

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Научная статья
УДК 339.137.2
doi:10.46554/1993-0453-2022-7-213-19-32

Методика оценки конкурентоспособности торговых предприятий

Екатерина Васильевна Белоногова¹, Татьяна Игоревна Берг², Анна Валерьевна Чураева³

^{1,2,3} Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

¹ katrina_80@bk.ru

² tatiyana.berg@gmail.com

³ cornetteenigma@gmail.com

Аннотация. Проблема управления конкурентоспособностью торгового предприятия обретает особую актуальность в условиях диверсификации логистических цепочек поставки товаров, вызванных санкционными ограничениями, цифровой трансформацией бизнес-моделей и бизнес-процессов. В связи с этим встает необходимость совершенствования методических подходов к оценке конкурентоспособности в торговле. В статье представлено авторское понимание оценки конкурентоспособности торгового предприятия на основе изучения теоретических и практических исследований в данной области. На основе маркетингового, процессного и интегрального подходов предложена методика оценки конкурентоспособности торгового предприятия, ядром которой является эффективность обеспечивающих (основных) бизнес-процессов в торговле. Сформирована и дополнена система показателей оценки конкурентоспособности торгового предприятия по группам ресурсов, результатов, с выделением цифровых показателей. В процессе исследования определены весовые значения интегральных оценок бизнес-процессов «закупка товаров», «комплектация и хранение товаров», «продажа товаров», «доставка, постпродажное обслуживание», на их основе предложен общий интегральный показатель конкурентоспособности основных бизнес-процессов торгового предприятия. Результаты исследования могут быть использованы в деятельности торговых предприятий при оценке конкурентоспособности, сравнении с конкурентами, выработке стратегических и тактических решений, в том числе по совершенствованию, реинжинирингу, проектированию новых бизнес-процессов.

Ключевые слова: оценка конкурентоспособности, система показателей конкурентоспособности, интегральная оценка, основные бизнес-процессы торгового предприятия

Основные положения:

♦ оценка конкурентоспособности в условиях цифровой трансформации рассматривается как процесс мониторинга и расчета показателей торгового предприятия как по внешним условиям бизнес-деятельности, так и по обеспечивающим бизнес-процессам, ресурсам и полученным результатам, с целью своевременного выявления проблем и выработки эффективных управленческих решений;

♦ интегральная оценка конкурентоспособности основных бизнес-процессов торгового предприятия учитывает ключевые показатели деятельности, позволяет определить преимущества и недостатки с целью улучшения сервиса взаимоотношений с поставщиками, покупателями и обслуживающими организациями;

♦ проведенный корреляционно-регрессионный анализ критериев позволил установить степень значимости основных бизнес-процессов торгового предприятия в интегральной оценке конкурентоспособ-

ности, а значение интегрального показателя служит ориентиром для совершенствования, реинжиниринга, проектирования и формирования новых бизнес-процессов.

Для цитирования: Белоногова Е.В., Берг Т.И., Чураева А.В. Методика оценки конкурентоспособности торговых предприятий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2022. № 7 (213). С. 19–32. doi:10.46554/1993-0453-2022-7-213-19-32.

ECONOMICS, ORGANIZATION AND MANAGEMENT ORGANIZATIONS, BRANCHES, COMPLEXES

Original article

Methodology for assessing the competitiveness of trading enterprises

Ekaterina V. Belonogova¹, Tatiana I. Berg², Anna V. Churaeva³

^{1,2,3} Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

¹ katrina_80@bk.ru

² tatiyana.berg@gmail.com

³ cornetteenigma@gmail.com

Abstract. The problem of managing competitiveness of a trading enterprise is becoming particularly relevant in the context of diversification of logistics supply chains for goods caused by sanction restrictions, digital transformation of business models and business processes. In this regard, there is a need to improve methodological approaches to assessing the competitiveness in the trade. The article presents the author's assessment of the competitiveness of a trading enterprise based on the study of theoretical and practical research in this field. Based on marketing, process and integral approaches, a methodology for assessing the competitiveness of a trading enterprise is proposed, the core of which is the effectiveness of the (main) business processes support in the trade. A system of indicators for assessing the competitiveness of a trading enterprise by groups of resources, results, with the allocation of digital indicators has been formed and supplemented. The weighting values of integral assessments of the business processes such as "purchase of goods", "packaging and storage of goods", "sale of goods", "delivery, after-sale service" were determined in the course of this research. Based on them, a general integral indicator of the competitiveness of the main business processes for a trading enterprise was proposed. The results of the study can be used in the activities of trading enterprises in assessing the competitiveness, comparing with competitors, developing strategic and tactical decisions, including improvement, reengineering, designing new business processes.

Keywords: competitiveness assessment, the system of competitiveness indicators, integrated assessment, the main business processes of a trading enterprise

Highlights:

- ◆ assessment of the competitiveness in the context of digital transformation is considered as a process of monitoring and calculating indicators of a trading enterprise both by the external conditions of the business activity and by business processes, resources and obtained results, in order to identify problems in a timely manner and develop effective management solutions;
- ◆ an integrated assessment of the competitiveness of the main business processes of a trading enterprise takes into account key performance indicators, allows you to identify advantages and disadvantages in order to improve service relationships with suppliers, buyers and service organizations;
- ◆ the correlation and regression analysis of the criteria made it possible to establish the degree of importance of the main business processes of a trading enterprise in the integrated assessment of competitiveness, and the value of the integral indicator serves as a guideline for improvement, reengineering, design and formation of new business processes.

For citation: Belonogova E.V., Berg T.I., Churaeva A.V. Methodology for assessing the competitiveness of trading enterprises // Vestnik of Samara State University of Economics. 2022. No. 7 (213). Pp. 19–32. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2022-7-213-19-32.

