

М. В. Хайруллина

Сибирский университет потребительской кооперации
пр. К. Маркса, 26, г. Новосибирск, 630087
E-mail: diskont@sibupk.nsk.su; aidarrich@online.nsk.su

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ИНТЕГРИРОВАННОЙ ТОРГОВОЙ СТРУКТУРЫ

Постановка проблемы

Одним из этапов управления социально-экономическим объектом в рыночных условиях хозяйствования является анализ конкурентоспособности. Конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегии – важные составляющие в деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. В российской науке и практике данные понятия появились сравнительно недавно. Однако проблемы, связанные с их изучением и практическим использованием, широко обсуждаются в отечественной научной литературе.

Глобализация и усиление конкуренции на товарных рынках обусловили актуальность интеграционных процессов. При общей ориентации на потребителя, важно эффективно использовать возможности товародвижения, находя интеграционные связи между сферой производства и обращения. Различные аспекты взаимодействия самостоятельных предприятий достаточно подробно изложены в работах О. Уильямсона и других сторонников институционального подхода. Возникает проблема: как оценить конкурентоспособность предприятий с учетом их функционального взаимодействия в пределах интегрированной структуры? Широко распространенные методы на основе матриц БКГ, МакКинси, Shell, кроме известных недостатков, ориентированы на отдельные предприятия, находящиеся вне интеграционных процессов. В то же время, интеграция, как показывает опыт, эффективна, и ее целесообразность должна найти экономическое обоснование. Необходимо так модифицировать известные методы анализа конкурентоспособности, чтобы появилась возможность оценки конкурентоспособности как интегрированной структуры в целом, так и входящих в нее отдельных организаций, по совокупности показателей, описывающих различные стороны финансово-хозяйственной деятельности. По мнению автора, на основе качественного анализа конкурентных преимуществ и статистических методов, данную проблему может решить многомерный анализ, предусматривающий шкалирование и определение степени приближения организации к максимально возможному для определенного массива значению уровня конкурентоспособности.

Решение проблемы

Прежде чем перейти непосредственно к формированию методики оценки конкурентоспособности предприятия, остановимся на некоторых теоретических положениях, касающихся основных понятий рассматриваемой проблемы, общеизвестных подходов к ее решению.

Исследование различных аспектов конкурентоспособности позволило автору заключить: *конкурентоспособность организации (предприятия) - ее способность*

выступать на рынке, формируя и используя конкурентные отличия, создающие преимущества по сравнению с конкурирующими субъектами. Конкурентные отличия - это то, что выделяет организацию на фоне однотипных хозяйствующих субъектов. Другими словами, это факторы конкурентоспособности. Исследованию данной темы посвящены научные труды многих зарубежных и отечественных авторов (напр. [2], [12], [13], [14], [18], [19], [21] и др.), а также материалы периодической печати (напр. [7], [10], [15], [16], [17] и др.). В них рассматриваются подходы к определению понятия «конкурентоспособность», методам ее оценки, формированию стратегии конкуренции на основе конкурентных преимуществ. Большинство авторов отмечает, что в современных условиях базовыми из них являются: низкая издержкостоемость, степень дифференциации продукции, диверсификация деятельности, интеграция – как межотраслевая внутри системы социально-экономических объектов, так и внешняя, предполагающая союз с другими субъектами рынка. В данной статье более подробно автор остановился на изучении фактора интеграции, предполагающей слияние отраслей или предприятий в единый финансово-хозяйственный комплекс.

Развитие предприятий, их взаимодействие и конкуренция в рыночной экономике объективно ведут к необходимости объединения отдельных предприятий. В то же время, как правило, предприятия не идут на полное слияние, а создают механизм взаимодействия, позволяющий им сохранить самостоятельность при одновременном сотрудничестве с другими предприятиями. До сих пор не существует общепринятого термина для обозначения подобных объединений. В литературе используются понятия: «интегрированная корпоративная структура» [3], «связанно-диверсифицированная система» [6], «интергломерат» [9], «интегрированная бизнес-группа» [1]. Большинство исследователей склонны считать, что *под интегрированной структурой понимается совокупность предприятий и организаций, сохраняющих статус отдельных хозяйствующих субъектов, но объединенных целями, функциями, обязательствами, при наличии единого координационного центра.*

