



Е. А. Нига́й

МНОГОМЕРНАЯ МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ОБОСНОВАНИЕ И ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Проблема повышения конкурентоспособности всегда актуальна для любого вида бизнеса, независимо от его масштабов, отраслевой специализации и территориальной принадлежности. Особенно остро это ощущается в турбулентных условиях, в контексте динамичного развития и активного внедрения передовых производственных и управленческих технологий, ужесточения конкурентной борьбы и появления товаров-заменителей, ускоренного прохождения жизненного цикла товаров, а также сокращения горизонта планирования деятельности. В статье раскрывается концептуальный подход к моделированию и оценке конкурентоспособности организации при трансформации конкурентных отношений: от традиционной конкурентной борьбы — к эклектизму соперничества и сотрудничества экономических агентов в пределах ценностно-сетевых цепочек функционирования. В связи с этим предполагается, что конкурентоспособность бизнеса можно рассматривать как обобщенный показатель, включающий в себя конкурентные параметры оценки отдельных подсистем организации, обуславливающих эффективность ее деятельности — предшествующей, центральной, результирующей, а также внешней и внутренней. Предложен инструментарий оценки единичных и интегральных показателей конкурентоспособности как по каждой из выделенных подсистем, так и в целом в рамках цепочки создания потребительской ценности. Методы архитектурно-графического проектирования позволили визуализировать предложенный подход в виде стратегической матрицы, квадранты которой формируют сочетания («аккорды») внешней и внутренней подсистем, с элементами цепочки создания потребительской ценности (предшествующая, центральная и результирующая подсистемы), образуя шесть квадрантов и три стратегические комбинации («аккорда»), характеризующие отдельные направления анализа конкурентоспособности бизнеса. Предложенный подход представляет

универсальную модель оценки конкурентоспособности, применимую в деятельности коммерческих предприятий при построении конкурентной стратегии. При этом мозаичность модели дает возможность конкретизированно и (или) расширенно оценить конкурентные позиции бизнеса.

Ключевые слова: моделирование конкурентоспособности организации, «аккорды» конкурентоспособности, предшествующая, центральная и результирующая подсистемы организации, внешняя и внутренняя подсистемы бизнеса, оценка конкурентоспособности организации, метод простого сложения, метод взвешенного сложения, метод идеальных точек.

Введение

Исследование и оценка конкурентоспособности бизнеса в условиях динамичной, а порой даже агрессивной внешней среды является одним из ключевых условий своевременной идентификации конкурентных возможностей рынка для обеспечения эффективного функционирования и успешного развития организации.

Предприятие представляет собой целостную открытую систему, которая характеризуется, с одной стороны, упорядоченной внутренней структурой, а с другой, системой сложных, разветвленных внутренних и внешних взаимосвязей, обуславливающих модель хозяйствования. Рациональная концепция управления предприятием требует разработки механизма моделирования конкурентоспособности, ориентированного на формирование, развитие и укрепление конкурентных преимуществ компании в рыночной среде, и учитывающего разнообразие и комплексность факторов, предопределяющих успех бизнеса [4]. Такой подход обеспечивает следующее.

1. Комплексное и исчерпывающее представление о системе рыночных сил и субъектов, взаимодействующих с организацией и детерминирующих ее конкурентный успех. Идентификация этих элементов необходима для выявления взаимосвязи «рыночная сила/ рыночный субъект — конкурентоспособность организации» и оценки их влияния (высокое, среднее, слабое) на достижение организацией целей ее функционирования, развития и повышения конкурентного статуса.

2. Визуализацию структуры системы взаимодействия рыночных сил и субъектов, как в контексте целостной системы, так и в разрезе каждого элемента взаимодействия. Подобное воплощение механизма моделирования конкурентоспособности бизнеса позволит более четко оценить текущее состояние системы и определить ориентиры ожидаемых изменений

за счет выявления цепочек взаимосвязей между элементами системы.

3. Повышение обоснованности управленческих решений и сокращение ошибок менеджмента за счет установления и расчета зависимости результирующих показателей (финансовые результаты, конкурентоспособность) от некоторых факторов (эндогенных и экзогенных, рыночных сил и рыночных субъектов). Механизм моделирования конкурентоспособности предполагает идентификацию причинно-следственных связей между факторами и показателями конкурентоспособности бизнеса, а также оценку силы их взаимного влияния.