Введение

Трансформация форм и методов продаж, нестабильность экономической ситуации требуют новых методов оценки и управления конкурентоспособностью предприятия. Особую актуальность это приобретает для субъектов торгового бизнеса в контексте глобальных политико-экономических изменений, потребительских, конъюнктурных, структурных барьеров, в том числе разрыва устоявшихся логистических цепей и др. В данной связи требуются постоянный мониторинг и оценка факторов внешней и внутренней среды субъектов торгового предпринимательства, формирование комплексной системы показателей конкурентоспособности. Полученная информация позволит выработать управленческие решения, обеспечивающие эффективное развитие торгово-хозяйственной деятельности, устойчивость, лидирующие позиции на рынке.

Исследования показали, что на сегодняшний день, несмотря на многообразие методик, отсутствует единый подход к оценке конкурентоспособности предприятия. Это связано, прежде всего, с имеющимися различиями в понимании сущности конкурентоспособности,

в том числе конкурентоспособности предприятия и интересов пользователей полученной в результате оценки информации.

Проведенный анализ научных источников выявил, что значительный вклад в изучение сущности конкуренции и конкурентоспособности внесли зарубежные ученые, такие как Е.Дж. Визер, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, Э. Райс, Дж. Стиглер, Ф.А. Хайек, Ф. Хедоур, Г. Хулей и др. Развитие теории и методологии конкурентоспособности российскими учеными нашло отражение в трудах Н.Н. Александрова, Н.В. Бекетова, Д.С. Белоусовой, З.А. Васильевой, М.Г. Варданян, В.С. Горбуновой, Л.М. Калашниковой, Г.Я. Киперман, Р.А. Коровина, Т.Г. Литвина, М.В. Маракулина, А.К. Морозова, Е.С. Подборновой, Ю.Б. Рубина, Н.А. Семенова, В.И. Синько, Р.А. Фатхудинова Л.Н. Чайниковой, В.Н. Чайникова и др. Указанные авторы, в основном, фокусировали внимание на оценке конкурентоспособности промышленных холдингов, корпораций и предприятий.

Особенности оценки конкурентоспособности в торговле рассмотрены в трудах С.И. Архиреева, А.В. Бабошина, В.Л. Белоусова,



Рис. 1. Иерархия конкурентоспособности на макроуровне

И.А. Войцеховской, А.С. Головачевой, Р.Н. Гусева, Ю.А. Еленевой, Е.В. Жилиной, С.В. Калашниковой, А.А. Лазаренко, В.В. Мешковой, И.В. Тороповой, Х.А. Фасхиева, А.Н. Чаплиной, В.Д. Шкардуна, Л.В. Юшковой, Е.Н. Ялуниной и других исследователей.

Конкурентоспособность как явление, процесс и результат имеет значение на разных уровнях управления [1, 2]. Рассматривая иерархию конкурентоспособности, можно выделить 7 уровней конкурентоспособности в макроэкономическом аспекте (рис. 1).

Учитывая, что предприятие является основным элементом любой экономической системы общества, для сохранения и развития позиций необходимость быть конкурентоспособным закладывается в любые программные документы. Только постоянный мониторинг и анализ сильных и слабых сторон, конкурентов, своевременное внесение корректировок в систему управления, использование совокупного потенциала помогают предприятиям предоставлять услуги в соответствии с требованиями рынка и потребителей, занять лидирующие позиции в отрасли [3]. Поэтому, на наш взгляд, основное внимание следует уделять такому многозначному аспекту, как конкурентоспособность предприятия и процесс ее оценки, именно конкурентоспособность выступает движущей силой развития участников рынка.

Методы

Авторами применялись процессный, маркетинговый, комплексный, системный подходы, методы логического и сравнительного анализа, группировок, анализа показателей конкурентоспособности, методы моделирования, декомпозиции, экспертных оценок, микс-метод (сочетание качественных и количественных методов).

Результаты

Изучение научных публикаций зарубежных и отечественных авторов позволило выявить, что существуют различные подходы к понятию «конкурентоспособность предприятия» в зависимости от решаемых целей и задач. М. Портер [4], А.К. Морозов, Н.А. Семенов [5], Ю.Б. Рубин [6] делают акцент на эффективности использования ресурсов, т.е. применяют

ресурсный подход. Ж.-Ж. Ламбен [7], З.А. Васильева [8] оценивают удовлетворенность потребителей, Е.Дж. Визер [9], И.У. Зулкарнаев [10] особое внимание уделяют оценке доли предприятия на рынке, таким образом, применяется рыночный подход. С.П. Калашникова [11], Б.А. Райзберг [12], И.В. Торопова [13], Р.А. Фатхутдинов [14] и другие исследователи рассматривают качество товара, его новизну, практичность, универсальность как основу конкурентоспособности предприятия, что отражает маркетинговый подход.

Выделенные подходы являются узконаправленными и не позволяют, с нашей точки зрения, комплексно оценить деятельность торгового предприятия, так как конкурентоспособность по своей сути – категория синтетическая, включает множество различных индикаторов и зависит от специфики торговой деятельности. Особенность торговых предприятий заключается не только в наборе商-технологических бизнес-процессов (основными бизнес-процессами offline-торговли являются «закупка товаров», «комплектация и хранение товарных запасов», «продажи», «доставка, пост-продажное обслуживание»), но также и в конечном потребителе. Для оптовой торговли – это предприятия-производители средств производства и предметов потребления, предприятия системы оптовой торговли, розничного сегмента, а для розничной торговли – это, прежде всего, население.