Проблемы создания интегрированных структур в целях реализации стратегии синергизма и на этой основе конкурентных преимуществ получили достаточное освещение в работах Ансоффа И. [1], Клиланда Д. и Кинга У., Марковой В. Д. [13], других авторов. «Наличие эффекта синергизма (переход количества в качество – Авт.) и умение управлять этим эффектом создает специфическое конкурентное преимущество, которое реализуется на уровне предприятия в целом и которое в конечном счете проявляется на разных товарных рынках в снижении уровня издержек либо в приобретении продукцией уникальных свойств... Значение стратегии синергизма заключается в том, что она помогает получить

более высокую рентабельность производства при взаимосвязи бизнес-единиц, чем в ситуации, когда они управляются раздельно» [13, С. 144].

В качестве примера считаем целесообразным привести потребительскую кооперацию России, в системе которой интеграция и диверсификация проявляются через наличие и взаимосвязь таких отраслей деятельности как: производство (в том числе развитие малых производств), торговля (оптовая и розничная), закупка сельскохозяйственной продукции и сырья, общественное питание, строительство, народные промыслы, страховое и банковское дело, подсобные хозяйства, услуги населению. Потребительская кооперация имеет свою образовательную систему, представленную колледжами и университетами (Московский, Белгородский, Сибирский), печатные издания (рис. 1).

На рисунке между темными квадратами обозначены связи внутри системы потребительской кооперации, между белыми - вне нее. Совместное использование ресурсов, рыночной инфраструктуры (совместный сбыт), синергия управления и планирования создают предпосылки для повышения эффективности деятельности системы и упрочения конкурентных позиций.

Задачи и масштабы исследования конкурентоспособности интегрированных структур зависят от их размера, количества отраслей, специфики связей между ними. В рамках данного исследования автор рассматривает торговую деятельность как область сферы услуг, развивающуюся в современной экономике наибольшими темпами. В процессе бурного экстенсивного развития торговли возрастает понимание важности источников качественного роста, одним из которых является интеграция с производственными, сельскохозяйственными и перерабатывающими предприятиями, другими торговыми структурами, кредитными учреждениями и т. д. В этом случае видна реальная связь между производством и потреблением, появляются новые возможности для изучения спроса и воздействия на него.

Все большее распространение в сфере торговли получают структуры, объединяющие оптовые и розничные предприятия. Это особенно актуально для Сибирского региона и его территорий, требующих северного завоза товаров. В целях настоящего исследования *под интегрированной торговой структурой автор понимает группу (объединение) взаимосвязанных организаций оптовой и розничной торговли как отдельных хозяйствующих субъектов, взаимодополняющих друг друга, действующих в целях удовлетворения спроса на товары и услуги и получения экономического эффекта на основе взаимовыгодного сотрудничества, с единым координационным центром.*



Рис 1. Интегрированная структура потребительской кооперации

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

На рис. 2 представлены возможные каналы товародвижения. В случае использования канала товародвижения, предусматривающего цепочку «производитель - оптовая организация – розничная торговая организация – конечный потребитель (население)» наиболее полно реализуются основные функции оптовой торговли:

- обеспечение подготовленным торговым персоналом;
- формирование необходимого ассортимента и сокращение затрат розничного звена по заключению сделок;
- поставка партиями любых размеров и экономия издержек поставок;
- создание материальной базы для хранения и поставки товаров;
- предоставление финансовой помощи поставщикам (производя предоплату) и покупателям (предоставляя отсрочку оплаты);
- решение проблемы возврата товаров или предоставление скидок на качество;
- возложение на себя риска, связанного с хищениями и повреждениями товарной массы.

Выполнение этих функций в полном объеме способствует росту эффективности деятельности розничной торговли, реализации конкурентных преимуществ входящих в структуру организаций. Конкурентные преимущества, обусловленные интеграцией, в том числе в сфере услуг, нашли отражение в работах зарубежных и российских ученых [12, 13, 18, 19 и др.]. Развивая данные положения, конкретизируем основные из них применительно к российским оптовым и розничным предприятиям (табл. 1). В таблице конкурентные преимущества расположены по степени убывания их важности. Подобный рейтинг стал возможен в результате научного обобщения, опыта работы с руководителями и специалистами торговых предприятий (всего – 65 человек).