4. Возможность проработки альтернативных сценариев управления конкурентоспособностью в зависимости от сочетания влияющих факторов, изменения силы и значений их воздействия. Оценка каждого варианта позволит выявлять рациональные пути реализации стратегических решений повышения конкурентоспособности при оптимальном сочетании рисков, затрат и ожидаемых эффектов.

5. Унификацию и стандартизацию управленческих подходов при реализации альтернативных стратегических и тактических решений. Моделирование открывает перспективы управленческого предвидения, проработки инструкций, а также методик оперативного реагирования при динамических проявлениях среды. Наличие подобных стратегических «заготовок» дает возможность экстренно маневрировать, затрачивая при этом минимальные управленческие усилия.

6. Повышение производительности и результативности системы управления конкурентоспособностью на концептуальном, логическом и физическом уровнях. Моделирование конкурентоспособности организации в сочетании с анализом взаимосвязи факторов и показателей конкурентоспособности позволяет оценивать и прогнозировать конкурентный статус бизнеса, просчитывая альтернативы и перспективы. Это обуславливает ускорение процесса принятия решений и их реализации, соответственно отражаясь на показателях эффективности системы менеджмента.

7. Комплексное усиление эффективности взаимодействия между управляющей и управляемой подсистемами. Проработанность вариантов реализации решений, визуализация структуры механизма управления конкурентоспособностью, унификация и стандартизация управленческих подходов в сочетании с управленческим предвидением усиливают согласованность, информационный обмен в иерархической

системе взаимодействия субъекта (менеджмент организации) и объекта управления (конкурентоспособность организации).

Понятие конкурентоспособности предприятия очень многогранно и может трактоваться крайне широко, включая в себя большое разнообразие переменных, формирующих и меняющих конкурентный статус бизнеса. Использование методов моделирования конкурентоспособности объектов позволяет достичь высокой эффективности и обоснованности подходов к разработке и реализации конкурентной стратегии бизнеса.

На этапе моделирования важно четко определить границы разработки: объектные, пространственные, временные [8]. Это позволит обеспечить высокую степень конкретизации модели конкурентоспособности бизнеса для точного понимания факторов формирования и изменения конкурентного статуса.

Предлагаемая модель конкурентоспособности предприятия характеризуется совокупностью вариантов сочетания факторов, анализ которых позволяет комплексно подойти к вопросам оценки конкурентных позиций предприятия на разных уровнях взаимоотношений в системе «внутренняя среда бизнеса — внешнее окружение бизнеса».

Постановка проблемы, цель статьи, обзор научной литературы по проблеме

Цель статьи заключается в обосновании и представлении многомерной модели конкурентоспособности организации на основе матричного структурирования. Алгоритмы выявления и формирования устойчивых конкурентных преимуществ организации могут быть значительно усилены за счет использования методов моделирования как неотъемлемого элемента методологии разработки и реализации конкурентной стратегии [2].

Вариативные подходы к моделированию конкурентоспособности организации предложены в работах широкого круга авторов.

В исследовании Н. Г. Багаутдиновой, Р. А. Никулина представлена модель конкурентоспособности организации, ориентированная на обеспечение конкурентного превосходства бизнеса с учетом тенденций цифровой трансформации экономики [1]. В работе Т. В. Миролюбовой, П. А. Сухановой дана модель конкурентоспособности кластера информационно-коммуникационных технологий, основанная на четырехосевой концепции [5]. В исследовании А. В. Толмачева, Л. В. Глухих презентуется

модель конкурентоспособности промышленных предприятий, учитывающая факторы влияния, а также определяющая направления и резервы конкурентного роста бизнеса [10]. В работе Л. В. Глуховой представлена модель управления конкурентоспособностью предприятия, основанная на применении комплекса методов структурного анализа и синтеза [3]. Исследование Т. А. Слепневой, Е. Р. Карповой раскрывает модель конкурентоспособности российских организаций с учетом финансовых показателей их деятельности [9]. В работе Т. П. Хохловой представлена модель конкурентоспособности торговых сетей, на основе которой разрабатывается механизм повышения их конкурентного потенциала [11].

Проблема оценки и исследования конкурентоспособности бизнеса состоит в отсутствии универсальной модели конкурентоспособности, которая могла бы обеспечивать как комплексную, так и структурированную диагностику конкурентной стратегии с последующей возможностью ее корректировки.