Исходя из вышеуказанных особенностей, возникает проблема оценки конкурентоспособности торгового предприятия, для решения которой нами проведен анализ методологических положений данного аспекта. Процедура оценки конкурентоспособности у различных авторов зависит от поставленных целевых ориентиров. А.А. Лазаренко [15] включает в методику оценки конкурентоспособности предприятия такие этапы, как: принятие решения о необходимости исследования; формирование эталона фирмы; выбор критериев оценки конкурентоспособности и формирование системы показателей; установка нормативов данных; сбор информации; проведение экспертной оценки; формирование матрицы показателей; расчет весов коэффициентов и показателей; определение общего показателя (интеграль-

ного); разработка и предложение рекомендаций по повышению конкурентоспособности. На наш взгляд, данная методика не учитывает оценку предлагаемых рекомендаций по улучшению деятельности.

Р.Н. Гусев [16] оценку конкурентоспособности предприятия выстраивает в следующей логике: определение единичных показателей и установление относительных весов и важности; выбор базы сравнения (предприятий-конкурентов); определение порядка перевода значений единичных показателей к нормативному значению; агрегирование единичных показателей по группам; установление относительных весов и важности для групп показателей; определение интегрального показателя. Упущением в данной методике, по нашему мнению, являются отсутствие поставленных целей и задач, которые преследует процедура оценки, а также выработка управленческих решений, основанных на полученных результатах.

Оценка конкурентоспособности предприятия у Н.А. Семенова, А.К. Морозова [5] структурно включает следующие этапы: сбор данных (баланс предприятия за 2 последних отчетных периода, отчет о финансовых результатах за эти периоды); оценка финансово-хозяйственной деятельности; оценка интеллектуального капитала; оценка инвестиционной привлекательности предприятия; интегральная оценка конкурентоспособности предприятия; выработка рекомендаций по изменению оценки. В качестве недостатка методики следует выделить отсутствие оценки влияния факторов внешней среды на конкурентоспособность предприятия, так как основное внимание уделяется внутренним процессам и результатам.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия, представленная В.С. Горбуновой [17], включает 5 этапов: формирование перечня основных конкурентов из числа ведущих предприятий, выпускающих аналогичную продукцию или оказывающих услуги; формирование системы основных показателей конкурентоспособности предприятий; ранжирование показателей по степени важности для предприятий; оценка уровня исследуемого предприятия по каждому показателю; формирование средневзвешенного показателя конкуренто-

способности предприятия. Преимущества этой методики заключаются в учете факторов внешнего окружения и расчете комплексного показателя.

Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников [18] по основной части проводят оценку конкурентоспособности вышерассмотренных авторов, однако уделяют больше внимания подготовительному этапу оценки. В частности, дополняют данную схему изучением проблем оценки, нормативно-методических документов по оценке и смежным вопросам, факторов внутренней и внешней среды.

Всесторонняя оценка конкурентоспособности предприятия предлагается Е.С. Подборновой [19]. Данная методика состоит из следующих этапов: определение целей оценки; анализ влияющих факторов и производственных возможностей; оценка уровня конкурентоспособности по направлениям (финансы; рынок; технологичность; социальное направление); определение коэффициента значимости направлений; определение и оценка единичных показателей и комплексного показателя по группам; рейтинговая оценка предприятия; анализ и выводы по полученным показателям; разработка и внедрение рекомендаций по повышению конкурентоспособности фирмы. Таким образом, предложенная методика позволяет оценивать результаты деятельности всего предприятия и определить их влияние на конкурентоспособность предприятия. Однако упущением методики, на наш взгляд, является отсутствие оценки деятельности предприятия после внедрения рекомендаций.

Отраслевые особенности оценки конкурентоспособности торгового предприятия нашли отражение в методике С.И. Архиреева, В.В. Мешковой [20]. Предлагаемая последовательность оценки включает: общий анализ положения торгового бизнеса в стране; анализ конкурентной среды торгового предприятия (выявление списка предприятий, находящихся на целевом рынке, определение типа рынка и оценка конкурентных сил его субъектов, в том числе оценка интенсивности конкуренции и степень монополизации рынка, анализ конкурентных позиций предприятия на рынке, построение конкурентной карты рынка); анализ и оценка конкурентных преимуществ торго-

вого предприятия; расчет комплексного показателя конкурентоспособности предприятия по результирующим и факторным показателям, используя интегральный метод оценки); выявление стратегического положения предприятия. Привлекательность данной методики заключается в оценке конкурентного отраслевого поля и выработке стратегических направлений развития торгового предприятия.

Н.И. Войткевич [21] рассматривает оценку конкурентоспособности внутри каналов распределения. Автором предложена векторная модель оценки конкурентоспособности участниками каналов распределения (УКР) (предприятий – производителей товаров и услуг, торговых организаций – участников традиционных каналов распределения). Практико-ценностными положениями являются синтез процесса логистики и взаимосвязанных процессов маркетинга, сервиса и коммерции в каналах распределения. Выделение внутрисистемных факторов и показателей конкурентоспособности канала распределения (рентабельность всех активов УКР, рентабельность логистических издержек, имидж УКЗ).

Методический подход, рассмотренный Е.В. Жилиной [22], включает как внешнюю, так и внутреннюю оценку конкурентоспособности торгового предприятия. Алгоритм включает оценивание внешней конкурентоспособности с точки зрения потребителей, а внутренней – на основе анализа финансово-экономических показателей: хозяйственная деятельность, финансовая деятельность, кадровый потенциал, экономическая деятельность. При проведении оценки учитываются доля рынка торгового предприятия и рейтинг удовлетворенности потребителей по различным критериям, что позволяет определить уровень конкурентоспособности предприятия в целом. В качестве недостатка данной методики отмечается отсутствие оценки конкурентной среды и конкурентных позиций исследуемого предприятия.

