

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи



БОБКОВ ДМИТРИЙ ИВАНОВИЧ

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ
ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. экономика предпринимательства)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Донецк – 2017

Работа выполнена в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

Научный
руководитель: доктор экономических наук, профессор
Азарян Елена Михайловна

Официальные
оппоненты: **Барышникова Леля Петровна,**
доктор экономических наук, доцент, ГОУ ВПО
«Донецкая академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной Республики»,
заведующая кафедрой маркетинга и логистики

Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент, ГОУ ВПО
«Донецкий национальный университет», и.о.
заведующей кафедрой маркетинга и логистики

Ведущая
организация: Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования Луганской Народной
Республики «**Луганский национальный университет
имени Владимира Даля**»

Защита состоится 27 июня 2017 г. в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062)337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.education

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 83017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.education>).

Автореферат разослан «26» мая 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 01.004.01
к.э.н., доцент



А.Н. Германчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Актуальность развития вендинговой торговли предопределяется быстрым ростом влияния новых технологий на экономические перспективы современных стран. Мир вступил в эпоху «интеллектуальной экономики», или «экономики знаний», где основными источниками благополучия и руководящими факторами производства становятся инновации, а также творческие достижения людей. В сегодняшних условиях выживают только те предприятия, которые быстро реагируют на требования рынка, создают и хорошо организуют производство конкурентоспособной продукции, обеспечивают эффективность перестройки внутрипроизводственного управления, то есть инновационно развиваются. Одним из инновационных достижений является вендинговая торговля (продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем (торговых автоматов)). Вендинг получил широкое распространение в мире, как удобный и не очень требовательный способ организации и ведения бизнеса. С другой стороны, современные потребители все больше склонны к экономии времени и легкому получению желаемых ими товаров и услуг, что также может дать вендинговый бизнес. Для развития вендинговой торговли необходимы научно обоснованные теоретико-методические основы формирования организационно-экономического механизма ее развития, что и обуславливает актуальность темы диссертации.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Исследование в работе проведено согласно комплексному плану научно-исследовательских работ Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского: госбюджетной темы № 0107U011368, финансируемой МОН Украины, «Методология формирования механизма развития внутренней торговли на началах институционального и инновационного подходов» (2010-2013 гг.); хоздоговорной темы «Диагностика состояния и рыночных позиций предприятия и разработка рекомендаций по их совершенствованию» (2016 г.). В рамках указанных НИР были проведены исследования развития сферы вендинговой торговли, разработаны рекомендации по использованию вендинговой формы розничной продажи для предприятия.

Степень разработанности проблемы. Разные аспекты развития торговли, в том числе вендинговой, рассмотрены в работах зарубежных и отечественных ученых: Ф. Антипина, Е. Азарян, А. Андрющенко, И. Ансоффа, Г. Армстронга, Л. Баранник, Л. Балабановой, Л. Барышниковой, Б. Бермана, Н.Бочкова, Н. Возияновой, О. Дация, В. Евтушевского, Т. Ибрагимхалиловой, Т. Кента, Л. Лигоненко, О. Омара, Л. Омельянович, О. Онишко, А. Пересады, А. Рудецкой, П. Харина, О. Шепеленко, Дж. Эванса, Т. Чигарина и др.

Однако следует отметить, что недостаточно обоснована сущность вендинговой торговли, мало внимания уделено вопросам классификации, методологии формирования организационно-экономического механизма ее развития, нуждаются в изучении и дополнении вопросы моделирования

развития предприятий вендинговой торговли на основе системно-динамического подхода и с учетом кризисоустойчивости.

Цель и задачи исследования. Целью исследования стала разработка теоретических основ развития вендинговой торговли и практических рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического механизма ее развития.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотреть сущность вендинговой торговли и исторический аспект ее развития;
- определить институциональные основы развития вендинговой торговли;
- разработать концепцию развития вендинговой торговли;
- проанализировать и обобщить международный опыт, выявить тенденции развития вендинговой торговли;
- сформулировать научный подход к механизму формирования и развития вендинг-сети;
- обосновать методику диагностики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли;
- разработать алгоритм выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли;
- разработать научно-методический подход к моделированию развития предприятий вендинговой торговли.

Объектом исследования являются процессы организации и развития вендинговой торговли.

Предметом исследования выступает организационно-экономический механизм развития вендинговой торговли.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. экономика предпринимательства) в части п. 8.1 «Развитие методологии и теории предпринимательства; разработка методики организации предпринимательской деятельности в различных формах предпринимательства»; 8.22 «Обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур в условиях экономического кризиса».

Научная новизна полученных результатов характеризуется следующими положениями:

впервые:

разработана модель организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли, включающая объекты и субъекты вендинговой торговли, информационное и организационное обеспечение; приемы и способы, обеспечивающие развитие; способы обобщения и реализации информации для принятия управленческих решений по развитию;

усовершенствовано:

научно-методический подход к моделированию развития предприятий вендинговой торговли, который, в отличие от существующих, базируется на

системно-динамических принципах и учете кризисоустойчивости предприятий, позволяющий провести анализ условий развития предприятий вендинговой торговли и определить чувствительность изменения результативных показателей в зависимости от установления объема и варианта распределения имеющихся или вовлеченных инвестиционных ресурсов;

научно обоснованный подход к построению алгоритма выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли, который, в отличие от существующих, базируется на обоснованной системе показателей экспресс-диагностики кризисных явлений предприятий вендинговой торговли, что позволяет повысить качество принимаемых управленческих решений в противостоянии кризисным ситуациям и разработать стратегические направления развития вендинг-бизнеса;

методика диагностики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли на основе выделения пяти этапов ее реализации, что позволяет оценить динамику обобщающего индекса институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли для дальнейшего моделирования ее развития;

получили дальнейшее развитие:

теоретическое понимание сущности понятий «вендинговая торговля»; «вендинговый бизнес», «вендинг-сеть», «организационно-экономический механизм развития вендинговой торговли»;

классификация торговых автоматов, основанная на выделении четырех классификационных признаков: по типу продажи конкретного товара, устройству, видам и степени адаптации.

Теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

Теоретическое значение полученных результатов следует из актуальности цели и задач диссертации, а также определяется достигнутым уровнем исследования проблем, научной новизны, развития методологических аспектов и расширения научных подходов к решению проблем формирования организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли.

Практическая значимость полученных результатов заключается в разработке предложений и научных идей по разработке и внедрению организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли, которые могут быть использованы для решения актуальных проблем в практической деятельности предприятий.

Практическое значение результатов диссертации, сформулированных в ней выводов и рекомендаций, подтверждено соответствующими документами от предприятий и организаций: ООО «Донтрейдсистем» (справка № 5 от 15.02.2017 г.), ФЛП «Лимарева» (справка № 2/14 от 6.02.2017 г.), ООО «Продтехснаб» (справка № 9/18 от 10.03.2017 г.).

Теоретические разработки и практические рекомендации, которые содержатся в диссертации, используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Маркетинг бизнес-взаимодействия», «Ярмарочная и выставочная деятельность», «Технология

бренда», а также при выполнении курсовых, дипломных и магистерских работ для студентов экономических специальностей (справка № 11/03 от 22.03.2017 г.).

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой диссертационной работы являются положения экономической теории, диалектический метод познания и основные законы развития общества, а также научные концепции и теоретические разработки отечественных и зарубежных ученых по проблеме развития предпринимательства, функционирующего в сфере вендинга, организации и управления вендинг-предприятиями. Информационной базой исследования стали законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность субъектов хозяйствования, материалы министерств и ведомств ДНР; статистические материалы, отчеты международных организаций, научные труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, Интернет-ресурсы.

В исследовании использовались такие методы: общенаучные (исторический, анализ и синтез, дедукция и индукция, системный подход и моделирование) – для исследования теоретических вопросов, в частности сущности вендинговой торговли и ее развития, формулирования определений, оценки механизма управления вендинговой торговлей и построения его организационной модели; контент-анализа – для определения особенностей, проблем и тенденций развития; метод опроса и анкетирование – для исследования социально-экономических аспектов развития вендинговой торговли и вендинг-бизнеса; логический и интуитивный методы – для исследования процессов; методы статистического анализа, экономико-математического моделирования – для исследования сферы вендинговой торговли и отдельных предприятий; метод гипотез и эксперимента – для разработки методик и проведения их апробации. Обработка данных осуществлялась с использованием программного продукта Powersim Constructor.

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения:

1. Модель организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли.
2. Научно-методический подход к моделированию развития предприятий вендинговой торговли.
3. Научно обоснованный подход к построению алгоритма выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли.
4. Методика диагностики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли.
5. Теоретическое понимание понятий «вендинговая торговля», вендинговый бизнес», «вендинг-сеть», «организационно-экономический механизм развития вендинговой торговли».
6. Классификация торговых автоматов

Степень достоверности и апробация результатов диссертации. Диссертация является самостоятельно выполненным научным исследованием, в котором обоснован авторский подход к формированию организационно-

экономического механизма развития вендинговой торговли. Вклад автора в коллективно выполненные и опубликованные работы конкретизирован в списке публикаций. Основные идеи, положения и рекомендации диссертационной работы прошли апробацию на четырех конференциях разного уровня, которые проходили в Донецке (ДНР), Перми (Россия), Полтаве (Украина), Словакии, а именно: V Международной научно-практической конференции «Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст» (г. Полтава, 28-29 мая 2015 г.); V Международной научно-практической конференции «Маркетинг на міжнародних ринках торгівлі і послуг: глобальні аспекти» (Украина - Словакия, 2014 г.); Международной интернет-конференции «Маркетинг в третьем тысячелетии» (г. Донецк, 2016 г.); VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования (г. Пермь, 10-18 октября 2015 г.).

Публикации. По результатам исследования опубликовано 11 научных работ, среди которых: 6 статей в профессиональных научных изданиях (3,25 печ.л.), из которых одна статья опубликована в изданиях, имеющих индекс цитирования (0,38 печ.л.); одна статья – в других изданиях (0,35 печ.л.); четыре – в материалах конференций (1,0 печ.л.). Общий объем публикаций составляет 4,98 печ.л. География публикаций – ДНР, Украина, Россия, Словакия.

Структура диссертационной работы определяется поставленной целью и соответствует логической последовательности решения задач исследования. Диссертация состоит из введения, трех разделов, раскрывающих содержание темы исследования, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы диссертационной работы; обозначены цель и задачи проведения исследования; выделены объект, предмет, методология и методы проведения исследований; сформулированы научная новизна полученных результатов и положения, выносимые на защиту; раскрыто практическое значение полученных результатов и результаты апробации; указаны количество публикаций и структура диссертации.

В первом разделе **«Теоретические основы развития вендинговой торговли»** раскрыта сущность вендинговой торговли и проанализирован исторический аспект ее развития, определены институциональные основы и концепция развития вендинговой торговли.

Вендинговый бизнес, исходя из словарного понимания и отдельных составляющих когнитивного аппарата, – это, во-первых, *собственное дело* – предпринимательская деятельность, направленная на систематическое получение прибыли; во-вторых, *деятельность на свой страх и риск* – торговый бизнес, суть которого проявляется в мелкорозничной торговле; в третьих, *институт* – совокупность норм и правил, механизмов реализации, гарантов и ответственности при осуществлении торговли через автоматы.

Вендинговый бизнес – институционализированная предпринимательская деятельность в сфере мелкорозничной торговли, создающая сервис для покупателя через использование вендинг-аппаратов.

Вендинг-бизнес целесообразно рассматривать с двух позиций:

а) в широком смысле – как комплекс мероприятий по созданию и обеспечению работы вендинг-предприятия (расстановка аппаратов, поставка наполнителей, ремонт оборудования, оказание услуг по развитию бизнеса);

б) в узком смысле – как расстановку вендинг-аппаратов с целью создания вендинг-сети.