Методология и методы исследования

Предлагаемый авторский подход к моделированию конкурентоспособности организации основан на матричном структурировании подсистем бизнеса с последующим комбинированием по стратегическим сочетаниям («аккордам»). Аккорд 1 включает в себя комбинацию внешней и внутренней подсистем модели оценки конкурентоспособности организации. Аккорд 2 формирует элементы предшествующей, центральной и результирующей подсистем модели. Аккорд 3 состоит из основных и обеспечивающих элементов системы.

Основу теории и методологии исследования составили ключевые положения теории управления конкурентоспособностью организации, моделирования бизнес-систем и стратегического планирования в условиях трансформации конкурентных отношений и бизнес-среды.

Для моделирования конкурентоспособности организации использованы эмпирические методы: структурирования, проектирования, анализа, а также общенаучного познания — формализация, аналогия, обобщение, системный подход [7]. Инструментарий исследования включает графические и матричные методики визуализации, математическое обеспечение модели, а также структурно-логическую схематизацию.

Результаты исследования, обсуждение

С точки зрения динамического подхода к развитию экономических структур, предприятие представляет собой открытую систему, которая активно взаимодействует с внешней средой. Эта связь обуславливает эффективность функционирования и развития организации. На рисунке 1 представлена визуализация многомерной модели конкурентоспособности организации, разработанной автором.

К*	Предшествующая подсистема (Preceding)			Центральная подсистема (Focal)			Результирующая подсистема (Resulting)		
	X _j	W _j	I _j	V _L	W _L	I _L	Z _n	W _n	I _n
Внутренняя подсистема (Internal)	Инфраструктура Предприятия «на входе»	W ₁ ... W _n	I ₁ ... I _n	Менеджмент Маркетинг Производство Технологии и инновации Сбыт Финансы Кадры	W ₁ ... W _n	I ₁ ... I _n	Инфраструктура предприятия «на выходе»	W ₁ ... W _n	I ₁ ... I _n
Внешняя подсистема (External)	Субъекты рынка: Поставщики Партнеры (логистические, финансовые, маркетинговые, исследовательские и др.)	W ₁ ... W _n	I ₁ ... I _n	Система взаимодействия бизнеса с внешней средой (реализация операционных стратегий)	W ₁ ... W _n	I ₁ ... I _n	Субъекты рынка: Клиенты (целевые рынки – спрос и емкость рынка) Конкуренты Партнеры (логистические, финансовые, маркетинговые, исследовательские и др.)	W ₁ ... W _n	I ₁ ... I _n
К*	Предшествующая подсистема			Центральная подсистема			Результирующая подсистема		

К* – конкурентоспособность организации n – количество факторов

Многомерная модель конкурентоспособности организации ... I

Измерение 1: «внутренняя подсистема / предшествующая подсистема»	Измерение 4: «внешняя подсистема / предшествующая подсистема»
X_j — параметры внутренней инфраструктуры организации «на входе» — поставки, производственные запасы, ресурсы и др.	A_i — параметры оценки внешних субъектов рынка «на входе» (поставщики, партнеры) и внешних факторов
W_j — значимость параметров измерения 1	W_i — значимость параметров измерения 4
I_j — идеальное значение по измерению 1	I_i — идеальное значение по измерению 4
Измерение 2: «внутренняя подсистема / центральная подсистема»	Измерение 5: «внешняя подсистема / центральная подсистема»
V_L — параметры производства, маркетинга, финансов, кадровой политики и др.	Y_k — параметры взаимодействия бизнеса с внешней средой и принятия решений
W_L — значимость параметров измерения 2	W_k — значимость параметров измерения 5
I_L — идеальное значение по измерению 2	I_k — идеальное значение по измерению 5
Измерение 3: «внутренняя подсистема / результрирующая подсистема»	Измерение 6: «внешняя подсистема / результрирующая подсистема»
Z_n — параметры внутренней инфраструктуры организации «на выходе» — каналы сбыта, логистика, запасы готовой продукции и др.	C_m — параметры оценки внешних субъектов рынка «на выходе» — клиенты, конкуренты, партнеры и внешних факторов
W_n — значимость параметров измерения 3	W_m — значимость параметров измерения 6
I_n — идеальное значение по измерению 3	I_m — идеальное значение по измерению 6

Рисунок 1. Многомерная модель конкурентоспособности предприятия
Источник: разработано автором

