

УДК 332:339.18
DOI 10.17513/fr.43770

ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Донец Л.И.

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецк, e-mail: lubovdonets@gmail.com

Цель статьи заключается в разработке модели экосистемного подхода к предпринимательской деятельности в сфере торговли. Используются принципы научного исследования, общенаучные и специальные методы, аналитические обследования развития торгового предпринимательства по видам деятельности. Провели анализ динамики роста оборота розничной торговли, сравнили ее с изменением удельного веса организаций розничной торговли, что позволило обосновать выбор объекта исследования – процессы предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли. Определили авторское понимание экосистемы торгового предпринимательства, которое рассматривается как формат взаимодействия предпринимательских структур сферы розничной торговли и потребителей на базе коммерческой и цифровой платформ с целью создания экосистемного совокупного продукта, в качестве которого выступает повышение объема продаж. Разработали экосистемную модель организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли, базовой основой которой выступают экосистемная платформа коммерции и цифровая платформа. Целевым вектором экосистемной платформы коммерции является оптимизация взаимодействия между субъектами торгового предпринимательства и координация их операционной деятельности, обуславливающая успешность решения предпринимательских задач. Целевой вектор цифровой платформы направлен на формирование информационной базы, обеспечивающей оптимизацию хозяйственных предпринимательских решений и развитие инновационных предпринимательских стратегий. Использование экосистемной модели в практике торгового предпринимательства дает возможность получения необходимой информации о состоянии потребительского рынка, стратегических изменениях предпринимательской среды, запросах потребителей, а также способствует объединению предпринимателей на базе цифровой платформы для расширения сферы своей деятельности за счет внедрения программного обеспечения и технологий электронной коммерции.

Ключевые слова: розничная торговля, предпринимательская деятельность, экосистемный подход

AN ECOSYSTEM APPROACH TO ENTREPRENEURSHIP IN THE RETAIL SECTOR

Donets L.I.

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, e-mail: lubovdonets@gmail.com

The purpose of the article is to develop a model of an ecosystem approach to entrepreneurial activity in the field of trade. The principles of scientific research, general scientific and special methods, analytical surveys of the development of commercial entrepreneurship by type of activity were used. We analyzed the dynamics of retail trade turnover growth, compared it with the change in the share of retail trade organizations, which allowed us to justify the choice of the object of research – the processes of entrepreneurial activity in the retail sector. We have defined the author's understanding of the ecosystem of commercial entrepreneurship, which is considered as a format of interaction between business structures in the retail sector and consumers based on commercial and digital platforms, in order to create an ecosystem aggregate product, which is an increase in sales volume. We have developed an ecosystem model for organizing business activities in the retail sector, the basic basis of which is the ecosystem commerce platform and the digital platform. The target vector of the ecosystem commerce platform is the optimization of interaction between the subjects of commercial entrepreneurship and the coordination of their operational activities, which determines the success of solving entrepreneurial tasks. The target vector of the digital platform is aimed at forming an information base that ensures the optimization of business decisions and the development of innovative entrepreneurial strategies. The use of the ecosystem model in the practice of commercial entrepreneurship makes it possible to obtain the necessary information about the state of the consumer market, strategic changes in the business environment, consumer requests, and also promotes the unification of entrepreneurs on the basis of a digital platform to expand the scope of their activities through the introduction of software and e-commerce technologies.

Keywords: retail trade, entrepreneurial activity, ecosystem approach

Введение

В условиях структурной перестройки и диверсификации экономики Российской Федерации, обусловленной экономическими санкциями, геополитической напряженностью, снижением реальных доходов населения, розничная торговля становится

одним из самых динамично развивающихся секторов экономики и основным работодателем для рабочей силы, высвобождающейся из ряда отраслей промышленности. Рост значимости розничной торговли отражается в показателях социально-экономического развития государства, поскольку открытие

каждого нового розничного предприятия создает новые рабочие места, обеспечивает рост производительности труда и способствует повышению товарооборота на потребительском рынке. Кроме того, любые негативные изменения в обществе, а особенно те из них, которые приводят к падению платежеспособного спроса, сказываются на уровне жизни населения.

