

УДК 005:330.3

**Л.И. ДОНЕЦ**, докт. экон. наук, проф.,  
профессор кафедры экономики предприятия,  
e-mail: lubovdonets@gmail.com,

**Я.А. ЯКОВЕНКО**, аспирант кафедры  
экономики предприятия,  
e-mail: yana2394@mail.ru

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

**ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ  
ОПРЕДЕЛЕНИЯ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ  
СТРУКТУР СФЕРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В КОНКУРЕНТНОЙ  
БИЗНЕС-СРЕДЕ**

В статье рассмотрена контекстно-методологическая база определения модели развития предпринимательских структур, основанная на идее эволюционного управления. Обоснована необходимость оценки уровня адаптивности предпринимательских структур розничной торговли к изменениям конкурентной бизнес-среды. Предложен информационно-аналитический инструментарий определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде.

*Ключевые слова:* предпринимательские структуры, сфера розничной торговли, модель развития, бизнес-среда, информационно-аналитический инструментарий.

**Donets L.I., Yakovenko Y.A.** Information and analytical toolkit for determining the model of development of business structures in the retail in a competitive business environment.

The article deals with the contextual-methodological basis for determining the

model of the development of entrepreneurial structures, based on the idea of evolutionary management. The necessity of assessing the level of adaptability of retail business structures to changes in the competitive business environment has been substantiated. An information and analytical toolkit for defining a model for the development of entrepreneurial structures in the retail sector in a competitive business environment is suggested.

*Keywords:* entrepreneurial structures, retail trade, development model, business environment, information and analytical tools.

В условиях структурных трансформаций, повышенного динамизма социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, особую актуальность приобретают не только вопросы освоения современных рыночно-ориентированных методов хозяйствования, но и разработка новых концепций, подходов, методологий, направленных на

© Л.И. Донец, Я.А. Яковенко, 2021

## **Информационно-аналитический инструментарий определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде**

создание конститутивной базы для становления предпринимательского сектора экономики. Одним из направлений решения этой проблемы является формирование информационно-аналитического инструментария для оценки ресурсного обеспечения предпринимательских структур розничной торговли, поскольку объективность и полнота оценки эффективности использования ресурсов позволяют стабилизировать финансово-хозяйственное состояние торговых предприятий, а также активно влиять на их стратегическое развитие, укрепление конкурентных позиций на потребительском рынке.

Весомый вклад в разработку научно-методологических подходов к решению проблемы обусловленности развития предприятия его ресурсобеспеченностью внесли Ж.Г. Шумак [1], Р.И. Балашова [2], С.М. Кулиш [3] и др. Основные положения концепции развития предпринимательских структур представлены в научных исследованиях Т.М. Фаевской [4], Т.Н. Кошелевой [5], Е.И. Карташовой [6] и др. В своих научных работах авторы проводят сравнительный анализ различных подходов к оценке ресурсного потенциала и его влияния на динамику развития предприятия; обосновывают обусловленность развития субъектов предпринимательства их деловой активностью и эффективностью использования ресурсов.

Вместе с тем, несмотря на широкий спектр исследований факторов, влияющих на развитие предпринимательских структур, среди которых приоритетное место занимает уровень их ресурсобеспечения, нерешенной проблемой остается отсутствие научно-методического инструментария определения модели развития предпринимательских структур розничной торговли в конкурентной бизнес-среде.

*Цель статьи* состоит в разработке информационно-аналитического инструментария определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде.

Ресурсные приоритеты предпринимательской структуры зависят от определенной модели ее развития, поскольку тип модели развития отражает подход к ведению бизнеса, обуславливает его стратегию, пути и способы ее реализации. Для разработки информационно-аналитического инструментария определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде, контекстной методологической базой стал новый мейнстрим к определению модели развития предпринимательской структуры, предложенный Дж. Ходжсоном [7].

