

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Ю.Л. Александров

(подпись) (инициалы, фамилия)

« 13 » 06 2017 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

38.04.01 «Экономика»  
код и наименование направления

38.04.01.10 «Экономика торговых предприятий»  
код и наименование магистерской программы

Формирование и оценка торгового потенциала в условиях современной  
российской экономики  
(на примере Красноярского края)  
тема

Научный руководитель Б доцент, канд. экон. наук Т.И. Берг  
подпись, дата

Выпускник КСР ЭУ 15-02М -ЭТП Р.С. Исаев  
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Рецензент Моисеева доцент, канд. экон. наук Е. Е. Моисеева  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Красноярск 2017

## Оглавление

|  | Стр. |
|--|------|
| ВВЕДЕНИЕ   | 5    |
| 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ<br>ТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ                       | 9    |
| 1.1. Конкуренция как фактор реализации торгового<br>потенциала   | 9    |
| 1.2. Потенциал торгового предприятия: понятие, виды,<br>источники формирования                           | 15   |
| 2. ОЦЕНКА ТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КРАСНОЯРСКОГО<br>КРАЯ   | 33   |
| 2.1. Изучение методических аспектов оценки торгового<br>потенциала                                       | 33   |
| 2.2. Методика оценки торгового потенциала  | 41   |
| 2.3. Оценка нормативно-правовых условий функционирования<br>торговых предприятий                         | 46   |
| 2.4. Оценка ресурсного торгового потенциала Красноярского<br>края  | 51   |
| 2.5. Оценка рыночного торгового потенциала Красноярского<br>края   | 67   |
| 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ<br>И РЕАЛИЗАЦИИ ТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КРАСНОЯРСКОГО<br>КРАЯ | 82   |
| 3.1. Направления улучшение потребительского потенциала<br>Красноярского края                             | 82   |
| 3.2. Направления улучшение предпринимательского<br>потенциала Красноярского края                         | 86   |
| 3.3. Направления улучшение инфраструктурного потенциала<br>Красноярского края                            | 89   |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ   | 94   |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ   | 99   |
| ПРИЛОЖЕНИЯ   | 113  |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Одной из основных задач стратегического управления экономикой региона является оценка потенциала, который обеспечивает конкурентоспособность в условиях нестабильной внешней среды, а, следовательно, позволяет выявить особенности функционирования предприятий и определить направления повышения эффективности использования ресурсов.

Повышение результатов текущей деятельности, обеспечение устойчивости, конкурентоспособности и перспективного развития торгового предприятия зависит от эффективности использования структурных составляющих ресурсного потенциала (материально-технические, кадровые, финансовые и информационные ресурсы) и рыночного (потребительский, предпринимательский, инновационный, инфраструктурный).

Проблема развития торгового потенциала в России и ее регионах особенно актуальна в условиях международной интеграции, введении ограничений со стороны стран Евросоюза и других партнеров, «входом» на рынок инновационной продукции и других причин. Данная проблема носит комплексный характер, так как торговля, с одной стороны, отражает внутреннее состояние экономики и уровень жизни населения, а с другой, формируя внешнеторговый оборот, отражает международные отношения.

На протяжении последних лет розничная торговля развивается более динамично по сравнению с другими отраслями экономики, а ее потенциал следует рассматривать как вектор макроэкономического роста, через показатели валового регионального продукта, оборота розничной торговли, занятости населения, налоговые поступления и др. В связи с этим выбранная тема магистерской диссертации является актуальной.

**Цель магистерской диссертации** – развитие теоретических и методических аспектов формирования и оценки торгового потенциала в условиях конкуренции.

Для достижения цели магистерской диссертации поставлены и решены следующие задачи:

- изучены понятие и сущность конкуренции как фактора реализации торгового потенциала;
- рассмотрены сущность, виды особенности формирования торгового потенциала;
- рассмотрены методические аспекты оценки торгового потенциала;
- предложена дополненная методика оценки торгового потенциала;
- проведена комплексная оценка торгового потенциала Красноярского края;
- предложены и апробированы градиенты развития рыночного торгового потенциала.

**Научная новизна** заключается в совершенствовании теоретических аспектов формирования и методики оценки торгового потенциала в конкурентной среде:

- уточнено понятие *«торговый потенциал»* обеспечивающий конкурентные преимущества через *совокупность средств, условий, возможностей, способных максимально удовлетворять спрос потребителей в процессе оказания торговых услуг и получение прибыли предприятия (предпринимателя)*;
- дополнена методика оценки торгового потенциала: *предложен интегральный показатель оценки торгового потенциала и весовые коэффициенты его компонентов*, позволяющий комплексно проанализировать состояние торгового потенциала и определить «болевые точки» развития отдельных компонентов;
- предложены градиенты развития рыночного потенциала торговли через инструменты: *потребительского, предпринимательского, инфраструктурного потенциала, способствующие устойчивости конкурентоспособности торговых предприятий (предпринимателей) и отрасли в целом.*

**Теоретической основой исследования** являются труды зарубежных и отечественных авторов по теории конкуренции, предпринимательства в торговле, теории и методике оценки потенциала торговых предприятий, такие как Кирцнер И., Портер М., Хайек Ф.А., Хейне П., Шумпетер Й., Азоев А.Г., Бердникова Л.Ф., Булатова Ю.И., Гусейнова А.И., Дежкина И.П., Егорихина С.Ю., Иванов Г.Г., Исаев Э.А., Ковалев В.В., Колесниченко Е.А., Кушнир Т.Б., Лысенко Ю.В., Мазурина Т.Ю., Нестерова Н.Н., Николаева Т. И., Пласкова Н.С., Семененко С.В., Соломатин А.Н., Фатхутдинов Р.А. и др.; законодательные документы Российской Федерации и Красноярского края; данные Госкомстата Российской Федерации, в том числе по Красноярскому краю; официальные инструктивно-методические материалы; публикации в периодической печати и материалы научно-практических конференций; результаты собственных исследований.

**Методологической основой** исследования послужили системный, комплексный и динамический подходы, общенаучные методы исследования (сравнение, анализ и синтез, индукция и дедукция). В качестве конкретных методов оценки торгового потенциала использовались статистические методы (обобщение, группировка, изучение показателей в динамике, табличный, графический, относительных и средних величин и др.).

**Объектом исследования** показатели торгового потенциала Красноярского края.

**Предметом исследования** выступают теоретико-методические аспекты формирования и оценки торгового потенциала.

**Сведения о публикациях по теме исследования.** На основании магистерской диссертации были опубликованы 2 статьи, в том числе 1 на Международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Перспектив Свободный-2016», посвящённой Году образования в Содружестве Независимых Государств (Красноярск, 15-25 апреля 2016 г.), 1 на I Всероссийской научно-практической конференции с международным

участием «Региональный рынок в условиях кризиса» (Красноярск, 23 декабря 2016 г.).

**Структура работы.** Магистерская диссертация состоит из трех глав. В первой главе «Теоретические аспекты формирования потенциала торговых предприятий в конкурентной среде» рассмотрены подходы к категориям «конкуренция», «потенциал», определены основные виды и источники формирования потенциала торговых предприятий. Во второй главе «Оценка торгового потенциала Красноярского края» рассмотрены методические подходы различных авторов к оценке торгового потенциала, дополнена методика оценки интегральным показателем, учитывающим компоненты торгового потенциала и их весовые коэффициенты, проведена оценка нормативно-правовых условий функционирования торговых предприятий Красноярского края, проведена комплексная оценка торгового потенциала, изучена динамика основных ресурсов (материально-технических, кадровых, финансовых) и выявлено состояние рыночного торгового потенциала. В третьей главе «Совершенствование направлений формирования и реализации торгового потенциала», определены градиенты развития рыночного торгового потенциала Красноярского края и предложены направления его улучшения.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Общий объем работы 112 стр. Диссертация иллюстрирована 22 рисунками; 20 таблицами, 2 приложениями. Библиографический список включает в себя 130 источника.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

## 1.1. Конкуренция как фактор реализации торгового потенциала

Конкуренция выступает как один из системных параметров функционирования экономики, что отражается на развитии конкретных предприятий, то есть является механизмом взаимодействия производителей (продавцов) продукции на основе соперничества между ними за наилучшее удовлетворение предпочтений потребителей. Для понимания механизма конкуренции большое значение имеет правильная идентификация причин, за счет которых удается обойти конкурентов. В практике торгового бизнеса в качестве таких причин принято выделять цену и неценовые факторы, а также соответствующие им виды конкуренции (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Факторы возникновения конкуренции [составлено по 20,90,129]

| Факторы               | Содержание   | Виды  | Примеры   |
|-----------------------|--|---|---|
| Ценовая конкуренция   | форма конкуренции, основанная на низкой (себестоимости) предлагаемой продукции или услуг   | прямая конкуренция; скрытая конкуренция; «ценовые войны» - крайняя форма ценовой конкуренции  | ценовая применяется крупными компаниями, ориентированными на массовый спрос, фирмами, у которых нет достаточных сил и возможностей в сфере неценовой конкуренции, а также в ходе проникновения на рынки с новыми товарами, при укреплении позиций в случае внезапного обострения проблемы сбыта |
| Неценовая конкуренция | широко распространена там, где решающую роль играют качество продукции, ее дизайн, фирменный последующий сервис, вне рыночные воздействия на потребителя, т.е. косвенно связанные или вовсе не зависящие от цены | к незаконным методам неценовой конкуренции относится промышленный шпионаж; переманивание специалистов, владеющих производственными секретами; выпуск поддельных товаров | пониженное энергопотребление и невысокая металлоемкость, полное отсутствие или малое загрязнение окружающей среды, зачет сданного товара в качестве первого взноса за новый, реклама, высокий уровень гарантийного и послегарантийного обслуживания, уровень сопутствующих услуг.               |

Ценовая и неценовая конкуренция составляют основу конкурентной борьбы. Первые теоретические положения о механизме конкурентной борьбы появились к середине XVIII в. Существенный вклад в формирование теоретических представлений о конкуренции внесли А. Смит, Д. Рикардо, Дж. С. Милль, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Ф.А. Хайек и др. К середине XX в. сформировались общие представления о сущности конкуренции и ее основных движущих силах, выразившиеся в четырех классических моделях: совершенной (чистой) конкуренции, монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии (табл. 1.2).

