

теории, объясняющие процесс развития организаций розничной торговли

сравнительная оценка теорий изменений организации и управления розничной торговли¹

Аннотация

В статье приводятся теории, объясняющие процесс развития организаций розничной торговли, в том числе с позиции цикличности, конфликта, жизненного цикла организации, «аккордеона», окружения и т.д. По мнению автора, знание описываемых теорий позволит правильно управлять развитием торгового бизнеса.

Ключевые слова: управление, розничная торговля, теории изменения организации, конкуренция, присутствие на рынке

Теории изменений организации и управления розничной торговлей адаптируются со временем в процессе развития конкуренции на рынке. Выделяются следующие виды теорий [2].

Теория цикличности

Характеризует направления развития розничной торговли во времени. В ее основе лежит теория колеса розничной торговли – ранняя гипотеза, которая была выдвинута учеными [7], чтобы представить эволюцию становления и развития институтов розничной торговли как замкнутый цикл трех основных фаз: фаза выхода на рынок, фаза наращивания, фаза уязвимости.

Основным достоинством рассмотренной теории является то, что она позволяет розничным торговым организациям понять и использовать те пре-

**Трофимова
Лариса Николаевна**
соискатель учетно-
экономического
факультета,
Российский
государственный
торгово-экономический
университет
(Новосибирский
филиал)
in-trofimova@yandex.ru

¹ Материал из серии «Аналитические обзоры». – Прим. ред.

имущества, которые гарантировали успех в начале становления организации на рынке.

Недостатки теории розничного колеса заключаются в следующем.

1. Ограниченность применения и недостаточная обоснованность. Не все торговые организации на первом этапе развития выходят на рынок: одни изначально представлены в виде высокодоходных торговых организаций. Другие намеренно ограничивают сферу деятельности для того, чтобы сохранить лучшее соотношение цены и качества, в то же время, модернизируя свою организацию.

2. Применение данной теории относительно вывода на международный рынок разных форматов торговых организаций невозможно. При этом некоторые торговые организации сначала занимают элитное место на развивающихся рынках, затем, снижая планку, адаптируются к местным условиям.

3. К третьему этапу такие преимущества могут превратиться в уязвимые места и привести к потере своих позиций на рынке [4].

Теория конфликта

Изучает явления, вызванные появившимися инновациями, которые изменяют текущую ситуацию в секторе розничной торговли (например, введение электронной торговли). Согласно теории конфликта, существует четыре стадии реакции на новшества в сфере розничной торговли: потрясение; уход в оборону; признание; адаптация.

Достоинство теории в том, что розничные торговые организации приспособляются друг к другу в процессе своей жизнедеятельности и с течением времени развиваются адаптационные торговые форматы. Такое непрерывное развитие действующих форматов обусловлено диалектическими процессами: действием, реакцией, синтезом [6].

Недостаток – не все торговые организации по своему организационному формату могут быстро адаптироваться на рынке.

Теория жизненного цикла розничной торговли

Согласно этой теории продолжительность жизни организации розничной торговли ограничена четырьмя основными этапами: появление, рост, зрелость и спад.

теория конфликта изучает явления, вызванные появившимися инновациями, которые изменяют текущую ситуацию в секторе розничной торговли (например, введение электронной торговли)

Достоинство теории – в нацеленности на адаптивность и оперативность реакции организаций розничной торговли в контексте конкретной фазы жизненного цикла. Возможно прогнозирование момента пересечения точки бифуркации. Следовательно, торговая организация без потрясений сможет заблаговременно скорректировать свои цели и стратегии дальнейшего развития и управления.

Недостаток теории заключается в расплывчатом определении времени перехода торговой организации от одного этапа к другому. Торговая организация должна точно знать момент перехода на новый этап своего жизненного цикла, что проблематично в практической деятельности.

Теория аккордеона розничной торговли

Основная идея теории аккордеона розничной торговли – связь циклического развития розничной торговой организации во времени с ассортиментом реализуемых товаров. Теория аккордеона была разработана в США. Основанием послужили исторические схемы развития торговли в этой стране. Проведенные исследования стратегии формирования ассортимента продуктовых магазинов и торговых организаций, предлагающих смешанный ассортимент товаров, подтверждает теорию аккордеона [5].