Вендинговый бизнес – это сравнительно недавно развивающаяся торговая отрасль, но стремительно набирающая обороты ввиду высокой привлекательности для покупателей (сервис, скорость обслуживания, гибкое реагирование на спрос) и быстрой окупаемости вложенных средств для продавца. В основе вендинг-бизнеса лежит понятие вендинговой торговли как системы мелкорозничной продажи товаров и услуг с использованием торговых аппаратов, не требующей непосредственного участия продавца.

Классификация торговых автоматов (таблица 1), предложенная в диссертации, включает их деление по четырем основным признакам: типу продажи конкретного товара, устройству, видам и степени адаптации.

Таблица 1 - Классификация торговых автоматов

Признак классификации	Элемент классификации
По типу продажи конкретного товара	- торговые; - не торговые.
По устройству	- механические; - электронно-механические.
По видам	- по продаже напитков; - продуктов питания; - промышленных товаров; - лекарств; - почтоматы; - по предоставлению услуг.
По степени адаптации	- традиционные; - инновационные.

Осуществление вендинговой торговли в настоящее время сопряжено с наличием кризисных явлений в отечественной экономике и требует разработки научно обоснованных подходов к ее осуществлению. Риски данного бизнеса связаны в основном с подверженностью внешним и внутренним экономическим кризисам, что может привести к снижению рентабельности вендинговой торговли. Это требует разработки организационно-экономического механизма развития предприятий вендинговой торговли, направленного на обеспечение их кризисоустойчивости (рисунок 1).

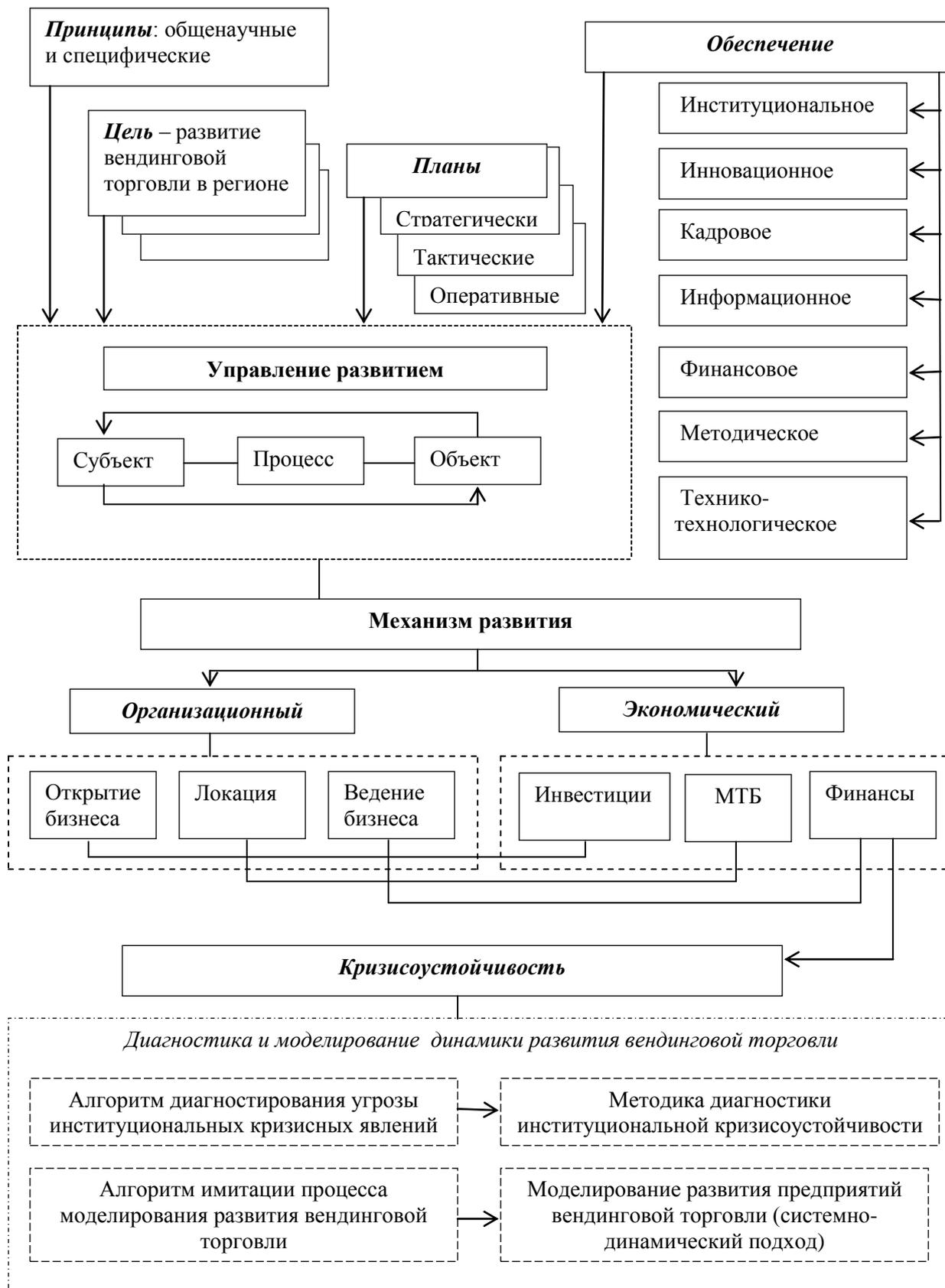


Рисунок 1 – Концепция организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли

Во втором разделе работы «**Анализ среды и механизмов развития вендинговой торговли**» исследован международный опыт и выявлены тенденции развития вендинговой торговли, исследован механизм формирования и развития вендинг-сети, обоснована методика диагностики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли.