Таблица 1.2 - Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию [составлено автором по 30, 73, 74, 77, 85, 87, 88, 101, 114, 117]

| Модель                    | Автор   | Трактовка   |
|---------------------------|---|---|
| Совершенная конкуренция   | А. Смит «Исследование о природе и причинах богатства народов»     | Автоматический равновесный механизм рынка   |
|                           | Д. Рикардо «Начала политической экономии и налогообложения»       | Механизм ценового регулирования рынка   |
|                           | Дж. С. Милль «Принципы политической экономии»                     | Закон, устанавливающий правила регулирования рынка  |
|                           | К. Маркс «Капитал»  | Состязание между производителями за потребителя   |
| Несовершенная конкуренция | А. Маршалл «Принципы экономической науки»                         | Состояние рынка, характеризующееся множеством покупателей и продавцов, неспособных влиять на рыночные цены                          |
|                           | А. Курно «Исследование математических принципов теории богатства» | Соперничество двух и более фирм, когда каждая фирма предполагает, что объем производства ее конкурентов будет оставаться неизменным |
|                           | Дж. Робинсон «Экономическая теория несовершенной конкуренции»     | Ситуация, когда конкурирующих единиц много и они независимы   |
|                           | Э. Чемберлин «Теория монополистической конкуренции»               | Принципиальная возможность влияния на рынок   |
|                           | Ф. А. Хайек «Индивидуализм и экономический порядок»               | Процедура открытия привлекательности рынка  |
|                           | М. Портер «Конкуренция»   | Ситуация не равновесия, а постоянных перемен на рынке   |

Понятие «конкуренция» происходит от латинского слова «concurrentia» – столкновение. В Толковом словаре С. И. Ожегова конкуренция рассматривается как «соперничество; борьба за достижение больших выгод, преимуществ» [82].



В Большом экономическом словаре под редакцией А.Н. Азрилияна конкуренция определяется как «...состязание между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынка сбыта, источники сырья» [127].

В толковом словаре Д. Н. Ушакова конкуренция означает «соревнование, соперничество на каком-нибудь поприще; состязание, борьба на рынке различных участников производства или торговли» [109].

В ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» определено, что «конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [10].

Зарубежные экономисты рассматривают конкуренцию с различных точек зрения.

Макконнелл К.Р. и Брю С.Л. под конкуренцией понимают «наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его» [71].

П. Хейне определяет конкуренцию как «стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам» [116].

В труде Ф.А. Хайека «Конкуренция как процедура открытия» конкуренция трактуется как метод открытия, метод порождения новых знаний [114].

Й. Шумпетер рассматривает конкуренцию как соперничество старого с новым, с инновациями [122].

М. Портер определяет конкуренцию как динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты [85]. М. Портер говорит о том, что конкуренция – это

важнейший элемент процветания и развития как компаний, так и общества в целом. В организации конкуренции принимают участие не только организации, занимающиеся производством и реализацией товаров, работ и услуг, но и потребители, поставщики. Данная теория представлена пятью силами конкуренции (рис. 1.1).

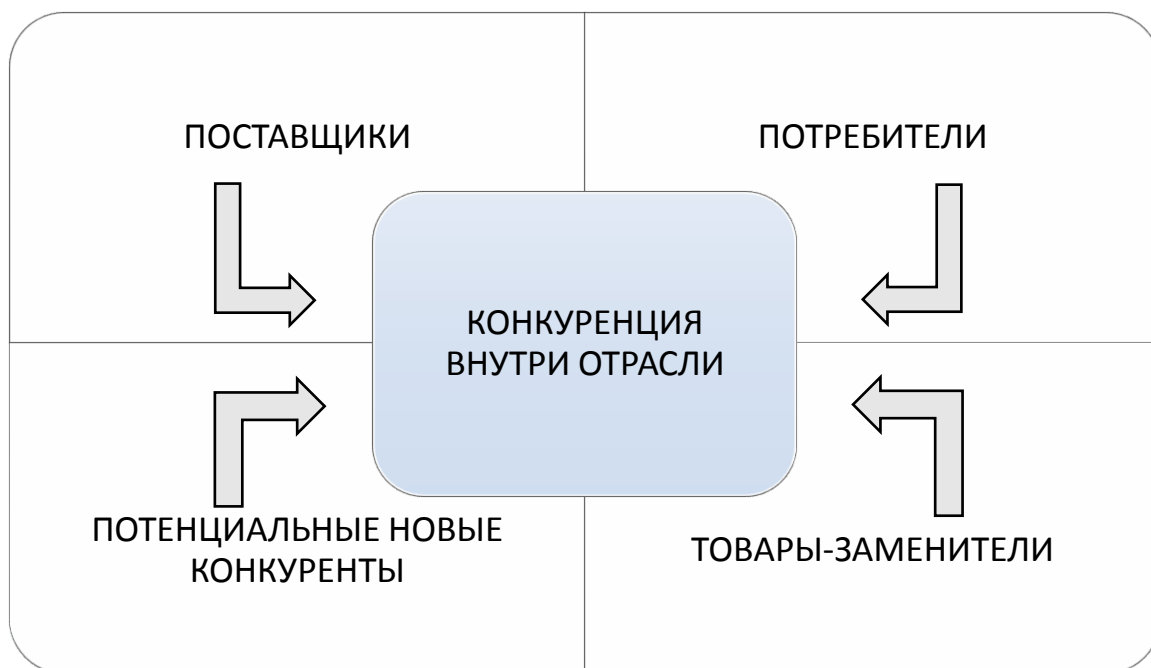


Рисунок 1.1 – Модель «Пять сил М. Портера» [24, 85]

Большое внимание исследованию конкуренции уделено в работах отечественных экономистов. Например, Л.П. Кураков рассматривает конкуренцию как:

- соперничество, борьбу за достижение лучших результатов на каком-либо поприще;
- борьбу между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли;
- состязание экономических субъектов на товарном рынке, при котором ни один из них не в состоянии оказать решающего влияния на общие условия реализации однородного товара на данном рынке [66]

Р.А. Фатхутдинов определяет конкуренцию как «процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение

объективных и/или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях» [111].

Ряд авторов (Г.Л. Азоев, И.А. Спиридонов, А.П. Челенков, В.Д. Шкардун и др.) под конкуренцией понимает экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей и получение наибольшей прибыли [20, 105, 121].

В свою очередь, А.А. Амбарцумов и Ф.Ф. Стрельников характеризуют конкуренцию как соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров [23].

Ю.Б. Рубин под конкуренцией между субъектами предпринимательского бизнеса понимает конфликтную форму их соперничества за относительно лучшие условия производства и сбыта товаров (оказание услуг, выполнение работ), обуславливающую реализацию конкурентами целевых установок в области максимизации доходов, сохранения и приумножения состояния, повышения конкурентоспособности.

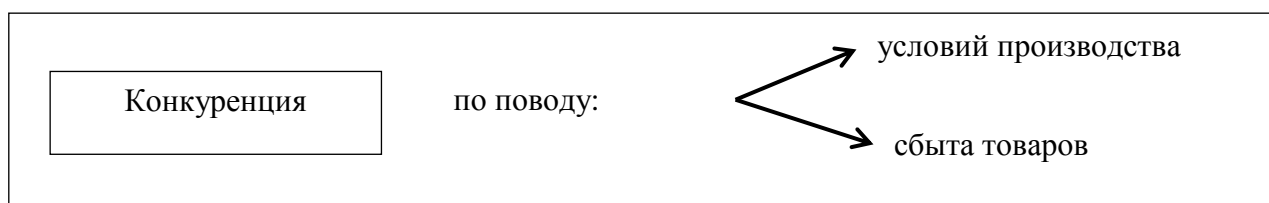


Рисунок 1.2 – Конкуренция между субъектами предпринимательского бизнеса [90]

Конкуренция, будучи соперничеством, соревнованием, связана с противодействием конкурентов друг другу и стремлением навязать другим субъектам бизнеса свои интересы [90].

А.Ю. Юданов утверждает, что рыночная конкуренция – борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка.

Д. Борисов рассматривает конкуренцию как состязание между экономическими субъектами: борьба за рынки сбыта товаров с целью

получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Конкуренция представляет цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора и регулирования в рыночной экономике [31].

Н.Ю. Круглова под конкуренцией понимает состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [62].

Исходя из изученной информации о природе конкуренции, можно выделить и ее виды (табл. 1.3).

Таблица 1.3 – Классификационные признаки и соответствующие им виды конкуренции [систематизировано автором]

| Классификационные признаки                             | Виды конкуренции  |
|--|---|
| 1. по структуре рынка                                  | - монополистическая конкуренция<br>- олигополия;<br>- монополия и т.д.  |
| 2 в зависимости от методов ведения конкурентной борьбы | - ценовая конкуренция;<br>- неценовая конкуренция;<br>- добросовестная конкуренция;<br>- недобросовестная конкуренция                       |
| 3. по масштабам  | - внутриотраслевая конкуренция;<br>- межотраслевая конкуренция;<br>- глобальная конкуренция   |
| 4. по степени абстрактности                            | - чистая конкуренция;<br>- совершенная конкуренция;<br>- несовершенная конкуренция;<br>- рыночная конкуренция;<br>- действенная конкуренция |
| 5. по степени интенсивности                            | - привлекательная<br>- умеренная<br>- ожесточенная для конкурента<br>- ожесточенная для самого предпринимателя                              |
| 6. по степени реализации цели                          | - эффективная конкуренция;<br>- неэффективная конкуренция   |

Таким образом, всю совокупность понятий, предлагаемых в научной литературе можно разделить на три подхода: структурный подход; функциональный подход и поведенческий подход:

- поведенческий подход;
- функциональный подход;

– структурный подход (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Подходы к определению категории «конкуренция»

В своем диссертационном исследовании мы будем придерживаться синтеза поведенческого и функционального подходов к определению конкуренции, который можно представить как борьбу за овладение определенными ресурсами и их эффективное распределение, с одной стороны, и соперничество за рынки сбыта, платежеспособный спрос потребителей, с другой стороны, что позволит реализовать более полно как ресурсный, так и рыночный потенциал торговой отрасли, обеспечит воспроизводство торгового потенциала в целом.

Рассмотрев понятие и виды конкуренции перейдем к изучению потенциала торгового предприятия, рассмотрим понятие, виды и источники его формирования.

## **1.2. Потенциал торгового предприятия: понятие, виды, источники привлечения**

В условиях модернизации экономики особое место занимает стратегическое управление активами торговых предприятий, которые в качественном аспекте определяют их ресурсный потенциал. Эффективное использование ресурсного потенциала приводит к достижению экономической устойчивости и развитию конкурентных преимуществ в условиях нестабильной среды. В свою очередь устойчивые конкурентные преимущества торгового предприятия являются результатом взаимодействия совокупности ресурсов.

На сегодняшний день существуют различные определения понятия «потенциал». Согласно определению, приведенному в толковом словаре С.И. Ожегова [82], в Большом экономическом словаре под редакцией А.Н. Азрилияна [127], под потенциалом понимается степень мощности в каком-нибудь отношении, совокупность каких-нибудь средств, возможностей. В российском энциклопедическом словаре А.М. Прохорова [89] потенциал определяется как «...величина, характеризующая широкий класс силовых полей в данной точке, открывающий целый ряд понятий в физике, химии, математике». В толковом словаре Д.Н. Ушакова потенциал – физическое понятие, характеризующее величину потенциальной энергии в определенной точке пространства; совокупность средств, условий, необходимых для ведения, поддержания, сохранения чего-нибудь [109].