В таких условиях особую актуальность приобретает необходимость исследования розничной торговли как вида предпринимательской деятельности [1]. Функциональный спектр торгового предпринимательства охватывает все бизнес-процессы в цепочке продвижения товара от производителя/оптового продавца до потребителя. Это обеспечивает логистическую оперативность, высокую адаптацию к изменению конъюнктуры потребительского рынка, гибкость при формировании ассортимента товаров с учетом изменения запросов и интересов покупателей/потребителей.

Отсутствие организации функционирования системы торгового предпринимательства не только снижает возможность получения прибыли, создания конкурентных преимуществ для субъектов предпринимательской деятельности, но и затрудняет продвижение товаров на потребительский рынок, что способствует ограничению возможности удовлетворения потребностей и нужд покупателей и в конечном итоге приводит к дисбалансу конъюнктуры на потребительском рынке. В качестве одного из способов урегулирования предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли может быть использован экосистемный подход.

Цель исследования заключается в разработке модели экосистемного подхода к предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли.

Материал и методы исследования

Теоретической основой проведенного исследования выступили фундаментальные и прикладные работы отечественных и зарубежных авторов по проблемам предпринимательства в сфере розничной торговли. Применение совокупности принципов научного исследования, общенаучных и специальных методов в качестве методологической основы позволило комплексно исследовать теорию и методологию торгового предпринимательства, разработать экосистемную модель предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли. В качестве информационной базы использованы законодательные и нормативные акты, регулирующие предпри-

нимательскую деятельность, результаты аналитических обследований развития торгового предпринимательства по видам деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение

В настоящее время розничная торговля занимает ведущие позиции среди всех секторов российской экономики [2]. За последние три года наблюдается увеличение объема товарооборота в сфере розничной торговли в целом (рис. 1). Вместе с тем, как показывают результаты анализа статистических данных (рис. 1), удельный вес организаций розничной торговли в общем числе субъектов торговли уменьшается. Одной из причин такой ситуации, по мнению автора, является интенсивное развитие торговых сетей и появление современных форматов торговли, в результате внедрения которых происходит увеличение товарооборота за счет наращивания реализации товаров через изменение форм организации продаж. Без снижения значимости современных форматов и форм торговли, внедрение которых является неизбежным в контексте трансформационных изменений экономики страны, объектом проведенного исследования стали процессы предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли (торговое предпринимательство).

Торговая деятельность обладает определенной привлекательностью для предпринимателей, которая базируется на их целевой установке на получение быстрой прибыли и самостоятельности при обосновании и принятии хозяйственных решений. Желание заниматься торговым предпринимательством выступает достаточно сильным мотивом экономической активности предпринимателя, способствует развитию предпринимательской деятельности и, как следствие, повышению эффективности всех социально-экономических процессов [3].

Предпринимательская деятельность в сфере розничной торговли направлена на осуществление процессов купли-продажи с целью удовлетворения спроса населения и получения прибыли. Такая деятельность позволяет всем участникам коммерческого оборота успешно взаимодействовать с учетом взаимной выгоды на всех этапах реализации торговых соглашений. Именно торговая предпринимательская деятельность содействует эффективному развитию производства и влияет на формирование его объемов и разработку перспективных направлений.