Этот подход основывается на идее эволюционного управления, согласно которому, планируя и реализуя стратегию развития предпринимательской структуры, осуществляется управление его эволюцией, и та предпринимательская структура, которая быстрее эволюционирует, занимает более устойчивое конкурентное положение на потребительском рынке. Выбор такого подхода к определению модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли обусловлен тем, что их деятельность в рыночных условиях хозяйствования и жесткой конкуренции на потребительском рынке во многом напоминает поведение биологических организмов. По аналогии с биологическими системами деятельность предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной среде можно рассматривать как биоценоз [8], представляющий собой совокупность взаимодействующих популяций, которые имеют одно место проживания (потребительский рынок),

находятся в конкурентных отношениях между собой за «еду» (борьба за потребителя/покупателя).

Дж. Ходжсон проводит аналогию между дарвинским принципом борьбы за выживание в природе, согласно которому в ходе борьбы за жизнь слабый организм погибает первым, а побеждают более развитые формы, которые быстрее адаптируются к условиям окружающей среды и процессам, происходящим в экономических системах [7].

В контексте рассмотрения биологических систем, предложенных в работе В. Вольтерры [9], высокий уровень конкурентоспособности характерен только для тех предпринимательских структур, которые смогли приспособиться к изменениям внешней бизнес-среды. Когда предпринимательские структуры, своевременно реагируя на конкурентные вызовы рынка, опережая конкурентов, захватывают все большую долю потребительского рынка и имеют больше возможностей для своего развития, требующего более высокого количественного и качественного уровня ресурсобеспечения. В этом случае для предпринимательских структур розничной торговли создаются благоприятные условия, обеспечивающие им укрепление конкурентной позиции и захват новых сегментов потребительского рынка. Такие предприятия В. Вольтерра относит к «хищникам» (группа А).

Если предпринимательские структуры не адаптивны к конкурентным условиям рынка, то они затрачивают меньше ресурсов, однако при этом получают и меньше возможностей для своего развития, что неизбежно приводит к ослаблению рыночных позиций и уменьшению доли потребительского рынка. По определению В. Вольтерры это – «жертвы» (группа В).

Согласно математической теории борьбы за существование В. Вольтерры

[9], система эволюционных уравнений вида «хищник-жертва» может быть математически представлена следующим образом:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = a_1x - b_1(\gamma_1x + \gamma_2y) \cdot x \\ \frac{dy}{dt} = a_2y - b_2(\gamma_1x + \gamma_2y) \cdot y \end{cases} \quad (1)$$

где,  $x$  – количество предпринимательских структур группы А («хищники»);

$y$  – количество предпринимательских структур группы В («жертвы»);

$a_1, a_2, b_1, b_2, \gamma_1, \gamma_2$  – значения критерия развития предпринимательских структур в конкурентной среде (индекса конкурентоспособности);

Элементы системы  $a_1x$  и  $a_2y$  характеризуют параметры значений показателя конкурентоспособности, по которому осуществляется принадлежность предпринимательской структуры к одной из групп (А или В),  $b_1(\gamma_1x + \gamma_2y) \cdot x$ ,  $b_2(\gamma_1x + \gamma_2y) \cdot y$  – ограничения значения критерия.

Факторы, ограничивающие развитие предпринимательских структур в конкурентной среде и определяющие вектор конкурентных отношений в сфере розничной торговли, в системе эволюционных уравнений Лотки-Вольтерра (ф. 1), доказывают, что каждая отдельная предпринимательская структура для своего развития в конкурентной среде использует уникальный набор ресурсов, что обуславливает целесообразность применения метода биологических аналогий для определения модели развития предпринимательских структур.

В контексте системы эволюционных уравнений Лотки-Вольтерра значения  $x$  и  $y$  характеризуют доли рынка предпринимательских структур, конкурирующих в сфере розничной торговли;  $a_1, a_2$  – уровень чистого дохода от реализации;  $b_1, b_2$  – уровень издержек обраще-

**Информационно-аналитический инструментарий определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде**

ния. Более конкурентоспособными являются те предпринимательские структуры, в которых отношение чистого дохода от реализации к издержкам обращения ( $\gamma$ ) имеет наибольшее значение. Для таких предпринимательских структур характерной является агрессивная модель развития. Для предпринимательских струк-

тур, в которых значение  $\gamma$  наименьшее – защитная модель развития.

