

Г.С. Чернікова, асист.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЦЕНТРІВ

Розкрито організаційну сутність торговельних центрів, встановлено мету та результат їх організаційно-економічного розвитку, визначено механізми формування та форми прояву синергетичних ефектів, властивих торговельним центрам.

Раскрыта организационная сущность торговых центров, установлены цель и результат их организационно-экономического развития, определены механизмы и формы проявления синергетических эффектов, свойственных торговым центрам.

The article explores the organizational nature of shopping centers, set goals and the result of their organizational and economic development, the mechanisms of formation and manifestations synergistic effects inherent in the shopping center.

Постановка проблеми, аналіз останніх досліджень і публікацій. Організація торгівлі як галузь знань, базується, на фундаментальних положеннях теорії організації, теорії управління, а також економічної теорії. Дослідженню організаційних аспектів розвитку підприємств приділяли увагу відомі вітчизняні та іноземні вчені, зокрема А.А. Мазаракі, В.Г. Герасимчук, О.М. Тридід, А.І. Пушкар, П.Г. Гончаров, Л.М. Шимановська-Діанич, Т.Є. Циба, І. Ансофф, Е. Кембел та ін. Разом із тим, організація торгівлі загалом, та окремих типів торговельних об'єктів зокрема, має певні особливості, які наразі мало розроблені та потребують теоретичного обґрунтування, що зумовило тематику даного дослідження.

Метою статті є визначення торговельного центру як організаційно-економічної системи, встановлення сутності, механізмів та параметрів його організаційно-економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Центральне місце в теорії організації займає поняття «система», що є надзвичайно складною категорією та має у науковій літературі широкий спектр визначень. Причина цього криється як у складності характеризованого об'єкта, так і в багатоманітності його практичного застосування.

Не дивлячись на значний інтерес науковців до визначення категорії «система», у сучасній науковій літературі автори не знайшли єдиного тлумачення змісту і сутності даного поняття, що зумовлено специфікою й традиціями різних наукових шкіл та течій. Ґрунтуючись на аналізі трактувань поняття «система» провідними науковцями,

пропонуємо під системою розуміти впорядковану сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, що мають інтегративні властивості, та закономірно створюють цілісну організацію, спрямовану на досягнення заданої мети.

Виходячи зі сутності категорії «система», сучасний торговельний центр можна визначити як відкриту соціально-економічну систему, яка складається з концептуально підібраних різнопрофільних об'єктів, скерованих на досягнення єдиної мети, що у процесі взаємодії набувають інтегративних властивостей. Характерними ознаками, що визначають системну сутність торговельного центру є:

- наявність концепції, що відображає місію, цілі та цінності;
- наявність множини елементів, які в межах центру спроможні виконувати функції підпорядковані загальній меті;
- стійкі і цілеспрямовані взаємозв'язки й відносини між структурними елементами торговельного центру та зовнішнім середовищем;
- цілісний характер, як результат об'єднання і взаємодії структурних елементів, різнорідних, але в системі сумісних;
- структура, що організаційно закріплює форму зв'язків, забезпечує стійкість та надає торговельному центру стабільності;
- численні процеси, кожен із яких пов'язаний з певними змінами;
- інтегративність якостей – наявність у торговельного центру властивостей, що не характерні окремим елементам (операторам);
- еволюційний розвиток;
- синергізм.

Існування організації науковці традиційно розглядають у двох аспектах: функціонування – підтримка життєдіяльності, збереження функцій, що визначають її цілісність, якісну визначеність, сутність характеристик; розвиток – придбання нових якостей, що зміцнює життєдіяльність системи в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Разом із тим, В.Г. Афанасьєв [1, с. 7], У. Ешбі [2, с. 104], О.О. Богданов [3, с. 84–86] наполягають на тому, що функціонування є ключовою умовою розвитку. Таким чином, механізми функціонування виступають одночасно й механізмами розвитку. У свою чергу, Т.Є. Циба [4, с. 118] наголошує на принциповій відмінності сутності «розвитку» та «функціонування». На думку дослідника, розвиток виражає плинний характер зв'язків, а функціонування їх відносну сталість, відображаючи певний стан розвитку організації.

