

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА

© 2018

Степулева Людмила Фёдоровна, старший преподаватель кафедры
«Международного маркетинга и торговли»
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, д.41, e-mail: lyudmila.stepuleva@vvsu.ru)
Глухоманова Виталий Игоревич, генеральный директор
ООО «Капитал»
(692778, Россия, Артём, ул. Стрельникова, д. 50, кв. 18, e-mail: cat2058@mail.ru)
Трапезникова Елена Михайловна, менеджер отдела продаж
ИП «Гуреева М.М.»
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, д.41, e-mail: minyaylova96@mail.ru)

Аннотация. Для правильного выбора ассортиментной политики, предприятию требуется знания о факторах, влияющих на формирование рационального торгового ассортимента. Различают внутренние и внешние факторы влияния на формирование ассортимента. Невозможность корректирования делает внешние факторы наиболее сложными для анализа и прогнозирования. Основной целью данной работы является оценка степени влияния внешних факторов на деятельность торговых организаций Приморского края, в частности на деятельность организации розничной торговли Terranova. Объектом исследования выступает деятельность ИП Гуреева М.М. магазина одежды Terranova на рынке города Владивостока. Задачами исследования являются: установление и оценка влияющих факторов, представляющих угрозу или способствующих развитию организаций розничной торговли на рынке Приморского края; изучение изменений, влияющих на текущую деятельность торговых организаций, и установления их тенденций. Для анализа тенденций изменения внешней среды организаций используется техника анализа PEST, позволяющая увидеть, как окружение влияет на конкретную организацию. В данной работе был проведён анализ влияния внешних факторов на деятельность организации розничной торговли Приморского края – магазина «Terranova», на основе данных, полученных экспертным путём.

Ключевые слова: торговый ассортимент, PEST-анализ, факторы влияния, макросреда предприятий, оценка вероятности, прогноз, тенденции развития, политика, рынок, потребительский спрос, деятельность, формирование, Приморский край.

THE STUDY OF EXTERNAL FACTORS AFFECTING THE FORMATION OF THE TRADING RANGE

© 2018

Stepuleva Lyudmila Fedorovna, senior lecturer of the Department of International Marketing and Trade
Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya, 41, e-mail: lyudmila.stepuleva@vvsu.ru)
Gluxomanov Vitaly Igorevich, CEO LLC “CAPITAL”
(692778, Russia, Artem, street Strelnikova, house 50, flat 18, e-mail: cat2058@mail.ru)
Trapeznikova Elena Mihailovna, manager of sales department
IE “Gureeva M.M.”
(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya, 41, e-mail: minyaylova96@mail.ru)

Abstract. For the correct choice of assortment policy, the enterprise needs knowledge of the factors influencing formation of the trade range. There are internal and external factors influencing the formation of the range. The impossibility of correction makes external factors the most difficult for analysis and forecasting. The main purpose of this work is to assess the degree of influence of external factors on the activities of trade enterprises of Primorsky Krai, in particular on the activities of retail Terranova. The object of the study is the activity of SP Gureeva M.M. clothing store Terranova in the market of Vladivostok. The objectives of the study are: to identify and assess the factors that pose a threat to or contribute to the development of retail enterprises in the Primorsky Krai market; the study of changes that affect the ongoing activities of commercial enterprises and determine their trends. To analyze trends in the external environment of companies, the PEST analysis technique is used, which allows to see how the environment affects a particular enterprise. In this work the analysis of influence of external factors on activity of the enterprise of retail trade of Primorsky Krai – “Terranova” shop on the basis of the data received by the expert way was carried out.

Keywords: trade range, PEST-analysis, influence factors, macro environment of enterprises, probability estimation, forecast, development trends, politics, market, consumer demand, activity, formation, Primorsky Krai

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Внешняя среда неоднородна и дифференцирована по периодичности и степени влияния на деятельность предприятий.

