

EDN: VURYNK
УДК 339.37

FACTORS OF ORGANIZATION COMPETITIVENESS IN THE RETAIL SERVICES MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Natalya A. Pinyasova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Received 15.12.2025, approved after reviewing 24.12.2025, accepted 25.12.2025

Abstract. In today's rapidly evolving information technology landscape, enterprise competitiveness is a dynamic process that continually changes under the influence of various external and internal factors. This study examines factors influencing the competitiveness of retail service providers in the context of digital transformation. The purpose of this article is to systematize and classify the key determinants affecting the competitiveness of retail organizations from a digital perspective. A company's level of digital maturity is reflected in the active use of online sales tools, mobile applications, automation and analytics systems, and the ability to quickly adapt to changing technologies and customer behavior. According to the author, the sustainable competitiveness of organizations in the retail services market in the context of digital transformation directly depends on the ability of enterprises to integrate new digital competencies and quickly respond to the emergence of modern technological innovations.

Keywords: external environmental factors, internal environmental factors, competitiveness, service market, retail, digital transformation, digital technologies, digital transformation factors.

Citation: Pinyasova, N. A. (2025). Factors of organization competitiveness in the retail services market in the context of digital transformation. In: Trade, service, food industry. Vol. 5(4). Pp. 371–381. EDN: VURYNK



ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Наталья Александровна Пинясова*

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

Аннотация. В современном мире информационных технологий конкурентоспособность предприятия представляет собой динамический процесс, который непрерывно изменяется под воздействием различных внешних и внутренних факторов. Предметом данного исследования выступают факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий сферы услуг розничной торговли в условиях цифровой трансформации. Сделана попытка систематизировать и классифицировать основные детерминанты, формирующие конкурентоспособность розничных организаций, с позиции цифровизации. Уровень цифровой зрелости предприятия выражается в активном использовании онлайн-инструментов продаж, мобильных приложений, систем автоматизации и аналитики и в способности быстро адаптироваться к меняющимся технологиям и поведению покупателей. По мнению

автора, устойчивая конкурентоспособность организаций на рынке услуг розничной торговли в условиях цифровой трансформации напрямую зависит от способности предприятий интегрировать новые цифровые компетенции и быстро реагировать на появление современных технологических инноваций.

Ключевые слова: факторы внешней среды, факторы внутренней среды, конкурентоспособность, рынок услуг, розничная торговля, цифровая трансформация, цифровые технологии, факторы цифровой трансформации.

Цитирование: Пинясова, Н. А. Факторы конкурентоспособности организации на рынке услуг розничной торговли в условиях цифровой трансформации / Н. А. Пинясова // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2025. – № 5(4). – С. 371–381. – EDN: VURYNK



Введение / Introduction. В условиях перехода России к цифровой экономике организации розничной торговли вынуждены пересматривать способы ведения бизнеса, вследствие чего изменяются и виды конкурентной борьбы. Электронная торговля как важный элемент данной трансформации подразумевает автоматизацию операционных процессов и применение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Следовательно, при анализе конкурентных позиций предприятия необходимо не просто выявить сильные и слабые стороны, но и провести исследование факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятий розничной торговли в условиях цифровой трансформации. К ним относят не только традиционные элементы (цену, ассортимент, локацию), но и новые цифровые: качество онлайн-взаимодействия, скорость и удобство доставки, персонализацию сервиса, эффективность использования данных и уровень технологической оснащенности.

Материалы и методы / Materials and methods. Основой данного исследования послужили результаты контент-анализа научной литературы, посвященной вопросам цифровой трансформации бизнеса, теории конкуренции, маркетинговых стратегий и других источников. Особое внимание уделено анализу актуальных тенденций цифрового преобразования, влиянию информационно-коммуникационных технологий на формирование новых моделей взаимодействия между розничными предприятиями и потребителями. Систематизированы и выделены ключевые элементы, представлена классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий розничной торговли в условиях цифровой экономики.