Виходячи з викладених поглядів, можна констатувати факт безпосереднього зв'язку між даними категоріями. Функціонування

зумовлює розвиток організації та одночасно відображає певний його етап.

Поняття «розвиток» у науковій літературі трактується як процес поступового переходу з одного якісного стану до іншого; процес незворотних, спрямованих і закономірних змін; розкриття і нарощення внутрішнього потенціалу системи; тип руху; перетворення у внутрішній будові об'єкта; перехід кількісних змін у якісні; зміна якісних параметрів системи; сукупні зміни кількісних, якісних і структурних категорій у системі; циклічний процес чергування фаз кризи та піднесення; рівень упорядкованості системи; формування нових властивостей системи [5, с. 28].

Результатом розвитку є виникнення нового якісного стану об'єктів усередині системи, що виражається у зміні її складу та структури і має безпосередній зв'язок зі зростанням ефективності організації.

Як загальносистемна категорія, розвиток має свої види, що відображають конкретні напрями дослідження соціально-економічних систем. Більшість дослідників акцентують увагу на організаційному [6, с. 257; 7; 8, с. 73–108; 9] та економічному [1; 5; 10] розвитку систем, як цілеспрямованому руху до підвищення ефективності.

Організаційний розвиток дослідники визначають як управлінську діяльність, що має своєю метою зміну основних аспектів організації, спрямованих на підвищення її ефективності; вид діяльності, спрямований на набуття якісно нової форми організацією (системою), шляхом формування її нової професійної структури.

Економічний розвиток – передбачає структурну перебудову економічної системи відповідно до потреб технологічного і соціального прогресу. Основним індикатором економічного розвитку є збільшення показників, що свідчать про зростання ефективності функціонування.

Грунтуючись на сутності поняття «розвиток» та змісті його видів, пропонуємо, під організаційно-економічним розвитком розуміти якісну структурну перебудову організації, спрямовану на підвищення ефективності її функціонування.

Ефективність є одним із основоположних принципів організації, що полягає в отриманні позитивних кінцевих результатів, або позитивного ефекту.

У торгівлі ефективність не полягає лише в прибутках, хоч їх отримання й є основною метою. Ефективність може виражатися також у збільшенні обсягів продажу, прискоренні обігу товарів, освоєнні нових сегментів ринку, досягненні соціального ефекту та ін. Проте,

основний ефект організаційної системи виявляється у набутті нею нових властивостей, збільшенні можливостей, прирості потенціалу, отриманих у результаті організації. Відповідно до даного твердження, організаційно-економічний розвиток торговельного центру можна визначити як якісну структурну перебудову, спрямовану на набуття нових властивостей, збільшення можливостей, приріст потенціалу, з метою підвищення ефективності його функціонування. Тобто отримання синергетичного ефекту – перевищення якостей організації (ТЦ) над сумою якостей її підсистем (операторів) – є метою та основним результатом організаційно-економічного розвитку торговельного центру, що обумовлює необхідність дослідження форм його прояву, умов та джерел виникнення.

Хакен Г. [11] розглядає синергетику як універсальну теорію, засновану на принципово новому баченні всесвіту та розумінні процесів розвитку порівняно з переконаннями, що переважали в класичній науці. У теперішній час синергетика визнається одним із найбільш популярних та перспективних пізнавальних підходів, в управлінській науці.

Спробу визначити синергізм як економічний феномен одним із перших зробив Ігор Ансофф у статті «Синергізм і ресурси», опублікованій у відомій роботі «Корпоративна стратегія». Широко введений у сучасний науковий обіг термін «синергетичний ефект» був у середині 80-х рр. ХХ сторіччя, як кратний ефект, отриманий у результаті злиття окремих частин в єдину систему [12].

Предметом вивчення синергетики став процес упорядкування частин та елементів системи у просторі і часі за рахунок їх внутрішньої і зовнішньої взаємодії [13].