Для изучения макросреды Приморского края следует учитывать следующие, наиболее важные, социальные факторы: половозрастной состав населения, численность населения, качество жизни в регионе, изменение в базовых ценностях, инновации в индустрии моды [1].

Раньше индустрия мужской моды зачастую была распространена лишь среди населения с высоким уровнем достатка, сейчас же «выглядеть хорошо» переросло в ежедневную потребность, и скоро устойчиво превратится в одну из базовых ценностей, наряду с наличием высшего образования и престижной должности. Если мода раньше ассоциировалась преимущественно с женской частью населения, то сейчас она динамично развивается на одном уровне с мужской [2; 3].

Научно технический прогресс никогда не стоит на месте, это мы можем и наблюдать в сфере торговли: новые способы оплаты, «умные тележки», инновационный маркетинг, электронная коммерция и т. д. Для обеспечения внедрения инноваций требуется внедрение нового оборудования, что предоставляет не только денежные, но и временные затраты на их изучение и адаптацию, поэтому технической группе не всегда уделяется должное внимание. Намного больше внимания уделяется этой группе факторов в странах с развитой экономикой [4].

Сейчас в период мирового кризиса наиболее остро стоит вопрос о влиянии группы политических факторов на деятельность предпринимателей. Трудные политические ситуации в стране и регионе влекут изменения законодательства, особенно активно этот вопрос прослеживается со стороны введения различных санкций для России. Запрет или ограничение внешнеэкономических операций для России в соответствии с многочисленными

ми санкциями привело к увеличению некоторых затрат на сырье и полуфабрикаты, например указ об ограничении импорта отдельных групп товаров, привёл к ограничению ввоза дешевых турецких тканей, что существенно повлияло на экономику текстильной промышленности. Изменения в законодательстве должны моментально находить отражения в деятельности каждого предприятия [5]. Недостаточный учет внешних факторов влияния при разработке ассортиментной политики зачастую приводит к неизбежному банкротству предприятий среднего и малого бизнеса, подрывая экономику края и страны в целом.

Формирование целей статьи. Постоянный мониторинг и систематический анализ позволит скорректировать и спланировать деятельность предприятий розничной торговли в условиях нестабильной внешней ситуации [6]. Выявление внешних факторов, находящихся в наибольшем отражении на деятельности розничных торговых предприятий Приморского края, позволит применить полученные данные для разработки наиболее успешной стратегии развития предприятий, заинтересованных в успешной, прибыльной и конкурентоспособной деятельности.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Помимо внутренних (организационных) факторов у любого предприятия существует целый ряд внешних факторов, которые требуют внимания при выработке ассортиментной политики [7; 8]. Внешние факторы оказывают огромное влияние на потребительский спрос и как следствие на товарооборот и его структуру. Под структурой товарооборота принято понимать соотношение удельных весов, товарных групп в общем объеме товаров, их видов или товарооборота, т.е. разнообразие ассортиментных групп и подгрупп различных товаров, участвующих в товарообороте. Ухудшая структуру розничного товарооборота, инфляция, как внешний фактор влияния, приводит к снижению физического объема продажи товаров, оказывая отрицательное влияние на спрос и предложение. Рост денежных доходов, как внешний фактор, наоборот, оказывает положительную реакцию на спрос, приводя к устойчивому росту объема продаж и улучшению структуры оборота.

В данной работе был проведен анализ влияния внешних факторов на устойчивое развитие организации розничной торговли Приморского края – магазина «Тетянова». PEST-анализ проводился на основе данных, полученных экспертным путем, в несколько этапов:

- выделение факторов, определяющих состояние макросреды;
- ранжирование факторов по каждой из 4х групп;
- оценка степени влияния фактора на деятельность предприятия;
- определение силы вероятности данного фактора с учетом текущих тенденций;
- суммирование оценок по каждой из групп макросреды;
- анализ результатов [9–11].