В определении О.Л. Фрум потенциал характеризуется возможностями реальными, конкретными, фиксированными, сформированными в процессе какой-либо экономической деятельности и в настоящее время не реальными по каким-либо причинам, находящимися в готовом и реальном виде [113].

Таким образом, обобщение выше представленных определений позволяет рассматривать потенциал как совокупность средств, условий, возможностей предприятия (предпринимателя), сформированных в процессе экономической деятельности.

Сущность экономического потенциала в своих трудах рассматривали Т.Н. Бабич, Л.С. Белоусова, Н. М. Горшков, В. Г. Гришин, В. П. Зубрицкий, В. И. Кудинов, Е.А. Мигунова, В. А. Сикицкая, Л.С. Сосненко, А.Ф. Черненко и

др. Одна группа ученых отождествляет экономический потенциал с ресурсным потенциалом, другая группа исследователей выступает за дифференциацию этих категорий. Так, Т.Н. Бабич, Л.С. Белоусова, В. И. Кудинов, Е.А. Мигунова, В. А. Сикицкая, Л.С. Сосненко, А.Ф. Черненко понимают под экономическим потенциалом совокупность ресурсов и резервов с их определенной качественной характеристикой, дающей возможность осуществлять какое-либо производство либо обеспечивать долговременное функционирование предприятия и достижение им стратегических целей [26, 64, 96, 104]. Мы придерживаемся точки зрения, что экономический потенциал следует рассматривать с позиций ресурсного подхода, поэтому дальше рассмотрим категорию «ресурсный потенциал».

М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова считают, что «ресурсный потенциал – это совокупность ресурсов (трудовых и производственных), обеспечивающих непрерывность и эффективность деятельности» [75].

В.В. Ковалев с позиции оценки ресурсного потенциала организации «как способности выполнять предусмотренный технологический процесс и генерировать требуемые результаты», разделяет всю совокупность ресурсов на три группы: «материально-техническая база, оборотные активы и трудовые ресурсы» [58].

М.А. Вахрушина, рассматривая схему комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности организации, отмечает об удобном подразделении всей совокупности ресурсов на три группы: «основные средства, материальные и трудовые» [61].

Н.С. Пласкова, исследуя производственный потенциал организации, отождествляет его с ресурсным потенциалом, а также отмечает, что изменение объема выпуска и реализации продукции, следовательно, выручки – зависит от результативности использования ресурсного потенциала [84].

Б.И. Смагин под ресурсным потенциалом понимает совокупность трудовых, природных и материальных затрат, которые определяют количеством, качеством и внутренней структурой каждого ресурса [98].

И.П. Дежкина, Г.А. Поташева под ресурсным потенциалом хозяйственной системы понимают совокупность имеющихся видов ресурсов, сопряженных между собой, обладающих взаимозаменяемостью, использование которых позволяет достичь экономического эффекта [39].

Л.Ф. Бердникова определяет ресурсный потенциал организации как характеристику наличия производственных, финансовых и инновационных ресурсов, которые могут быть активизированы для эффективного функционирования в текущем периоде, а также резервов и возможностей по мобилизации этих ресурсов, которыми можно воспользоваться для обеспечения бесперебойной экономически выгодной работы в перспективе [29].

Г.Г. Иванов утверждает, что «ресурсные возможности торгового предприятия в целом определяются его финансовым состоянием, уровнем развития материально-технической базы, кадровым потенциалом [49].

Таким образом, проведенное изучение мнений ведущих экономистов позволяет выделить несколько подходов в отношении сущности ресурсного потенциала организации (рис. 1.4).

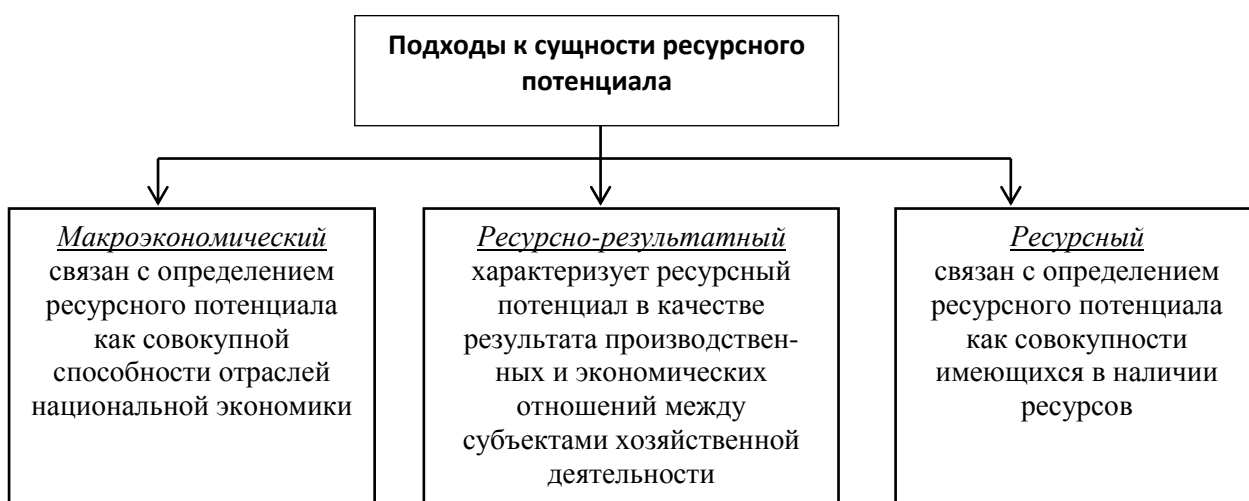


Рисунок 1.4 – Подходы к сущности ресурсного потенциала

Исходя из проведенного исследования нами было выделено три подхода к сущности ресурсного потенциала, которые раскрывают ресурсный потенциал с различных сторон, однако для проводимого исследования актуальным является ресурсный подход, который позволяет изучить и оценить всю совокупность



имеющихся в наличии ресурсов, в частности, материально-технических, трудовых, информационных, финансовых.

Рассмотрим основные составляющие ресурсного потенциала. *Материально-технический потенциал* включает в себя основные фонды и оборотные средства.

Основные фонды – это часть ресурсов торгового предприятия, относительно длительное время сохраняющая свою натуральную форму, изнашивающаяся постепенно, переносящая стоимость на продаваемые товары тоже постепенно и, соответственно, возмещающаяся только после нескольких торгово-технологических циклов [49, 99].

В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 для учета имущества в составе материальных основных средств необходимо единовременное выполнение следующих условий [11]:

- использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации либо для предоставления организацией за плату во временное владение и пользование или во временное пользование;
- использование в течение длительного времени, т.е. срока полезного использования продолжительностью свыше 12 месяцев;
- организацией не предполагается последующая перепродажа данных активов;
- способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем [11].

В соответствии с требованиями бухгалтерского учета к основным фондам не относятся: предметы, служащие менее одного года, независимо от их стоимости; предметы стоимостью ниже лимита, устанавливаемого Минфином России, независимо от срока их полезного использования (за исключением рабочего и продуктивного скота и других видов основных фондов, которые относятся к ним независимо от их стоимости).

Сроком полезного использования является период, в течение которого использование объекта основных средств приносит экономические выгоды (доход) организации. Для отдельных групп основных средств срок полезного использования определяется исходя из количества продукции (объема работ в натуральном выражении), ожидаемого к получению в результате использования этого объекта [99].

В целях учета, анализа и оценки проводится классификация основных фондов (прил. А, табл. А.1)

Кроме того, основные фонды необходимо рассматривать и в разрезе их структуры, так как это дает возможность достаточно точно оценить торгово-технологический потенциал предприятия. Структура основных средств отражает соотношение различных групп, объединенных по определенным признакам. Так, в экономической литературе выделяют: *видовую структуру* основных средств, характеризующуюся удельным весом каждой видовой группы в общей стоимости основных средств; *технологическую структуру*, отражающую долю различных подвидов внутри определенной группы основных средств; *возрастную структуру*, характеризующую удельный вес основных средств различных возрастных групп в общей стоимости основных средств [124, 128].

Вторая составляющая материально-технического потенциала – оборотные средства, под которыми понимается совокупность денежных средств, вложенных в оборотные фонды и фонды обращения.

А.Н. Соломатин [123], Т.Н. Николаева, Н.В. Егорова [124] под оборотными фондами понимают предметы труда (сырье, полуфабрикаты, материалы для хозяйственных нужд, топливо, тара) и орудия труда (малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, инструменты, инвентарь, специальная одежда и обувь), обслуживающие процесс обращения товаров. Основное назначение оборотных фондов заключается в обеспечении непрерывного и ритмичного торгово-технологического процесса на предприятии торговли.

Фонды обращения непосредственно участвуют в обороте, изменяя свою форму, выбывают из торгового предприятия при реализации товаров и пополняются за счет новых поступлений. К фондам обращения относятся товарные запасы, денежные средства в кассе и в пути, на расчетном счете и других счетах в банке, дебиторская задолженность, расходы будущих периодов [44].

Оборотные средства относятся к текущим активам предприятия, обеспечивающим непрерывность коммерческой деятельности. Для оценки состава и изменения оборотных средств их группируют по различным признакам (прил. А, табл. А.2).

*Кадровый потенциал* является компонентом трудового потенциала и характеризуется обеспеченностью торгового предприятия работниками, обладающими познавательными способностями, профессиональными знаниями, умениями и навыками, необходимыми для его эффективного функционирования [36].

По мнению Л. Ф. Суходоевой, кадровый потенциал может быть как внешним, так и внутренним. Внешний кадровый потенциал характеризуется тем, что для потенциальных работников торгового предприятия видны задачи и перспективы развития на любом уровне. Внутренний кадровый потенциал характеризуется тем, что предприятие ориентируется на включение новых работников только с низшего должностного уровня, а замещение резерва происходит из числа резерва организации. Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что кадровый потенциал – это не только квалификация кадров, но и их социально-психологическая ориентация [107].

Понятие «кадровый потенциал» отражает ресурсный аспект социально-экономического развития предприятия [40, 97]. Так, по мнению Э.В. Крума, «...кадровый потенциал – это способность кадров решать стоящие перед ними текущие и перспективные задачи. Он определяется численностью кадров, их образовательным уровнем, личностными качествами, профессионально-

квалификационной, половозрастной структурой, характеристиками трудовой и творческой активности» [63].