Изучение международного опыта и тенденций развития вендинговой торговли свидетельствует, что в настоящее время наибольшее распространение вендинговый бизнес получил в Японии и США. Несколько менее интенсивно он развит в Европе (Италия, Германия, Великобритания, Швейцария).

Японский рынок вендингового бизнеса, по данным 2015 г., является наиболее крупным в мире. Его годовой объем составляет 6,95 трил. иен (62 млрд дол.) и характеризуется наибольшим количеством торговых автоматов на душу населения (один автомат на 23 жителя). Японский вендинговый бизнес отличается использованием энергосберегающих технологий, наличием функционала по оказанию экстренной помощи населению в случаях чрезвычайных ситуаций (бесплатная раздача напитков, трансляция государственных сообщений или видео с места событий).

США является страной, где был запатентован первый в мире торговый автомат. На данный момент здесь функционирует около 7 млн торговых автоматов (или один автомат на 35 жителей). Ассортимент представляемой торговыми автоматами продукции очень разнообразный. В последнее время наблюдается тенденция замены традиционной продукции здоровой пищей. Быстрыми темпами в США растет фермерский вендинг, то есть продажа овощей, фруктов, салатов, джемов и т.д.

В Европе, по данным Европейской вендинговой ассоциации, установлено 3,8 млн торговых автоматов. Общий оборот продаж через торговые автоматы составил в 2015 г. 35436 млн дол. (рисунок 2), что по сравнению с 2010 годом меньше на 0,49%. Следует также отметить, что в последние годы на европейском рынке произошло существенное снижение количества субъектов вендинговой торговли (на 16,9%), а среднее число торговых автоматов на одного европейца составляет 130 единиц. Ведущими рынками вендинга в Европе являются рынки Италии, Германии, Франции, Великобритании, Нидерландов и Испании, на долю которых в 2015 г. приходилось 65,3% от общего оборота. При этом наиболее интенсивно развивающимися рынками являются Польша, Турция, Россия и Германия.

Российский рынок вендинга хотя и развивается быстрыми темпами, но в сравнении с Европой он значительно отстает по количеству вендинг-машин (35 в России по сравнению со 130 в Европе). Более 75% рынка сосредоточено в крупных городах, а ассортимент предлагаемой продукции недостаточно разнообразен. Рынок вендинговой торговли в Российской Федерации в основном представлен автоматами по продаже горячих напитков (60-65%), автоматы по продаже снековой продукции - 20-25%; остальные операторы предлагают предметы гигиены, газеты, напитки, соки, газированную воду, горячее питание.

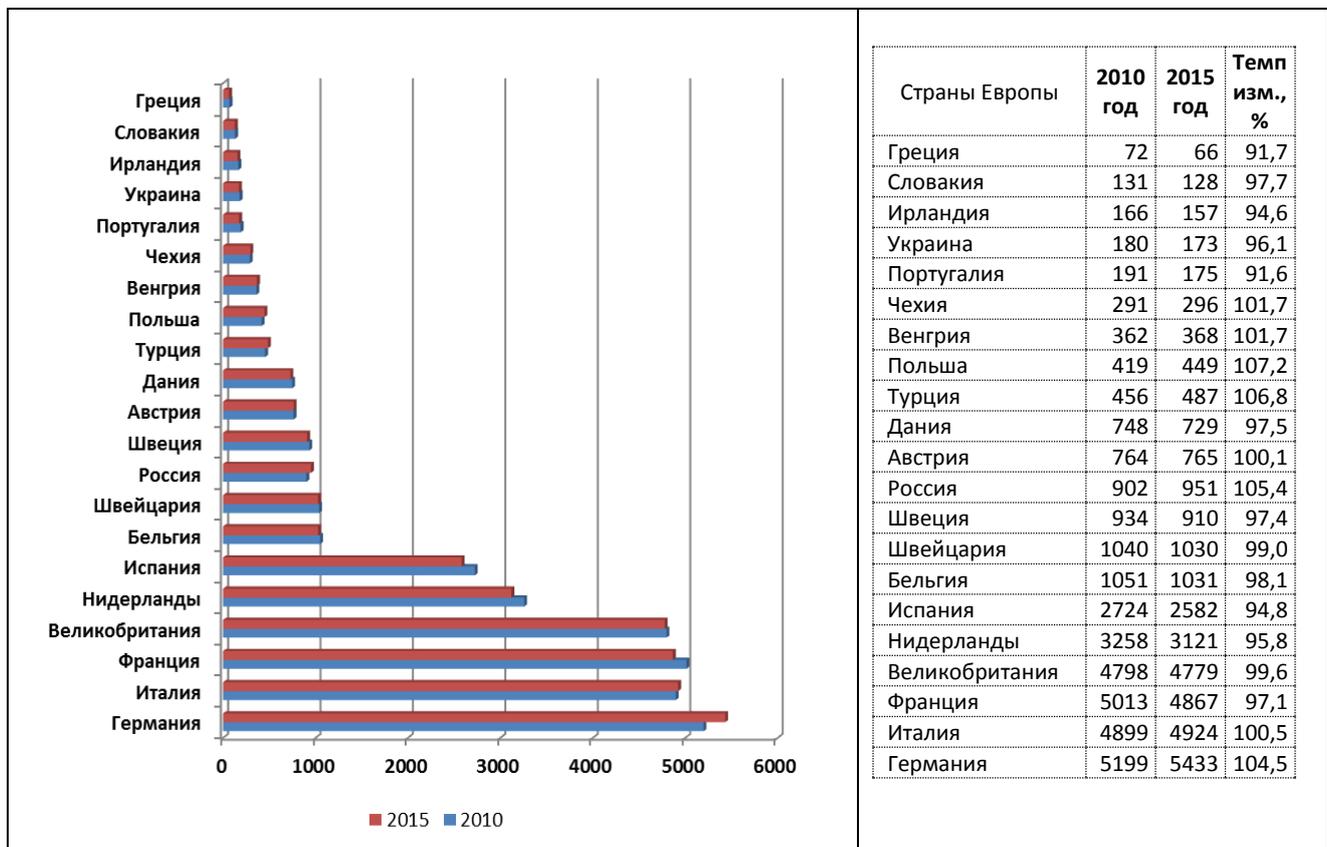


Рисунок 2 – Оборот вендинговой торговли в странах Европы, млн дол.