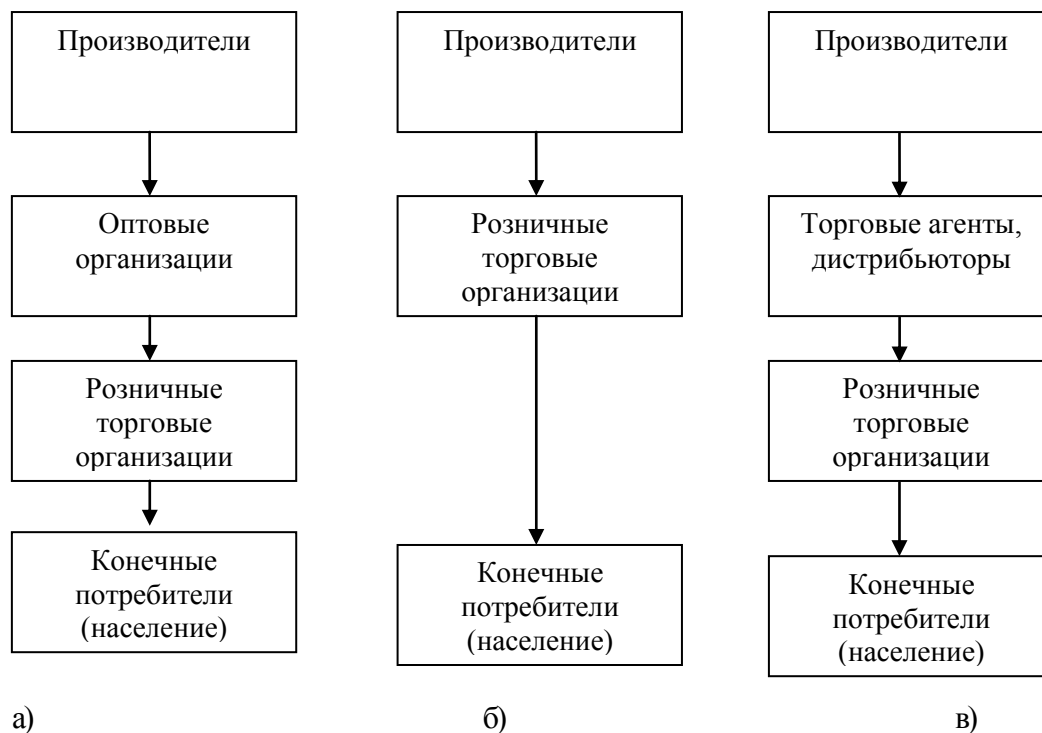


Рис. 2. Возможные каналы товародвижения

Таблица 1

**Конкурентные преимущества
интегрированной торговой структуры
(результаты анкетирования)**

Конкурентное преимущество	Для оптовой торговли	Рей-тинг	Для розничной торговли	Рей-тинг
Снижение стоимости сделок и уровня затрат	+	37	+	35
Ускорение оборачиваемости товаров и высвобождение оборотных средств	+	28	+	23
Возможность снижения цен			+	18
Сокращение товарных запасов и расходов по их хранению	+	15	+	15
Снижение риска потерь и гарантия качества			+	7
Гарантированный сбыт				
Организация совместного маркетинга, снижение затрат времени на изучение спроса	+	10		
	+	10	+	1
Широта ассортимента			+	1
ИТОГО		100		100

Конкурентоспособность организации - экономическая категория, которая требует количественного выражения.

Для интегрированной торговой структуры методика оценки уровня конкурентоспособности должна удовлетворять следующим необходимым, на наш взгляд, условиям:

- минимум условностей, допущений и субъективизма в оценке значимости показателей;
- учет различных сторон финансово-хозяйственной деятельности организации (комплексность оценки);
- взаимосвязь результатов оптовой и розничной торговли как участников интегрированной структуры, нацеленных на повышение эффективности совместной деятельности.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В процессе исследования автором найдено несколько методических подходов к оценке конкурентных позиций организации, включая матрицу Бостонской Консультационной Группы и ее модификацию, матрицу направленной политики (Британско-Голландской организации Shell), методику, основанную на принципах SWOT – анализа. Есть попытки их применения в отечественной практике [5, 10, 13, 14, 20 и др.]. Но результаты данных исследований не отвечают поставленным условиям, а самое главное – не показывают эффект от взаимодействия в рамках интегрированной структуры. Кроме того, основные недостатки матрицы БКГ заключаются в следующем:

1. Матрица не предназначена для выявления критериев успеха или конкурентной позиции организации.
2. Любая попытка построения модели матрицы БКГ предполагает умелый выбор упрощений, которые являются слишком существенными и грубыми.
3. Матрица предполагает в качестве объекта исследования либо крупную многоцентровую организацию, либо знание конкурентных отличий других хозяйствующих субъектов. Это делает ее практически неработающей для большинства организаций в современных условиях.