По каждому фактору рассматривались события, которые могут повлиять на торговую деятельность организации. Каждое событие оценивалось с точки зрения вероятности его проявления или наступления по шкале от 1 до 100. Оценка важности события проводилась по возрастанию от 1 до 10. Общее влияние каждого события рассчитывалось путем умножения «оценки вероятности появления события» и «оценки важности события», взятое со знаком колонки «опасность/возможность». «Высокое» влияние отдельного фактора имеет оценку в диапазоне от 640 до 1 000 единиц, «среднее» влияние – от 160 до 639 единиц, «низкое» – от 1 до 159 единиц.

В ходе исследования социальной группы факторов влияния были получены и проанализированы следующие данные.

Численность населения края, по данным федераль-

ной службы государственной статистики России, с каждым годом (начиная с 1993 г.) снижается, и на 2018 г составляет 1 912 118 человек. В крае наблюдается высокий уровень оттока экономически активного населения. Что говорит о снижении экономического потенциала края и его непривлекательности для трудоспособного молодого поколения. Численность населения и половозрастной состав могут быть определяющим фактором при выборе целевой аудитории и ассортиментной политики [12; 13].

Качество жизни в регионе позволит выбрать наиболее выгодную ценовую политику. По уровню жизни на 2017 год Приморский край – на лишь 51-м месте среди 85 регионов Российской Федерации [14]. Но в аналогичном рейтинге 2016 года Приморский край был на 55-м месте.

Огромное значение для объекта исследования показали такие изменения в базовых ценностях, как стремление молодых людей выглядеть модно. Сейчас это наиболее приоритетно, нежели выглядеть опрятно или чувствовать себя удобно.

В ходе исследования технической группы факторов влияния были получены и проанализированы следующие данные.

Научно-технический прогресс и прогресс технологий позволяют сегодня совершать покупки, находясь в другом городе, с помощью электронных досок объявлений можно узнать о текущих скидках, акциях, посмотреть частично ассортимент, а оплатить покупку в магазине возможно одним прикосновением телефона к терминалу. Эти факторы могут значительно увеличить круг потребителей, поэтому данным аспектам должно уделяться большее внимание.

Экономическая группа факторов может считаться самой важной при проведении PEST-анализа, она включает в себя сбор следующей информации: доли рынка, спроса, уровня инфляции, структуру расходов, прожиточного минимума, уровня безработицы, новые правила уплаты налогов и т. д. Для определения экономических и социальных факторов изучены данные Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, которые приведены ниже [15].

В Приморском крае прожиточный минимум трудоспособного населения за третий квартал 2017 года установлен в размере 13 054 рубля. В мае месяце 2018 года размер оплаты труда в целом по региону не может быть ниже 16 744 рублей, в муниципальных образованиях на севере Приморья – 18 977 рублей. По предварительному анализу специалистов увеличение минимального размера оплаты труда (далее – МРОТ) до величины прожиточного минимума трудоспособного населения в 2018 году положительным образом скажется на 77,5 тысячах жителей Приморья [16]. Около 18 тысяч из них – работники бюджетных отраслей.

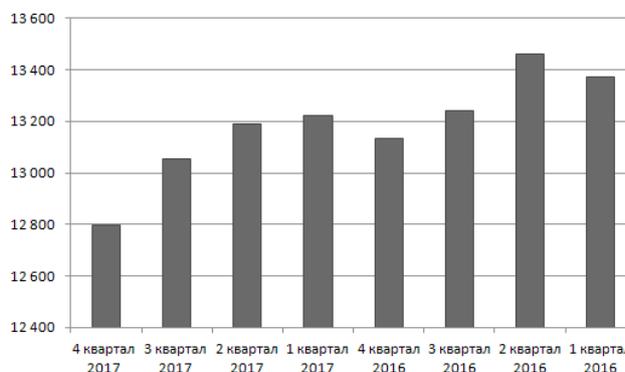


Рисунок 1 - Динамика МРОТ для трудоспособного населения Приморского края

На 2017 оборот розничной торговли вырос на 4,3 % с 2016 года. Удельную долю от всего товарооборота соста-

вили непродовольственные товары – 55,5 %, за январь–сентябрь 2017 года продано непродовольственных товаров на 154 223,2 млн рублей (на 5% больше, чем за аналогичный период 2016 года).