Многомерность модели конкурентоспособности организации раскрывается за счет возможности матричного («аккордного») сочетания элементов внутренней (*англ.* internal subsystem) и внешней (*англ.* external subsystem) среды, а также субъектов предшествующей (*англ.* preceding subsystem), центральной (*англ.* focal subsystem) и результирующей (*англ.* resulting subsystem) подсистем. Полученная матричная модель включает в себя шесть квадрантов и три стратегические комбинации («аккорда»),

формируемые в отношении отдельных направлений анализа конкурентоспособности организации. Данная структура анализа позволяет оценивать конкурентоспособность организации комплексно по всей модели, агрегировано по выделенным комбинациям, а также точно по отдельным направлениям в зависимости от целей исследования [8].

Ключевые принципы построения модели.

1. Конкурентоспособность организации складывается как агрегированный показатель, зависимый от эффективности функционирования всех подсистем бизнеса.

2. Подсистемы бизнеса могут быть распределены по двум направлениям анализа: уровням цепочки создания ценности (предшествующая, центральная, результирующая подсистемы) и генезису оцениваемых сил (внутренняя и внешняя подсистемы). В результате можно выделить шесть измерений, по которым оценивается конкурентоспособность организации.

3. Структуру бизнес-системы в модели конкурентоспособности можно представить в матричной форме пересечением элементов, функционирующих в рамках предшествующей, центральной и результирующей подсистемы и относящихся к внутренней и внешней подсистемам организации.

4. Внутренняя подсистема организации представлена трехуровневой структурой: предшествующая подсистема (обозначена в модели параметром X_j — внутренняя инфраструктура «на входе» — поставки, производственные запасы, ресурсы), центральная подсистема (обозначена в модели параметром V_L — производство, маркетинг, финансы, кадры), результирующая подсистема (обозначена в модели параметром Z_n — внутренняя инфраструктура «на выходе» — каналы сбыта, логистика, запасы готовой продукции).

5. Внешняя подсистема имеет такую же трехуровневую структуру и включает в себя экзогенные факторы, влияющие на соответствующие уровни внутренней подсистемы: предшествующая подсистема (обозначена в модели параметром A_i — внешние субъекты рынка «на входе» (поставщики, партнеры и внешние факторы), центральная подсистема (обозначена в модели параметром Y_k — взаимодействие бизнеса с внешней средой и система поддержки принятия решений), результирующая подсистема (обозначена в модели параметром C_m — внешние субъекты рынка

«на выходе» — клиенты, конкуренты, партнеры и внешние факторы).

6. Все элементы системы управления конкурентоспособностью организации можно представить в виде основных элементов (обозначены в модели параметрами B_L, A_i, C_m), а также обеспечивающих элементов системы (обозначены в модели параметрами X_j, Z_n, Y_k).

Концепция измерения конкурентоспособности организации предполагает использование стратегических сочетаний «аккордов», каждый из которых представляет собой комбинацию отдельных элементов (подсистем).

Аккорды оценки конкурентоспособности представлены на рисунке 2.

Математически и структурно расчет конкурентоспособности организации в соответствии с логикой каждого сочетания («аккорда») имеет одинаковый результат, однако содержательно каждый из «аккордов» имеет отличающийся принцип построения. С одной стороны, это обеспечивает универсальность и взаимозаменяемость элементов модели, с другой — позволяет варьировать направления анализа и последующего совершенствования конкурентной стратегии.

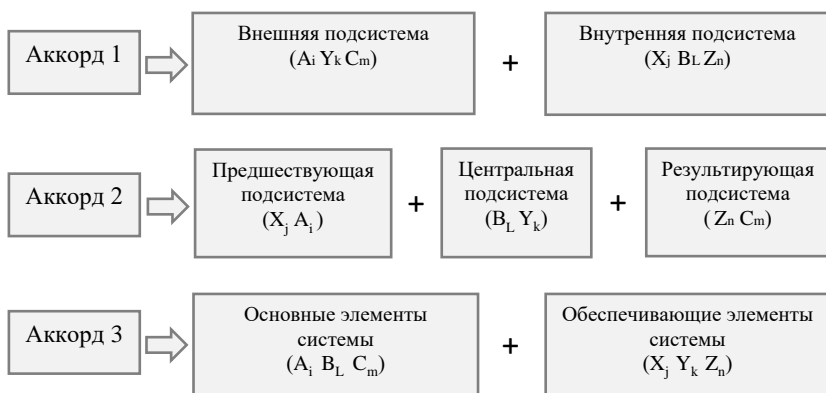


Рисунок 2. «Аккорды» оценки конкурентоспособности организации
Источник: разработано автором