Ориентация матрицы направленной политики (Shell) на рынок олигополии делает невозможным использование этого метода для большинства организаций, особенно функционирующих в сфере товарного обращения.

Основной недостаток метода SWOT-анализа заключается в сложности поиска информации об организациях-конкурентах и произвольности весовых значений множества различных признаков деятельности.

Заслуживает внимания методический подход, основанный на теории эффективной конкуренции [8]. Он дает представление о конкурентоспособности организации, охватывая наиболее важные аспекты ее хозяйственной деятельности. Согласно этому методу, наиболее конкурентоспособны те хозяйствующие субъекты, в которых наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность их деятельности влияет множество факторов – ресурсов. Оценка эффективности работы каждого подразделения предполагает оценку эффективности использования ими этих ресурсов. Метод построен на анализе четырех групп показателей конкурентоспособности производственного предприятия. Однако он также не показывает – какой вклад в повышение конкурентоспособности вносят функциональные связи в рамках интегрированной структуры.

Для решения обозначенной проблемы целесообразно рассмотреть возможность построения экономико-математической модели. Предлагается микроэкономическая

дезагрегированная модель, использующая показатели различных сторон деятельности экономического объекта. При этом решается задача определения уровня развития (потенциала) объекта, оцененного по комплексу показателей, построения шкалы для измерения потенциала объекта. Подробное описание принципов построения модели потенциала отражено в работах ее автора – Шаланова Н. В. [23]. Потенциал динамического объекта есть количественная мера уровня развития, оцененная по совокупности показателей, описывающих его. Потенциал можно измерить при помощи другого объекта, который называется «эталонным». В математике функция, позволяющая вычислить значение потенциала, называется потенциальной функцией, или потенциалом.

Не акцентируя внимание на деталях математических зависимостей (так как ставится цель *адаптации и использования готовой функции*), для оценки уровня конкурентоспособности используем следующую формулу:

где y_i – уровень конкурентоспособности в определенный момент времени;

$$A(t_i) = \frac{y_i}{y^*} \times 100$$

y^* - эталонный (наивысший) уровень конкурентоспособности.

При определении уровня конкурентоспособности объект исследования описывается системой показателей x_1, x_2, \dots, x_n в динамике за период $[t_1, t_n]$.

Таким образом, методика расчета предусматривает определение эталонных значений показателей и сравнение фактически сложившихся значений с эталонными. Эталонное состояние объекта будет соответствовать уровню развития, равному 100. Эталонные значения показателей определяются экспертным путем.

Как следует из формулы, значение потенциала конкурентоспособности определяется соотношением уровня развития объекта в момент времени t_i и эталонным значением уровня развития. В нашем случае соотношение характеризует степень приближения уровня конкурентоспособности к идеальному (наивысшему) значению, по совокупности выбранных показателей.

Так как для характеристики конкурентоспособности используется несколько показателей, то уровень развития (и в момент времени t_i , и эталонный) определяется суммированием их значений, выраженных потенциальной функцией. То есть, прежде чем по формуле определить потенциал конкурентоспособности, необходимо рассчитать y_i и y^* .

$$y_i = a_1 \frac{x_{i1}}{\sigma_{x1}} + a_2 \frac{x_{i2}}{\sigma_{x2}} + \dots + a_n \frac{x_{in}}{\sigma_{xn}}$$

где x_{i1} – фактическое значение показателя x_1 в момент времени t_i ;

σ_{x1} – среднеквадратическое отклонение значения показателя x_1 ;

a_1 – значимость оцениваемых показателей.

Формула для определения a_1 имеет вид:

$$a_1 = \frac{\tilde{x}_1^*}{\sqrt{(\tilde{x}_1^*)^2 + (\tilde{x}_2^*)^2 + (\tilde{x}_3^*)^2}}$$

где: $x_{1,2,3}^*$ - стандартизованная величина эталонного значения показателей.