Е.Н. Ялунина [23] учитывает специфику торговли и предлагает оценивать конкурентоспособность предприятия по таким блокам, как: эффективность процессов купли-продажи товаров и услуг; финансовое положение хозяйствующего субъекта; качество обслуживания покупателей на предприятиях розничной тор-

говли; оценка рыночного положения экономического субъекта. Преимуществом методики выступает диагностика текущего состояния торгового предприятия, которая служит основой для принятия управленческих решений, направленных на рост конкурентоспособности.

Научный интерес представляет методический подход к оценке конкурентоспособности производственно-торгового предприятия О.В. Ямовой [24]. Автор рассматривает процесс оценки через расчет коэффициентов, характеризующих различные стороны деятельности предприятия торговли: маркетинговое тестирование конкурентоспособности, обеспеченность собственными средствами, текущая ликвидность, активность НИОКР. Учет инновационной составляющей позволяет позиционировать производственно-торговое предприятие как постоянно развивающуюся систему, инвестиционно привлекательную для внешних и внутренних инвесторов.

Особенности оценки конкурентоспособности предприятия оптовой торговли на основе сбалансированной системы показателей (ССП) рассмотрены в статье Т.И. Берг, Н.И. Завьяловой [25]. Авторами СПП дополнена блоком «внешняя среда», проведены дифференциация и ранжирование микрофакторов (поставщики, реальные и потенциальные потребители, контрагенты) и макрофакторов (политические, экономические, нормативно-правовые и т.д.) по степени значимости влияния на составляющие внутренней среды. Предложенный подход позволяет комплексно оценить конкурентоспособность предприятия оптовой торговли, определить значение микрофактора в зависимости от набора и состояния макрофакторов и далее степень влияния на формирование показателей внутренней среды.

Обсуждение

Проведенные исследования теоретических и методологических положений оценки конкурентоспособности позволили сформулировать авторское определение понятия «оценка конкурентоспособности торгового предприятия». По нашему мнению, оценка конкурентоспособности торгового предприятия – это процесс мониторинга и расчета показателей торгового предприятия по внешним

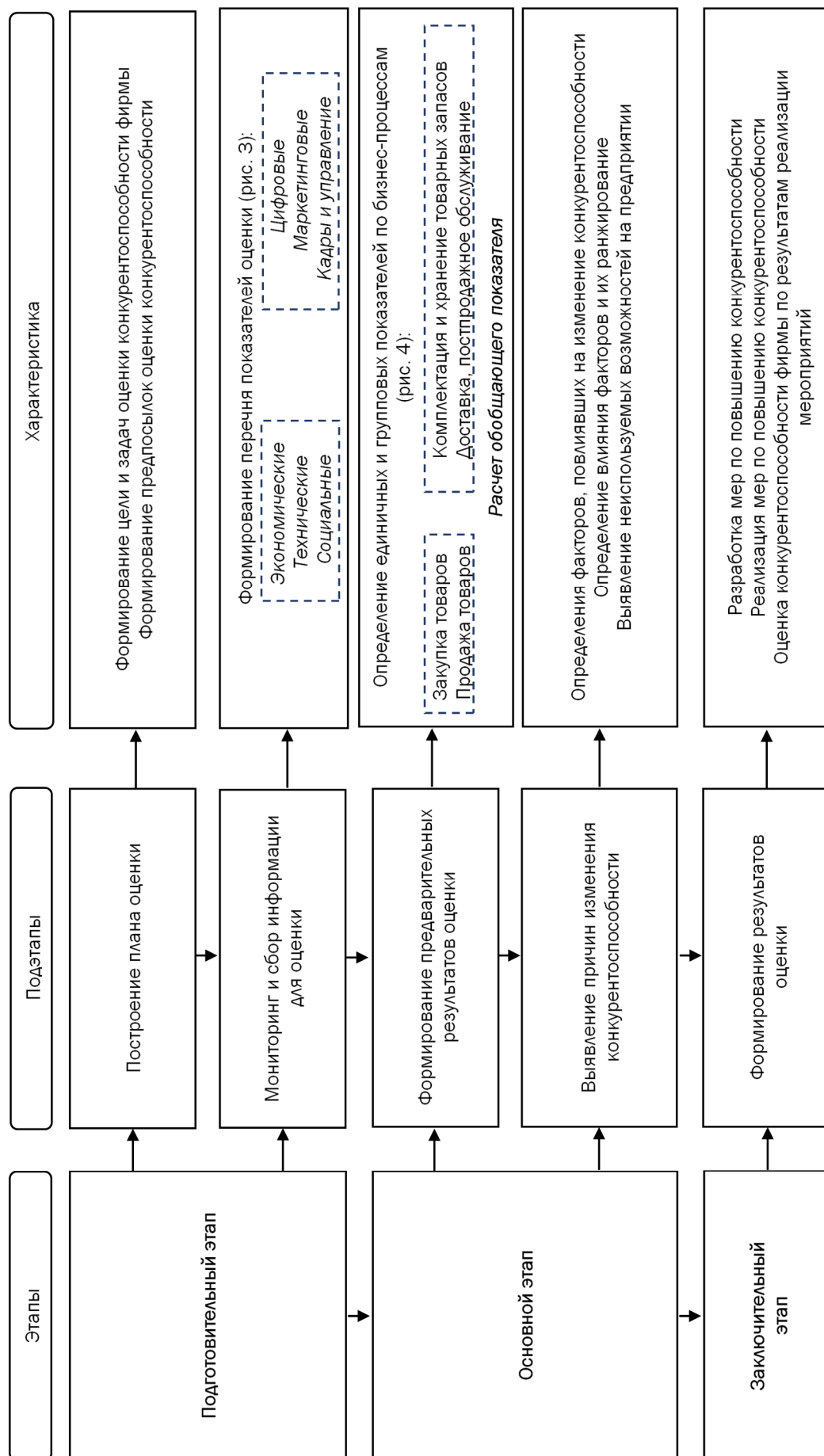


Рис. 2. Методика оценки конкурентоспособности торгового предприятия

условиям бизнес-деятельности, обеспечивающим бизнес-процессам, ресурсам и полученным результатам.