Аккорд 1 включает комбинацию внешней и внутренней подсистем модели оценки конкурентоспособности организации. Внешняя подсистема модели характеризует внешний периметр деятельности предприятия, состоящий из субъектов рынка (партнеров, поставщиков, клиентов, конкурентов), а также факторов, обуславливающих функционирование

рынка. Внутренняя подсистема модели объединяет в себе внутренние элементы и бизнес-процессы (производство, маркетинг, финансы), эффективность реализации которых напрямую коррелирует с конкурентным положением компании.

Аккорд 2 формируют элементы предшествующей, центральной и результирующей подсистем модели. Принцип выделения данных подсистем основан на выявлении параметров конкурентоспособности бизнеса на отдельных этапах цепочки создания потребительской ценности. Так, предшествующая подсистема включает в себя «входные» параметры, обуславливающие качество создаваемого продукта (инфраструктура бизнеса «на входе», поставки). Центральная подсистема определяет своеобразное «ядро» бизнеса и характеризуется процессами обработки ресурсов и создания продукта. Наконец, результирующая подсистема отвечает за процессы взаимодействия с рынком: в ней анализ и оценка проводятся в отношении инфраструктуры «на выходе», а также связей с клиентами, партнерами, конкурентами.

Аккорд 3 состоит из основных и обеспечивающих элементов системы. К первым относятся субъекты и факторы внешней и внутренней подсистем модели, оказывающие прямое влияние на создание ценности для клиента. К обеспечивающим элементам — соответственно внешние и внутренние субъекты и факторы косвенного влияния.

Для оценки конкурентоспособности организации возможна декомпозиция по каждой из выделенных подсистем: внешней, внутренней, предшествующей, центральной и результирующей. При этом в зависимости от целей и ресурсов исследования могут меняться методы расчета. Варианты применяемых методов представлены в таблице 1.

Реализации методики требует соблюдения следующих условий.

1. Оценка конкурентных позиций по каждому измерению осуществляется на основе балльных экспертных оценок. В качестве экспертов могут выступать сотрудники компании, а также привлеченные отраслевые специалисты.

2. Методика предполагает определение ключевых конкурентов в качестве базы сравнительной оценки. Данное требование основано на свойстве относительности конкурентоспособности [6].

3. Оценка конкурентных позиций проводится по направлениям, измерениям и отдельным критериям. Список критериев внутри каждого измерения может задаваться исследователем самостоятельно.

4. Оценка осуществляется отдельно по каждому измерению. Затем полученные результаты комбинируются по «аккордам». Анализ конкурентоспособности может проводиться по каждому измерению, по отдельным подсистемам и в целом по всей модели.

Таблица 1

Декомпозиция оценки конкурентоспособности организации в рамках модели

K^*	Предшествующая подсистема (<i>Preceding</i>)	Центральная подсистема (<i>Focal</i>)	Результирующая Подсистема (<i>Resulting</i>)
Внутренняя подсистема (<i>Internal</i>)	X_j	B_L	Z_n
	Метод простого сложения		
	$PrevInt = \sum_{j=1}^n X_j$	$FocInt = \sum_{L=1}^n B_L$	$ResInt = \sum_{n=1}^n Z_n$
	Метод взвешенного сложения		
	$PrevInt = \sum_{j=1}^n W_j X_j$	$FocInt = \sum_{L=1}^n W_L B_L$	$ResInt = \sum_{n=1}^n W_n Z_n$
Метод идеальных точек			
$PrevInt = \sum_{j=1}^n W_j \times X_j - I_j $	$FocInt = \sum_{L=1}^n W_L \times B_L - I_L $	$ResInt = \sum_{n=1}^n W_n \times Z_n - I_n $	
Внешняя подсистема (<i>External</i>)	A_i	Y_k	C_m
	Метод простого сложения		
	$PrevExt = \sum_{i=1}^n A_i$	$FocExt = \sum_{k=1}^n Y_k$	$ResExt = \sum_{m=1}^n C_m$
	Метод взвешенного сложения		
	$PrevExt = \sum_{i=1}^n W_i A_i$	$FocExt = \sum_{k=1}^n W_k Y_k$	$ResExt = \sum_{m=1}^n W_m C_m$
Метод идеальных точек			
$PrevExt = \sum_{i=1}^n W_i \times A_i - I_i $	$FocExt = \sum_{k=1}^n W_k \times Y_k - I_k $	$ResExt = \sum_{m=1}^n W_m \times C_m - I_m $	