Аналогичным образом рассчитывается значение a_2 :

$$a_2 = \frac{\tilde{x}_2^*}{\sqrt{(\tilde{x}_1^*)^2 + (\tilde{x}_2^*)^2 + (\tilde{x}_3^*)^2}}$$

и т. д.

В свою очередь, x^* определяется следующим образом:

$$\tilde{x}_1^* = \frac{x_1^*}{\sigma_1};$$

и т.д.

$$\tilde{x}_2^* = \frac{x_2^*}{\sigma_2}$$

y^* рассчитывается аналогично, только в качестве x_{i1}, x_{i2}, x_{in} берутся эталонные значения показателей:

В результате формула потенциала конкурентоспособности приобретает вид:

$$A(t_i) = \frac{a_1 \frac{x_{i1}}{\sigma_{x1}} + a_2 \frac{x_{i2}}{\sigma_{x2}} + \dots + a_n \frac{x_{in}}{\sigma_{xn}}}{a_1 \frac{x_1^*}{\sigma_{x1}} + a_2 \frac{x_2^*}{\sigma_{x2}} + \dots + a_n \frac{x_n^*}{\sigma_{xn}}} \times 100.$$

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Определение потенциала конкурентоспособности за несколько периодов времени t (например, за ряд лет) позволяет выявить тенденцию изменения уровня конкурентоспособности организации на рынке (по выбранным для этого показателям).

В отличие от других рассмотренных методов, использование модели потенциала отвечает необходимым критериям:

- минимум допущений; допущения присутствуют только в определении эталонных значений показателей;
- возможность использования в расчетах различных показателей позволяет учесть все стороны финансово-хозяйственной деятельности организации;
- показатели строятся на отчетных данных организации, а, следовательно, обладают максимальной достоверностью;
- возможность учесть функциональную зависимость оптовой и розничной торговли в рамках интегрированной структуры.

В результате определяется потенциал конкурентоспособности организации - количественная мера уровня конкурентоспособности, оцененная по совокупности описывающих ее независимых показателей. Другими словами, рассчитанный по данной методике потенциал является интегральной оценкой уровня конкурентоспособности в данный момент времени.

Предлагаемое нами шкалирование ранее не применялось в практике оценки конкурентоспособности организации. Определим показатели, которые можно использовать в модели потенциала конкурентоспособности.

Основным конкурентными преимуществами торговли в процессе интеграции, как показывают результаты исследования (табл. 1), являются снижение стоимости сделок и уровня затрат и ускорение оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы. В конечном итоге это влияет на все качественные показатели деятельности. Размер конкурентных преимуществ розничной торговли зависит от степени взаимодействия с оптовым звеном. Эту степень можно выразить таким показателем как звенность товародвижения (доля товаров, поступивших от оптовых организаций системы, в розничном товарообороте). В общем случае, чем выше эта доля, тем в большей степени реализуются конкурентные преимущества.

В результате для модели потенциала конкурентоспособности торговой организации – участника интегрированной структуры – можно предложить следующие показатели:

- X_1 – доля оптового товарооборота в розничном, %;
- X_2 – скорость оборота товарных запасов, раз;
- X_3 – уровень переменных издержек обращения, %.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Для оценки потенциала конкурентоспособности *интегрированной структуры в целом* (оптовой и розничной торговли, взаимодействующих друг с другом) целесообразно использовать следующие показатели:

X_1 – уровень переменных издержек обращения розничной торговли, %;

X_2 – скорость оборота товарных запасов в оптовой торговле, раз;

X_3 – доля оптового товарооборота в розничном, %.

В результате расчетов получаем значение потенциала конкурентоспособности интегрированной структуры, характеризующее степень ее приближения к эталонному состоянию. Эталонные значения показателей определялись экспертным путем, как и в случае балльной оценки значимости конкурентных преимуществ. Экспертами определялось их максимальное отраслевое значение.

Апробация предложенной модели потенциала конкурентоспособности проводилась на материалах 17 предприятий розничной торговли Тюменской области, входящих в состав областного северного союза потребительских обществ и взаимодействующих с оптовым предприятием данной системы. Выборка является репрезентативной, так как в нее включено более 50% генеральной совокупности предприятий системы облсеверпотребсоюза.

Результаты статистического анализа показывают правомерность исследования выбранной совокупности розничных торговых предприятий (табл. 2).