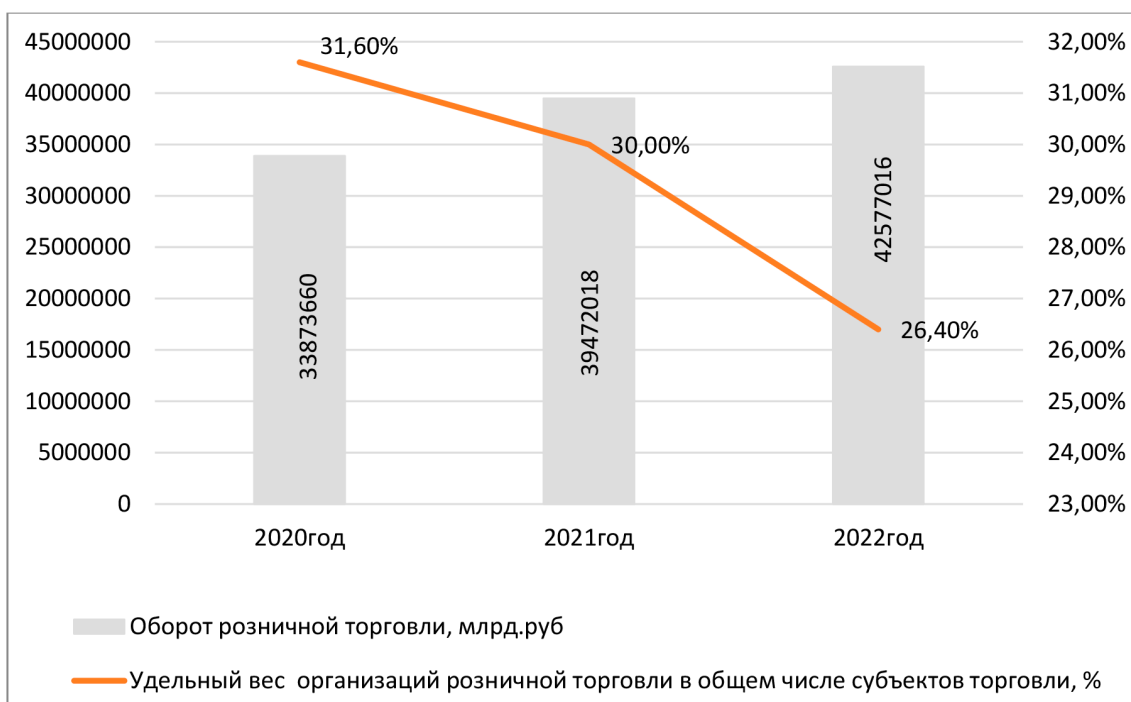


Рис. 1. Динамика изменения товарооборота розничной торговли и удельного веса организаций розничной торговли в общем числе субъектов торговли
 Источник: составлено автором по данным [4; 5]

Торговая предпринимательская деятельность по своей природе является чувствительной к условиям нестабильности и различным колебаниям рыночной конъюнктуры [6]. Именно поэтому данный вид предпринимательства требует формирования специфической рыночной среды, которая бы способствовала его динамическому развитию. Выход субъектов торгового предпринимательства за пределы внутренней среды и образующих его эндогенных элементов означает принципиально новое качество свободы выбора. Но вместе с тем следует обратить внимание на то, что рыночная среда включает также экзогенные, практически не контролируемые элементы, имеющие скачкообразный характер развития. Такое положение способствует появлению, с одной стороны, большей свободы предпринимательского выбора, а с другой – увеличению вероятности возникновения рисков ситуаций. Одним из путей минимизации рисков и оптимизации превентивных хозяйственных решений в сложившихся условиях функционирования предприятий розничной торговли может стать использование экосистемного подхода [7].

В данном контексте авторское понимание экосистемы торгового предпринимательства рассматривается как формат взаи-

модействия предпринимательских структур сферы розничной торговли и потребителей на базе коммерческой и цифровой платформ с целью создания экосистемного совокупного продукта, в качестве которого выступает повышение объема продаж. В научных исследованиях выделяют несколько типов экосистем [8; 9]. Основным критерием выбора типа экосистемы является заинтересованность сторон – в данном случае предпринимателей-стейкхолдеров потребительского рынка, – которые взаимодействуют друг с другом ради достижения собственных целей. При разработке экосистемной модели организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли использована экосистема цепочки создания ценности, характерная особенность которой состоит в ориентации на рыночные возможности предпринимательских структур розничной торговли и эффективность процессов купли-продажи на базе общих ИТ-систем и решений [9].

Предложенная автором экосистемная модель организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли предполагает рассмотрение структурных составляющих взаимодействия, основанием которых выступают экосистемная платформа коммерции и цифровая платформа (рис. 2).