Критический анализ методик оценки конкурентоспособности предпринимательских структур, с учетом отраслевой специфики, позволил сформировать авторскую методику оценки конкурентоспособности предприятий торговли. Предлагаемая методика базируется на обеспечивающих (основных) торговых бизнес-процессах, ориентирована на маркетинговый подход и интеграцию данных для получения комплексной оценки и выработки альтернативных управленческих решений (рис. 2).

Авторским вкладом в предлагаемой методике является формирование системы ключевых показателей, характеризующих конкурентоспособность предприятия в зависимости от применяемых ресурсов и полученных результатов в условиях цифровой трансформации.

Наиболее значимыми в системе оценки авторы видят следующие группы показателей: экономические, технические, социальные, кадры и управление, маркетинговые, цифровые (рис. 3). Особую значимость, по нашему мнению, имеют цифровые показатели, так как экстерналии рынка, изменения потребностей клиентов, государственной политики и глобальных трендов цифровизации экономики [26] требуют внедрения цифровых технологий и модернизации бизнес-процессов торгового предприятия.

Данная методика является общей конвой последовательности действий в ходе оценки конкурентоспособности. Представленные группы и показатели включают частные количественные и качественные индикаторы, которые в совокупности формируют комплексный показатель конкурентоспособности торгового предприятия. Набор показателей каждой

<p>Экономические:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Абсолютные (выручка; доход; прибыль по видам; активы и т.д.) 2. Рентабельность (продаж; капитала; активов и т.д.) 3. Устойчивость и ликвидность (финансовая независимость; обеспеченность оборотных активов; ликвидность и т.д.) 4. Оборачиваемость (капитала; запасов; дебиторской и кредиторской задолженности и т.д.) 5. Инвестиционные перспективы 6. Финансовая активность 	<p>Технические:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уровень механизации торгового процесса 2. Уровень специализации торговли 3. Показатели организационного и технического уровня торговли (автоматика; серийность; спецтехника) 4. Издержкостоемость 5. Производительность труда в натуральном выражении 6. Динамика материально-технической базы 	<p>Социальные:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Количество предоставляемых рабочих мест 2. Средняя заработная плата работника 3. Меры дополнительной поддержки работников (премии; праздничные выплаты; путевки; оплата обучения и т.д.) 4. Благотворительность предприятия, направленная во внешнюю среду
<p>Цифровые:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разнообразие цифровых способов оплаты 2. SEO продвижение в сети 3. Наличие интернет-торговли 4. Разновидности цифровых коммуникаций с потребителями 5. Уровень цифровизации торгового зала и склада (для поиска товаров и организации логистики хранения) 6. Искусственный интеллект 7. Сенсоры и роботы 8. Облачные серверы 9. Сайты, приложения и т.п. 	<p>Маркетинговые:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доля рынка 2. Имидж 3. Престижность 4. Ценовая политика 5. Качество обслуживания 6. Качество товаров 7. Среднее число потребителей 8. Рекламная деятельность 9. Отличительные особенности товара 10. Ассортимент 11. Гарантия обслуживания 12. Продвижение товара 	<p>Кадры и управление:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Состав и структура персонала по уровню образования и специализации 2. Состав и структура работников по стажу работы 3. Состав и структура управленческого персонала 4. Уровень управления на предприятии и степень делегирования полномочий на местах 5. Зоны ответственности по отделам и иерархия в них 6. Скорость реализации управленческих решений 7. Скорость адаптации персонала к изменениям

Рис. 3. Система показателей, характеризующих конкурентоспособность торгового предприятия