А.И. Ильин под кадровым потенциалом понимает интегральную характеристику сотрудников, представляющую собой их максимальные возможности по достижению целей предприятия [51]. Коллектив авторов (Одегов Ю.Г., Абдурахманов К.Х., Котова Л.Р., Скороходова О.Р.) под кадровым потенциалом понимают сложное сочетание профессиональных, физических и творческих способностей, знаний, навыков, опыта, духовных и нравственных ценностей, культурных установок и традиций работников. Содержание кадрового потенциала заключается, с одной стороны, в возможности участия сотрудника (или всех членов коллектива предприятия) в общественно-полезной деятельности как специфического производственного ресурса. С другой стороны – характеристику качеств сотрудника, отражающих степень развития его способностей, пригодности и подготовленности к выполнению работ определенного вида и качества, отношения к труду, возможности и готовности трудиться с полной отдачей сил и способностей [81, 97].

Рассмотрим характеристики кадрового потенциала торгового предприятия. В табл. 1.4 приведены компоненты кадрового потенциала и рассмотрены объекты его анализа со стороны работников и торговых предприятий.

Таблица 1.4 – Характеристика кадрового потенциала в торговле [составлено по 91]

| Компоненты<br>кадрового<br>потенциала | Объекты анализа  |   |
|---------------------------------------|--|---|
|                                       | работники  | торговые предприятия  |
| Здоровье                              | Трудоспособность. Время отсутствия на работе из-за болезней. | Потери рабочего времени из-за болезней и травм. Затраты на обеспечение здоровья персонала                                       |
| Нравственность                        | Отношение к окружающим                                       | Взаимоотношения с сотрудниками. Потери от конфликтов  |
| Творческий потенциал                  | Творческие способности                                       | Доля новых предоставленных услуг (реализованных товаров) от общего количества реализованных услуг (товаров). Степень вовлечения |
| Активность                            | Активность Стремление к самореализации. Инициативность.      | сотрудника в инновационную  |

|                  |  |  |
|------------------|--|--|
|                  | Целеустремленность.<br>Приложение усилий в<br>достижении целей организации                               | деятельность торгового<br>предприятия                        |
| Организованность | Аккуратность, рациональность,<br>дисциплинированность,<br>бережливость, обязательность,<br>порядочность. | Потери от нарушения дисциплины.<br>Чистота. Исполнительность |

Окончание табл. 1.4

| Компоненты<br>кадрового<br>потенциала | Объекты анализа   |  |
|---------------------------------------|---|--|
|                                       | работники   | торговые предприятия   |
| Образование                           | Знания по торговой отрасли и смежным отраслям. Успехи в обучении в школе, вузе и на курсах повышения квалификации | Доля специалистов с высшим, средним специальным и общим средним образованием в общей численности работающих. Затраты на повышение квалификации персонала |
| Профессионализм                       | Умения, уровень квалификации. Качество исполнения услуг   | Потери при рекламациях и жалобах на сотрудников торгового предприятия  |
| Ресурсы рабочего времени              | Время занятости в течение года  | Количество сотрудников.<br>Количество часов работы за год одного сотрудника  |

*Финансовый потенциал.* Финансовый потенциал является одной из основополагающих ресурсного потенциала. Изучению его сущности посвящены работы многих исследователей (Атаевой А.Г., Булатовой Ю.И., Галимовой Г.А., Ениной Е.П., Исаева Э.А., Коломиец А.Л., Мельник А.Д., Овсянникова С.В., Яруллина Р.Р. и др.)

А.Л. Коломиец и А.Д. Мельник [60] под финансовым потенциалом понимают совокупность всех финансовых ресурсов того или иного региона

Ю.И. Булатова [33] определяет финансовый потенциал как совокупность накопленных, привлекаемых и образующихся в результате хозяйственной деятельности финансовых ресурсов, поступающих в распоряжение экономических агентов, обуславливающих достижение стратегических целей социально-экономического развития региона.

Э.А. Исаев и А.Г. Атаева придерживаются процессно-ресурсного подхода и под финансовым потенциалом понимают способность финансовой системы и механизма регулирования формированию совокупного потенциала финансовых

ресурсов [54] и совокупные финансовые возможности, которые преобразуются в финансовые ресурсы [53].

Е. П. Енина и С. В. Овсянников считают, что финансовый потенциал отражает возможность привлекать финансовые ресурсы определенного состава, стоимости и качества, а также эффективность их использования. Ресурсные же возможности в области финансов отражают совокупность денежных средств, которые используются в механизме финансирования и являются результатом формирования, распределения и использования денежных доходов [46]

А.Г. Кайгородов и А.В. Шекшуев рассматривают финансовый потенциал как максимально возможную величину финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия до их инвестирования в активы, при условии наиболее полного и наилучшего использования всего ресурсного потенциала предприятия [55].

Наиболее полное определение финансового потенциала дают А.Г. Галимова и Р.Р. Яруллин. По их мнению, финансовый потенциал – это возможность (способность) субъектов экономики преобразовать потенциальные доходы при воздействии механизмов регулирования, финансовой инфраструктуры и реализации финансовых инструментов в финансовые ресурсы для обеспечения целей стратегического развития региона [130].

Финансовый потенциал определяется финансовым состоянием предприятий торговли, в том числе по объему прибыли. Следует отметить, что в последние годы произошел рост доли нерентабельных предприятий до 19,3% в 2014 г. в торговле [83], значительное сокращение собственных финансовых ресурсов предприятий торговли из-за сужения рыночного спроса, в т.ч. за счет введения эмбарго на отдельные товары, рост курса иностранных валют, снижения платежеспособности населения. Привлечение заемного капитала в отрасль осуществляется как через банковскую систему РФ, так, и на свободном рынке финансового капитала. Однако финансирование за счет банковского кредитования в настоящее время обременительно для субъектов торгового

бизнеса, так как процентные ставки высокие (18-25% в зависимости от срока кредитования), а повышение цены ограничивает стимулирование покупательского спроса. Поэтому, часть предприятий приобретают товары по схеме «рассрочка платежа» и зачастую становятся неплатежеспособными, следовательно, теряют конкурентоспособность.

Финансовый потенциал предпринимателя определяет его способность генерировать денежный капитал, что обуславливает необходимость оценки при его изучении не только совокупности имеющихся финансовых ресурсов, но и инвестиционных и финансовых возможностей развития. Финансовый потенциал характеризуется устойчивой платежной готовностью, достаточной обеспеченностью собственными оборотными средствами и эффективным их использованием, четкой организацией расчетов, наличием устойчивой финансовой базы. Это позволяет утверждать, что финансовый потенциал предприятия характеризует, в первую очередь, его финансовое состояние, определяемое показателями финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, а также инвестиционной привлекательности и эффективности деятельности [61].

Финансовый потенциал включает финансовые ресурсы, т.е. денежные доходы и поступления, находящиеся в распоряжении предприятий и предназначенные:

- для выполнения финансовых обязательств перед государством, кредитной системой, поставщиками, страховыми органами, другими предприятиями и физическими лицами, работниками предприятия;
- для осуществления затрат на развитие хозяйственной деятельности, потребление, накопление и др. [70]

*Информационный потенциал* является важной составляющей торгового потенциала в последнее время, позволяет использовать информационные системы для успешного ведения и расширения торгового бизнеса. Стремительное развитие и распространение новых информационных, а также телекоммуникационных технологий приобретает сегодня характер глобальной

информационной революции, которая оказывает возрастающее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества в рамках национальных границ и в мире в целом.

Информация и знания становятся одним из стратегических ресурсов предприятия, масштабы использования которого стали сопоставимы с использованием традиционных ресурсов, а доступ к ним – одним из основных факторов социально-экономического развития. В связи с этим к числу важнейших задач каждого предприятия относятся формирование и развитие информационной инфраструктуры и интеграция в глобальное информационное общество.

Заметим, что на данный момент дефиниция «информационный потенциал» в экономической литературе используется не часто и в большей степени характеризуется как система информационных ресурсов производства и управления в рамках производственного (ресурсного) потенциала. Однако, мы считаем целесообразным выделить информационный потенциал как самостоятельную составляющую ресурсного потенциала. Рассмотрим определения информационного потенциала разных авторов.

Н.А. Мансурова, К.В. Орлова в статье «Оценка интенсивности развития информационного потенциала предприятия», рассматривают информационный потенциал как совокупность средств, методов, условий, а также программного обеспечения, позволяющих получать, хранить, анализировать, обобщать и актуализировать информацию, необходимую для адаптации предприятия к условиям рынка [72]. В то же время А.С. Иванова под информационным потенциалом понимает совокупность средств, методов и условий, позволяющих активизировать и эффективно использовать информационные ресурсы [50].

В.М. Захаров, анализируя механизмы развития потенциала государственного и муниципального управления в регионе, рассматривает информационно-аналитический потенциал, под которым понимает совокупность информационно-аналитических ресурсов и технологий их использования в практике управления [48].



Актуальность исследования информационного потенциала как фактора эффективности развития ресурсного потенциала обусловлена переходом от материального общества к обществу информационному. На сегодняшний день информоемкие технологии определяют качество развития торговли, поэтому развитие информационного потенциала на уровне региона способствует повышению социально-экономической эффективности.

Наиболее распространенными инструментами информационного потенциала в торговле являются ГИС-системы, Internet, прикладные программные продукты ведения учета, реализации, планирования, формирования заказов (1С, Галактика, Бизнес-аналитика, Prodjet и др.), применение которых позволяет значительно ускорить бизнес-процессы внутри предприятия и коммуникации с контрагентами, что в конечном итоге положительно влияет на повышение конкурентоспособности и выражается в приросте выручки, доходов и прибыли.

Кроме ресурсного потенциала в экономической литературе изучается и рыночный потенциал. Ряд авторов определяют рыночный потенциал как возможность реализации факторов конкурентоспособности, что в укрупненном плане является суммой методических, человеческих, материальных и информационных ресурсов, обеспечивающих рыночную деятельность предприятия [45, 110].

Рыночный потенциал – это те границы, в которых предприятие могло бы более или менее полно реализовать свой потенциал. Реальное же его воплощение имеет конкретную меру оценки эффективности деятельности на рынке – конкурентоспособность. Конкурентоспособность характеризует степень реализации рыночного потенциала в части его ресурсного обеспечения. Согласно словарю маркетинговых терминов рыночный потенциал (market potential) – потенциал отрасли, в котором отражается объем продаж продукта всеми компаниями какому-либо сегменту рынка при определенных условиях внешней среды и маркетинговых усилиях компаний. Сафонова Л.А рассматривает рыночный потенциал как дополнительный объем доходов,

который теоретически может быть получен в результате реализации продукции или предоставления услуг в данном регионе [94].