Таблица 2 Вариация признаков исследуемой совокупности предприятий розничной торговли

Предприятие розничной торговли	Уровень издержек обращения, %			Доля оптового товарооборота в розничном, %		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
№ 1	43,81	32,76	43,72	7,5	13,5	9
№ 2	45,96	33,11	42,26	7,8	12,1	10,5
№ 3	45,21	32,9	35,87	7,2	11,1	10,1
№ 4	43,59	32,6	39,9	6,2	13,2	10,7
№ 5	43,59	31,76	34,3	5,9	9,2	8,9
№ 6	41,81	30,6	37,26	7,5	11,9	10,7
№ 7	39,07	30,5	34,03	7,5	13,6	10,9
№ 8	39,95	30,85	35,37	6,4	12,6	9,5
№ 9	36,68	28,52	33,13	7,5	12,8	9,3
№ 10	34,73	28,03	32,3	5,9	11,8	8,7
№ 11	37,4	26,51	32,6	7	13,9	8,7
№ 12	38,72	30,5	35,3	6,4	13,8	10,4
Прочие	38,04	27,52	36,15	6,5	12,5	8,5
Среднее значение	40,7	30,5	36,3	6,9	12,5	9,7
Среднее квадратическое отклонение, %	3,4	2,1	3,5	0,6	1,2	0,9
Коэффициент вариации, %	8,4	7,0	9,5	9,5	10,0	8,8

Уровень издержек обращения розничных торговых предприятий в анализируемом периоде отклоняется от среднего значения в среднем на 2,1 – 3,5%, в относительном

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

выражении – в пределах 7 – 9,5%. То есть средняя величина уровня издержек обращения розничной торговли, введенная в модель потенциала конкурентоспособности, надежная, типичная для выбранной совокупности. Такой же вывод можно сделать в отношении показателя доли оптового товарооборота в розничном. Абсолютная мера колеблемости (не более 1,2%) и коэффициент вариации (в пределах 10%) обеспечивают достоверность результатов исследования.

Значения потенциала конкурентоспособности, полученные в результате использования предлагаемой модели, представлены в таблице 3. Информация для расчетов, включая эталонные значения X^* , содержится в приложении.

Таблица 3 Потенциал конкурентоспособности интегрированной торговой структуры

Показатели	Годы		
	1998	1999	2000
1. Потенциал конкурентоспособности оптовой торговли	62,6	69,4	77,4
2. Потенциал конкурентоспособности розничной торговли	53,7	77,1	72,9
3. Потенциал конкурентоспособности интегрированной торговой структуры	58,8	78,8	79,8

Взаимодействие в рамках интегрированной структуры увеличивает долю оптового товарооборота в розничном, способствует ускорению оборачиваемости товаров, что обеспечивает рост потенциала конкурентоспособности оптовой торговли на протяжении анализируемого периода.

Анализ уровня конкурентоспособности показал достаточно высокое его значение и в розничной торговле. Скорость оборота товарных запасов в результате взаимодействия стабильно возрастает (2,85; 3,61; 3,8 раза соответственно по анализируемым годам). С ростом доли оптового товарооборота в розничном в 2 раза и снижением издержкостности на 11%, потенциал конкурентоспособности розничной торговли в 1999 г. существенно вырос. Его снижение в 2000 г. обусловлено уменьшением доли оптового товарооборота в розничном и ростом издержкостности. Это доказывает экономическую целесообразность взаимодействия розничной торговли с оптовой в рамках интегрированной структуры. В результате повышается потенциал конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и структуры в целом. Можно видеть существенный рост его значения, что

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

свидетельствует об упрочении конкурентных позиций предприятий на потребительском рынке.

Проведенный анализ позволил автору выделить основные организационные мероприятия, способствующие росту потенциала конкурентоспособности. Они представлены в виде матрицы на рис. 3.

Представленные мероприятия взаимно обусловлены и предполагают комплексную их реализацию на практике.

Предлагаемая методика, как любая другая, содержит ограничение: для повышения обоснованности оценки предусматривается использование максимального количества показателей, требующих дополнительного обоснования их эталонных значений на основе многократных расчетов.