Продукция исследуемого розничного торгового предприятия – мужская одежда, это товар с постоянный устойчивый спросом, который очевидно в первую очередь обусловлен естественной потребностью в защите своего тела от воздействия агрессивных внешних сред.

По данным Росстата в 2015 году уровень инфляции составлял 13,5 %, в 2016 году – 12,2 %, то к концу текущего 2017 года инфляция достигла рекордных 2,6 %. Из этого можно сделать вывод, что показатель весьма непредсказуем и сложно прогнозируем [14].

По методологии МОТ уровень безработицы в крае снизился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 0,19 п. п. и составил 5,44 % (в январе–сентябре 2016 года – 5,63 %) к экономически активному населению края.

Преобладающую долю в 2017 году траты на услуги составили жилищно-коммунальные (27,3%), транспортные (21,0 %), это обосновано ростом цен на данные услуги.

За 2017 год на 3,1 % увеличилась плата за наем жилых помещений в государственном и муниципальном жилищных фондах, на 5,3 % – оплата услуг по организации и выполнению работ по эксплуатации домов ЖК, ЖСК, ТСЖ. В коммунальной сфере оплата услуг газоснабжения возросла на 2,2 %, горячего водоснабжения, отопления, услуг по снабжению электроэнергией – на 4,7–4,8 %; водоснабжения холодного и водоотведения – на 4,2–6,6 %.

На III квартал 2017 года величина прожиточного минимума составляет: на душу населения – 12 397 рублей в месяц; что на 239 рублей меньше, чем за II квартал 2017 года и на 156 рублей меньше, чем за аналогичный период 2016 года [14].

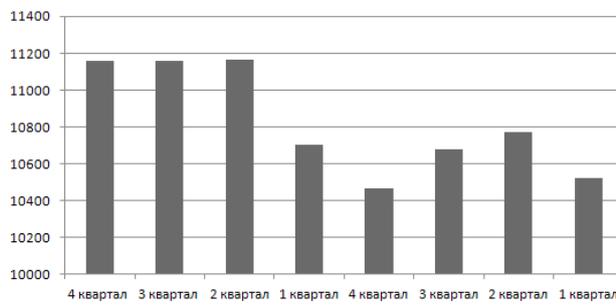


Рисунок 2 - Динамика прожиточного минимума для трудоспособного населения Приморского края

На развитие экономики и социальной сферы края за счет всех источников финансирования в первом полугодии 2017 года использовано 48,2 млрд рублей инвестиций в основной капитал, что составило 113,7 % к аналогичному периоду прошлого года. По видам экономической деятельности наибольший удельный вес в общем объеме инвестиций крупных и средних организаций края составляют инвестиции в транспортировку и хранение (23,5 %), обрабатывающие производства (19,9 %), обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха (14,6 %), государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение (11,4 %), сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство (8,1 %). Из этого следует, что в исследуемую сферу (текстильная промышленность, розничная продажа) инвестиции вкладываются неохотно, поэтому возлагать на них какие-либо ожидания не стоит [17].

С появлением легкодоступной возможности воспользоваться кредитами/рассрочками запросы потребителей

стали существенно расти, и если раньше покупатель в первую очередь думал о рациональности покупки и её соответствии экономическим возможностям, то сейчас покупатель большее внимание уделяет престижному, модному и как следствие дорогому товару.

После сбора и анализа информации по каждой группе факторов отбираются значимые факторы, каждый фактор в определенных единицах измерения, например, в баллах, от 1 до 10 от наименее к наиболее важному, что позволяет увидеть степень его влияния в конкретном случае. Результаты PEST-анализа оформляются в виде матрицы с факторами, оказывающими наибольшее влияние [9; 11]. Итоговая матрица позволяет оценить внешнюю экономическую политическую и социально-демографическую ситуацию вокруг предприятия, и сформировать рациональную ассортиментную политику.