Таблица 1.5 – Характеристика видов рыночного потенциала различными исследователями [систематизировано автором]

| Виды потенциала            | Авторы и характеристика составляющих рыночного потенциала  |   |   |   |
|----------------------------|--|---|---|---|
|                            | <i>Л.В. Кузнецова [65]</i>   | <i>Т.Б. Кушнир [67]</i>   | <i>А.Н. Асаул, Б.М. Карпов, В.Б. Перевязкин, М.К. Старовойтов [78]</i>  | <i>Г. Казакова [56]</i>   |
| <b>потребительский</b>     | содержание потребностей рынка, воспроизводимых посредством технологии потребления, имеющее две формы экономической и социальную  | совокупная возможность удовлетворения способности данного подтвержденную платежеспособным спросом, наличием необходимых потребительских ценностей   | совокупная покупательная способность населения региона  | система социально-экономических условий, факторов и отношений, обеспечивающих реализацию индивидуальных интересов субъектов рынка |
|                            | <i>А.И. Гусейнова [38]</i>   | <i>И.В. Васильева [37]</i>  | <i>А.В. Бусыгин [34]</i>  | <i>А.Ю. Чепуренко [118], С.Ю. Егорихина [42]</i>  |
| <b>предпринимательский</b> | детерминированные рыночными условиями, конкурентными силами и уникальными личностными качествами интегральные предпринимательские способности носителей предпринимательской деятельности, направленные на определение, поиск, формирование и удовлетворение потребностей в пользующихся предпринимательским спросом покупателей товаров, и получение предпринимательского дохода | совокупность внутрихозяйственных резервов предприятия, формируемых за счёт лучшего комбинирования имеющихся в его распоряжении трудовых и экономических ресурсов, проявления инициативы, новаторства, реализация которых позволит обеспечить укрепление рыночных позиций, завоевание конкурентных преимуществ и рост доходов субъекта предпринимательской деятельности за счёт наиболее полного удовлетворения рыночного спроса | способность к эффективной организации взаимодействия остальных экономических ресурсов – труда, земли, капитала, знаний – для осуществления хозяйственной деятельности | совокупность всех физических лиц, рассматривающих возможность и/или начавших заниматься предпринимательской деятельностью         |

| Виды потенциала      | Авторы и характеристика составляющих рыночного потенциала  |   |  |  |
|----------------------|--|---|--|--|
| <b>инновационный</b> | <p><i>Е.А. Монастырный [79]</i></p> <p>способность системы организовать и осуществлять процессы, направленные на достижение результатов, наиболее полное соответствующих изменениям внешних условий, в первую очередь, изменениям требований рынка</p>                       | <p><i>М.А. Бендиков и Е.Ю. Хрусталева [27]</i></p> <p>организованная совокупность взаимосвязанных условий и ресурсов (материальных, финансовых, кадровых, информационных, интеллектуальных и иных), обеспечивающих, с одной стороны, воспроизводство существующей научно-технической и технологической базы и возможность осуществления инновационной деятельности, а также возможность расширенного воспроизводства национальной инновационной системы и ее инфраструктуры</p> | <p><i>Н.В. Собченко [103]</i></p> <p>совокупность взаимосвязанных условий и ресурсов (производственных, финансовых, кадровых, информационных, интеллектуальных и иных), обеспечивающих производство научно-технических, технологических, организационных, управленческих и иных новшеств, а также возможность ведения инновационной деятельности в целях обеспечения устойчивого экономического развития региона</p> | <p><i>Сангадиев З. Г., Аюшева Л. А. [93]</i></p> <p>способность всех структур региона к осуществлению инновационной деятельности с учетом его ресурсных возможностей, а также изменений и тенденций, происходящих во внешней среде</p> |
|                      | <p><i>М.С. Чикинова [120]</i></p> <p>совокупные возможности территории обеспечивать условия функционирования производства, обращения товаров и жизнедеятельности людей в процессе оптимального взаимодействия с окружающей средой и рационального использования ресурсов</p> | <p><i>Д.Ф. Салькаева [92]</i></p> <p>возможности эффективного использования составных элементов инфраструктурного комплекса территории региона в целях обеспечения его устойчивого функционирования и улучшения качества жизни населения</p>  | <p><i>Ю.В. Лыщикова [69]</i></p> <p>связующий компонент для составляющих экономического потенциала региона, который выполняет специфическую функциональную нагрузку, участвует в формировании необходимой экономической среды для роста капитализации и в какой-то мере отражает уровень экономического развития региона</p>   | <p><i>Г.М. Харисова [115]</i></p> <p>Возможности субъектов хозяйствования по обеспечению воспроизводства национальных и локальных чистых и смешанных общественных благ, обладающих значительным положительным внешним эффектом</p>     |

Иной точки зрения придерживаются Снитко Л.Т. и Чужикова Ю.А. [102], которые рассматривают рыночный потенциал торгового предприятия как его ресурсные возможности, инновационную и информационную привлекательность, эффективность организационной структуры управления. Рыночный потенциал, на наш взгляд, характеризуется наличием предпринимательского, потребительского, инновационного и инфраструктурного потенциала. Рассмотрим сущность каждого из перечисленных видов рыночного потенциала (табл. 1.5).

Таким образом, анализ научных источников позволяет сделать вывод, что ресурсный потенциал являются частью экономического и рыночного потенциала. Можно заключить, что ресурсный потенциал определяется факторами внутренней среды предприятия, а рыночный потенциал формируется под воздействием факторов внешней среды.

В целях дальнейшего исследования нами выделен торговый потенциал. *Торговый потенциал* (от латин. *potentia*) является частью экономического потенциала предприятия, и представляет, на наш взгляд, *совокупность средств, условий, возможностей, способных максимально удовлетворять спрос потребителей в процессе оказания торговых услуг и получение прибыли предприятия (предпринимателя)*. Следовательно, формирование и развитие торгового потенциала обеспечивает конкурентные преимущества, поскольку конкурентоспособность предприятия, будучи относительной характеристикой, выражает степень отличия одного субъекта торгового бизнеса от другого.

Торговый потенциал необходимо рассматривать как комплекс базовых элементов (рис. 1.4), которые взаимодействуют не только друг с другом, но и с внешней средой, обеспечивая конкурентоспособность каждого предприятия торговли и влияя на устойчивость развития отрасли, региона.

Конкурентоспособность розничного торгового предприятия, являясь многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры товаров, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы

управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности [14].

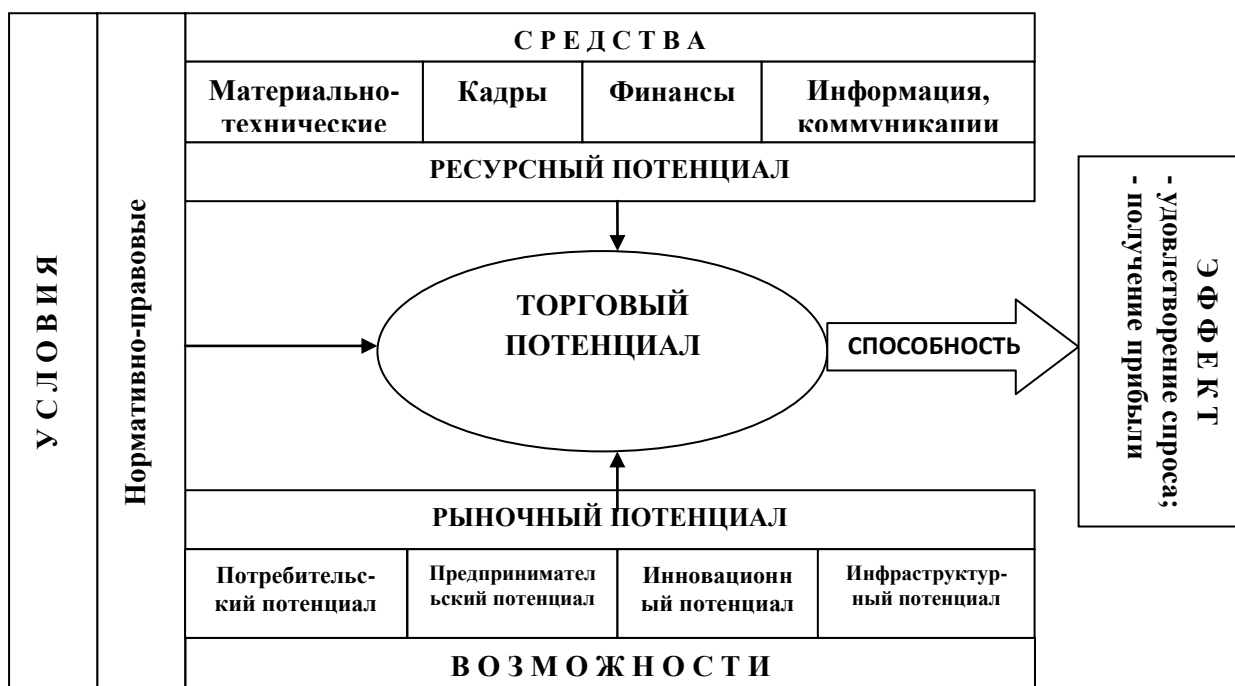


Рисунок 1.4 – Элементы торгового потенциала [составлено автором]

### Выводы по главе 1.

Таким образом, в I главе диссертационного исследования нами были рассмотрены понятия конкуренции, которых придерживаются зарубежные и отечественные ученые, что позволило выявить наличие трех подходов: структурного; функционального и поведенческого. С позиций поведенческого подхода конкуренция представляет собой соперническое взаимодействие субъектов рынка за получение желаемых условий для воспроизводственной деятельности. Функциональный подход рассматривает конкуренцию как неотъемлемый элемент рыночной системы, обеспечивающий эффективное распределение ресурсов, способствующий развитию научно-технического прогресса. Структурный подход характеризует конкуренцию как состояние рынка, характеризующееся взаимодействием множества продавцов и покупателей, которые не в состоянии существенно повлиять на изменение цены товара. Мы придерживаемся синтеза поведенческого и функционального подходов к определению конкуренции, который можно представить как борьбу за овладение определенными ресурсами и их эффективное распределение, с

одной стороны, и соперничество за рынки сбыта, платежеспособный спрос потребителей, с другой стороны, что позволит реализовать более полно как ресурсный, так и рыночный потенциал торговой отрасли, обеспечит воспроизводство торгового потенциала в целом.

Эффективное использование ресурсного потенциала приводит к достижению экономической устойчивости и развитию конкурентных преимуществ в условиях нестабильной среды. При изучении сущности ресурсного потенциала нами выделены его основные компоненты: материально-технический, кадровый, финансовый, информационный потенциалы. Кроме ресурсного потенциала, в экономической литературе изучается и рыночный потенциал, который включает потребительский, предпринимательский, инновационный и инфраструктурный потенциал. Таким образом, анализ научных источников позволяет сделать вывод, что ресурсный потенциал являются частью экономического и рыночного потенциала. Можно заключить, что ресурсный потенциал определяется факторами внутренней среды, а рыночный потенциал формируется под воздействием факторов внешней среды. В целях дальнейшего исследования нами выделен торговый потенциал. *Торговый потенциал*, на наш взгляд, является частью экономического потенциала предприятия, и представляет, *совокупность средств, условий, возможностей, способных максимально удовлетворять спрос потребителей в процессе оказания торговых услуг и получение прибыли предприятием (предпринимателем)*. Следовательно, формирование и развитие торгового потенциала обеспечивает конкурентные преимущества, поскольку конкурентоспособность торговли, будучи относительной характеристикой, выражает степень отличия одного субъекта торгового бизнеса от другого.