Основываясь на принципах мейн-стрима модели развития Дж. Ходжсона и научно – методологическом подходе к поведению предпринимательских структур в конкурентной среде В. Вольтерры, при формировании выборки предпринимательских структур взят индекс конкурентоспособности (табл. 1).

Таблица 1

*Значения индексов конкурентоспособности предпринимательских структур сферы розничной торговли Донецкой Народной Республики*

№ п/п	Предпринимательская структура	Рыночная доля, %	Средний темп роста дохода от реализации ( $a_i$ )	Средний темп роста издержек обращения ( $b_i$ )	Индекс конкурентоспособности ( $\gamma = \frac{a_i}{b_i}$ )
1	Минимаркет «Восторг»	4,28	12,86	11,49	1,118
2	Минимаркет «Триумф»	5,95	13,49	11,38	1,186
3	Минимаркет «Изобилие»	4,61	14,85	13,85	1,107
4	Минимаркет «Толстяк»	15,06	11,35	10,65	1,066
5	Минимаркет «Кум»	6,64	17,54	11,63	1,508
6	Минимаркет «Пир»	1,08	15,18	13,50	1,124
7	Минимаркет «Смак»	8,67	12,67	9,69	1,308
8	Минимаркет «Лайм»	2,02	16,23	14,13	1,149
9	Минимаркет «Удача»	1,34	16,75	11,56	1,449
10	Минимаркет «Фуршет»	2,22	28,87	26,92	1,072
11	Минимаркет «Гранат»	0,53	24,09	20,25	1,189
12	Минимаркет «Гурман»	7,85	13,49	12,00	1,124
13	Минимаркет «Леон»	3,58	27,76	18,22	1,524
14	Минимаркет «Виктория»	1,74	13,54	13,10	1,034
15	Минимаркет «Апельсин»	1,60	16,75	11,56	1,449

*Рассчитано авторами.*

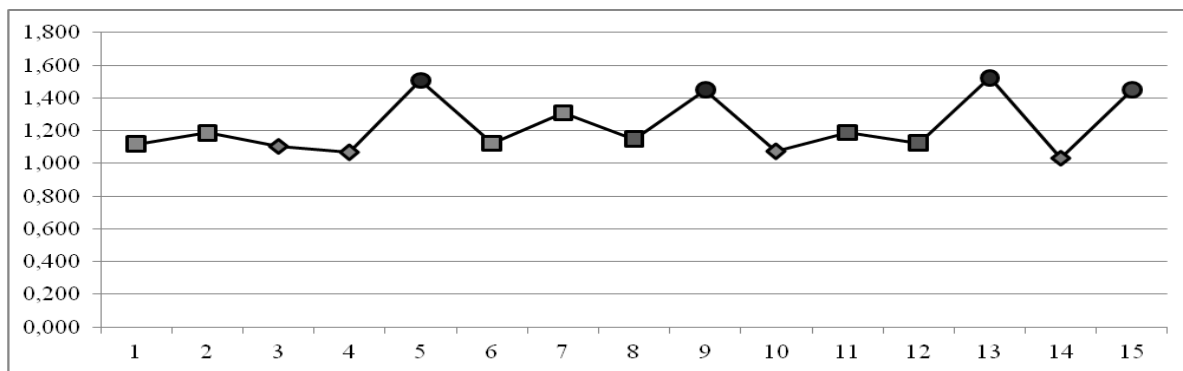
Графическая интерпретация индексов конкурентоспособности исследуемых предпринимательских структур сферы розничной торговли Донецкой Народной Республики представлен на рис. 1.