Изучение новых тенденций на рынке розничной торговли, в частности сегмента мужской одежды, позволит максимально эффективно удовлетворить спрос на рынке [18].

Таблица 1 - PEST-анализ

Группа факторов	Факторы	Степень влияния 1-10	Опасность /Возможность +/-	Оценка вероятности появления события, 0-100	Общее влияние
Экономическая	Постоянный устойчивый спрос	10	+	89	+890
	Снижение уровня инфляции	9	+	71	+629
	Снижение уровня безработицы	3	+	27	+81
	Рост цен на коммунальные и арендные услуги	9	-	97	-883
	Положительные тенденции изменения прожиточного минимума	7	+	62	+404
	Изменение в налогообложении	9	-	65	-585
Общее влияние экономических факторов				+436	
Политическая	Активное сотрудничество со странами АТР	4	+	91	+364
	Ожидаемые инвестиции	1	+	9	+9
	Изменения в законодательстве (сфере торговли)	10	-	37	-370
Общее влияние политических факторов				+3	
Социальная	Устойчивое отрицательное изменение численности населения	7	-	83	-581
	Повышение качества жизни	8	+	25	+200
	Приток иностранной рабочей силы	2	-	67	-134
	Изменения в базовых ценностях	10	-	69	-690
	Постоянные новые тенденции моды	10	+	98	+980
Общее влияние социальных факторов				-225	
Техническая	Внедрение современных технологий продаж	3	+	63	+189
	Внедрение новых систем оплат	9	+	27	+243
	Развитие электронной коммерции	10	-	87	-870
Общее влияние технических факторов				-438	
Общее влияние всех факторов				-224	



Рисунок 3 - Матрица по итогам PEST-анализа

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. На основе проведенного анализа внешних факторов воздействия можно сделать следующие выводы: своевременное изучение тенденций развития индустрии моды, учет структуры населения, исследование потребительского спроса в отрасли текстильной промышленности при реализации товаров даст нам огромное преимущество для осуществления успешной предпринимательской деятельности [19]. Наибольшую угрозу для предприятия представляют внешние факторы: политические и технические.

Политическая угроза представлена в первую очередь негативным настроением к России со стороны США и Евросоюза, введением новых санкций и других торговых барьеров. Главной технической угрозой для нашего предприятия является развитие электронной коммерции, совершать покупки в интернете становится все проще, а интернет-магазины становятся крупнее и успешнее, создавая мощный конкурентоспособный сектор, представляющий огромную опасность для исследуемого предприятия. Для того чтобы не потерять клиентов магазин «Тетянова» начал развиваться в данной области, предоставляя возможность совершения покупок посредством создания аккаунта магазина в сети «Instagram». Для развития данной отрасли была введена новая должность на предприятии - региональный менеджер, которая существует всего полгода, но уже внесла свой вклад в успешную деятельность компании. Электронная торговля открытый вопрос в компании и текущий вектор развития, на это необходимо уделять много сил и внимания, для того, чтобы предприятие развивалось, оставаясь успешным и приносило устойчивую прибыль. Ещё одной опасностью для малого бизнеса является факт повсеместного распространения легкодоступного кредитования. Он повлек следующую тенденцию: идея о том, что тратить деньги необходимо, исходя, из своих возможностей уже не так актуальна, соотношение «цена-качество» тоже теряет свою привлекательность на фоне того, что появилась возможность покупать брендовую, модную дизайнерскую дорогую одежду в рассрочку или кредит. Эта тенденция ярко демонстрирует эффекта сноба, который подразумевает бездумное подражание обществу, не имея для этого реальных возможностей [20]. Эффект сноба сейчас максимально прослеживается при покупке мобильных телефонов и автомобилей, есть вероятность что скоро этот эффект найдет большее распространение и в сфере одежды. Только разработка грамотной стратегии обеспечит нашему предприятию превосходство над конкурентами и укрепит позицию на рынке.