На основе изученных теоретических аспектов формирования потенциала торговых предприятий в конкурентной среде перейдем к методическим аспектам оценки торгового потенциала.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного исследования были решены следующие задачи:

- изучены понятие и сущность конкуренции как фактора реализации торгового потенциала;
- рассмотрены сущность, виды особенности формирования торгового потенциала;
- рассмотрены методические аспекты оценки торгового потенциала;
- предложена дополненная методика оценки торгового потенциала;
- проведена комплексная оценка торгового потенциала Красноярского края;
- предложены и апробированы градиенты развития рыночного торгового потенциала.

Проведенное исследование позволяет сделать ряд обобщений. В I главе диссертационного исследования нами были рассмотрены понятия конкуренции, которых придерживаются зарубежные и отечественные ученые, что позволило выявить наличие трех подходов: структурного; функционального и поведенческого. С позиций поведенческого подхода конкуренция представляет собой соперническое взаимодействие субъектов рынка за получение желаемых условий для воспроизводственной деятельности. Функциональный подход рассматривает конкуренцию как неотъемлемый элемент рыночной системы, обеспечивающий эффективное распределение ресурсов, способствующий развитию научно-технического прогресса. Структурный подход характеризует конкуренцию как состояние рынка, характеризующееся взаимодействием множества продавцов и покупателей, которые не в состоянии существенно повлиять на изменение цены товара. Мы придерживаемся синтеза поведенческого и функционального подходов к определению конкуренции, который можно представить как борьбу за овладение определенными ресурсами и их эффективное распределение, с одной стороны, и соперничество за рынки сбыта, платежеспособный спрос потребителей, с другой стороны, что



позволит реализовать более полно как ресурсный, так и рыночный потенциал торговой отрасли, обеспечит воспроизводство торгового потенциала в целом.

Эффективное использование ресурсного потенциала приводит к достижению экономической устойчивости и развитию конкурентных преимуществ в условиях нестабильной среды. При изучении сущности ресурсного потенциала нами выделены его основные компоненты: материально-технический, кадровый, финансовый, информационный потенциалы. Кроме ресурсного потенциала, в экономической литературе изучается и рыночный потенциал, который включает потребительский, предпринимательский, инновационный и инфраструктурный потенциал. Таким образом, анализ научных источников позволяет сделать вывод, что ресурсный потенциал являются частью экономического и рыночного потенциала. Можно заключить, что ресурсный потенциал определяется факторами внутренней среды, а рыночный потенциал формируется под воздействием факторов внешней среды. В целях дальнейшего исследования нами выделен торговый потенциал. *Торговый потенциал*, на наш взгляд, является частью экономического потенциала предприятия, и представляет, *совокупность средств, условий, возможностей, способных максимально удовлетворять спрос потребителей в процессе оказания торговых услуг и получение прибыли предприятием (предпринимателем)*. Следовательно, формирование и развитие торгового потенциала обеспечивает конкурентные преимущества, поскольку конкурентоспособность торговли, будучи относительной характеристикой, выражает степень отличия одного субъекта торгового бизнеса от другого.

Во II главе магистерской диссертации были рассмотрены методические аспекты оценки торгового потенциала, на основе которых нами была систематизирована последовательность проведения оценки торгового потенциала и предложено дополнить существующие подходы расчетом интегрального показателя оценки торгового потенциала с учетом весовых коэффициентов его компонентов. Интегральный показатель позволит комплексно проанализировать состояние торгового потенциала и определить

«болевы́е точки» развития отдельных его компонентов. Для определения интегрального показателя нами предлагается система, состоящая из 34 показателей, объединенных в две группы. В первую группу мы предлагаем включить показатели, характеризующие ресурсный торговый потенциал (материально-технический потенциал, кадровый потенциал, финансовый потенциал). Вторая группа – это показатели, характеризующие рыночный торговый потенциал: потребительский потенциал, предпринимательский потенциал, инфраструктурный потенциал, инновационно-инвестиционный потенциал. Для расчета интегрального показателя были определены коэффициенты весомости каждого компонента торгового потенциала на основе экспертной оценки. Согласно установленным весовым коэффициентам, базовый элемент торгового потенциала – финансовый потенциал, так как этот компонент потенциала является определяющим для всей работы торговых предприятий. Как показывают расчеты наиболее развитым является финансовый торговый потенциал, при этом в динамике произошло его увеличение, что оценивается с положительной стороны. Рост финансового потенциала был обеспечен за счет увеличения финансового результата прибыльных организаций, сальдированного финансового результата торговых организаций, рентабельности проданных товаров, работ, услуг, коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами.

Предложенная методика позволила выявить «слабые места» торгового потенциала Красноярского края. Наиболее слабыми звеньями торгового потенциала являются компоненты группы рыночного потенциала: потребительский, инфраструктурный и предпринимательский. Отметим, что интегральные оценки, полученные расчетным путем (по данным официальной статистики) по данным компонентам снижаются. Однако, что в целом торговый потенциал Красноярского края находится на высоком уровне и в динамике возрастает с 0,9657 в 2014 году до 0,9907 в 2015 году.

В III главе диссертационного исследования мы предлагаем комплекс мероприятий, позволяющих улучшить торговый потенциал Красноярского

края. Проведенный анализ позволил выделить основные проблемы формирования торгового потенциала в Красноярском крае:

- снижение объемов инвестиций в основной капитал;
- снижение оборота розничной торговли на душу населения;
- сокращение среднесписочной численности работников торговли и понижение профессионального уровня занятых в отрасли;
- высокие цены на заемные финансовые ресурсы, аренду имущества.

Приоритетными направлениями развития торгового потенциала в условиях существующей конъюнктуры, могут быть повышение потребительского, предпринимательского и инфраструктурного потенциала, так как торговые предприятия не могут самостоятельно влиять на изменение этих компонентов.

1. улучшение потребительского потенциала возможно, на наш взгляд, при увеличении покупательской способности населения и доступности по предложению и цене товаров местных товаропроизводителей путем роста денежных доходов населения за счет стимулирования повышения заработной платы и сокращения дифференциации доходов между отраслями экономики и социальной сферы; создания дополнительных рабочих мест; создания логистических центров мобилизующих товары местных товаропроизводителей; организации рабочих встреч отдельных товаропроизводителей края с предприятиями торговли; корректировкой маркетинговой политики товаропроизводителей с учетом потребительских запросов населения; координации работы менеджмента сетей и товаропроизводителей, проведения в сезон массовой заготовки населением (сентябрь-октябрь) ярмарок «выходного дня» по продаже местными хозяйствами произведенной плодоовощной продукции.

2. улучшение развития предпринимательского потенциала, то есть преодоление административных и экономических барьеров для осуществления предпринимательской деятельности путем сокращения времени рассмотрения заявлений и перечня документов, необходимых для ведения

предпринимательской деятельности; повышения открытости в процессе рассмотрения органами власти представленных хозяйствующими субъектами документов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности; снижение налоговой нагрузки; облегчения доступности финансовых ресурсов для предпринимателей, в частности льготное кредитование; адресного предоставления государственных и муниципальных преференций; создания бизнес-инкубаторов, технопарков и т.п.

3. Совершенствование развития инфраструктурного потенциала в частности преодоление барьеров вхождения в торговлю отечественных товаропроизводителей, путем стимулирования внутреннего спроса; максимального расширения всех возможных каналов розничного сбыта.

Предложенные мероприятия позволят улучшить торговый потенциал Красноярского края и приведут к росту числа хозяйствующих субъектов торговой отрасли; росту финансовых ресурсов торговых предприятий (как собственных, так и заемных); увеличению количества прибыльных организаций торговой отрасли; улучшению показателей финансовой устойчивости и платежеспособности торговых предприятий; ускорению оборачиваемости финансовых ресурсов, в том числе средств, авансированных в товарные запасы; сокращению удельных расходов торговых организаций на хранение товаров, росту доли оборота розничной торговли в валовом региональном продукте.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. №6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. №7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. №2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. №11-ФКЗ). – // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.1994 г. №51-ФЗ в ред. от 28.03.2017 // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Налоговый Кодекс Российской Федерации: в 2 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 31.07.1998 г. №146-ФЗ, 05.08.2000 г. №117-ФЗ ред. от 03.04.2017 // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Трудовой Кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.12.2001 г. №197-ФЗ ред. от 05.10.2015// Справочная правовая система «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года [Электронный ресурс] : приказ Минпромторга России от 25.12.2014 № 2733. // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. О порядке создания и обеспечения функционирования системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : постановление Правительства РФ от 11.11.2010 № 887 ред. от 14.05.2012 // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

7. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ ред. 03.07.2016 г. // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

8. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ ред. от 03.07.2016 // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

9. О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.12.2006 № 271-ФЗ ред. от 31.12.2014 г. // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

10. О защите конкуренции [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.07.2006 г. №135-ФЗ в ред. 03.07.2016 г. // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

11. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 6/01 «Учет основных средств» [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 30.03.2001 №26-н ред. от 24.12.2010 // Справочная правовая система «Консультант плюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

12. О внесении изменений в Постановление Правительства Красноярского края от 11.07.2011 N 403-п «Об установлении порядка организации на территории Красноярского края ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них и требований к организации продажи товаров (в том числе товаров, подлежащих продаже на ярмарках соответствующих типов и включению в соответствующий перечень) и выполнения работ, оказания услуг на ярмарках на территории Красноярского края [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Красноярского края от 30.07.2013 № 364-п. – Режим доступа: <http://zakon.krskstate.ru/0/doc/14008>.