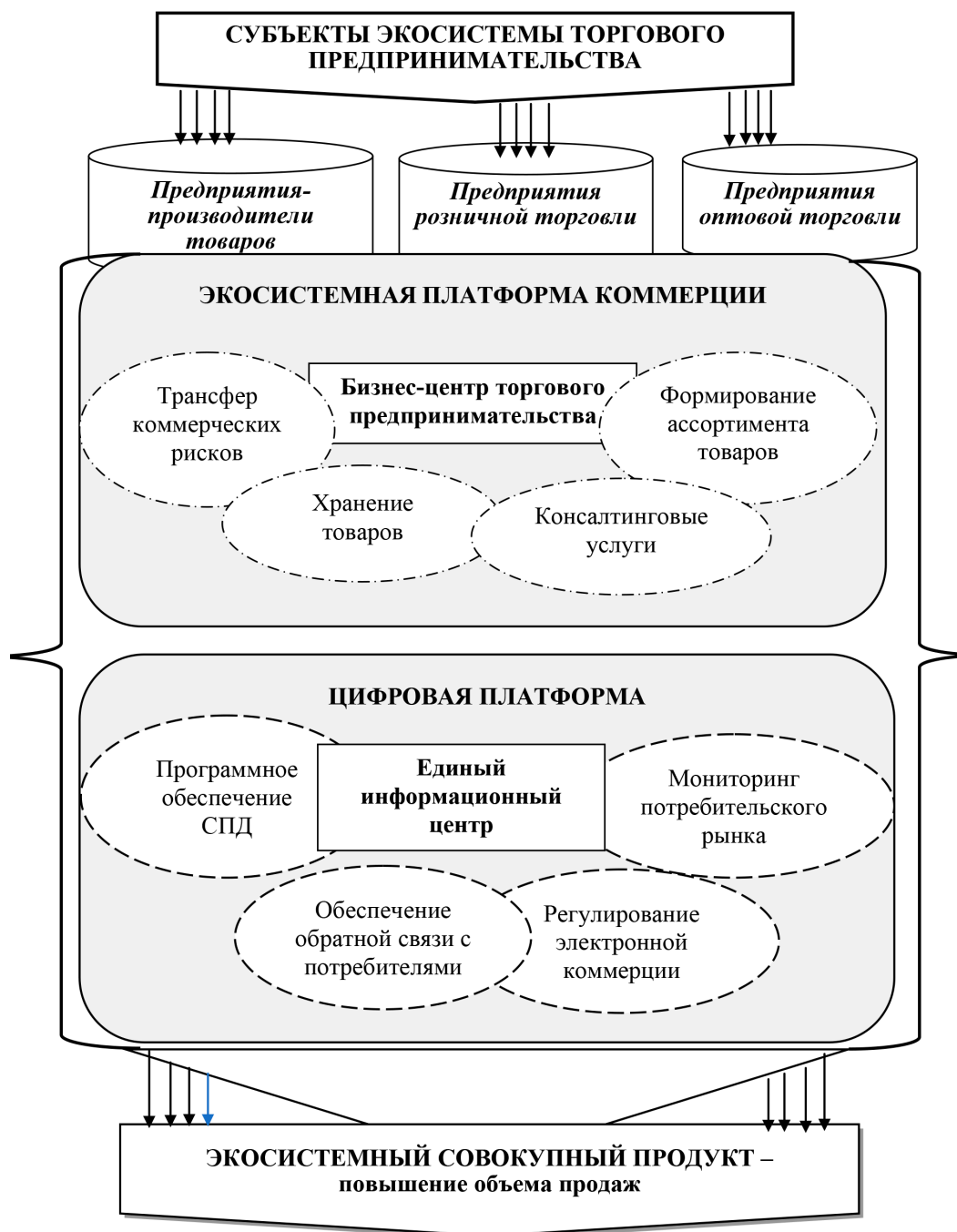


Рис. 2. Экосистемная модель организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли
 Источник: авторская разработка

Экосистемная платформа коммерции является одним из типов стратегического партнерства [10], целевым вектором которой является оптимизация взаимодействия между субъектами торгового предпринимательства и координация их операционной деятельности, обуславливающая успешность решения предпринимательских задач. К функциональным компонентам эко-

системной платформы коммерции относятся: формирование ассортимента товаров, хранение товаров, трансфер коммерческих рисков и консалтинговые услуги. Для координации и регулирования взаимодействия предпринимателей создается бизнес-центр торгового предпринимательства. Основная задача этого центра заключается в обеспечении условий для непрерывного и бесперебой-

ного процесса товародвижения из экзогенной сферы рыночной среды в среду потребления, а также содействие нормальному функционированию предпринимательских структур розничной торговли и созданию партнерских отношений между ними.

Предприниматели сферы розничной торговли стремятся избежать или сократить потребности в складировании, используя принцип «точно в срок», основная идея которого заключается в гармонизации спроса и предложения по времени и количеству так, чтобы товары поступали именно в то время, когда в них есть потребность. Однако отсутствие регуляторного организационно-экономического механизма их деятельности затрудняет работу по этому принципу. Создание бизнес-центра торгового предпринимательства на экосистемной платформе коммерции будет способствовать решению этой проблемы.