На основе проведенного анализа расчетных показателей индекса конкурентоспособности (табл. 1) и сравнительного анализа исследуемых предпринимательских структур по этому показателю (рис. 1) выделены три группы предпринимательских структур (табл. 2).

Первая группа – наиболее динамично развивающиеся минимаркеты «Кум», «Удача», «Леон» и «Апельсин». Для них характерной является агрессив-

ная модель развития в конкурентной среде. Вторая группа – наиболее низкие значения индекса конкурентоспособности минимаркеты «Изобилие», «Толстяк», «Фуршет» и «Виктория». Третья группа – средняя конкурентная динамика – минимаркеты «Восторг», «Триумф», «Гранат», «Пир», «Смак», «Лайм». Для предпринимательских структур этой группы характерной является защитная модель развития в конкурентной среде.

Что касается предпринимательских структур третьей группы, то определение их модели развития носит дихотомический характер и требует дополнительного исследования.



Условные обозначения:

1 – Минимаркет «Восторг»; 2 – Минимаркет «Триумф»; 3 – Минимаркет «Изобилие»; 4 – Минимаркет «Толстяк»; 5 – Минимаркет «Кум»; 6 – Минимаркет «Пир»; 7 – Минимаркет «Смак»; 8 – Минимаркет «Лайм»; 9 – Минимаркет «Удача»; 10 – Минимаркет «Фуршет»; 11 – Минимаркет «Гранат»; 12 – Минимаркет «Гурман»; 13 – Минимаркет «Леон»; 14 – Минимаркет «Виктория»; 15 – Минимаркет «Апельсин»




-  - предпринимательские структуры, для которых характерна низкая конкурентная динамика
-  - предпринимательские структуры, для которых характерна высокая конкурентная динамика
-  - предпринимательские структуры, для которых характерна средняя конкурентная динамика

Рис. 1. Графическая интерпретация индексов конкурентоспособности исследуемой совокупности предпринимательских структур сферы розничной торговли Донецкой Народной Республики

Составлено авторами по данным табл. 1

Таблица 2

Исходные данные для классификации предпринимательских структур сферы розничной торговли Донецкой Народной Республики

Номер группы, $M_k (k=1,2)$	Название предпринимательской структуры	Показатели конкурентного развития $X_j (j=1,2,3)$	
		Конкурентная активность ( $X_1$ )	Интенсивность зональной конкуренции ( $X_2$ )
Группа $M_1 (k=1)$	Минимаркет «Изобилие»	1,668	1,002
	Минимаркет «Толстяк»	1,650	1,606
	Минимаркет «Фуршет»	0,892	0,696
	Минимаркет «Виктория»	1,626	0,558
Группа $M_2 (k=2)$	Минимаркет «Кум»	0,738	1,821
	Минимаркет «Удача»	2,103	1,501
	Минимаркет «Леон»	1,373	1,950
	Минимаркет «Апельсин»	1,922	1,821
Группа предпринимательских структур, $M_3$ , подлежащих дискриминации	Минимаркет «Восторг»	1,630	0,447
	Минимаркет «Триумф»	1,519	0,367
	Минимаркет «Гурман»	1,535	1,582
	Минимаркет «Пир»	1,221	2,024
	Минимаркет «Смак»	2,130	0,288
	Минимаркет «Лайм»	1,130	1,318
	Минимаркет «Гранат»	0,700	2,030

Рассчитано авторами.

## Информационно-аналитический инструментарий определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде

Для решения этой проблемы предложен научно-методический подход, сущность которого сводится к построению оптимальной дискриминантной функции, на основе которой можно с достаточной высокой степенью вероятности определить какая модель развития характерна для *i*-тых предпринимательских структур со средним значением индекса конкурентоспособности. С этой целью использована линейная форма дискриминантной функции, которая представлена в виде скалярного произведения вектора дискриминантных множителей  $A = (a_1, a_2, \dots, a_p)$  и вектора дискриминантных переменных  $X_i = (x_{i,1}, x_{i,2}, \dots, x_{i,p})$  [10, с. 102]:

$$F_i = a_1 x_{i,1} + a_2 x_{i,2} + \dots + a_p x_{i,p}, \quad (2)$$

где  $a_1, a_2 \dots a_p$  – транспортированный вектор дискриминантных множителей;

$x_{ij}$  – значения *j*-х показателей *i*-й предпринимательской структуры.