Источник: разработано автором

Метод простого сложения представляет собой суммирование баллов, присвоенных экспертами по каждому измерению. Преимуществом этого метода является простота, но в то же время подобный расчет позиции не учитывает факторы значимости веса каждого из параметров оценки.

Расчет конкурентной позиции компании методом взвешенного сложения осуществляется как сумма произведений значимости каждого параметра и его оценки. Значимость оценочного критерия можно задавать как простым ранжированием (рейтинговой шкалой), так и с помощью 100-пунктной шкалы постоянной суммы.

Наличие этого элемента позволит учесть при расчетах значимость критерия для респондентов, а значит определит приоритеты при принятии решений по конкурентным стратегиям.

Суть метода идеальных точек заключается в том, чтобы понять, насколько компания и (или) ее конкуренты отстают от фирмы-эталона по выделенным измерениям. Расчет представляет собой сумму произведений значимости критериев и модуля разности фактической оценки компании и оценки эталона.

Таким образом, логика моделирования конкурентоспособности организации характеризуется следующими последовательными стадиями. Во-первых, идентификация влияющих сил (субъектов и факторов внешнего и внутреннего воздействия), во-вторых, распределение их в структуре предшествующей, центральной и результирующей подсистем бизнеса. В-третьих, расчет показателей конкурентных позиций по шести измерениям модели. В-четвертых, формулирование выводов и рекомендаций по модификации конкурентной стратегии.

Заключение

Конкурентоспособность организации представляет собой сложную многогранную категорию, требующую комплексного подхода к ее исследованию. Моделирование конкурентоспособности бизнеса позволяет четко структурировать систему факторов, субъектов и показателей, обуславливающих разработку и модификацию конкурентных стратегий. Учитывая многоаспектность оценки конкурентного положения бизнеса, исследование конкурентоспособности необходимо осуществлять как с точки зрения внутренних аспектов, так и с учетом комбинаций влияния внешних условий. Данные аспекты учитываются в предложенной модели. Многомерная модель конкурентоспособности организации представлена в матричной форме, включающей пять подсистем бизнеса (внешнюю, внутреннюю, предшествующую, центральную, результирующую) и шесть измерений конкурентных позиций, оцениваемых параметрами основных $(A \ B \ C \)$ и обеспечивающих $(X \ Y \ Z \)$ элемен-

$\begin{matrix} i & l & m \\ j & k & n \end{matrix}$

тов системы. Вариативность комбинаций модели позволяет выбирать и менять направления оценки конкурентоспособности организации в зависимости от целей и ресурсов исследователя.

Такой подход обеспечивает четкость идентификации и планирования применения необходимых инструментов конкурентного реагирования с учетом расстановки конкурентных сил и влияния внешних факторов.

Моделирование конкурентоспособности и совершенствование процессов конкурентного анализа на всех уровнях операционной деятельности экономических систем объективно усиливает возможности формирования, сохранения ключевых конкурентных преимуществ и эффективного управления конкурентоспособностью организации.

Литература

1. Багаутдинова Н. Г., Никулин Р. А. Модель конкурентоспособности организации в условиях информационной экономики // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3(44). С. 18–25. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.331.
2. Воронов А. А., Глухих Л. В. Факторная модель конкурентоспособности промышленного предприятия и резервы роста корпоративной конкурентоспособности // Практический маркетинг. 2012. № 9(187). С. 28–32.
3. Глухова Л. В. Применение методов структурного анализа и синтеза для управления конкурентоспособностью предприятия // Академия бюджета и казначейства Минфина России. Финансовый журнал. 2010. № 3(5). С. 97–106.
4. Иванова И. А., Мальченкова О. С. Моделирование конкурентоспособности предприятий, производящих продукцию на рынок мучных кондитерских изделий // Фундаментальные исследования. 2013. № 10–11. С. 2499–2503.
5. Миролюбова Т. В., Суханова П. А. Особенности создания организованного кластера информационно-коммуникационных технологий в Пермском крае // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2013. № 4(19). С. 74–80.
6. Нигай Е. А., Попова И. В. Обоснование системного подхода к управлению конкурентоспособностью объектов на ми-