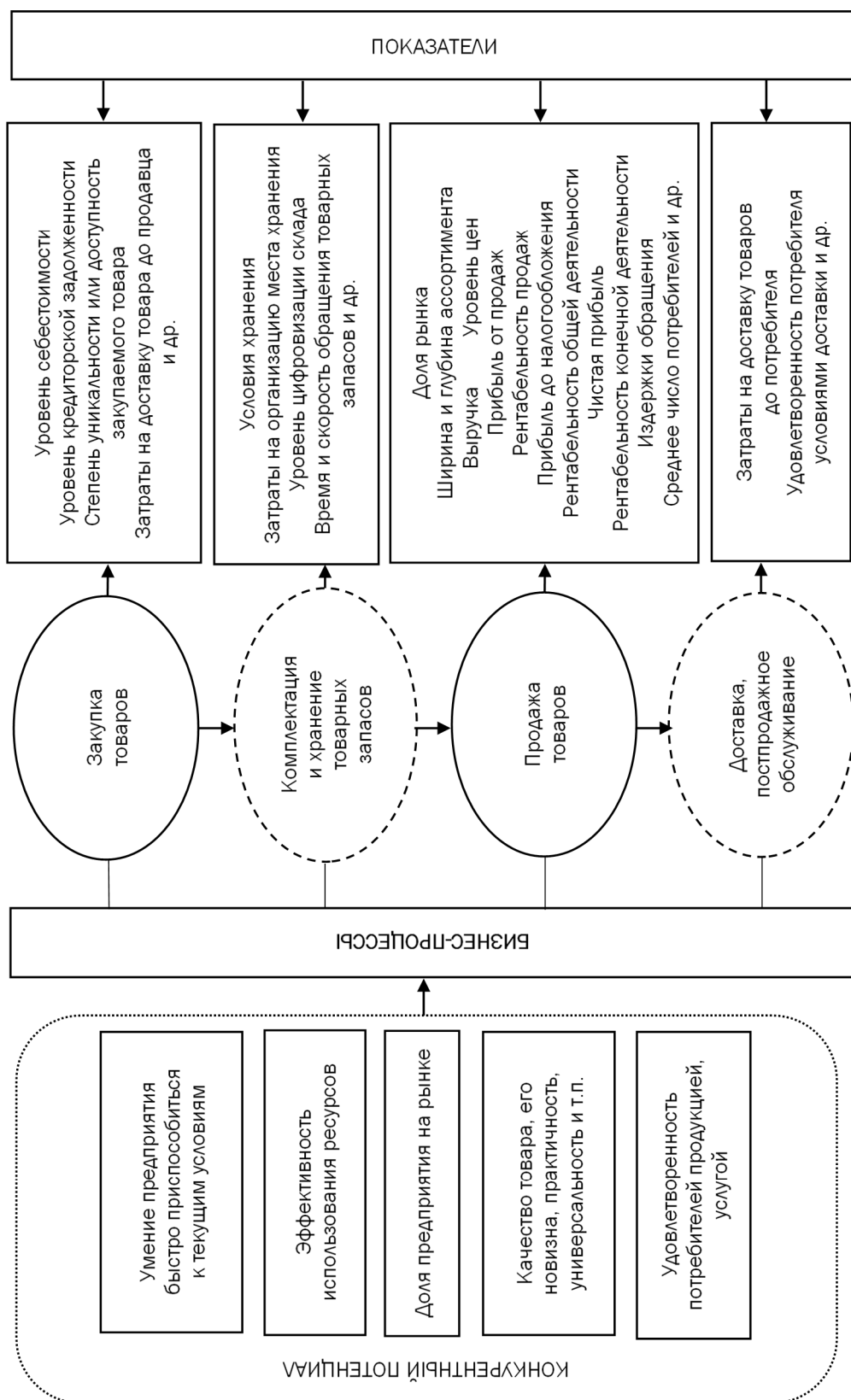


Рис. 4. Система показателей оценки конкурентоспособности основных бизнес-процессов торгового предприятия

группы зависит от вида деятельности (оптовая, розничная), размера предприятия (крупное, среднее, малое, микропредприятие), типа торгового предприятия, формы продаж (online, offline), целей оценки, пользователей информации.

Показатели и индикаторы могут изменяться (исключение/добавление) в зависимости от цели и частоты повторяемости оценки.

Количественные показатели в натуральном и/или денежном выражении рассчитываются по формулам, широко применяемым в экономическом анализе, и для оценки конкурентоспособности целесообразно сравнивать полученные результаты с общепринятыми нормативными, отраслевыми, плановыми и целевыми значениями на уровне конкретного предприятия.

Для оценки отдельных качественных показателей, таких как удовлетворенность доставкой, мнение работников о логистике, уровень цифровизации склада, разнообразие цифровых способов оплаты, рекламная деятельность, ценовая политика, ассортимент, уникальность товара, качество товара, целесообразно провести экспертный анкетный опрос внутреннего менеджмента и внешних стейкхолдеров.

Дополнением к предлагаемой методике служит сформированная авторами система показателей оценки конкурентоспособности основных бизнес-процессов торгового предприятия (рис. 4).

Наиболее важными критериями конкурентоспособности предприятия и векторами дальнейшего роста на данном этапе экономических отношений, по нашему мнению, являются совокупные характеристики товаров фирмы (высокое качество, низкая цена, ассортимент и т.д.), адаптивность предприятия к

изменяющимся условиям рынка, степень развития конкурентного потенциала.

В интегральную оценку конкурентоспособности заложены ключевые критерии: эффективность ресурсов; удовлетворенность потребителей; качество и новизна товаров; доля предприятия на рынке; гибкость предприятия.

Оценка проводится экспертным методом по каждому критерию в бизнес-процессе. Расчет единичных показателей производится по балльной системе определения отклонений полученных результатов от среднеотраслевого (целевого, планового). Сумма баллов соотносится с максимальным значением в каждой конкретной группе и выставляется интегральная оценка:

$$B_{\text{инт}i} = \frac{\sum_{i=1}^n B_i}{B_{i\text{max}}}, \quad (1)$$

где $B_{\text{инт}i}$ – интегральная оценка i -го бизнес-процесса;

$\sum_{i=1}^n B_i$ – сумма баллов i -го бизнес-процесса;

$B_{i\text{max}}$ – максимальное количество баллов i -го бизнес-процесса.

Далее полученные интегральные оценки по отдельным бизнес-процессам необходимо оценить в совокупности:

$$K_{\text{ксп}} = \alpha_1 B_z + \alpha_2 B_{\text{хр}} + \alpha_3 B_{\text{пр}} + \alpha_4 B_{\text{обс}}, \quad (2)$$

где $K_{\text{ксп}}$ – интегральный коэффициент конкурентоспособности основных бизнес-процессов торгового предприятия;

B_z – интегральная оценка бизнес-процесса «закупка товаров»;

$B_{\text{хр}}$ – интегральная оценка бизнес-процесса «комплектация и хранение товаров»;

$B_{\text{пр}}$ – интегральная оценка бизнес-процесса «продажа товаров»;

$B_{\text{обс}}$ – интегральная оценка бизнес-процесса «доставка, постпродажное обслуживание»;

Значения коэффициентов весомости бизнес-процессов торгового предприятия в интегральной оценке конкурентоспособности

Бизнес-процесс	Коэффициент	Степень значимости
Закупка товаров	α_1	0,20
Комплектация и хранение товаров	α_2	0,15
Продажа товаров	α_3	0,40
Доставка, постпродажное обслуживание	α_4	0,25
Сумма значений		1,00

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4$ – степень значимости i -го бизнес-процесса.

