

Смирнов Е.Н.

канд.экон.наук

Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского, Донецк, Украина

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Сегодня конкурентные отношения в торговле выходят на уровень постоянного обновления концепций управления. Стремительный натиск конкуренции заставляет торговые предприятия искать более эффективные пути экономического развития. Вместе с тем, современные научные разработки по вопросам обеспечения конкурентоспособности отстают от существующих темпов развития отрасли, предопределяя острую потребность в поиске новых концепций управления, которые отвечали бы современным принципам менеджмента, особенностям развития экономической системы и учитывали отраслевую специфику конкурентных отношений в торговле.

Как показывает проведенный анализ научной литературы [1, 2] проблемы конкуренции и конкурентоспособности предприятий торговли в последнее время вызывают все больший интерес со стороны отечественных и зарубежных ученых. Однако экономическая наука пока что не имеет общепризнанной точки зрения по вопросу определения особенностей конкуренции в торговой отрасли, а существующие исследования в рамках данной проблемы не характеризуются законченностью и полнотой ее освещения.

Целью данной публикации является определение отраслевых особенностей конкурентоспособности предприятий торговли на основе синтеза специфических черт и признаков конкуренции в торговой отрасли.

Для уточнения отраслевых особенностей конкурентоспособности предприятий сферы торговли автором публикации проведено исследование [3, 4], по результатам которого определено, что конкуренция в торговле характеризуется рядом специфических черт, к которым следует отнести: слабость «входных» барьеров, высокая фрагментированность отрасли, интенсивность рыночных изменений, сложность экономики на масштабе, зависимость от территориального фактора, локальный характер, специфика продукта – торговой услуги, обусловленность позицией в пределах цепи товародвижения, сложность и многоуровневый характер.

Синтез и теоретическое обобщение особенностей и признаков конкуренции в отрасли торговли позволили обосновать отраслевую специфику конкурентоспособности торговых предприятий, для которой характерны: высокая динамичность изменения во времени, значительная зависимость от месторасположения торговых предприятий, локальность проявления, разнообразие условий формирования, высокая чувствительность к внешним изменениям (рис. 1).

