внутренние факторы, или факторы внутренней среды субъекта торговли, определяются его деятельностью и поддаются управленческому воздействию и контролю. К ним относятся оптимальный товарный ассортимент, приемлемый уровень цен, выгодное месторасположение торговых точек, рациональная логистическая система, востребованные дополнительные услуги, устойчивое финансовое состояние и положительная динамика финансовых показателей, известный бренд и торговые марки, высокая материально-техническая оснащенность и др. Внешние факторы, или факторы внешней среды, также оказывают влияние на конкурентоспособность розничной торговой организации, но не зависят от ее деятельности, не контролируются и не поддаются управленческому воздействию. Внешние факторы включают факторы микросреды и факторы макросреды. Факторы микросреды определяются непосредственным окружением розничной торговой организации, в первую очередь покупателями, производителями, конкурентами, собственниками, инвесторами, и оказывают непосредственное влияние на внутренние составляющие ее конкурентоспособности. Вторая группа внешних факторов, то есть факторов макросреды, связана с макроэкономической, демографической, социокультурной, технологической, политической, нормативно-правовой и международной средой функционирования субъекта торговли.

Указанные выше факторы, как внутренние, так и внешние, оказывают существенное влияние на конкурентоспособность розничных торговых структур и должны учитываться в управленческой деятельности. Вместе с тем в

⁹ Севостьянова О.Г. Интегральная оценка конкурентоспособности торгового предприятия // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2016. № 4 (60). С. 284-292.

¹⁰ Скворцов А.А. Оценка эффективности стратегии конкурентоспособности торговых предприятий // Труд и социальные отношения. 2012. № 8. С. 39-45.

¹¹ Хасбулатова Б.М. Конкурентоспособность торговых предприятий и ее роль в обеспечении эффективной работы на рынке // Теория и практика общественного развития. 2015. № 9. С. 50-52.

¹² Щедрина И.В. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности предприятия торговли // Экономика, предпринимательство и право. 2015. Т. 5. № 1. С. 17-22.

современных условиях перехода российской экономики на инновационный путь развития, предусмотренного Стратегией инновационного развития РФ на период до 2020 года¹³, особую значимость в управлении конкурентоспособностью розничных торговых организаций приобретают нематериальные факторы.

Нематериальные факторы конкурентоспособности субъекта торговли непосредственно связаны с его нематериальными ресурсами и активами. Применительно к торговой отрасли под нематериальными ресурсами понимают «неосязаемые, нефинансовые объекты, реально или потенциально используемые в деятельности торговых организаций»¹⁴, под нематериальными активами – «неосязаемые, нефинансовые объекты, в результате использования которых торговая организация ожидает получить экономические выгоды, контролируемые ею посредством реализации прав на получение таких выгод и ограничение доступа к ним других лиц»¹⁵. Согласно данным Росстата, за последнее десятилетие стоимость нематериальных активов российской торговли имела устойчивую тенденцию к росту, что подтверждает повышение их значения (рисунок 1). В то время как величина нематериальных активов по российской экономике в целом за 2005-2015 гг. повысилась в 12 раз, нематериальные активы торговли возросли в 43 раза¹⁶.

¹³ Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р) [электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123444/ (дата обращения 03.11.2017)

¹⁴ Майорова Е.А. Нематериальные ресурсы торговых организаций // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 2 (15). С. 111-122.

¹⁵ Там же

¹⁶ Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения 03.11.2017)