Коэффициент α характеризует степень значимости i -го бизнес-процесса, а его величина определяется в каждом случае индивидуально.

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ критериев конкурентоспособности торгового предприятия позволил установить степень значимости бизнес-процессов (см. таблицу).

Значение интегрального коэффициента конкурентоспособности основных бизнес-процессов торгового предприятия является ориентиром для их совершенствования, реинжиниринга, проектирования и формирования новых.

Заключение

Проведенные исследования терминологического аппарата позволили сформулировать казуально-комбинаторное определение понятия «оценка конкурентоспособности торгового предприятия». Изучение методологических аспектов

позволило выявить достоинства и недостатки существующих подходов, предложить авторскую скалярную систему количественных и качественных показателей оценки конкурентоспособности торгового предприятия. Данная система дает возможность:

- ♦ учитывать факторы, определяющие показатели бизнес-процессов торгового предприятия;
- ♦ своевременно обнаружить проблему бизнес-процесса, которая влияет на общую конкурентоспособность торгового предприятия;
- ♦ рассчитать количественные и качественные показатели бизнес-процессов торгового предприятия;
- ♦ определить интегральную конкурентоспособность бизнес-процессов и торгового предприятия.

Полученные результаты оценки конкурентоспособности служат инструментом выработки эффективных управленческих решений, разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных стратегий торгового предприятия на рынке.

Список источников

1. Александров А.К., Круглик В.М. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : монография. Москва : Инфра-М, 2020. 285 с.
2. Конкурентоспособность региона как предмет исследования экономической науки / А.В. Волошин, Ю.А. Александров, С.Н. Шестов, Е.В. Белоногова // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 10-1. С. 113–118.
3. Ежова В.А. Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятий : учеб. пособие. Санкт-Петербург : СПбГУПТД, 2020. 37 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / под ред. О. Нихельской. Москва : Альпина Паблишер, 2016. 456 с.
5. Семенов Н.А., Морозов А.К. Алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия на основе продукционной модели // *Программные продукты, системы и алгоритмы*. 2017. № 1. С. 1–5.
6. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции : учебник. 6-е изд., перераб. и доп. Москва : Маркет ДС, 2007. 480 с.
7. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. 2-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 720 с.
8. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 2. С. 83–90.
9. Визер Е.Дж. Управление конкурентоспособностью фирмы. Москва – Берлин : Директ-Медиа, 2015. 136 с.
10. Зилькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2018. № 4. С. 17–27.
11. Калашникова С.П. Управление конкурентоспособностью торговых предприятий на основе маркетингового подхода // *Гуманитарный научный журнал*. 2021. № 1. С. 47–54. doi:10.24412/2078-9661-2021-1-007.

12. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. Москва : Инфра-М, 2022. 512 с.
13. Торопова И.В., Калашникова С.П. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности розничных торговых предприятий // Эффективные управленческие технологии в условиях модернизации экономики : сб. науч. тр. / Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина. Саратов : ИЦ «Наука», 2013. С. 14–23.
14. Фатхутдинов Р.А. Оценка конкурентоспособности // Промышленность России. 2016. № 3. С. 62–67.
15. Лазаренко А.А. Этапы проведения анализа конкурентоспособности организации // Молодой ученый. 2014. № 2 (61). С. 479–484.
16. Гусев Р.Н. Этапы оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2011. С. 191–195.
17. Горбунова В.С. Формирование и реализация механизма повышения конкурентоспособности предприятий российского станкостроения : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Самара, 2015. 22 с.
18. Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие. Тамбов : Изд-во Тамбов. гос. технол. ун-та, 2007. 192 с.
19. Подборнова Е.С. Организационно-экономические направления развития конкурентоспособности промышленных предприятий : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Самара, 2012. 26 с.
20. Архиреев С.И., Мешкова В.В. Методика поэтапной оценки конкурентоспособности торгового предприятия // Бизнес информ. 2019. № 11 (502). С. 210–221. doi:10.32983/2222-4459-2019-11-210-221.
21. Войткевич Н.И. Обеспечение конкурентоспособности каналов распределения с использованием методов логистики (теория и методология) : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. Самара, 2008. 46 с.
22. Жилина Е.В. Методика оценки конкурентоспособности торгового предприятия // Торговля, предпринимательство и право. 2016. № 1. С. 29–33.
23. Ялунина Е.Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Екатеринбург, 2007. 26 с.
24. Ямова О.В. Совершенствование методики оценки конкурентоспособности предприятия в условиях инновационно-цифровой экономики // Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии. Санкт-Петербург, 2019. С. 430–485. doi:10.18720/IEP/2019.2/16.
25. Берг Т.И., Завьялова Н.И. Совершенствование сбалансированной системы показателей как инструмента оценки конкурентоспособности предприятия оптовой торговли // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 7 (3). С. 15–19.
26. Кочетков Е.П., Забавина А.А. Цифровая трансформация компаний: сущность и эмпирическая оценка влияния на эффективность // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 1 (195). С. 38–51. doi:10.46554/1993-0453-2021-1-195-38-51.