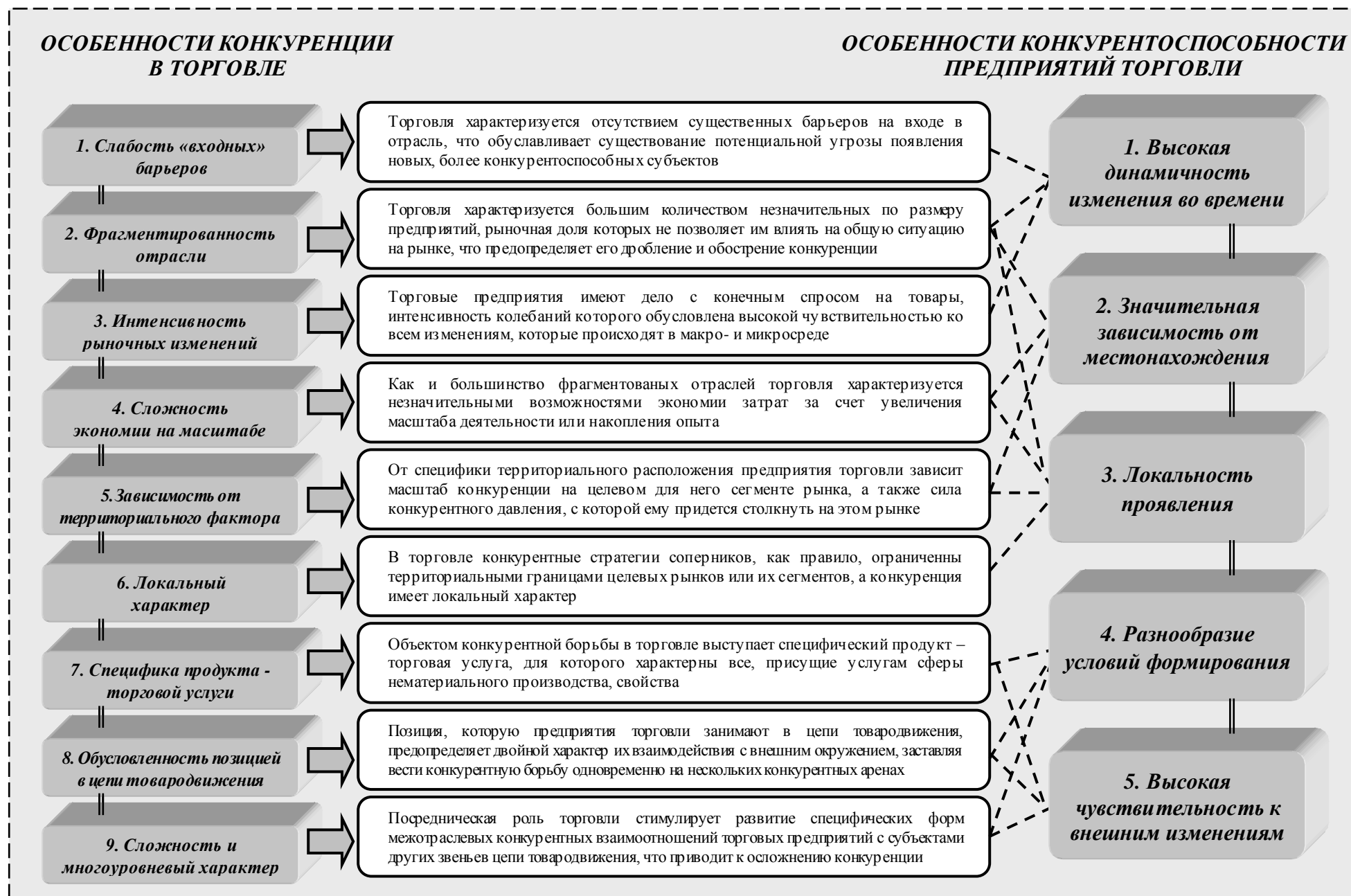


Рис. 1. Особенности конкуренции и конкурентоспособности предприятий торговли

Для конкурентоспособности торговых предприятия характерна высокая динамичность изменений ее уровня, которая объясняется как зависимостью экономики торговли от колебаний конечного спроса на товары, так и динамикой самой конкуренции, обусловленной открытостью рынков торговли для потенциальных конкурентов (низкие входные барьеры) и их высокой фрагментацией. Предприятия, желающие войти в отрасль не нуждаются в значительных по масштабу инвестициях, а затраты потребителей, связанные с изменением поставщика, практически отсутствуют. Как следствие рынки, на которых осуществляют свою деятельность торговые предприятия, характеризуются наличием большого количества конкурентов, у которых, как правило, не достаточно потенциала для влияния на текущую конкурентную ситуацию. В свою очередь, высокая фрагментация отрасли и отсутствие ярких лидеров среди конкурирующих предприятий делают практически невозможной их организованную реакцию на действия потенциальных соперников.

В торговле основным фактором, который определяет масштаб конкуренции, является месторасположение соперников. Именно от него напрямую зависит размер рынка, обслуживанием которого занимается торговое предприятие, а также сила конкурентного давления, с которым ему придется столкнуться на данном рынке. Вместе с тем, территориальная ограниченность конкуренции предприятий торговли предопределяет локальный характер их конкурентоспособности, сила влияния которой непосредственно зависит от территориальной приближенности соперников.

Кроме того, специфика географического расположения торгового предприятия (близость к источникам концентрации основной массы покупателей или территориальная отдаленность от основных конкурентов, позволяющая снизить силу конкурентного давления) в условиях высокой фрагментации рынков может рассматриваться как устойчивое конкурентное преимущество в борьбе за позицию на рынке, которое практически не может быть воссоздано конкурентами.

Разнообразие условий формирования конкурентоспособности торговых предприятий обусловлено многосторонним характером их коммуникаций с внешним окружением. Для эффективного удовлетворения потребностей потребителей торговые предприятия вынуждены конкурировать одновременно на разных уровнях сбытовой цепи, вступая в конкурентную борьбу с субъектами других его звеньев (оптовыми посредниками, производителями товаров и др.).

На условия формирования конкурентоспособности торговых предприятий влияет также специфика торговой услуги, природа которой выходит за пределы экономики конкретного товара, перенося внимание в сферу экономики его потребления, что существенно расширяет возможности анализа конкуренции. Причем вследствие позиции, которую предприятия торговли занимают в цепи товародвижения, этот анализ, прежде всего, должен быть ориентирован на внешние по отношению к предприятиям факторы. Это объясняется высокой чувствительностью конкурентоспособности торговых

предприятий к изменениям, которые происходят на потребительском рынке и рынке товарных ресурсов.

Безусловно, выделенные в работе отраслевые особенности конкуренции и конкурентоспособности предприятий торговли не являются исчерпывающими. Однако, по мнению автора, анализ приведенного материала будет способствовать комплексному исследованию проблем управления конкурентоспособностью, адаптации существующих наработок в данной сфере к практическим условиям конкурентной борьбы в торговле.

Библиографический список

1. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь. Монография / под ред. А.А. Шубина, А.А. Садекова, отв. Л.И. Донец. - Донецк: ДонНУЭТ, 2009. – С. 260-294.

2. Смирнов Є.М. Сутність та особливості конкуренції підприємств торгівлі / Є.М. Смирнов // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. - Вип. 25, т. 1. – С. 136-142.

3. Смирнов Є.М. Дослідження основних типів конкуренції підприємств торгівлі / Є.М. Смирнов // Розвиток фінансових методів державного управління національною економікою. Серія «Економіка»: Зб. наук. пр. ДонДУУ. – Донецьк: ДонДУУ, 2010. - Вип. 157, т. XI. – С. 382-390.

4. Смирнов Є.М. Особливості забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі / Є.М. Смирнов // Економіка і управління в умовах глобалізації: Зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., (1-7 грудня 2010 р.). – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – Т.2. – С. 241-244.