- кро-, мезо- и макроуровне // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 2(27). С. 268–270. DOI: 10.26140/anie-2019-0802-0065.
7. *Нугай Е. А.* Процесс цифровизации бизнеса: от точечной оцифровки бизнес-процессов к цифровой трансформации // ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. 2022. № 2. С. 134–145. DOI: 10.24412/2071-6435-2022-2-134-145.
 8. *Нугай Е. А.* Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14. № 3(56). С. 29–41. DOI 10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041.
 9. *Слепнева Т. А., Карнова Е. Р.* Формирование модели конкурентоспособности российских организаций (финансовый аспект) // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11(52). С. 169–177.
 10. *Толмачев А. В., Глухих Л. В.* Факторная модель конкурентоспособности промышленного предприятия и резервы роста корпоративной конкурентоспособности // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 100. С. 1263–1274.
 11. *Хохлова Т. П.* Анализ и пути повышения конкурентного потенциала торговой организации сетевого формата // Экономический анализ: теория и практика. 2016. № 4(451). С. 85–96.

References

1. Bagautdinova N. G., Nikulin R. A. Model of competitiveness of the organization in the conditions of information economics. *Biznes. Obrazovanie. Pravo* [Business. Education. Law], 2018, no. 3(44), pp. 18–25 (in Russian). DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.331.
2. Voronov A. A., Gluhikh L. V. Factor's model of competition ability for industrial enterprise and reserves of its growth. *Prakticheskii marketing* [Practical Marketing], 2012, no. 9(187), pp. 28–32 (in Russian).

3. Gluhova L. V. Structural analysis and synthesis used for managing companies' competitiveness. *Akademiya byudzheta i kaznacheystva Minfina Rossii. Finansovyi zhurnal* [Financial Journal], 2010, no. 3(5), pp. 97–106 (in Russian).
4. Ivanova I. A., Mal'chenkova O. S. Modeling competitiveness companies engaged in production on the market of flour confectionery] *Fundamental'nye issledovaniya* [Fundamental research], 2013, no. 10–11, pp. 2499–2503 (in Russian).
5. Mirolyubova T. V., Suhanova P. A. Features of the development of organized ICT cluster in Perm krai. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Perm University Herald. ECONOMY], 2013, no. 4(19), pp. 74–80 (in Russian).
6. Nigay E. A., Popova I. V. Justification of the system approach to the management of competitiveness of objects at the micro-, mezzo- and macro- level. *Azimut nauchnyh issledovaniy: ekonomika i upravlenie* [Azimuth of scientific research: economics and administration], 2019, no. 2(27), pp. 268–270 (in Russian). DOI: 10.26140/anie-2019-0802-0065.
7. Nigay E. A. Business digitalization process: from point-to-point business process digitalization to digital transformation. *ETAP: Ekonomicheskaya Teoriya, Analiz, Praktika* [ETAP: Economic Theory, Analysis, Practice], 2022, no. 2, pp. 134–145 (in Russian). DOI 10.24412/2071-6435-2022-2-134-145.
8. Nigay E. A. Object, spatial and time boundaries justification in the process of the economic system's competitiveness assessment, taking into account the economy digitalization trends. *Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa* [Territory of new opportunities. Bulletin of Vladivostok State University of Economics and Service], 2022, no. 3(56), pp. 29–41 (in Russian). DOI 10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041.
9. Slepneva T. A., Karpova E. R. The competitive performance modeling for Russian companies (finance aspect). *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Journal of Economics, entrepreneurship and law], 2014, no. 11(52), pp. 169–177 (in Russian).
10. Tolmachev A. V., Gluhih L. V. Factor model of competitiveness of industrial enterprises and reserves of growth of corporate com-

petitiveness. *Politematicheskij setevoy elektronnyi nauchnyi zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta* [Polythematic online scientific journal of Kuban State Agrarian University], 2014, no. 100, pp. 1263–1274 (in Russian).

11. Hohlova T. P. An analysis and ways to enhance the competitive opportunities of retail chains. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika* [Economic Analysis: Theory and Practice], 2016, no. 4(451), pp. 85–96 (in Russian).