References

1. Alexandrov A.K., Kruglik V.M. Competitiveness of an enterprise (firm) : monograph. Moscow : Infra-M, 2020. 285 p.
2. Competitiveness of the region as a subject of economic science research / A.V. Voloshin, Yu.L. Alexandrov, S.N. Shestov, E.V. Belonogova // Fundamental Research. 2016. No. 10-1. Pp. 113–118.
3. Ezhova V.A. Methods of assessing and forecasting the competitiveness of enterprises : textbook. St. Petersburg : Spbgutd, 2020. 37 p.
4. Porter M. Competitive strategy. Methodology of analysis of industries and competitors / ed. by O. Nizhelskaya. Moscow : Alpina Publisher, 2016. 456 p.
5. Semenov N.A., Morozov A.K. Algorithm for assessing the competitiveness of an enterprise based on a production model // Software products, systems and algorithms. 2017. No. 1. Pp. 1–5.
6. Rubin Yu.B. Theory and practice of entrepreneurial competition : textbook. 6th ed., revised and supplemented. Moscow : Market DS, 2007. 480 p.
7. Lamben Zh.-Zh., Chumpitas R., Shuling I. Market-oriented management / translated from English ed. by V.B. Kolchanov. 2nd ed. St. Petersburg : Peter, 2008. 720 p.

8. Vasilyeva Z.A. Hierarchy of concepts of competitiveness of market subjects // Marketing in Russia and abroad. 2006. No. 2. Pp. 83–90.
9. Wieser E.J. Managing the competitiveness of the company. Moscow – Berlin : Direct Media, 2015. 136 p.
10. Zulkarnaev I.U., Ilyasova L.R. Method of calculating the integral competitiveness of industrial, commercial and financial enterprises // Marketing in Russia and abroad. 2018. No. 4. Pp. 17–27.
11. Kalashnikova S.P. Managing the competitiveness of trade enterprises on the basis of a marketing approach // Humanitarian Scientific Journal. 2021. No. 1. Pp. 47–54. doi:10.24412/2078-9661-2021-1-007.
12. Raizberg B.A., Lozovsky L.Sh., Starodubtseva E.B. Modern Economic Dictionary. 6th ed., revised and supplemented. Moscow : Infra-M, 2022. 512 p.
13. Toropova I.V., Kalashnikova S.P. Marketing approach to assessing the competitiveness of retail trade enterprises // Effective management technologies in the conditions of modernization of the economy : collection of scientific papers / P.A. Stolypin Volga Institute of Management. Saratov : IC "Science", 2013. Pp. 14–23.
14. Fatkhutdinov R.A. Assessment of competitiveness // Industry of Russia. 2016. No. 3. Pp. 62–67.
15. Lazarenko A.A. Stages of the analysis of the competitiveness of the organization // Young scientist. 2014. No. 2 (61). Pp. 479–484.
16. Gusev R.N. Stages of assessing the competitiveness of enterprises in the service sector // Scientific and Technical Bulletin of St. Petersburg State Polytechnic University. Economic Sciences. 2011. Pp. 191–195.
17. Gorbunova V.S. Formation and implementation of the mechanism for increasing the competitiveness of Russian machine tool enterprises : abstract of the dissertation ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.05. Samara, 2015. 22 p.
18. Chaynikova L.N., Chaynikov V.N. Competitiveness of the enterprise : textbook. Tambov : Publishing House of Tambov State Technological University, 2007. 192 p.
19. Podbornova E.S. Organizational and economic directions of development of competitiveness of industrial enterprises: abstract of the dissertation ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.05. Samara, 2012. 26 p.
20. Arhiereev S.I., Meshkova V.V. Methodology of step-by-step assessment of the competitiveness of a trading enterprise // Business inform. 2019. No. 11 (502). Pp. 210–221. doi:10.32983/2222-4459-2019-11-210-221.
21. Voitkevich N.I. Ensuring the competitiveness of distribution channels using logistics methods (theory and methodology) : abstract of the dissertation ... Doctor of Economics : 08.00.05. Samara, 2008. 46 p.
22. Zhilina E.V. Methodology for assessing the competitiveness of a trading enterprise // Trade, entrepreneurship and law. 2016. No. 1. Pp. 29–33.
23. Yalunina E.N. Competitiveness of a retail trade enterprise : abstract of the dissertation ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.05. Ekaterinburg, 2007. 26 p.
24. Yamova O.V. Improving the methodology for assessing the competitiveness of an enterprise in the conditions of an innovative digital economy // Development of the digital economy in conditions of deglobalization and recession. St. Petersburg, 2019. Pp. 430–485. doi:10.18720/IEP/2019.2/16.
25. Berg T.I., Zavyalova N.I. Improving the balanced scorecard as a tool for assessing the competitiveness of a wholesale trade enterprise // Competitiveness in the global world: economics, science, technology. 2017. No. 7 (3). Pp. 15–19.
26. Kochetkov E.P., Zabavina A.A. Digital transformation of companies: the essence and empirical assessment of the impact on efficiency // Vestnik of the Samara State University of Economics. 2021. No. 1 (195). Pp. 38–51. doi:10.46554/1993-0453-2021-1-195-38-51.

Информация об авторах

Е.В. Белоногова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры торгового дела и маркетинга Сибирского федерального университета;

Т.И. Берг – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры торгового дела и маркетинга Сибирского федерального университета;

А.В. Чураева – магистр экономики, Сибирский федеральный университет.

Information about the authors

E.V. Belonogova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Trade and Marketing of Siberian Federal University;

T.I. Berg – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Trade and Marketing of Siberian Federal University;

A.V. Churaeva – Master of Economics, Siberian Federal University.

Статья поступила в редакцию 04.07.2022; одобрена после рецензирования 08.07.2022; принята к публикации 02.08.2022.

The article was submitted 04.07.2022; approved after reviewing 08.07.2022; accepted for publication 02.08.2022.