

О. Г. СЕВОСТЬЯНОВА

Сибирский университет потребительской кооперации, Новосибирск

ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ КЛЮЧЕВЫХ
ФАКТОРОВ УСПЕХА

В статье предложен авторский интегральный индекс конкурентоспособности. Определена связь ключевых факторов успеха и внутренних компонентов конкурентоспособности (финансово-материальных возможностей предприятия; эффективности ведения торговой деятельности, труда персонала и управления материально-технической базой предприятия; конкурентоспособности товаров и торгового бренда в целом). Установлено, что эффективное функционирование предприятия в текущий и перспективный периоды зависит от факторов внутренней среды.

Ключевые слова: конкурентоспособность торгового предприятия, интегральный показатель конкурентоспособности, внутренние факторы конкурентоспособности, ключевые факторы успеха, ключевые показатели эффективности.

INTEGRATED ESTIMATION OF COMPETITIVENESS
TRADE ENTERPRISE TAKING INTO ACCOUNT KEY FACTORS
OF SUCCESS

In article the author's integrated factor of competitiveness is offered. Communication of key factors of success and internal components of competitiveness (financially-material possibilities of the enterprise is defined; efficiency of conducting trading activity, work of the personnel and management of material base of the enterprise; competitiveness of the offered goods and a trading brand as a whole). It is established, that effective functioning of the enterprise during the current and perspective periods depends on factors of the internal environment.

Keywords: competitiveness of trade enterprise, an integrated indicator of competitiveness, internal factors of competitiveness, key factors of success, key indicators of efficiency.

В условиях нестабильной экономической ситуации в России наиболее актуальной проблемой для торговой компании является

завоевание и удержание конкурентных преимуществ. Возможность управления конкурентоспособностью реализуется при построении модели ее оценки.

Живой интерес у руководителей вызывает оценка конкурентоспособности компании с использованием интегрального индекса. Основным преимуществом является возможность объединить в интегрированной оценке компоненты финансовых возможностей компании, эффективности торгово-экономической деятельности, использования материально-технической базы и трудового потенциала, конкурентоспособности продукции и успешности бренда. Этот показатель необходим для принятия стратегических решений руководством.

При этом субъективный характер данной методики и использование экспертных оценок для определения весовых коэффициентов считается ее главным недостатком [1].

Авторская методика расчета интегральной конкурентоспособности создана с использованием системы сбалансированных показателей, которая может быть представлена в виде следующей модели:

$$K = 0,21ФВ + 0,22ЭД + 0,16КТ + 0,18КБ + 0,11ЭП + 0,12Эмтб,$$

где К – интегральная конкурентоспособность предприятия;

ФВ - финансовые возможности предприятия;

ЭД - компонент, характеризующий эффективность торговой деятельности;

КТ - составляющая конкурентоспособности реализуемого товара;

КБ - составляющая конкурентоспособности бренда;

ЭП - компонент, характеризующий эффективность трудового персонала;

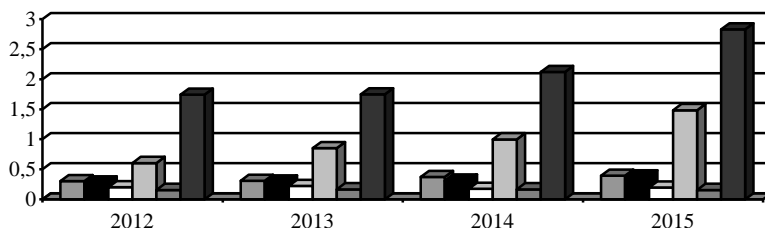
Эмтб - компонент, характеризующий эффективность управления материально-технической базой предприятия.

Особенностью данного подхода является расчет весовых коэффициентов с учетом функциональных целей предприятия. Взаимосвязь функций управления с оценочными показателями деятельности отражена в стратегической карте (таблица 1). Достижение функциональных целей связано с ключевыми факторами успеха (КФУ). Так, увеличение доли рынка зависит от уровня доходности, оптимизации затрат, скорости обращения денежных средств. В свою очередь, эффективность работы трудового коллектива напрямую связана с квалификацией и системой мотивации.

Составляющие	Функциональные цели	Ключевые факторы успеха (КФУ)	Ключевые показатели эффективности (КПЭ)
Финансовые возможности	Увеличение доли рынка	Высокая доходность Оптимальные затраты Быстрая оборачиваемость	Коэффициент текущей ликвидности; коэффициент платежеспособности; коэффициент финансовой зависимости
Торговая деятельность	Повышение эффективности торговой деятельности	Рентабельность продаж Качество торгового обслуживания	Валовая рентабельность продаж; товарооборотачиваемость; доля издержек обращения в товарообороте
Конкурентоспособность реализуемой продукции	Увеличение товарооборота	Гибкая ценовая политика; форма и условия продаж	Индекс обновления продукции Процент изменения товарооборота за счет роста цен
Конкурентоспособность бренда	Укрепление силы бренда путем лояльности покупателей	Эффективность маркетинга по укреплению бренда	Показатель объема продаж под влиянием силы бренда [3]; чистая прибыль, созданная брендовыми факторами
Трудовая деятельность персонала	Повышение производительности труда персонала	Квалификация персонала Система мотивации	Производительность труда; коэффициент текущей калдров; доля расходов на развитие персонала

Ключевые факторы успеха (КФУ) - направления деятельности предприятия по обеспечению конкурентных преимуществ, результатом которой является достижение максимальных показателей эффективности. Ключевые показатели эффективности (КПЭ)- это единицы измерения успеха [2]. Таким образом, эффективность маркетинга по укреплению силы бренда нам демонстрируют показатели объема продаж и чистой прибыли, полученных под влиянием брендовых факторов [3]. Эффективность управления материально-технической базой предприятия определяют показатели фондовооруженности, фондоотдачи, а также коэффициенты обновления и выбытия основных средств.