Рынок вендинга в Украине только начинает развиваться. В основном здесь торговые автоматы установлены в торговых центрах, при этом предпочтительным направлением является использование автоматов по продаже горячих напитков, терминалов для оплаты, а также установление в больницах автоматов по продаже бахил. Темпы развития вендинговой торговли невысокие (а по сравнению с 2010 г. отмечается снижение на 3,9%). Причиной этого является завышенная стоимость мест аренды для торговых автоматов, отсутствие необходимого стартового капитала у мелких предпринимателей, а также неблагоприятные тенденции развития экономики в стране.

Вендинговое предпринимательство считается достаточно перспективным направлением в сфере бизнеса в настоящее время и будет актуальным в 2017 г. Количество операторов, оказывающих вендинговые услуги: в России – 251, Украине – 62, Белоруссии – 17, ДНР – 1 («ДонКофе» – компания по дистрибуции продуктов питания для вендинга), а также функционируют торговые автоматы, принадлежащие частным предпринимателям.

Проведенная экспертным методом оценка привлекательности вендингового бизнеса для предпринимателей показала уровень привлекательности данного бизнеса – 70%. Наиболее значимыми являются факторы удобства работы торговых автоматов и возможность управления стоимостью продаваемого товара. Риски данного бизнеса связаны в основном с подверженностью внешним и внутренним экономическим кризисам, что может привести к снижению рентабельности вендинговой торговли.

По результатам исследования сделан вывод о необходимости развития вендинга в ДНР. С этой целью в работе предложена модель создания вендинг-бизнеса, которая основана на следующих элементах: выгодное месторасположение торгового автомата, качество предлагаемой продукции, качество обслуживания покупателей.

Определены институциональные моменты открытия вендингового бизнеса, а именно наличие начального капитала, определение форм и сроков организации бизнеса, определение вариативных факторов, таких как определение отрасли, в которой будет создаваться вендинг, мест установки торговых автоматов и количества торговых автоматов. Решение организационных вопросов предполагает: выбор типа предприятия и его регистрацию, покупку оборудования, установление цены, размещение торговых автоматов, заключение договора аренды.

Определена схематическая последовательность процесса формирования вендингового бизнеса, включающая процессы регистрации, установки и обслуживания автоматов, реализацию текущей работы (рисунок 3).



Рисунок 3 – Схематическая последовательность процесса формирования вендингового бизнеса

Для более полного обоснования открытия вендингового бизнеса рассчитаны расходы на покупку и обслуживание одного автомата по продаже кофейных напитков.

Поскольку современное состояние развития предпринимательства подвержено кризисным явлениям, важной проблемой развития данного вида бизнеса является определение институциональной кризисоустойчивости и моделирование динамических процессов развития вендинговой торговли.

Одной из основных проблем раннего распознавания признаков несостоятельности вендинговых предприятий является отсутствие адаптированных к специфике деятельности хозяйствующих субъектов системы вендинговой торговли методических подходов, которые позволяют выявить наличие кризисной ситуации на момент проведения исследования.

В результате критического анализа существующих методов осуществления диагностики кризисных ситуаций на предприятиях в работе предложена система показателей, позволяющая выявить симптомы возникновения кризисных ситуаций для предприятий вендинг-торговли, которая состоит из трех групп. Первая группа – показатели ликвидности, вторая группа – показатели финансовой устойчивости, третья – показатели деловой активности. Предложенная система финансовых показателей позволяет диагностировать наличие и уровень угрозы внутренних институциональных кризисов в деятельности предприятия, а также разработать своевременные управленческие решения, направленные на нейтрализацию угрозы возникающих кризис-факторов в деятельности предприятий вендинговой торговли.

Основным элементом анализа в предложенной системе показателей является коэффициент институционального потенциала погашения текущих обязательств ($K_{ппо}$).

$$K_{ппо} = \frac{\sum_{i=1}^n DA_i + KFI_i + DZ_i \times K_{рса_i}}{KЗ + ДЗ} + \frac{(\Gamma_{кз} - \Gamma_{дз}) \times \frac{BP}{365}}{KЗ + ДЗ} + \frac{Пч + А}{KЗ + ДЗ} + \frac{TЗ \times K_{рса_i}}{KЗ + ДЗ} + \frac{BOA_{л} \times K_{рса_i}}{KЗ + ДЗ}$$

где

BP – выручка от реализации, тыс. руб.;

$Пч$ – чистая прибыль, тыс. руб.;

$TЗ$ – товарные запасы, тыс. руб.;

A – амортизационные отчисления, тыс. руб.;

DA_i – денежные активы, тыс. руб.;

KFI_i – финансовые инвестиции сроком до 1 года, тыс. руб.;

$KЗ$ – краткосрочная задолженность на дату анализа, тыс. руб.;

$\Gamma_{кз}$ – срок ликвидации кредиторской задолженности, дни;

$ДЗ$ – долгосрочная задолженность, которая должна быть погашена на дату анализа, тыс. руб.;

$ДЗ_i$ – просроченная дебиторская задолженность, которая должна быть погашена за период до 1 года, тыс. руб.;

$\Gamma_{дз}$ – срок инкассирования в дебиторскую задолженность, дни;

$K_{рса_i}$ – коэффициент, который учитывает рыночную стоимость определенного вида активов;

$BOA_{л}$ – внеоборотные активы, которые могут быть реализованы, тыс. руб.;

Алгоритм диагностики выявления институциональных кризисных явлений предприятий вендинговой торговли (рисунок 4) включает сбор и обработку информации, осуществление расчетов показателей по предложенной методике и их сравнение с их рациональными значениями, что позволяет принимать релевантные управленческие решения.