Учитывая особенности развития предпринимательских структур розничной торговли в конкурентной бизнес-среде, а также принимая во внимание условия проведения дискриминантного анализа, для определения модели развития предпринимательских структур, подлежащих дискриминации, в качестве вектора  $X_i$  выбраны два показателя:  $X_1$  – конкурентная активность предпринимательской структуры (ф.3) и  $X_2$  – интенсивность зональной конкуренции (ф. 5).

$$X_1(I_{KA}) = \sqrt{I_D \times I_P}; \quad (3)$$

где  $X_1(I_{KA})$  – индекс конкурентной активности предпринимательской структуры;

$I_D$  – доля рынка (удельный вес товарооборота *i*-й предпринимательской структуры в общем объеме товарооборота исследуемой совокупности);

$I_P$  – индекс базовых ресурсов, обеспечивающих развитие предпринимательской структуры в конкурентной среде, который рассчитывается по формуле:

$$I_P = \sqrt[3]{I_{HOA} \times I_{OA} \times I_{ФOT}}, \quad (4)$$

где,  $I_{HOA}$ ,  $I_{OA}$ ,  $I_{ФOT}$  – индексы соответственно необоротных активов, оборотных активов и трудовых затрат.

$$X_1(S_z) = R^2 \left( \frac{\pi\alpha}{180^\circ} - \sin \alpha \right), \quad (5)$$

где  $X_1(S_z)$  – интенсивность зональной конкуренции предпринимательской структуры (сектор конкурентной борьбы);

$R$  – радиус зоны обслуживания минимаркета;

$\alpha$  – агломерационный радиус конкурентного влияния ( $30^\circ - 150^\circ$ ).

Чем меньше градусная мера конкурентного влияния ( $\alpha$ ), тем отдаленней расположены друг от друга конкурирующие предпринимательские структуры, и, соответственно, слабее конкуренции. Чем ближе расположены конкурирующие предпринимательские структуры – тем сильнее зональная конкуренция и выше уровень сложности обеспечения развития в конкурентной среде. Предложенный научно-методический подход к определению модели развития предпринимательских структур розничной торговли со средним значением индекса конкурентоспособности включает десять этапов.

На первом этапе определяются исходные данные для группировки предпринимательских структур, которые подлежат дискриминации, подмножеств  $M_k$  и подмножеств  $M_o$  в виде матриц размером  $n_k \times p$  (ф. 6):

$$X^{(1)} = \begin{pmatrix} x_{1,1}^{(1)} & x_{1,2}^{(1)} & \dots & x_{1,p}^{(1)} \\ x_{2,1}^{(1)} & x_{2,2}^{(1)} & \dots & x_{2,p}^{(1)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{n1,1}^{(1)} & x_{n1,2}^{(1)} & \dots & x_{n1,p}^{(1)} \end{pmatrix}; X^{(2)} = \begin{pmatrix} x_{1,1}^{(2)} & x_{1,2}^{(2)} & \dots & x_{1,p}^{(2)} \\ x_{2,1}^{(2)} & x_{2,2}^{(2)} & \dots & x_{2,p}^{(2)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{n2,1}^{(2)} & x_{n2,2}^{(2)} & \dots & x_{n2,p}^{(2)} \end{pmatrix}; X^{(0)} = \begin{pmatrix} x_{1,1}^{(0)} & x_{1,2}^{(0)} & \dots & x_{1,p}^{(0)} \\ x_{2,1}^{(0)} & x_{2,2}^{(0)} & \dots & x_{2,p}^{(0)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{n1,1}^{(0)} & x_{n1,2}^{(0)} & \dots & x_{n1,p}^{(0)} \end{pmatrix}, \quad (6)$$