Синергетичний ефект – це позитивний результат діяльності системи відносно результатів її складових [14]. Такий ефект визначається як результат діяльності будь-якої системи, що перевищує суму результатів окремих організаційних елементів цієї системи. За своєю природою синергетичний ефект є організаційним ефектом, тому завдання полягає в тому, щоб знайти набір елементів і так з'єднати їх між собою, використовуючи прогресивні форми організації, щоб синергія забезпечувала якісне і кількісне збільшення як потенціалу, так і результатів функціонування системи та її складових частин.

Синергетичний ефект це не лише сприятливе сполучення ресурсів, а й узгоджена поведінка, зв'язки, відносини – вичерпний набір параметрів, що характеризує складну систему, яка розвивається [15, с. 180].

Синергетичний ефект може виражатися у формі збільшення прибутку, скорочення витрат, економії грошових засобів, часу,

зростання продуктивності праці, активізації діяльності тощо, та виявляється в особливих, обумовлених процесом самоорганізації, умовах:

- складність системи, яка характеризується значною кількістю елементів, зв'язків, їх різноманітними та ієрархічними рівнями;
- відкритість системи, що забезпечує введення і вихід цінностей, елементів, інформації в зовнішнє середовище;
- нелінійність системи, що означає можливість її переходу з одного стійкого стану в інший з відповідними змінами рівня ентропії;
- порівняно тривала еволюція системи;
- цілеспрямована організація системи.

Перелічені умови дозволяють системі оптимально змінювати свої параметричні характеристики та структуру функціональних відносин. Як стверджує Є. Брікхем [16], за наявності відповідних умов для отримання синергетичного ефекту потрібні такі організаційні дії:

- оптимізація організаційної структури досягається шляхом правильного набору організаційних елементів відповідно до цілей і головної функції організації, раціоналізації зв'язків між ними. У процесі оптимізації зміни відбуваються як у системі матеріальних, так і параметричних зв'язків, тому синергетичний ефект має сталий характер. Як правило, він виражається у скороченні витрат і збільшенні обсягів товарообороту;

- реструктуризація означає глибинні трансформації структури організації та її управлінської системи. Вона характерна для перехідних періодів, кризових етапів, реформаційних стратегій. У результаті з'являються якісно нові організаційно-економічні, соціальні і просторові форми організації;

- посилення спільної діяльності досягається завдяки сумісному використанню ресурсів, поліпшенню координації взаємодії, широкому обміну нематеріальними активами між суміжними елементами. Співробітництво сприяє досягненню ефекту масштабу, тобто скороченню функціональних витрат за умов розширення масштабів діяльності;

- інтеграція – об'єднання функціонально взаємопов'язаних організаційних одиниць для забезпечення єдиного завершеного технологічного процесу. Інтеграція базується на інтеграційних зв'язках, які забезпечують ефективну взаємодію організаційно самостійних, але економічно і технологічно взаємопов'язаних елементів. Синергетичний ефект в умовах інтеграції досягається за рахунок скорочення витрат на всіх стадіях спільної діяльності;

- кооперація як форма співробітництва широко використовується для досягнення синергетичного ефекту. Суть

кооперації полягає в об'єднанні зусиль, ресурсів, коштів суб'єктами торговельної діяльності для створення і спільного використання об'єктів, служб і технологій;

– диверсифікація передбачає вторгнення торговельних суб'єктів у нові галузі і сфери діяльності. На практиці диверсифікація виявляється переважно у двох формах: універсалізація асортименту товарів, упровадження принципово нових методів обслуговування, розширення переліку послуг та ін.; проникнення у нові суміжні або більш віддалені галузі діяльності через поглинання об'єктів іншої галузі, злиття або створення. Йдеться про поєднання торгівлі з ресторанним чи готельним господарством, дозвіллевою інфраструктурою та ін. Диверсифікація потребує значних витрат, при цьому практика доводить, що вони виправдовуються і виявляються в численних конкурентних перевагах.

Перелік механізмів і способів одержання синергетичного ефекту можна продовжити за рахунок спеціалізації, комбінаторики, децентралізації, конверсії, перехресних продажів та ін. Головне, що всі вони мають організаційний характер і спрямовані на досягнення кумулятивного позитивного економічного ефекту.