Рисунок 4 – Алгоритм диагностики выявления институциональных кризисных явлений предприятий вендинговой торговли

Таким образом, исследование возможных кризисных ситуаций в деятельности предприятий вендинговой торговли позволяет выявить признаки институциональных кризисов путем изучения динамики отдельных показателей эффективности их деятельности за исследуемый период.

В третьем разделе «Совершенствование организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли» сформирован алгоритм выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли, обоснован системно-динамический подход к моделированию развития предприятий вендинговой торговли.

Под *институциональной кризисоустойчивостью* понимается способность вендинг-предприятий избегать или противостоять кризисным состояниям в их деятельности, возникающим при воздействии внутренней и внешней среды через мобилизацию все видов ресурсов предприятия, обеспечиваемых системой принятия адекватных управленческих решений и разработкой стратегических перспектив.

Для реализации методики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли разработан алгоритм, включающий:

- установление структуры угроз институционального кризиса за счет параметризации информации о них на основе установления сфер проявления кризиса и его качественных характеристик;
- определение системы показателей, которые характеризуют угрозу несостоятельности предприятия в разрезе сфер проявления институционального кризиса;
- построение частных функций желательности для сложившейся системы показателей;
- определение индивидуальных показателей институциональной кризисоустойчивости и проведение экспертной оценки кризис-факторов;
- получение обобщающего индикатора институциональной кризисоустойчивости на основе градации и систематизации коэффициентов с учетом дифференциации их весовых характеристик.

По результатам анализа проведено распределение кризис-факторов в зависимости от уровня институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли в разрезе их структурных элементов. По результатам исследования определено, что наиболее значительное влияние на деятельность вендинговых предприятий оказывают финансовые, коммерческие и институциональные кризисные явления, что требует разработки адекватных механизмов реагирования на них.

В целях наиболее реалистического построения модели анализа условий развития предприятий вендинговой торговли исследованы финансово-инвестиционные процессы предприятий, что определило вид концептуальной модели моделируемого объекта. Нами разработана концептуальная модель анализа динамики развития предприятий вендинговой торговли (рисунок 5).

Согласно структурным блокам концептуальной модели можно определить:

- величину спроса на товары исследуемых предприятий вендинговой торговли, то есть потенциальный (или максимально возможный) товарооборот рассмотренных предприятий;
- реальный товарооборот, который является случайной величиной. Закон распределения данной случайной величины определен на основе анализа статистических данных (например, месячных объемов товарооборота за несколько лет).

реализации мероприятий в рамках имеющихся инвестиционных ресурсов, направленных на развитие институциональной сферы. С этой целью проведено прогнозирование динамики накопления капитала предприятий вендинговой торговли в условиях инвестирования финансовых ресурсов с использованием программного продукта Powersim Constructor.

Графическая интерпретация результатов моделирования динамики развития предприятий вендинговой торговли представлена на рисунке 6.

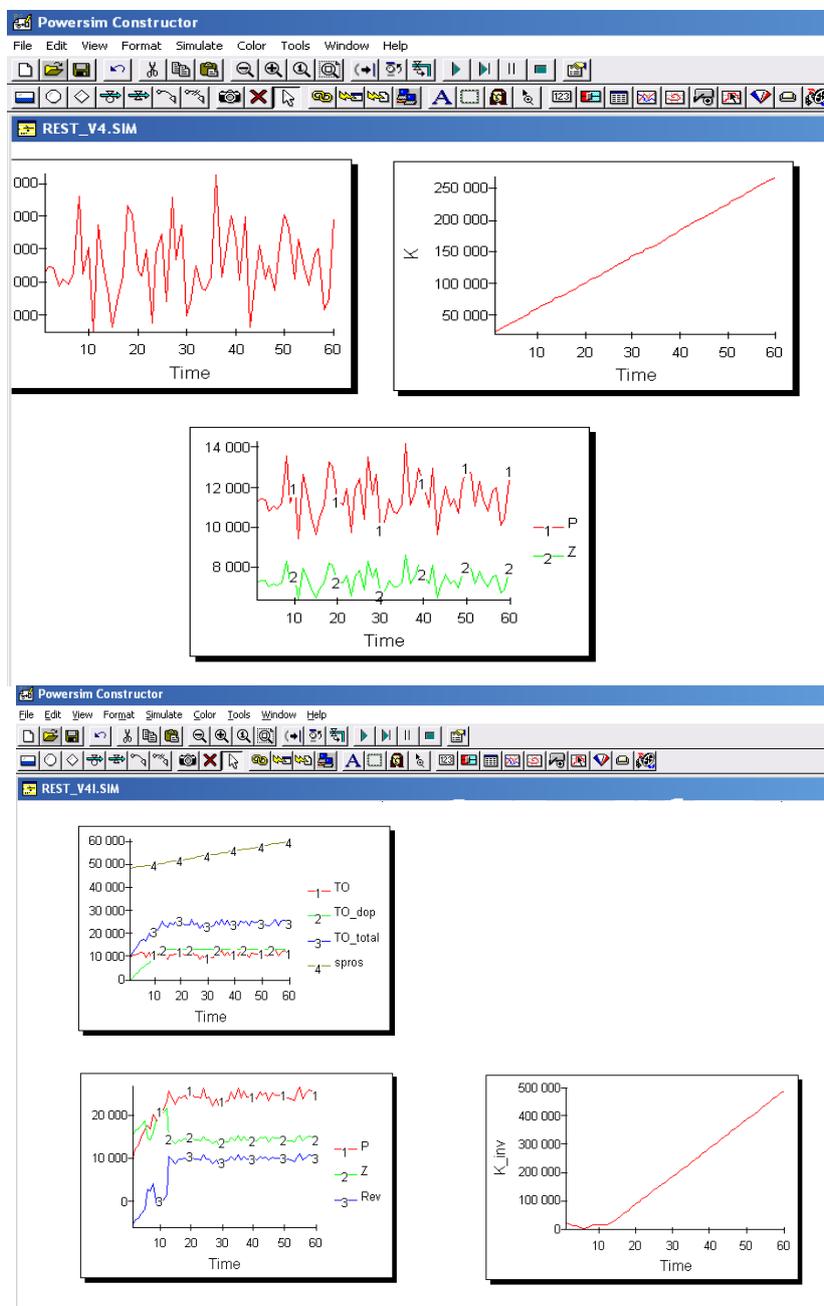


Рисунок 6 – Графическая интерпретация результатов моделирования динамики развития предприятий вендинговой торговли