13. Об утверждении государственной программы Красноярского края «Развитие инвестиционной, инновационной деятельности, малого и среднего

предпринимательства на территории края»: Постановление Правительства Красноярского края от 30.09.2013 г. №505-п; в ред. от 28.09.2016 г. №478-п [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [zakon.krskstate.ru/doc/35003](http://zakon.krskstate.ru/doc/35003)

14. О внесении изменений в Закон края «Об отдельных вопросах государственного регулирования торговой деятельности на территории Красноярского края [Электронный ресурс] : Закон Красноярского края от 24.10.2013 № 5-1691. Режим доступа: <http://zakon.krskstate.ru/0/doc/15756>

15. О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для Красноярского края, муниципальных районов и городских округов края [Электронный ресурс] : Закон Красноярского края от 19.12.2013 № 5-1997. – Режим доступа: <http://zakon.krskstate.ru/0/doc/16798>

16. Об отдельных вопросах государственного регулирования торговой деятельности на территории Красноярского края [Электронный ресурс] : Закон Красноярского края от 30.06.2011 № 12-6090. – Режим доступа: <http://zakon.krskstate.ru/0/doc/7476>

17. О концепции развития потребительского рынка и услуг города Красноярска на 2011 - 2015 годы [Электронный ресурс] : Постановление администрации города Красноярска от 05.12.2011 г. N 564. – Режим доступа: <http://www.admkrsk.ru/sites/doc/Pages/detail.aspx?RecordID=3595>

18. Об организации розничных рынков на территории Красноярского края" [Электронный ресурс] : закон Красноярского края от 25.05.2007 № 1-32 (ред. от 02.12.2015 №9-3948). – Режим доступа: <http://www.krskstate.ru/dat/file/0/25/05/2007n1-32.docx>

19. Об утверждении плана организации розничных рынков на территории Красноярского края [Электронный ресурс] : Постановление администрации Красноярского края от 29.05.2007 N 205-п (ред. от 10.09.2015 №477-п). – Режим доступа: <http://www.krskstate.ru/dat/file/0/postanovlenie-soveta-administratsii-krasnoyarskogo-kрая-ot-29.05.2007-№205-p-ob-utverzhdanii-plana-organizatsii-roznicnich-rinkov-na-territorii-krasnoyarskogo-kрая.docx>.

20. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы/ Г.Л. Азоев, А.П.

Челенков. – Москва: Новости, 2000. – 253 с.

21. Александров Ю.Л. Экономика товарного обращения: учебник/ Ю.Л. Александров, Н.Н. Терещенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Красноярск: СФУ, 2015. – 352 с.

22. Алхазов А.С. Влияние малого и среднего бизнеса на экономический потенциал региона/ А.С. Алхазов// Вестник Финансового университета. – 2016. - №5. – Т.20. – С. 37-44.

23. Амбарцумов А.А. Экономическая теория в вопросах и ответах/ А.А. Амбарцумов, Ф.Ф. Стрельников. – Москва : Социально-политический журнал, 1996. – С. 208.

24. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие/ Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.

25. Ахмадова П.И. Формирование конкурентной среды как приоритетное направление совершенствования сферы торговли в регионе/ П.И. Ахмадова // ИВД. 2011. №1.; URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-konkurentnoy-sredy-kak-prioritetnoe-napravlenie-sovershenstvovaniya-sfery-torgovli-v-regione> (дата обращения: 06.03.2016).

26. Бабич Т.Н. Теоретические аспекты исследования экономического потенциала как объекта планирования на промышленном предприятии/ Т.Н. Бабич, Л.С. Белоусова, Е.А. Мигунова// Известия Юго-Западного государственного университета. – 2012. - №4(43), Ч.3. – С. 65-75.

27. Бендиков М.А. Методологические основы исследования механизма инновационного развития в современной экономике / М.А. Бендиков, Е.Ю. Хрусталева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – №2. – С. 3-14

28. Берг Т.И. Размещение розничной торговой сети города: теория, методология, практика: монография /Т.И. Берг, И.А. Кулинич - Красноярск: СФУ, 2012. –139 с.

29. Бердникова Л.Ф. Ресурсный потенциал организации: понятие и структура/ Л.Ф. Бердникова// Вестник науки ТГУ. - 2011. – №1. – С. 201-203.

30. Блауг М. Курно, Антуан Огюстен // 100 Великий экономистов до



Кейнса / М. Блауг. — Санкт-Петербург: Экономикус, 2008. — С. 152-154.

31. Борисов Д.Б. Большой экономический словарь/ Д.Б. Борисов. — Москва: Книжный мир, 2013. — 860 с.

32. Бронникова, Т.С. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия: монография / Т.С. Бронникова, В.В. Котрин. — Королёв: ФТА, 2012. — 134 с.

33. Булатова Ю. И. Финансовый потенциал региона: содержание и структура/Ю.И. Булатова// Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2010. - №5. — с. 94-97.

34. Бусыгин А.В. Предпринимательство: учебник / А.В. Бусыгин. — Москва: Дело, 200. — 640 с.

35. Буянова, М.Э. Система показателей многофакторной оценки интеграционного риска развития региона / М.Э. Буянова // Экономический анализ: теория и практика. — 2006. - № 8. С. 24 — 34.

36. Вайсбурд В. А. Экономика труда: учеб. пособие/ В.А. Вайсбурд. — Москва: Омега-Л, 2011. — 376 с.

37. Васильева И.В. Предпринимательский потенциал и его роль в обеспечении устойчивого функционирования высшего учебного заведения в рыночных условиях [Электронный ресурс] / И.В. Васильева // Российское предпринимательство. — 2009. — № 7-1 (138). — С. 130-136. — Режим доступа: <http://bgscience.ru/lib/5355/>

38. Гусейнова А.И. Стратегия развития предпринимательского потенциала региона: автореф. ... канд. экон. наук. Специальность 08.00.05 экономика и управление народным хозяйством: региональная экономика, науч. Рук-ль дэн, профессор Половинкин П.Д. защита 30.06.2005. в Российской академия государственной службы при Президенте РФ, Москва, 21 с.

39. Дежкина И.П. Инновационный потенциал хозяйственной системы и его оценка (методы формирования и оценки): учеб. пособие / И.П. Дежкина, Г.А. Поташева. — Москва: ИНФРА-М, 2014. — 122 с.

40. Долинин А.Ю. Кадровый аудит: курс лекций/ А.Ю. Долинин. — Ряз.

гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Рязань, 2011. – 96 с.

41. Доронина И.Э. Инструментарий развития предпринимательского потенциала региона // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» 2014. № 6 <http://naukovedenie.ru/PDF/151EVN614.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. яз. рус., англ. DOI: 10.15862/151EVN614

42. Егорихина С.Ю. Предпринимательский потенциал населения региона / С.Ю. Егорихина // Проблемы развития территории. – 2011. - №1. – С. 42-50.

43. Емельяненко И. С. Повышение конкурентоспособности предприятий розничной торговли [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2013 г.). – Уфа: Лето, 2013. – С. 72-75.

44. Емельянова О.Н. Оборотные средства предприятия торговли: учеб. пособие/ О.Н. Емельянова, И.В. Петрученя; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2009. – 99 с.

45. Ендовицкий Д.А. Человеческий потенциал и реформа образования [Текст] / Д.А. Ендовицкий // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. – 2013. – №1. – С. 7-11

46. Енина Е. П., Экономический потенциал и хозяйственная структура как важнейшие компоненты системы стратегической деятельности / Е.П. Енина, С.В. Овсянников // ИнВестРегион. – 2009. - № 2. – С. 54–57.

47. Ермолов М.Г. Теоретические аспекты понятия «конкуренция» / М.Г. Ермолов, Р.А. Набиев // Вестник УдмГУ. – 2014. - №2-4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-ponyatiya-konkurenciya> (дата обращения: 24.08.2016)

48. Захаров В. М. Механизмы развития потенциала государственного и муниципального управления в регионе (по материалам Белгородской области) / В.М. Захаров // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. - №2 (32). – С.46-53.

49. Иванов Г. Г. Экономика торгового предприятия / Г. Г. Иванов. –

Москва: ИЦ «Академия», 2010. – 320 с.

50. Иванова А.С. Факторы эффективного использования ресурсного потенциала региона/ А.С. Иванова. // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №7-4. – С. 33-37

51. Ильин А.И. Планирование на предприятии: учеб. пособие / А.И. Ильин. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 672 с.

52. Ильин С.Ю. Экономический потенциал // Вестник ИжГТУ им. М.Т. Калашникова. – 2012. - №1. – С. 57-59.

53. Инструментарий и технологии моделирования развития территориальных систем регионального и муниципального уровней: Монография / под ред. д-р экон. наук, проф. Д. А. Гайнанова. – Уфа, ИСЭИ УНЦ РАН, 2014. – 252 с.

54. Исаев Э.А. Финансовый потенциал крупного экономического региона (концепция формирования и регулирования). – Москва: ЗАО изд-во «Экономика», 2007. – 206 с.

55. Кайгородов А.Г. Экономический и финансовый потенциал предприятия: проблемы систематизации и взаимосвязи / А.Г. Кайгородов, А.В. Шекшуев // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Экономика. – 2015. - № 2(24). – С. 13-21.

56. Казакова Г. Особенности исследования потребительского потенциала товарного рынка/ Г. Казакова // РИСК: РЕСУРСЫ, ИНФОРМАЦИЯ, СНАБЖЕНИЕ, КОНКУРЕНЦИЯ. – 2010. – №4. – С. 286-289.

57. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство/ И. Кирцнер. – Москва: Социум, 2010. – 288 с.

58. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры/ В.В. Ковалев. – Москва: Финансы и статистика, 2002. – 560 с.

59. Колесниченко Е.А. Методические аспекты оценки ресурсного потенциала региона/ Е.А. Колесниченко, Н.Н. Нестерова // Вестник ТГУ. – 2013. - №6(122). – С. 20-26

60. Коломиец А.Л. О понятиях налогового и финансового потенциалов

региона /А.Л. Коломиец, А.Д. Мельник // Налоговый вестник. – 2000. -№ 1. –С. 6-9

61. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / под ред. М.А. Вахрушиной. – Москва: Вузовский учебник, 2008. – 463 с.

62. Круглова Н.Ю. Хозяйственное право: Учебное пособие»/ Н.Ю. Круглова. – 2-е изд. – Москва : Издательство РДЛ, 2001

63. Крум Э.В. Экономика предприятия: учебник/ Э.В. Крум. – Москва: ТетраСистем, 2010. – 192 с.

64. Кудинов В. И. Нормативно-ресурсный метод планирования / В.И. Кудинов // Вестник сельскохозяйственной науки. – 1987. – № 6. – С. 3–14.

65. Кузнецова Л.В. Комплексная оценка потребительского потенциала рынка продуктов питания/ Л.В. Кузнецова // УЭКС. – 2012. - №11 (47). – С.18. Режим доступа [http://elibrary.ru/download/elibrary\\_18877364\\_86963021.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_18877364_86963021.pdf)

66. Кураков Л.П. Экономическая теория: учеб. пособие/ Л.П. Кураков. – Москва: Пресс-Сервис, 1998. – 688 с.

67. Кушнир Т.Б. Потребительский потенциал как фактор развития торговой инфраструктуры региона // Актуальные проблемы экономики и управления на предприятиях машиностроения, нефтяной и газовой промышленности в условиях инновационно-ориентированной экономики. – 2014. – Т. 1. – С. 219-226

68. Лысенко Ю. В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / Ю. В. Лысенко, М. В. Лысенко, Э. Х. Таипова. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 416 с.

69. Лыщикова Ю.В. Стратегия повышения капитализации экономического потенциала региона/ Ю.В. Лыщикова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. - 2013. - Вып. 1-й.