Достоинством теории стали исторические схемы развития торговли, подтверждающие мысль о склонности крупных и средних торговых организаций добавлять к имеющемуся ассортименту новые товары, не коррелирующие напрямую с прежним ассортиментом. Поэтому торговые организации наряду с проведением других организационных мероприятий должны уделять внимание влиянию стратегий диверсификации и специализации на корпоративный имидж.

Недостаток теории в том, что она более применима к тенденциям в мерчандайзинге, чем к развитию современных форматов розничной торговли.

Теория окружения

Теория окружения при объяснении взаимосвязи макросреды с микросредой торговой организации апеллирует к эволюционной, институциональной

**согласно теории
жизненного цикла
розничной торговли,
продолжительность
жизни организации
розничной торговли
ограничена четырьмя
основными этапами:
появление, рост,
зрелость и спад**

и экологической теориям. Вопрос заключается в оперативном и адекватном принятии соответствующих управленческих решений с целью адаптации жизнедеятельности торговой организации к постепенным или стремительным изменениям, происходящим во внешней и внутренней среде [3].

Достоинство – теория дает объективное представление о влиянии на деятельность торговой организации окружающей и внутренней среды, что обосновывает принятие управленческих решений.

Недостаток заключается в необходимости торговой организации иметь адаптационный механизм или оперативно и адекватно формировать его к изменяющейся внутренней и внешней среде.

Комбинированная теория

Главное достоинство комбинированной теории – возможность прогнозировать исход развития торговой организации [8].

Недостаток теории заключается в том, что она рассчитана на новые форматы розничной торговли и не учитывает специфики национальных особенностей и традиций розничной торговли.

Заключение

Резюмируя выше сказанное, отметим, что применительно к развитию и управлению розничной торговлей в условиях кастомизации экономики теория представляет собой совокупность известных знаний и новых положений и является основой успешного развития организаций розничной торговли [1].

Литература

1. Бакаева В.В., Елисеева Т.В., Трофимова Л.Н. и др. Стратегический подход к развитию розничной торговли региона [Текст]. – М.: Российский государственный торгово-экономический университет, 2011.
2. Принципы розничной торговли /Джон Ферни, Сюзанна Ферни, Кристофер Мур; [Пер. с англ. У.Сапциной]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 416 с.
3. Davies K. Applying evolutionary models to the retail sector // The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. – 1998. – 8(2). – p. 165–182.

**теория окружения
при объяснении
взаимосвязи
макросреды
с микросредой
торговой
организации
апеллирует
к эволюционной,
институциональной
и экологической
теориям**

4. Fernie S. The future for factory outlet centres in the UK: the impact of changes in planning policy guidance on the growth of a new retail format // *International Journal of Retail and Distribution Management*. – 1996. – 24 (6). – p. 11–21.
5. Hart C. The retail accordion and assortment strategies: an exploratory study // *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. – 1999. – 9 (2). – P. 111–126.
6. Maronick T.J., Walker B.J. The dialectic evolution of retailing // *Proceedings: Southern Marketing Association* / Ed. B. Greenberg, Georgia State University. – 1974. – P. 147.
7. McNair M.P. Significant trends and developments in the postwar period // *Competitive Distribution in a Free High-Level Economy and Its Implications for the University* / Ed. A.B. Smith. – University of Pittsburgh Press, Pittsburgh, PA, 1958.
8. Sampson S. D., Tigert D.J. The impact of warehouse membership clubs: the wheel of retailing turns one more time // *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. – 1994. – 4(1). – p. 33–59.

pn

Larisa N. Trofimova

*Applicant, Faculty of Accounting and Economics,
Russian State University of Trade and Economics (Novosibirsk Branch)*

Comparative Evaluation of Theories of Organization Change and Retail Management

Abstract

The article summarizes a number of theories that explain the process of development of organizations in retail trade, including the ones based on concepts of cyclic recurrence, conflict, organization life cycle, accordion, environment, etc. According to the writer, awareness of the theories in question promotes correct management of the trade business development.

Keywords: management, retail trade, theories of organizational change, competition, presence in the market