Показатели

	Скорость оборота товарных запасов	Текущая ликвидность	Рентабельность продаж	Уровень издержек обращения
Организационные мероприятия	Формирование рациональной асертиментной политики. Качество торгового обслуживания	Контроль за соответствием кредиторской и дебиторской задолженности по срокам и суммам	Разработка эффективной ценовой политики	Введение «режима экономии затрат»
	Компьютеризация учета и анализа	Планирование движения денежных средств, разработка платежного календаря	Наращивание объема реализации товаров и снижение уровня издержек	Предварительный расчет эффективности коммерческих сделок
	Установление конкурентоспособных цен	Выбор поставщиков и выгодных форм оплаты (например, с отсрочкой платежа)	Ускорение оборачиваемости товарных запасов	Снижение доли постоянных затрат посредством систематического их анализа и контроля

Рис. 3. Матрица показателей модели потенциала конкурентоспособности и основных организационных мероприятий по их нормализации

Тем не менее, данная модель адаптивная, может быть модифицирована в соответствии с конкретными задачами и спецификой исследуемого объекта, в том числе для производственных предприятий. В данном исследовании значение показателей

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

обусловлены региональными особенностями функционирования оптовых и розничных организаций Тюменской области. Однако это не должно подвергать сомнению универсальность предлагаемой методики.

Резюме.

Возможно, некоторые результаты проведенного исследования дискуссионны. Автор не претендует на законченность исследования в данной области и полноту охвата рассмотренных методов оценки конкурентоспособности организации. Им лишь дополнена существующая система методов (рис. 4).

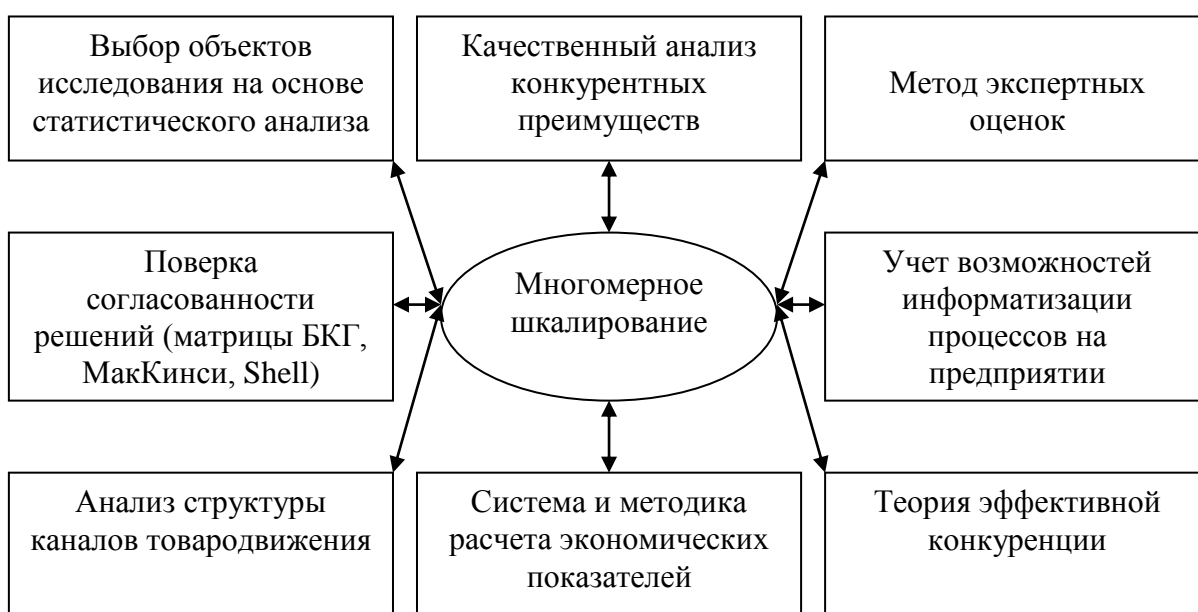


Рис. 4. Многомерное шкалирование в системе методов и условий оценки конкурентоспособности организации

Автором впервые адаптирована модель потенциала многомерного динамического объекта к оценке конкурентоспособности интегрированной организации. Это позволяет решить проблему балльной оценки (ранжирования) отдельных сторон деятельности организации и конкурентных преимуществ, выбора экономических показателей и объектов исследования, практического применения многомерного шкалирования.