Полученные результаты и их обсуждение / Results and Discussion. Факторы конкурентоспособности организаций достаточно широко рассмотрены следующими авторами: А. В. Борщевой, С. В. Ильченко [1], А. В. Волошиным [2], О. С. Веремеенко [3], В. В. Камневой, Д. А. Боевой [4], Е. А. Ковальковой [5], М. В. Крыловой [6], Э. А. Круг [7], А. С. Лазутиной и Е. П. Гармашовой [8], Р. А. Никулиным [9], Я. С. Петрулевичем, Е. А. Петрулевич [10], О. В. Ямовой, В. В. Ефремовой [11]. Публикации свидетельствуют о значительной степени изученности данной проблемы, однако подход в контексте современных технологий позволяет нам предложить изменения и дополнить классификацию новыми факторами формирования конкурентоспособности организаций на рынке услуг розничной торговли в условиях цифровой трансформации.

Конкурентоспособность в условиях цифровизации – это не статичная величина, а динамичный процесс, который постоянно подвержен изменениям под воздействием внешних и внутренних факторов. Авторами статьи была осуществлена комплексная оценка факторов, определяющих конкурентоспособность розничных предприятий в условиях цифровизации с акцентом на масштаб влияния (рис. 1).

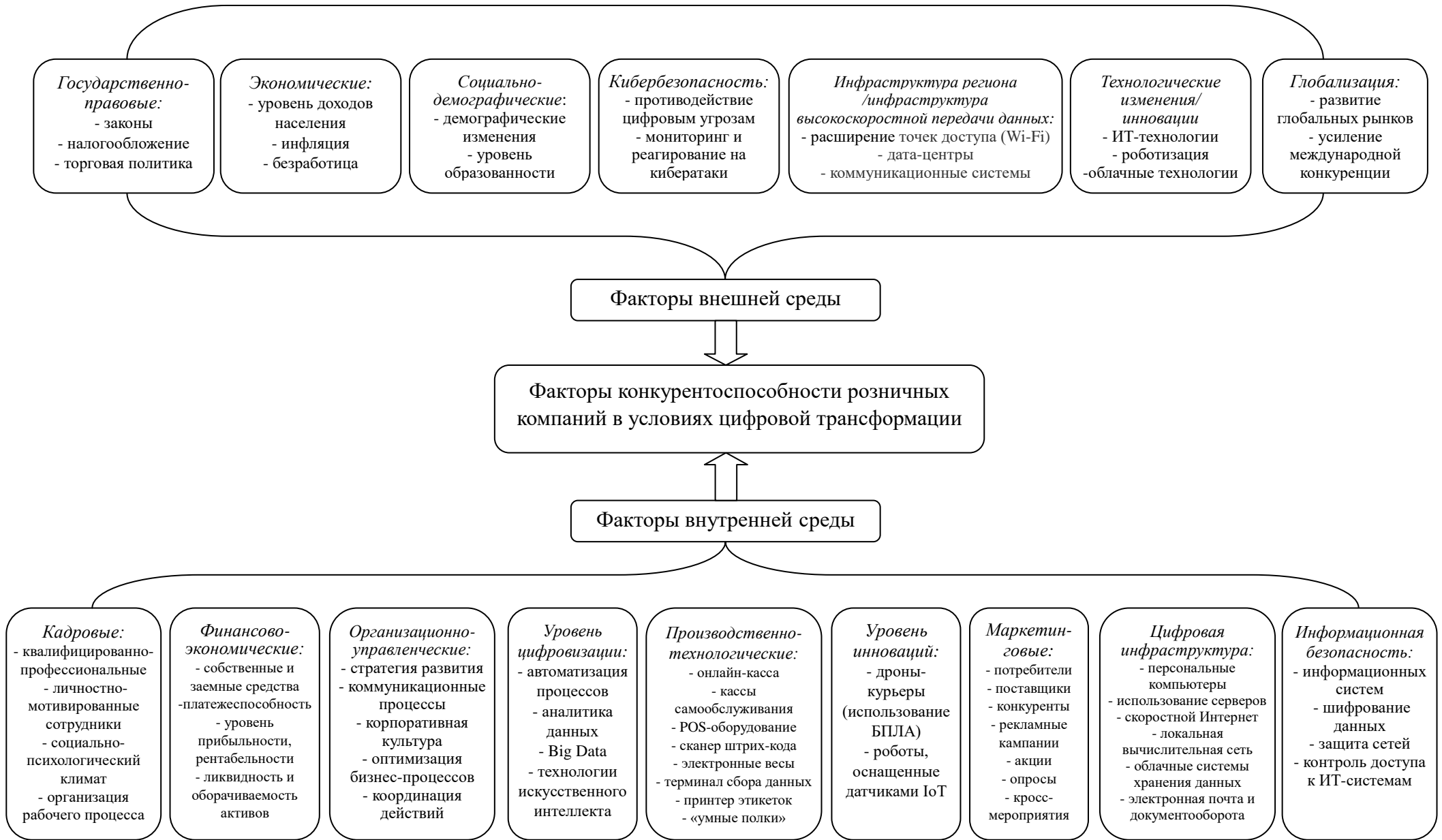


Рисунок 1. Факторы конкурентоспособности розничных предприятий в условиях цифровой трансформации по масштабу влияния (составлено автором)
Figure 1. Factors of retail competitiveness in the context of digital transformation by scale of influence (compiled by the author)

Внешние факторы находятся за пределами прямого контроля организации, но значительно содействуют формированию конкурентных преимуществ, поэтому предприятию необходимо учитывать их и уметь адаптироваться к не подлежащим изменению обстоятельствам.

Государственно-правовые факторы, создают правовую базу, регулирующую сферу цифровых технологий, в том числе законы, которые помогают защитить граждан от несанкционированного доступа к их личной информации и обеспечить безопасность бизнеса (например, о защите персональных данных, о безопасности критической информационной инфраструктуры РФ, о коммерческой тайне).

Экономические факторы, особенно уровень доходов населения, напрямую способствуют увеличению покупательской активности. Инфляция же, наоборот, снижает ее, увеличивая стоимость ресурсов, включая сырье и рабочую силу. Высокая инфляция приводит к повышению цен на товары и услуги, что негативно сказывается на спросе. Организациям приходится находить способы оптимизации затрат для сохранения конкурентоспособности в условиях растущих цен. Уровень безработицы также влияет на потребительское поведение, поскольку приводит к снижению покупательной способности населения, что негативно сказывается на продажах.