где  $X^{(1)}, X^{(2)}$  – матрицы с начальными признаками (определены на предыдущем этапе формирования информационного обеспечения с учетом положений динамики систем);

$X^{(0)}$  – матрица новых  $m$ -объектов, подлежащих дискриминации размером ( $m \times p$ );

$p$  – количество показателей конкурентного развития  $i$ -й предпринимательской структуры ( $X_1$  – конкурентная активность предпринимательской структуры и  $X_2$  – интенсивность зональной конкуренции).

На втором этапе определяются  $\bar{X}_j^{(k)}$  элементы матрицы  $\bar{X}^{(k)}$  средних значений по каждому  $j$ -му показателю для  $i$ -го количества предпринимательских структур в каждом  $k$ -ом подмножестве ( $k = 1, 2$ ) (ф. 7-8)

$$\bar{X}_j^{(k)} = \frac{\sum_{i=1}^{n_k} x_{ij}^{(k)}}{n_k}, j = 1, 2, \dots, p. \quad (7)$$

$$S^{(1)} = \begin{vmatrix} 0,099 & 0,035 \\ 0,035 & 0,155 \end{vmatrix} \quad S^{(2)} = \begin{vmatrix} 0,283 & -0,051 \\ -0,051 & 0,027 \end{vmatrix}$$

На четвертом этапе рассчитывается объединенная ковариационная матрица  $\hat{S}$  (ф.10).

$$\hat{S} = (n_1 \cdot S^{(1)} + n_2 \cdot S^{(2)}) \quad (10)$$

$$\hat{S} = \begin{vmatrix} 1,813 & -0,115 \\ -0,115 & 0,757 \end{vmatrix}$$

На пятом этапе определяются элементы обратной матрицы  $\hat{S}^{-1}$ .

Результаты расчетов представляются в виде векторов-столбцов  $\bar{O}^{(k)}$ :

$$\bar{X}^{(k)} = \begin{pmatrix} \bar{X}_1^{(k)} \\ \bar{X}_2^{(k)} \\ \dots \\ \bar{X}_p^{(k)} \end{pmatrix}, \quad (8)$$

$$\bar{X}^{(1)} = \begin{vmatrix} 1,430 \\ 0,960 \end{vmatrix} \quad \bar{X}^{(2)} = \begin{vmatrix} 1,534 \\ 1,773 \end{vmatrix}$$

На третьем этапе для каждого подмножества (обучающих выборок) рассчитываются ковариационные матрицы  $S^{(k)}$  (ф.9):

$$S^{(k)} = \left( \frac{1}{n_k} \sum_{i=1}^{n_k} (X_{ik}^{(k)} - \bar{X}_i^{(k)}) (X_{jk}^{(k)} - \bar{X}_j^{(k)}) \right)_{p \times p} \quad (9)$$

Сформированные по результатам проведенных расчетов для исследуемых предпринимательских структур третьей группы  $M_3$ , (табл. 2) ковариационные матрицы имеют следующий вид:

$$\hat{S}^{-1} = \begin{vmatrix} 0,259 & -0,016 \\ -0,016 & 0,108 \end{vmatrix}$$

На шестом этапе рассчитывается вектор-столбец  $\hat{\lambda} = \begin{pmatrix} \hat{\lambda}_1 \\ \hat{\lambda}_2 \\ \dots \\ \hat{\lambda}_p \end{pmatrix}$  множителей с учетом всех элементов подмножеств (ф.11).