В контексте современных процессов цифровизации экономики Российской Федерации в сфере розничной торговли происходят стратегические изменения во всех бизнес-процессах, обеспечивающих продвижение товаров от производителя к потребителю. Поэтому второй основополагающей составляющей экосистемной модели организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли автором предложена цифровая платформа. Основной целевой вектор цифровой платформы направлен на формирование информационной базы, обеспечивающей оптимизацию хозяйственных предпринимательских решений, развитие инновационных предпринимательских стратегий, повышение эффективности продаж и формирование уникальных предложений покупателям по адаптивным ценам [11].

Для выполнения генерирующей функции создается единый информационный центр, основными задачами которого являются: программное обеспечение субъектов предпринимательской деятельности; мониторинг потребительского рынка; обеспечение обратной связи с потребителями. Использование цифровых технологий положительно влияет на взаимодействие предпринимателей с потребителями посредством взаимного общения в цифровой среде с целью максимального удовлетворения покупательских запросов и быстрого реагирования на их изменения.

Заключение

Экосистемный подход к организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли позволяет выстраивать инновационные бизнес-модели, отличительной особенностью которых является постро-

ение экосистем как нового формата взаимодействия предпринимательских структур сферы розничной торговли и потребителей на базе создания платформ, основанных на принципах преобладания горизонтальных связей, клиентоориентированности, генерации данных и технологии единого входа.

В предложенной экосистемной модели организации предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли входными участниками экосистемы выступают предпринимательские структуры малого и среднего бизнеса: предприятия-производители товаров, предприятия розничной торговли и предприятия оптовой торговли. Выходным экосистемным совокупным продуктом является повышение объема продаж. Использование экосистемной модели в практике торгового предпринимательства дает возможность получения необходимой информации о состоянии потребительского рынка, стратегических изменениях предпринимательской среды, запросах потребителей, а также способствует объединению предпринимателей на базе цифровой платформы для расширения сферы их деятельности за счет внедрения программного обеспечения и технологий электронной коммерции.

Список литературы

1. Тихонов Н.Е. Торговля как вид предпринимательской деятельности // *Мировая наука*. 2021. № 4(49). С. 230-232.
2. Подсумкова Л.А. К вопросу о факторах и фактах развития розничной торговли в России // *Вестник СГСЭУ*. 2018. № 3(72). С. 73-76.
3. Донец Л.И. Мотивация предпринимательской деятельности в условиях экономического развития Донецкой Народной Республики // *Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: сб. науч. статей / сост. Л.И. Донец*. Донецк: ФЛП С.Г. Кириенко, 2019. С. 244-248.
4. Торговля в России. 2021: Стат. сб. / Росстат. М., 2021. 269 с. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13233> (дата обращения: 12.11.2024).
5. Торговля в России. 2023: Стат. сб. / Росстат. М., 2023. 230 с. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13233> (дата обращения: 12.11.2024).
6. Бармута К.А., Кушнарченко Т.В. Влияние современных тенденций развития розничной торговли на изменение конъюнктуры потребительского рынка // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2024. Т. 14, № 4А. С. 381-391.
7. Мишина К.А., Юссуф А.А. Преимущества экосистемного подхода в менеджменте организации // *Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление*. 2021. № 1(36). С. 65-70.
8. Kish. D. Retail's Cooperative Ecosystem Progression. URL: <https://www.thenextevolution.com/2020/03/31/cooperative-ecosystem-progression-in-retail/> (дата обращения: 12.11.2024).
9. Никишкин В.В., Самарина Т.Н. Формирование экосистемы в розничной торговле: практика и перспективы (маркетинговые аспекты) // *Инновации и инвестиции*. 2022. № 9. С. 83-88.
10. 5 Стратегий построения Бизнес Экосистем. [Электронный ресурс]. URL: <https://denreymer.com/digital-ecosystem> (дата обращения: 05.11.2024).
11. Удальцова Н.Л. Цифровая трансформация и новые формы бизнеса в розничной торговле. // *Региональная и отраслевая экономика*. 2023. № 2(219). С.151-158. DOI: 10.14451/1.219.151.