Первой главной возможностью для ИП Гуреева М.М. является постоянное развитие индустрии моды, влекущее потребность в новой, соответствующей текущим тенденциям одежде. Постоянный мониторинг модных домов и журналов, нашедший свое отражение в ассортиментной линейке предприятия, даст компании огромное преимущество над конкурентами. Второй большой возможностью является такое изменение в базовых ценностях, как стремление мужчин выглядеть стильно, и желание соответствовать современным эстетическим требованиям общества. Предоставив возможность удовлетворить данную потребность, предприятие не потеряет лидирующую позицию среди конкурентов на рынке и повысит собственный престиж.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Герасимов Б.И. Маркетинговые исследования рынка: учеб. пособие. М.: ФОРУМ. 2009. 333 с.
2. Кошелева Д.С. Мода как феномен современной европейской культуры //Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 1 (18).
3. Демшина А.Ю. Теоретические основания исследования моды как феномена культуры //Мода в контексте визуальной культуры. Санкт-Петербург: Астерион. 2009.
4. Савенкова И.В., Нефедова Е.А., Божко Т.В. Развитие инноваций в розничной торговле [Электронный ресурс] //Современные научные исследования и инновации. 2016. № 4. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/66865>.
5. База данных нормативных актов губернатора Приморского края и администрации приморского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.primorsky.ru/documents/>.
6. Жариков В.В. Ассортиментная политика предприятия в условиях нестабильного спроса //Вестник

тамбовского государственного технического университета. 2004. № 3. С. 849–852.

7. Балаева С.И. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: учеб. Пособие для вузов. М.: Дашков и К, 2010.

8. Котлер Ф. Основы маркетинга, краткий курс. М.: Вильямс. 2007. 656 с.

9. Степулева.Ф., Худякова С.К. Анализ влияния внешних факторов на развитие розничной торговли Приморского края //Экономика и предпринимательство. 2015. № 5-1 (58-1). С. 1099–1102.

10. Агеева И.Е. Региональная инновационная система России: PEST-анализ регионов //Вестник Прикамского социального института. 2016. № 1 (73). С. 41–44.

11. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Магистр. 2013. С. 178–182.

12. Халявина М.Л. Ассортиментная политика предприятий: анализ основных взглядов //Политематический сетевой электронный научный журнал кубанского государственного аграрного университета. 2012. № 84 (10). С. 718–726.

13. Бондаренко А.Г. Социологическое исследование: методика опрос: учебное пособие. ВолГТУ, Волгоград. 2006. С. 9–10.

14. Федеральная служба государственной статистики по Приморскому краю [Электронный ресурс] //Официальная статистика /Предпринимательство / Торговля и услуги /Число хозяйствующих субъектов торговли. Режим доступа:<http://primstat.gks.ru>

15. Дюков И.И. Стратегия развития бизнеса [Электронный ресурс] //Методы менеджмента качества. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18241946> (дата обращения: 01.03.2018).

16. Шорохова И.С. Статистические методы анализа: учебное пособие. М: Урал. ун-т. 2015. 9 с.

17. ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст) (ред. от 08.09.2017) [Электронный ресурс] //Консультант Плюс - законодательство РФ кодексы и законы в последней редакции. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/ru/statistics/enterprises.

18. Итоговый доклад о миграционной ситуации, результатах и основных направлениях деятельности Федеральной миграционной службы за 2015 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://гуvm.мвд.рф/upload/site1/document_file/ItoGovuy_doklad_na_19.02.16.pdf (дата обращения: 03.02.2018).

19. Журнал Швейная промышленность [Электронный ресурс] //Информационный портал легкой промышленности. Режим доступа: <http://www.legprominfo.ru> - Режим доступа http://www.legprominfo.ru/1_zur/2_sp/.

20. Журавлев В.А. Основы маркетинга: учебное пособие. Мн.: МИТСО. 2006. 56 с.

Статья поступила в редакцию 25.04.2018

Статья принята к публикации 25.06.2018