**Информационно-аналитический инструментарий определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде**

$$\dot{A} = \hat{S}^{-1} \left( \overline{X}^{(1)} - \overline{X}^{(2)} \right) \quad (11)$$

$$\dot{A} = \hat{S}^{-1} = |0,075 \quad 0,808|$$

На седьмом этапе для каждого  $i$ -го объекта ( $i = 1, 2, \dots, N$ ) подмножеств  $M_1$  и  $M_2$  исследуемых предпринимательских структур  $M$  определено соответствующее

$$\overline{F}^{(k)} = \frac{\sum_{i=1}^{n_k} F_i^{(k)}}{n_k}, \quad k = 1, 2 \quad (13)$$

$$\overline{F}^{(1)} = \frac{1,526 + 1,369 + 1,678 + 1,614}{4} = 1,547$$

значение дискриминантной функции (ф.12).

$$F_i^{(k)} = A_1 x_{i,1}^{(k)} + A_2 x_{i,2}^{(k)} + \dots + A_p x_{i,p}^{(k)} \quad (12)$$

На восьмом этапе по совокупности найденных значений  $F^{(k)}$  рассчитаны средние значения  $\overline{F}^{(k)}$  для каждого подмножества  $M_k$  (ф.13).

$$\overline{F}^{(2)} = \frac{-0,934 + (-1,420) + 0,572 + 0,483}{4} = 0,142$$

На девятом этапе определена константа дискриминантной функции (ф.14).

$$\overline{F} = \sum_{k=1}^q \overline{F}^{(k)} / q. \quad (14)$$

$$\overline{F} = \frac{1,547 + 0,142}{2} = 0,845$$

На десятом этапе дискриминируются объекты подмножества  $M_0$  по выборкам  $M_1$ , и  $M_2$ . Для этого проведен сравнительный анализ рассчитанных на седьмом этапе по каждой  $i$ -й предпринимательской структуре значений дискриминантных функций с константой дискриминации. На основе сравнения каждая  $i$ -тая предпринимательская структура была отнесена к одному из подмножеств.

При условии  $\overline{F}^{(1)} > \overline{F}^{(2)}$  предпринимательская структура подмножества  $M_0$  была отнесена к подмножеству  $M_1$  (агрессивный тип модели развития); при условии  $\overline{F}^{(2)} - \overline{F} > 0$  – к подмножеству  $M_2$  (защитный тип модели развития).

Таким образом, на основе анализа результатов расчета дискриминантных функций определена модель развития предпринимательских структур третьей группы со средним значением индекса конкурентоспособности: для предприятий «Гурман», «Пир» и «Гранат» – агрес-

сивная модель развития; для предприятий «Смак» и «Лайм» – защитная модель развития.

Тип модели развития предпринимательской структуры в конкурентной среде использован как критериальный признак для объединения исследуемых предпринимательских структур в два кластера: первый кластер – предпринимательские структуры с агрессивным типом развития, второй кластер – предпринимательские структуры с защитным типом развития (табл. 3).

Сравнительный анализ данных, представленных в табл. 3, показал, что для 46,7% исследуемых предпринимательских структур характерна агрессивная модель развития в конкурентной среде (кластер  $M_1$ ), для 53,33% – защитная модель развития в конкурентной среде (кластер  $M_2$ )

*Выводы*

Необходимость предпринимательских структур сферы розничной торговли реагировать на стратегические изменения социально-экономического окружения, потребительского рынка и конкурентной бизнес-среды обуславливает возникновение потребности в повышении количественного и качественного уровня ресурсного обеспечения их развития,



направленного на усиление конкурентных позиций и увеличение доли потребительского рынка.

Предложенный информационно-аналитический инструментарий опреде-

ления модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде предполагает расчет динамических значений показателей индекса конкурентоспособ-

Таблица 3

Распределение предпринимательских структур по типу модели развития

Название предпринимательской структуры	Значение дискриминантной функции $F^{(k)}$ , коэф.	Тип модели развития предпринимательской структуры в конкурентной среде (кластер)	
		Агрессивная (кластер $M_1$ )	Защитная (кластер $M_2$ )
1	2	3	4
Минимаркет «Кум»	1,526		
Минимаркет «Удача»	1,369		
Минимаркет «Леон»	1,678		
Минимаркет «Апельсин»	1,614		
Минимаркет «Изобилие»	-0,934		
Минимаркет «Голстяк»	-1,420		
Минимаркет «Фуршет»	-0,369		
Минимаркет «Виктория»	0,572		
Минимаркет «Восторг»	0,483		
Минимаркет «Триумф»	0,410		
Минимаркет «Гурман»	1,392		
Минимаркет «Пир»	1,726		
Минимаркет «Смак»	0,391		
Минимаркет «Лайм»	1,149		
Минимаркет «Гранат»	1,692		