Список литературы:

1. Авдашева С., Дементьев В. Акционерные и неимущественные механизмы интеграции в российских бизнес-группах // Российский экономический журнал. – 2000. – № 1. – С. 14.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Винслав Ю., Дементьев В., Мелентьев А., Якутин Ю. Развитие интегрированных корпоративных структур в России // Российский экономический журнал. – 1998. – № 11-12. – С. 28.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

4. Гордон М.П., Карнаухов С.Б. Логистика товародвижения. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 163 с.
5. Еферин В.П., Мотин В.В. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях. Учеб. пособие. – Домодедово: РИПК работников МВД России, 1993. – 93 с.
6. Забелин П. В. Основы корпоративного управления концернами. – М.: ПРИОР, 1998. – С. 3.
7. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. – 1995. – № 12.
8. Конкуренция и антимонопольное регулирование / С.Б. Авдашева, В.А. Аронин, И.К. Ахполов и др.; Под ред. А.Г. Цыганова. – М.: Логос, 1999. – 367 с.
9. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации: Учеб. пособие. – М.: Русская деловая литература, 1999. – С. 179-187.
10. Лифиц И. М., Ковылина О. Н. Методология оценки конкурентоспособности услуг торговли // Маркетинг. – 1997. – № 3.
11. Мануйлов А. В. Конкурентоспособность и стратегия конкуренции торговли потребительской кооперации (на примере Тюменского Севера): Монография. – Новосибирск: СибУПК, 2002. – 128 с.
12. Маркова В. Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 127 с.
13. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. – 287 с.
14. Мисаков В. С. Теория и практика анализа конкурентоспособности фирмы. – Нальчик: Эль-Фа, 1996. – 216 с.
15. Нестерович Н., Тимонов А. Посреднические структуры: конкуренция и естественный отбор // РИСК. – 1996. – № 10-12.
16. Петров В. Конкурентоспособность // Риск. – 1999.- №4.
17. Плоский В. Снижение издержек – фактор конкурентоспособности // Экономист. – 1996. - №4.
18. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. – Спб и др.: «Вильямс», 2000. – 495 с.
19. Портер М.Э. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Пер. с англ. Квасюка И. В. и др. - М.: Международные отношения, 1993. – 395 с.
20. Рыбальченко И. А. Способ модификации матрицы «Бостн консалтинг групп» в условиях дефицита маркетинговой информации // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1998. – №2.
21. Салий В. В. Практический маркетинг. – Новосибирск: СибУПК, 1997. – 165 с.
22. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношен.» контракция / Пер. с англ. Благова Ю. Е. и др. – СПб: Лениздат, 1996. – 702 с.
23. Шаланов Н.В. Экономико-математические методы в торговле. – Новосибирск: СибУПК, 1998. – 116 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 1 Исходные данные для расчета потенциала конкурентоспособности розничной торговли

Годы	Доля оптового товарооборота в розничном, % X_1	Скорость оборота товарных запасов, раз X_2	Уровень издержек обращения (условный), % ¹ X_3
1998	6,9	2,85	9,29
1999	12,5	3,61	19,56
2000	9,7	3,8	13,71
	$\sigma_1=2,28619$ $X^*_1=15$	$\sigma_2=0,41045$ $X^*_2=5$	$\sigma_3=4,20624$ $X^*_3=20$

¹Для одинаковой направленности показателей (к росту) в расчеты принят условный показатель уровня издержек обращения. Он определен как отклонение фактического уровня издержек обращения от условной величины - 50. Например, условный уровень издержек обращения в 1998 году составит: $50-40,71 = 9,29\%$.

МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Таблица 2 Исходные данные для расчета потенциала конкурентоспособности оптовой торговли

Годы	Доля оптового товарооборота в розничном, % X_1	Скорость оборота товарных запасов, раз X_2	Уровень издержек обращения (условный), % X_3
1998	6,9	8,5	1,5
1999	12,5	9,6	0,6
2000	9,7	11,31	1,1
	$\sigma_1=2,28619$ $X^*_1=15$	$\sigma_2=1,15615$ $X^*_2=13$	$\sigma_3=0,36818$ $X^*_3=2$

Таблица 3

Исходные данные для расчета потенциала конкурентоспособности интегрированной торговой структуры

Годы	Доля оптового товарооборота в розничном, % X_1	Скорость оборота товарных запасов, раз X_2	Уровень издержек обращения (условный), % X_3
1998	6,9	8,5	9,29
1999	12,5	9,6	19,56
2000	9,7	11,31	13,71
	$\sigma_1=2,28619$ $X^*_1=15$	$\sigma_2=1,15615$ $X^*_2=13$	$\sigma_3=4,20624$ $X^*_3=20$