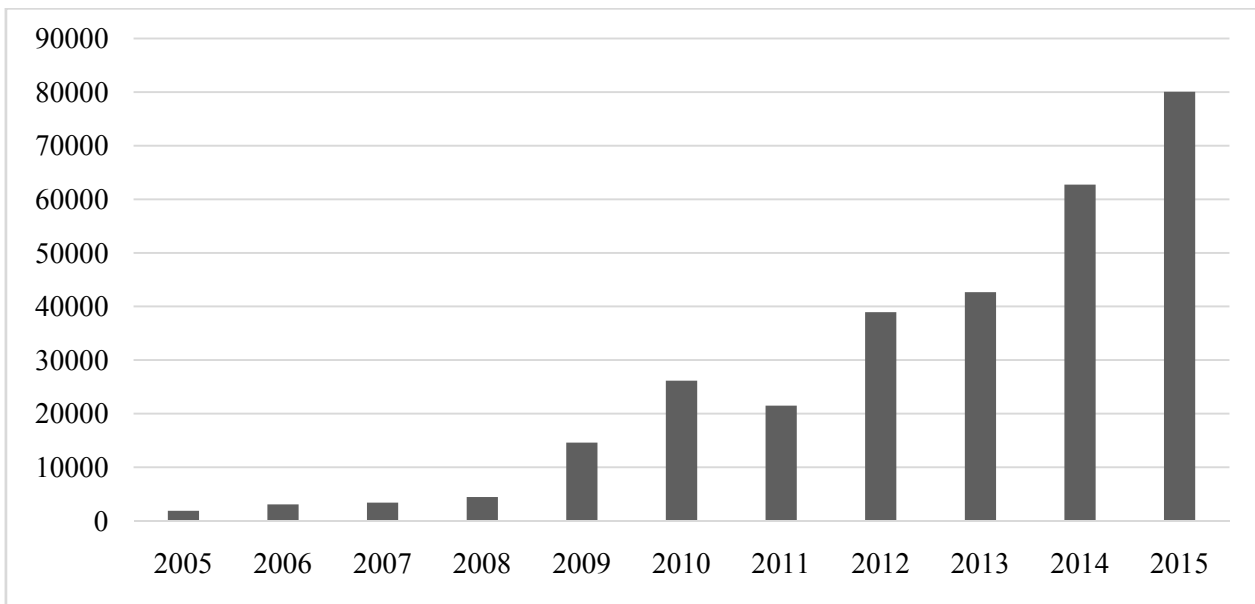


Рис. 1 – Динамика остаточной стоимости нематериальных активов торговли¹⁷ (на конец года, млн руб.)¹⁸

О важной роли нематериальных ресурсов и нематериальных активов в деятельности торговых структур также свидетельствует несоответствие рыночной капитализации субъектов торговли и балансовой стоимости их активов. Например, у компаний «Магнит» и «X5 Retail Group», лидирующих на российском рынке сетевой розничной торговли по объему выручки, в 2016 году рыночная капитализация превышала стоимость всех активов согласно балансу соответственно в 2,2 и в 3 раза.

Наконец, значительное влияние нематериальных ресурсов и нематериальных активов на конкурентоспособность и эффективность финансово-хозяйственной деятельности розничных торговых структур подтверждается материалами многих научных исследований^{19,20,21,22}. Их результаты показывают, что эффективное управление нематериальной

¹⁷ Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования

¹⁸ Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения 03.11.2017)

¹⁹ Кишко В.А., Матвеева С.В., Майорова А.Н. Формирование конкурентоспособности розничной торговой организации // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-3 (85-3). С. 1189-1193.

²⁰ Майорова Е.А. Анализ и оценка эффективности применения нематериальных активов розничными торговыми организациями // Экономика и предпринимательство. 2014. № 4-1 (45-1). С. 745-749.

²¹ Майорова Е.А. Оценка влияния нематериальных активов на эффективность работы торговых организаций на основе факторных моделей // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-2 (66-2). С. 541-543.

²² Майорова Е.А. Экономическая эффективность нематериальных активов в розничной торговле // Проблемы современной экономики. 2014. № 1 (49). С. 233-235.

составляющей позволяет повысить кредитоспособность и инвестиционную привлекательность розничной торговой организации, является одним из средств оптимизации структуры бухгалтерского баланса и оптимизации налоговой политики за счет возможности начисления дополнительной амортизации и снижения налога прибыль, способствует привлечению в торговую организацию сотрудников, в том числе высококвалифицированных, повышает их лояльность и мотивацию, может быть инструментом эмоционального вовлечения покупателей в процесс совершения покупки и повышения их лояльности, обеспечивает будущий спрос и, соответственно, способствует снижению рисков, дает возможность развития на основе создания и расширения франчайзинговой сети и др. Высокая значимость нематериальных ресурсов и нематериальных активов, увеличение балансовой стоимости последних, существенная роль нематериальной составляющей в формировании рыночной капитализации розничного торгового бизнеса подтверждают значение нематериальных факторов его конкурентоспособности.