Рассчитано, обобщено и систематизировано авторами

ности, индекса конкурентной активности и интенсивности зональной конкуренции, результаты которого позволяют определить модель развития предпринимательских структур розничной торговли с высоким и низким значением индекса конкурентоспособности. Для определения модели развития предпринимательских структур розничной торговли со средним значением индекса конкурентоспособности предложен научно-методический подход, сущность которого сводится к построению оптимальной дискриминантной функции.

Дальнейшее проведение исследований направлено на разработку эффективной модели развития предпринимательской структуры розничной торговли, обеспечивающей рациональное использование ресурсов и прирост экономической добавленной стоимости.

### Список использованной литературы

1. Шумак, Ж.Г. Сравнительный анализ подходов к оценке ресурсного потенциала предприятия [Электронный ресурс]. – URL: [https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/18426/1/Shumak\\_Zh.G.\\_S\\_ravnitel%27nyi\\_analiz\\_podkhodov\\_k%20ot\\_senke%20resursnogo%20potentsiala%20predpriatiia.pdf](https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/18426/1/Shumak_Zh.G._S_ravnitel%27nyi_analiz_podkhodov_k%20ot_senke%20resursnogo%20potentsiala%20predpriatiia.pdf)

2. Балашова, Р.И. Методологические основы эффективного использования ресурсов предприятий [Электронный ресурс] // Экономические исследования и разработки. – URL: <http://ed.rj.ru/article/19-01-16>

3. Кулиш, С.М. Анализ эффективности использования ресурсов и оценка деловой активности субъекта предпринимательской деятельности // Вестник

**Информационно-аналитический инструментарий определения модели развития предпринимательских структур сферы розничной торговли в конкурентной бизнес-среде**

экономики, права и социологии. – 2015. – № 2. – С. 47–49

4. Фаевская, Т.М. Управление ресурсным потенциалом предпринимательских структур // Вестник Калининградского юридического института МВД России. – 2010. – №1 (19). – С. 40–43

5. Кошелева, Т.Н. Организация предпринимательской деятельности. – СПб: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. – 196 с.

6. Карташова, Е.И. Проблемы формирования системы ресурсного обеспечения малого и среднего бизнеса // Вестник Омского университета – 2011. – № 4. – С. 258–260.

7. Ходжсон, Дж. Эволюционная и институциональная экономика как новый

мейнстрим // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – № 2. – Т. 6. – С. 8–21.

8. Мошаров, С.А. Биогеоценоз / С.А. Мошаров // Экологическая энциклопедия. В 6 т. Т. 1. А–Г / Редкол.: Данилов Данильян В.И., Лосев К.С. и др. – М.: Энциклопедия, 2008. – С. 156–157.

9. Вольтерра, В. Математическая теория борьбы за существование. – М.: Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2004. – 288 с.

10. Сарычев, А.П. Решение задачи дискриминантного анализа в условиях структурной неопределенности на основе метода группового учета аргументов // Проблемы управления и информатики. – 2008. – № 3. – С. 100–112.

**L.I. DONETS**, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics, e-mail: [lubovdonets@gmail.com](mailto:lubovdonets@gmail.com),

**Y.A. YAKOVENKO**, postgraduate student of the Department of Enterprise Economics, e-mail: [yana2394@mail.ru](mailto:yana2394@mail.ru)

SO HVE «Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky», Donetsk, Donetsk People's Republic

*Статья поступила в редакцию 27.09.21*