Согласно полученным результатам видно, что при условии инвестирования сумма накопленного капитала увеличивается почти вдвое, что подтверждает роль вложения инвестиционных ресурсов, направленных на институциональное развитие, как основного фактора, влияющего на результат.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование вопросов организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли позволило обосновать следующие выводы:

1. Обоснована сущность вендинговой торговли и исторический аспект ее развития. В настоящее время условием эффективного функционирования предприятия является обеспечение его инновационного развития. Одним из инновационных достижений выступает вендинговая торговля – система мелкорозничной продажи товаров и услуг с использованием торговых аппаратов, не требующей непосредственного участия продавца.

2. Вендинговый бизнес – это институционализируемая предпринимательская деятельность в сфере мелкорозничной торговли, создающая сервис для покупателя через использование вендинг-аппаратов. В работе представлена классификация торговых автоматов, охватывающая их деление по четырем основным признакам: типу продажи конкретного товара, устройству, видам и степени адаптации.

3. Разработана концепция развития вендинговой торговли, сущность которой охватывает определение принципов, целей, задач и обеспечивающих видов деятельности, а также комплекса инструментов организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли, которые направлены на повышение кризисоустойчивости вендинговых предприятий.

4. Проанализирован и обобщен международный опыт и выявлены тенденции развития вендинговой торговли. Вендинговое предпринимательство считается достаточно перспективным направлением в сфере бизнеса сейчас и останется актуальным в 2017 г. Проведенная экспертным методом оценка привлекательности вендингового бизнеса для предпринимателей показала уровень привлекательности данного бизнеса – 70%. Наиболее значимыми являются факторы удобства работы торговых автоматов и возможность управления стоимостью продаваемого товара. Риски данного бизнеса связаны в основном с подверженностью внешним и внутренним экономическим кризисам, что может привести к снижению рентабельности вендинговой торговли.

5. Определен научный подход к механизму формирования и развития вендинг-сети, который охватывает два направления. С этой целью в работе предложена модель создания вендинг-бизнеса, которая основана на следующих элементах: выгодное месторасположение торгового автомата, качество предлагаемой продукции, качество обслуживания покупателей. Выявлены особенности ведения бизнеса в вендинговой среде и направления оптимизации работы вендинг-сети. Определены институциональные моменты открытия вендингового бизнеса, а именно наличие начального капитала, определение форм и сроков организации бизнеса, вариативных факторов, таких как определение отрасли, в которой будет создаваться вендинг, мест установки торговых автоматов и количества торговых автоматов. Определена схематическая последовательность процесса формирования вендингового

бизнеса, включающая процессы регистрации, установки и обслуживания автоматов, реализацию текущей работы.

6. Предложена и апробирована методика диагностики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли, которая включает следующие этапы: установление структуры угроз институционального кризиса за счет параметризации информации о них на основе установления сфер проявления кризиса и его качественных характеристик; определение системы показателей, которые характеризуют угрозу несостоятельности предприятия в разрезе сфер проявления институционального кризиса; построение частных функций желательности для сложившейся системы показателей; определение индивидуальных показателей институциональной кризисоустойчивости и проведение экспертной оценки кризис-факторов; получение обобщающего индикатора институциональной кризисоустойчивости на основе градации и систематизации коэффициентов с учетом дифференциации их весовых характеристик.

7. Построен алгоритм выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли, включающий сбор и обработку информации, осуществление расчетов показателей по предложенной методике и их сравнение с их рациональными значениями, что позволяет принимать релевантные управленческие решения. Исследование степени возникновения кризисных ситуаций в деятельности предприятий вендинговой торговли выявляет наличие признаков в первую очередь институциональных кризисов путем изучения динамики отдельных показателей эффективности их деятельности за исследуемый период.

8. Разработан научно-методический подход к моделированию развития предприятий вендинговой торговли, который позволяет оценивать рентабельность инвестиционных проектов, выбирать приоритетные направления развития бизнеса, анализировать влияние внешних макроэкономических факторов на рентабельность проектов, оценивать влияние риск-эффектов на результаты деятельности.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в научных специализированных изданиях

1. Бобков Д. І. Основи класифікації вендингових автоматів в сфері торгівлі / Д. І. Бобков // Торгівля і ринок України. – 2014. – Вип. 38. – С. 121-130.

2. Азарян Е.М. Вендинговая торговля: сущность бизнеса и концептуализация его развития / Е.М. Азарян, Д.И. Бобков // Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 3: Конкурентное развитие территорий: маркетинг и логистика / ГОУ ВПО ДонАУиГС. – Донецк: ДонАУиГС, 2016. – С. 130-138.

3. Бобков Д.И. Анализ среды и механизмов развития вендинговой торговли / Д.И. Бобков // Торговля и рынок. – 2016. – Вып. 1 (39). – С. 102-110.

4. Азарян Е.М. Моделирование развития предприятий вендинговой торговли на основе системно-динамического подхода / Е.М. Азарян, Д.И. Бобков // *Инновации и инвестиции*. – 2017. – № 3. – С. 149 – 154.

5. Бобков Д.И. Алгоритм выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли / Д.И. Бобков // *Экономика: вчера, сегодня и завтра*. – 2017. – Т. 7. – № 2А. – С. 52-61.