Нематериальные факторы конкурентоспособности розничных торговых организаций предлагается классифицировать на инновационные, информационные, репутационные, марочные, интеллектуальные и личностные, причем факторы каждой группы реализуются как во внутренней, так и во внешней среде (рисунок 2).

Инновационные факторы конкурентоспособности субъекта розничной торговли включают инновационные разработки, на которые имеются исключительные права, подтверждаемые патентом, ноу-хау, или секреты производства, инновационные процессы, не охраняемые инструментами права интеллектуальной собственности, а также внешние факторы – общий уровень технологического развития государства и торговой отрасли, действующее законодательство в сфере интеллектуальной собственности. Общими направлениями развития инноваций в отечественной розничной торговле можно считать развитие электронной коммерции, вендинга, то есть торговли с использованием торговых автоматов, внедрение RFID-технологий, касс

самообслуживания, интерактивных дисплеев, позволяющих вовлечь покупателя в процесс покупки и др.



Рис. 2 – Нематериальные факторы конкурентоспособности розничных торговых организаций

Информационные нематериальные факторы конкурентоспособности розничной торговой организации связаны с информацией, необходимой для ее деятельности, в том числе о состоянии и тенденциях развития рынка, конкурентной среде и др., с информационными системами, в том числе применяемыми для хранения и обработки данных о постоянных покупателях, контрагентах, для взаимодействия и обмена данными между сотрудниками и структурными подразделениями и др., а также с данными, сформированными

во внешней среде, необходимыми и доступными сотрудникам торговой организации. Репутационные факторы определяются деловой репутацией – как самой розничной торговой организации, так и производителей реализуемых товаров и прочих взаимодействующих с ней лиц. С деловой репутацией непосредственно связаны торговые марки, представляющие марочные факторы конкурентоспособности субъектов торговли. Наряду с торговыми марками производителей, в последние годы активно развиваются так называемые собственные торговые марки, которые принадлежат субъекту торговли и контролируются только им. Наконец, на конкурентоспособность розничных торговых структур оказывают влияние интеллектуальные характеристики сотрудников, покупателей и др., а также их личностные характеристики, в том числе коммуникабельность, ответственность, лидерские качества, потребительские предпочтения и др. Такие факторы соответственно названы интеллектуальными и личностными. Необходимо отметить, что все виды вышеназванных факторов взаимосвязаны и взаимозависимы. Так, например, интеллектуальные качества, навыки и умения потребителей и сотрудников влияют на их готовность использовать инновационные технологии и, соответственно, определяют эффективность внедрения последних. В свою очередь инновации позволяют создать положительную деловую репутацию, повысить привлекательность торговой организации как работодателя, привлечь новых покупателей. Управление конкурентоспособностью розничной торговой организации с учетом инновационных, информационных, репутационных и прочих обозначенных выше нематериальных факторов является важным аспектом ее эффективного функционирования и развития.

Библиографический список

1. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р) [электронный ресурс] / Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123444/ (дата обращения 03.11.2017)

2. Бекмурзаева З.Х., Быдтаева Э.Е. Система показателей конкурентоспособности торгового предприятия // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 10-1. С. 81-84.

3. Кирилова А.М. Основы конкурентоспособности торгового предприятия // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2013. № 17. С. 238-244.

4. Кишко В.А., Матвеева С.В., Майорова А.Н. Формирование конкурентоспособности розничной торговой организации // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-3 (85-3). С. 1189-1193.

5. Козлова Н.Н. Методические положения по управлению конкурентоспособностью торговыми предпринимательскими структурами // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 2-1. С. 131-135.

6. Косякова В.В., Боярчук Н.Я., Васильева С.А. Факторы конкурентоспособности розничных торговых организаций // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2013. № 3 (13). С. 16-21.

7. Майорова Е.А. Анализ и оценка эффективности применения нематериальных активов розничными торговыми организациями // Экономика и предпринимательство. 2014. № 4-1 (45-1). С. 745-749.

8. Майорова Е.А. Нематериальные активы как конкурентные преимущества организаций розничной торговли // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 5 (52). С. 3-17.

9. Майорова Е.А. Нематериальные ресурсы торговых организаций // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 2 (15). С. 111-122.