Висновки. Дослідження науково-теоретичних засад організації, функціонування та розвитку торговельних центрів дозволило виявити низку синергетичних ефектів, що є характерними для даних об'єктів роздрібно́ї торгівлі:

– зовнішній синергетичний ефект, пов'язаний з тим, що два магазини, які знаходяться поряд привертають більше відвідувачів, ніж ті самі магазини, але децю віддаленні один від одного. Пояснюється це економією часу і засобів, які споживачеві довелося б витратити на дорогу з одного магазину в інший, і, можливо, на його пошук. Даний ефект виражається у додатковому залученні відвідувачів;

– внутрішній синергетичний ефект торговельного центру, заснований на стимулюванні відвідувачів до здійснення незапланованих покупок близьким, розташуванням взаємодоповнюючих відділів. Даний ефект виражається в додатковому обсязі товарообороту операторів торговельного центру;

– економія на масштабі, зумовлена спільним використанням усіма торговельними операторами приміщень і персоналу, таких як навантажувально-розвантажувальні зони, служби охорони й обслуговуючого персоналу та ін., що дозволяє кожному конкретному оператору витрачати менше коштів на їх утримання, і робить торговельний центр привабливим місцем розміщення для багатьох магазинів з економічної точки зору. На практиці торговельні центри часто використовують даний синергетичний ефект для створення більш комфортних умов для відвідувачів і торговельних операторів, ніж може собі дозволити окремо розташований магазин.

Список літератури

1. Афанасьев В. Г. Общество: системность, познание и управление / В. Г. Афанасьев. – М. : Политиздат, 1981. – 432 с.
2. Эшби У. Р. Принципы самоорганизации : [пер. с англ.] / У. Р. Эшби. – М. : Мир, 1966. – С. 314 – 343.
3. Богданов А. А. Тектология: всеобщая организационная наука / А. А. Богданов. – М. : Экономика, 1989. – Т.1. – 304 с.
4. Циба Т. Є. Діалектика економічного розвитку та його сучасні концепції / Т. Є. Циба // Регіональні перспективи. – 2004. – № 3-5 (40-42). – С. 117 – 120.
5. Шимановська-Діанич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України : монографія / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко. – Полтава : ПУЕТ, 2010. – 341 с.
6. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: Діагностика, стратегія, ефективність : монографія / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1995. – 266 с.
7. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятий : монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Х. : ИНЖЕК, 2003. – 184 с.
8. Робінс Стефан П. Основи менеджменту / Стефан П. Робінс, Давид А. Де Чанцо ; пер. с англ. Л. Олійник [та ін.]. – К. : Основи, 2002. – 671 с.
9. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства : монографія / О. М. Тридід. – Харків: ХДЕУ, 2002. – 364 с.
10. Пушкарь А. И. Модели управления развитием производственно-экономических систем : монография / А. И. Пушкарь. – Харьков. : ХГЭУ, 1997. – 268 с.
11. Хакен Г. Синергетика: иерархия неустойчивостей в самоорганизующихся системах : [пер. с англ.] / Г. Хакен. – М. : Мир, 1985. – 328 с.
12. Ансофф И. Стратегическое управление : [пер. с англ.] / И. Ансофф ; науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
13. Кембелл Э. Стратегический синергизм / Э. Кембелл, Л. Саммерс. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 416 с.
14. Ходаківський Є. І. Синергетична парадигма економіки : монографія / Є. І. Ходаківський, І. Г. Грабар, Ю. С. Цал-Цалко. – Житомир, 2007. – 154 с.
15. Гончарова П. Г. Современные направления развития розничной торговой сети / П. Г. Гончарова, С. Д. Жданова, Н. А. Филатова. – СПб. : Ленинский ин-т советской торговли им. Ф. Энгельса, 1977. – С. 10.
16. Брікхем Є. Основи фінансового менеджменту : [пер. с англ.] / Є. Брікхем. – К. : Молодь, 1997. – С. 867-871.

Отримано 30.10.2012. ХДУХТ, Харків.