6. Бобков Д.И. Организационно-экономический механизм развития вендинговой торговли / Д.И. Бобков // *Торговля и рынок*. – 2016. – Вып. 2 (40). – Т. 1. – С. 87-94.

В других изданиях:

7. Бобков Д.И. Вендинг как современная услуга торговли в Украине / Д.И. Бобков // *Наука. Релігія. Суспільство*. – 2014. – № 3. – С. 50-55.

Материалы научных конференций

8. Азарян Е.М. Особенности современного вендинга / Е.М. Азарян, Д.И. Бобков // *Маркетинг в третьем тысячелетии : Междунар. интернет-конф. студентов, аспирантов, молодых ученых*. – Донецк. – 2016. – С. 71-73.

9. Бобков Д.И. Классификация вендингмашин / Д.И. Бобков // *Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : Міжнар. наук.-практ. конф.*, 2015 р., 28-29 трав., м. Полтава. – С. 82-85.

10. Бобков Д.И. Основы классификации вендинговых автоматов в сфере торговли / Д.И. Бобков // *Современная торговля: теория, практика, инновации: Матер. VI Верос. науч.-практ. конф. с международным участием*. Т. 1, 2015 г., 10-18 окт., г. Пермь [посвящ. 20-летию работы учеб. заведения по программам высшего проф. образования]. – Пермь: МиГ, 2015. – С. 9-14.

11. Бобков Д.И. Вендингова торгівля України як перспективний бізнес / Д. І. Бобков // *Маркетинг на міжнародних ринках торгівлі і послуг: глобальні аспекти : V Міжнар. наук.-практ. конф. викладачів, аспірантів і студентів*. Т. 1, Україна - Словаччина, 2014. – С.55-58.

АННОТАЦИЯ

Бобков Д.И. Организационно-экономический механизм развития вендинговой торговли. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством. – Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецк, 2017.

Диссертация посвящена решению актуальной задачи по разработке теоретических основ развития вендинговой торговли и практических рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического механизма ее развития.

В первом разделе работы определена сущность вендинговой торговли и проанализирован исторический аспект ее развития, определены институциональные основы развития вендинговой торговли; определена концепция развития вендинговой торговли. Вендинговый бизнес – это институционализированная предпринимательская деятельность в сфере мелкорозничной торговли, создающая сервис для покупателя через использование вендинг-аппаратов. Разработана концепция развития вендинговой торговли, сущность которой охватывает определение принципов, целей, задач и обеспечивающих видов деятельности, а также комплекса инструментов организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли, которые направлены на повышение кризисоустойчивости вендинговых предприятий.

Во втором разделе работы исследован международный опыт и выявлены тенденции развития вендинговой торговли. Определен научный подход к механизму формирования и развития вендинг-сети, предложена модель создания вендинг-бизнеса, выявлены особенности ведения бизнеса в вендинговой среде и направления оптимизации работы вендинг-сети. Определены институциональные моменты открытия вендингового бизнеса. Обоснована методика диагностики институциональной кризисоустойчивости предприятий вендинговой торговли.

В третьем разделе работы даны рекомендации по совершенствованию организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли. Сформирован алгоритм выявления институционального кризиса субъектов вендинговой торговли, позволяющий принимать релевантные управленческие решения. Разработан научно-методический подход к моделированию развития предприятий вендинговой торговли, который позволяет оценивать рентабельность инвестиционных проектов, выбирать приоритетные направления развития бизнеса, анализировать влияние внешних макроэкономических факторов на рентабельность проектов, оценивать влияние риск-эффектов на результаты деятельности.

Ключевые слова: вендинг, вендинговая торговля, организационно-экономический механизм, развитие.

ANNOTATION

Bobkov D.I. Organizational-economic mechanism of development of vending trade. – As a manuscript.

Thesis for the degree of candidate of economic sciences in specialty 08.00.05 Economics and management of the national economy. – State Organization of Higher Professional Education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Ministry of Education and Science of the Donetsk People's Republic, Donetsk, 2017.

The thesis is devoted to the solution of the actual task of developing theoretical bases for the development of vending trade and practical recommendations for improving the organizational and economic mechanism for its development.

In the first section of the work the essence of vending trade is determined and the historical aspect of its development is analyzed; The institutional framework for the development of vending trade is defined; The concept of development of vending trade is defined. Vending business is an institutionalized entrepreneurial activity in the sphere of small retail trade that creates service for the buyer through the use of vending machines. The concept of the development of vending trade is developed, the essence of which encompasses the definition of principles, goals, objectives and supporting activities, as well as a set of tools for the organizational and economic mechanism for the development of vending trade, which are aimed at increasing the crisis stability of vending enterprises.

In the second part of the article, international experience was studied and trends in the development of vending trade were revealed. A scientific approach to the mechanism of formation and development of a vending network is determined, a model for creating a vending business is suggested, features of doing business in the vending environment and directions for optimizing the operation of the vending network are revealed. The institutional moments of opening a vending business are determined. The method of diagnostics of institutional crisis stability of enterprises of vending trade is grounded.

The third section of the work gives recommendations on improving the organizational and economic mechanism for the development of vending trade. The algorithm of revealing the institutional crisis of subjects of vending trade is formed, allowing to make relevant management decisions. The scientific and methodical approach to modeling the development of enterprises of vending trade is developed, which allows to evaluate the profitability of investment projects, to select priority areas for business development, to analyze the influence of external macroeconomic factors on the profitability of projects, and to assess the impact of risk effects on performance results.

Key words: vending, vending trade, organizational and economic mechanism, development.

Подписано к печати 25.04.2017 г. Формат 60x84x1/16.
Усл. печ. л. 1,3. Печать – ризография. Заказ 09/03 Тираж 100 экз.
Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.
Свидетельство о государственной регистрации физического
лица-предпринимателя № 15460 серия АА02 от 21.01.2016г.
ДНР, 283014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.
Тел.: +38(050) 524-50-36, e-mail: ksg11@ukr.net.