10. Майорова Е.А. Оценка влияния нематериальных активов на эффективность работы торговых организаций на основе факторных моделей // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-2 (66-2). С. 541-543.

11. Майорова Е.А. Экономическая эффективность нематериальных активов в розничной торговле // Проблемы современной экономики. 2014. № 1 (49). С. 233-235.

12. Севостьянова О.Г. Интегральная оценка конкурентоспособности торгового предприятия // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2016. № 4 (60). С. 284-292.

13. Скворцов А.А. Оценка эффективности стратегии конкурентоспособности торговых предприятия // Труд и социальные отношения. 2012. № 8. С. 39-45.

14. Хасбулатова Б.М. Конкурентоспособность торговых предприятий и ее роль в обеспечении эффективной работы на рынке // Теория и практика общественного развития. 2015. № 9. С. 50-52.

15. Щедрина И.В. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности предприятия торговли // Экономика, предпринимательство и право. 2015. Т. 5. № 1. С. 17-22.

16. Ivanov G., Mayorova E. Intangible assets and competitive advantage in retail: case study from Russia // Asian Social Science. 2015. Т. 11. № 12. С. 38-45.

17. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения 03.11.2017)

References

1. Strategy of innovative development of the Russian Federation for the period up to 2020 (approved by the decree of the Government of the Russian Federation of 08.12.2011 N 2227-r) [electronic resource] / Access mode: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123444/ (accessed 03.11.2017)

2. Bekmurzaeva Z.Kh., Bydtaeva E.E. The system of competitiveness indicators of a commercial enterprise // New Science: Problems and Prospects. 2016. No. 10-1. Pp. 81-84.

3. Kirilova A.M. Bases of competitiveness of the trading enterprise // Intellectual potential of the XXI century: a step of knowledge. 2013. No. 17. P. 238-244.
4. Kishko V.A., Matveeva S.V., Mayorova A.N. Formation of competitiveness of a retail trade organization // Economics and Entrepreneurship. 2017. No. 8-3 (85-3). Pp. 1189-1193.
5. Kozlova N.N. Methodical provisions for the management of competitiveness by commercial entrepreneurial structures // New Science: Current State and Development Paths. 2016. № 2-1. Pp. 131-135.
6. Kosyakova V.V., Boyarchuk N.Ya., Vasilyeva S.A. Factors of competitiveness of retail trade organizations // Problems of socio-economic development of Siberia. 2013. No. 3 (13). Pp. 16-21.
7. Mayorova E.A. Analysis and evaluation of the effectiveness of the use of intangible assets by retail trade organizations // Economics and Entrepreneurship. 2014. No. 4-1 (45-1). Pp. 745-749.
8. Mayorova E.A. Intangible assets as competitive advantages of retail organizations // Service in Russia and abroad. 2014. No. 5 (52). Pp. 3-17.
9. Mayorova E.A. Intangible resources of trade organizations // Economics. Business. Banks. 2016. № 2 (15). P. 111-122.
10. Mayorova E.A. Evaluation of the impact of intangible assets on the efficiency of trade organizations on the basis of factor models // Economics and Entrepreneurship. 2016. No. 1-2 (66-2). Pp. 541-543.
11. Mayorova E.A. Economic efficiency of intangible assets in retail trade // Problems of modern economy. 2014. No. 1 (49). Pp. 233-235.
12. Sevostyanova O.G. Integral assessment of the competitiveness of a trading enterprise // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. 2016. No. 4 (60). Pp. 284-292.
13. Skvortsov A.A. Evaluation of the effectiveness of the strategy of competitiveness of trade enterprises // Labor and social relations. 2012. № 8. P. 39-45.

14. Khasbulatova B.M. Competitiveness of trade enterprises and its role in ensuring effective work in the market // Theory and practice of social development. 2015. № 9. P. 50-52.

15. Shchedrina I.V. Organizational-economic mechanism for increasing the competitiveness of a trade enterprise // Economics, entrepreneurship and law. 2015. T. 5. № 1. P. 17-22.

16. Ivanov G., Mayorova E. Intangible assets and competitive advantage in retail: case study from Russia // Asian Social Science. 2015. T. 11. № 12. P. 38-45.

17. Federal Service of State Statistics. Official site [electronic resource]. Access mode: www.gks.ru (accessed 03.11.2017)