70. Мазурина Т. Ю. Финансы организаций (предприятий): Учебник / Т. Ю. Мазурина. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 462 с.

71. Макконелл К. Р. Экономикс : пер. с. англ. / К. Р. Макконелл, С. Л.

Брю. – 17-е изд.– М.: ИНФРА-М, 2009. – 944 с.

72. Мансурова Н.А. Оценка интенсивности развития информационного потенциала предприятия/ Н.А. Мансурова, К.В. Орлова // Экономические исследования. – 2016. - №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-intensivnosti-razvitiya-informatsionnogo-potentsiala-predpriyatiya> (дата обращения: 10.05.2017).

73. Маркс К. Капитал. В 2 т. Т. 1/К. Маркс. – М., 1973. – 907 с.

74. Маршалл, Альфред. Принципы политической экономии [Текст] = Principles of Economics : [в 3-х томах] : перевод с английского / А. Маршалл ; под общ. ред., вступит. ст. С. М. Никитин. - Москва : Прогресс. - (Экономическая мысль Запада). Том 3. – 1984. – 351 с.

75. Мельник М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие/ М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. – Москва: Форум: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.

76. Милешина О.Ю. Реализация рыночного потенциала и повышение конкурентоспособности промышленных предприятий [Текст] / О.Ю. Милешина // Экономические науки. – 2008. – № 2 (39). – С. 302-305.

77. Милль Дж.С. Принципы политической экономии [Текст]: перевод с английского / Дж. С. Милль ; под общ. ред., вступит. ст. А.Г. Милейский и Ю.Б. Кочеврин. - Москва : Прогресс.– 1980. – 400 с.

78. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул, Б.М. Карпов, В.Б. Перевязкин, М.К. Старовойтов. – Санкт-Петербург: АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.

79. Монастырный Е.А. Термины и определения в инновационной сфере / Е.А. Монастырный // Инновации. – 2008. - №2. – С. 28-31.

80. Николаева Т. И. Оценка ресурсного потенциала торговой организации важнейшее условие ее конкурентоспособности / Т.И. Николаева // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2015. – №2. – С. 135-141

81. Одегов Ю.Г. Оценка эффективности работы с персоналом. Методологический подход/ Ю.Г. Одегов, К.Х. Абдурахманов, Л.Р. Котова. –

Москва: Альфа-Пресс, 2011. – 752 с.

82. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. 100000 слов, терминов и выражений/ С.И. Ожегов. – Москва: АСТ, 2013. – 1360 с.

83. Официальная статистическая информация Красноярского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.krasstat.gks.ru>

84. Пласкова Н.С. Экономический анализ: учебник / Н.С. Пласкова. – Москва: ЭКСМО, 2009. – 704 с.

85. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран/ М. Портер; пер. с англ. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 947 с.

86. Производственные кластеры и конкурентоспособность региона [Текст]: монография / Т. В. Ускова, А. С. Барабанов, О. И. Попова, Л. Г. Иогман, В. В. Ильин. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2010. – 246 с.

87. Рикардо, Давид. Начала политической экономии и налогового обложения [Текст] = Principles of Political Economy and Taxation. Selected Works : [перевод с английского : избранное] / Д. Рикардо. - Москва : ЭКСМО, 2009. - 954 с.

88. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции/ Дж. Робинсон. - Москва, 1989. – С. 238.

89. Российский энциклопедический словарь: В 2 тт: Т. 2: Н-Я/ под ред. Прохорова А.М. – Москва, 2001. – 1530 с.

90. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции/ Ю.Б. Рубин. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 608 с.

91. Садовникова Н.О. Развитие кадрового потенциала: учеб. тексты/Н.О. Садовникова; Уральский гос. пед. ун-т; Институт кадрового развития и менеджмента. – Екатеринбург, 2011. – 70 с.

92. Салькаева Д. Ф. Инфраструктурный потенциал в системе социально-экономического потенциала региона / Д.Ф. Салькаева // Огарёв-Online. – 2014. - №10 (24). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/infrastrukturnyy-potentsial-v-sisteme-sotsialno-ekonomicheskogo-potentsiala-regiona> (дата

обращения: 12.05.2017).

93. Сангадиев З. Г., Оценка инновационного потенциала региона / З.Г. Сангадиев, Л. А. Аюшева // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета. – 2006. - № 5. – С. 211—215.

94. Сафонова Л.А. Оценка инфокоммуникационного рыночного потенциала региона/ Л.А. Сафонова // Креативная экономика. – 2010. - №8. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-infokommunikatsionnogo-rynchnogo-potentsiala-regiona> (дата обращения: 05.05.2017).

95. Семененко С.В. Теория и методология исследования конкурентного потенциала торговой организации: Монография/ С.В. Семененко, О.И. Клименко. – Белгород: Издательство БУКЭП, 2013. – 224 с.

96. Сикицкая В. А. Теоретические основы исследования экономического потенциала в новых условиях // ИСЭИ РАН. – СПб., 1993. – С. 27–37.

97. Скороходова О.Р. Кадровый потенциал: понятие, сущность, основные характеристики/ О.Р. Скороходова// Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [elibrary.ru/download/27381417.pdf](http://elibrary.ru/download/27381417.pdf)

98. Смагин Б.И. Эффективность использования ресурсного потенциала в аграрном производстве / Б.И. Смагин, В.В. Акиндинов. – Мичуринск: Издательство Мичурин. гос. аграр. ун-та, 2007. – 150 с.

99. Смирнова А.М. Основные фонды и инвестиции торгового предприятия: учеб. пособие/ А.М. Смирнова; Федер. агентство по образованию; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: КГТЭИ, 2009. – 218 с.

100. Смирнова А.М. Трудовые показатели предприятия торговли: учеб. пособие для вузов/ А.М. Смирнова; Федер. агентство по образованию, Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: КГТЭИ, 2008. – 150 с.

101. Смит, Адам. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] = Inquiri into the nature and causes of the wealth of nations : [перевод с английского] / А. Смит; науч. ред. П. Н. Клюкин. – Москва :

ЭКСМО, 2007. – 957 с.

102. Снитко Л.Т. Значимость рыночного потенциала в стратегическом управлении предприятием/ Л.Т. Снитко, Ю.А. Чужикова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – №2 (54). – С. 52-58

103. Собченко Н.В. Инновационный потенциал региона: теоретический аспект/ Н.В. Собченко // Kant. – 2013. - №1(7). – С. 6-7.

104. Сосненко Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия: краткий курс/ Л.С. Сосненко, А.Ф. Черненко. - Москва: КноРус, 2007. – 250 с.

105. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России. М.: ИНФРА-М, 1998. С. 170.

106. Стожарова Т.В. Реализация ресурсного потенциала региона/ Т.В. Стожарова, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Суходоев// Инновационная наука. – 2015. - №9 Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-resursnogo-potentsiala-regiona> (дата обращения: 06.05.2017).

107. Суходоева Л.Ф. Кадровый потенциал предприятия/ Л.Ф. Суходоева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2007. – №3. – С. 165-167.

108. Теребова, С. В. Структура промышленности региона: состояние и проблемы целенаправленного изменения [Электронный ресурс] / С. В. Теребова, Е. А. Мазилев // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – №3 (11). – Режим доступа: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/3/mazilov.pdf>.

109. Толковый словарь русского языка Д.Н. Ушакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=55068>

110. Управление экономическим потенциалом организации: учебное пособие [Текст] / А.П. Романов, Г.Г. Серебренников, В.М. Безуглая, О.В. Кириллина, М.К. Чарыкова. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88 с.

111. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью



организации/ Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд, испр. и доп. – Москва: ЭКСМО, 2008. – 544 с.

112. Федотенков Д.Г. Инвестиционно-инновационный потенциал как основа развития экономики региона/ Д.Г. Федотенко, А.А. Падалко // Молодой ученый. – 2014. - №3. – С. 565-572.

113. Фрум О.Л. Методика формирования конкурентоспособного потенциала на основе ситуационно-целевого подхода к разработке долгосрочной стратегии. – Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2009/2716.htm>

114. Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия/ Ф.А. Хайек// Мировая экономика и мировые экономические отношения. – 1989. – №12. – С. 6-14.

115. Харисова Г.М. Инфраструктурный комплекс как «точка роста» регионального экономического пространства/ Г.М. Харисова // Управление экономическими системами. – 2012. - № 44.

116. Хейне П. Экономический образ мышления [Текст] : монография / П. Хейне. - 2-е изд., стереотип. – Москва : Дело, 1993. – 702 с.

117. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции/ Э.Чемберлин. - Москва, 1996. – С. 266.

118. Чепуренко, А.Ю. Малое предпринимательство в социальном контексте / А.Ю. Чепуренко. – М.: Наука, 2004. – 480 с.

119. Черкасов В.В. Рыночный потенциал российских промышленных предприятий в системе факторов долгосрочного экономического роста [Текст] / В.В. Черкасов // Экономические науки. – 2012. – № 5 (90). – С. 16-19

120. Чикинова М. С. Оценка инфраструктурного потенциала территорий юга Западной Сибири / М.С. Чикинова // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2009. - №325, URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-infrastrukturnogo-potentsiala-territoriy-yuga-zapadnoy-sibiri> (дата обращения: 12.05.2017).

121. Шкардун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: теория, методология, практика: Монография/ В.Д. Шкардун. –

Москва: Дело, 2005. – 376 с.

122. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития/ Й.А. Шумпетер. – Москва: Прогресс, 1982. – 401 с.

123. Экономика анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / ред. Соломатин А. Н. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 560 с.

124. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учеб. пособие/ под ред. Т. И. Николаевой, Н. Р. Егоровой. – 3-е изд., стереотип. – Москва: КНОРУС, 2009. – 400 с.

125. Экономика предприятия : учеб. пособие для вузов / А. Ф. Зимин, В. М. Тимирьянова. - Москва: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2012. – 286 с.

126. Экономика отрасли : торговля и общественное питание : учеб. пособие / Е. А. Карпенко, В. А. Ларионова, Л. А. Ольхова и др. – Москва : АЛЬФА-М; ИНФРА-М, -2008. – 224 с.

127. Экономический словарь : 14500 терминов / Ин-т новой экономики ; под ред. А. Н. Азрилияна; авт.-сост. А. Н. Азрилиян [и др.]. – Изд. 2-е. – Москва : Институт новой экономики, 2015. - 1152 с.

128. Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Т.И. Марченко. – Москва: КНОРУС, 2009. – 304 с.

129. Юданов А.Ю. Опыт конкуренции в России: причины успехов и неудач/ А.Ю. Юданов. – Москва: КНОРУС, 2007. – 158 с.

130. Яруллин Р.Р. Теоретические основы финансового потенциала региона/ Р.Р. Яруллин, Г.А. Галимова // Современные проблемы науки и образования. – 2011. - №6. – С. 209.