«Обувь России»



«КАРИ»

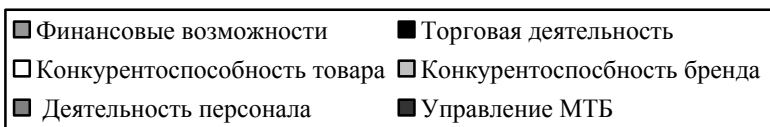
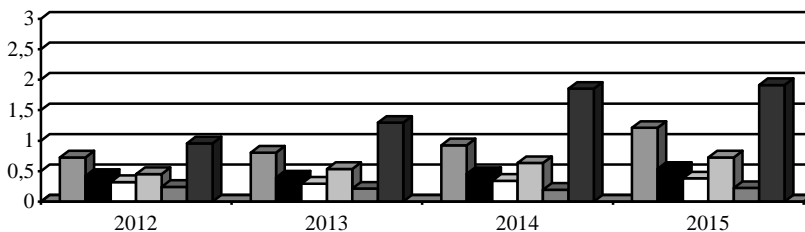


Рис. 1. Динамика интегральных показателей, составляющих конкурентоспособность ГК «Обувь России» и «КАРИ»
 Источник: расчеты автора.

В результате оценки интегрального показателя можно определить степень влияния отдельных составляющих конкурентоспособности компании. На примере ГК «Обувь России» мы видим, что наибольший вклад в укрепление конкурентоспособности вносят показатели, отражающие эффективность управления материально-технической базой и силу бренда. Наименьшее влияние оказывает компонент, отвечающий за эффективность деятельности трудового персонала.

Относительно расчетных результатов «КАРИ» можно сделать вывод, что максимальное значение имеют компоненты, отражающие финансовые возможности компании и эффективность использования материально-технической базы. Минимальное участие при формировании интегрального индекса «КАРИ» принимают показатели, характеризующие конкурентоспособность товара и эффективность работы персонала. Исходя из полученных выводов, необходимо осуществлять корректировку управленческих решений. Для повышения эффективности трудовой деятельности следует уделить внимание созданию комфортных рабочих мест, автоматизации торговых процессов, внедрять прогрессивную мотивацию для специалистов и работников, проводить обучающие мероприятия, способствующие повышению уровня квалификации сотрудников. Качество торгового обслуживания напрямую связано с производительностью труда и заработной платой, поэтому необходимо усовершенствовать механизмы кадрового менеджмента, чтобы увеличить вклад компонента эффективности деятельности персонала в повышение конкурентоспособности компании. Для укрепления конкурентоспособности реализуемой продукции, необходимо увеличить долю новых товаров, адаптировать коллекции к меняющимся предпочтениям покупателей, проводить клиентоориентированную ценовую и ассортиментную политику [4].

Таблица 2.
Интегральные показатели конкурентоспособности ГК «Обувь России»
и «КАРИ»

Индекс конкурентоспособности	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
ГК «Обувь России»	0,493	0,547	0,627	0,822
«КАРИ»	0,521	0,580	0,708	0,818

Источник: расчеты автора.

Таким образом, применение данного подхода позволяет своевременно выявить слабые звенья в функционировании компании и целенаправленно регулировать показатели, обеспечивая их наиболее рациональные значения.

Анализ интегрального показателя конкурентоспособности ГК «Обувь России» и «КАРИ» демонстрирует положительную динамику на протяжении всего исследуемого периода. При этом индекс конкурентоспособности ГК «Обувь России» вырос в течение 2012 – 2015 гг. в 1,7 раза, а компания «КАРИ» увеличила свой показатель в 1,6 раза.

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод, что обеспечение устойчивого положения на рынке возможно за счет аккумуляирования задачи развития конкурентоспособности по всем направлениям деятельности. Объективная оценка отдельных компонентов в расчетной модели (1) и анализируя индекс конкурентоспособности, можно с уверенностью заявлять об относительной значимости коэффициентов, составляющих конкурентоспособность, в успешности компании на рынке, что позволяет руководителю принимать стратегические решения для корректировки необходимых направлений работы в соответствии с их весомостью.

Литература.

1. Максимов И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг № 3 -1996.- С. 33—39.

2. Ключевые факторы успеха - научный инструмент успешности компаний, руководителей и предпринимателей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://uspeh-success.ru/Mvuchewie-faktorvi-uspeha-nauchnyiv-instmmment-uspeshnosti-kompaniy-mkovoditeley-i-predprinimateley/> (дата обращения 17.07.2016).

3. Севостьянова О.Г., Попова Н.А. Актуальные проблемы оценки конкурентоспособности бренда // Мир экономики и управления №1 том 16 – Новосибирск: Изд-во НГУ, 2016.- С.116-125.

4. Страдымова О.Г., Попова Н.А. Инновационная составляющая конкурентоспособности торгового предприятия в условиях глобализации // Исследования молодых ученых: экономическая теория, социология, отраслевая и региональная экономика : сборник статей / под ред. О.В. Тарасовой, А.А. Горюшкина ; Мин. обр. и науки РФ, НГУ, ИЭОПП СО РАН. - Новосибирск : Изд-во НГУ, 2014. - С. 138-148.

5. Официальный сайт компании «Обувь России» – URL: <http://obuvrus.ru/> (дата обращения 20.08.2016).