Влияние *социально-демографических факторов* на уровень конкурентоспособности проявляется через изменения в структуре населения, которые определены рождаемостью, смертностью, старением, изменением возрастного-полового состава, миграцией. Высокий уровень образования и профессиональной подготовки работников позволяет организациям внедрять и использовать современные технологии в области цифровых инструментов и автоматизации процессов, быстрее адаптироваться к изменениям на рынке.

Современный мир, погруженный в поток информации и технологий, открыл новые возможности виртуального пространства, но с развитием цифровизации возникла и новая угроза – киберпреступность. В связи с этим важным критерием становится необходимость в *кибербезопасности*. Киберпреступление представляет собой противоправное вмешательство в работу компьютеров, компьютерных программ и сетей, несанкционированный доступ к компьютерным системам с целью кражи данных, повреждения информации, мошеннические попытки получить конфиденциальную информацию (пароли или номера кредитных карт) под предлогом легитимных запросов, создание и распространение вирусов, шпионских программ и другого вредоносного программного обеспечения, целенаправленные атаки на критически важные системы (энергетические сети, финансовые учреждения и системы здравоохранения), шантаж.

На конкурентоспособность организаций в условиях цифровизации воздействует ряд технологических факторов, таких как *технологические разработки и инновации* : ИТ-технологии (автоматизация процессов, повышение эффективности и скорость операций, а также инструменты аналитика данных), роботизация (роботизированные системы (RPA и другие) и облачные технологии (не нужно хранить данные локально на своих устройствах; преимущества – экономичность, масштабируемость, доступность и снижение нагрузки на собственную ИТ-инфраструктуру).

Инфраструктура региона и страны представляет собой совокупность основных систем и услуг, которые обеспечивают функционирование общества и экономики в целом. Развитие инфраструктуры напрямую влияет на уровень жизни населения, эффективность производства товаров или услуг и общую конкурентоспособность региона и создает возможность интеграции в глобальные рынки. При стремительном развитии цифровых технологий инфраструктура высокоскоростной передачи данных становится одним из определяющих моментов конкурентоспособности организаций и

включает в себя создание дата-центров, современных коммуникационных систем (мессенджеры, чат-боты и искусственный интеллект, мультимедийные возможности, цифровые коммуникации), прокладывание оптоволоконных сетей, увеличение беспроводных технологий (Wi-Fi, Bluetooth и т. п.), обеспечивающих быстрый и надежный доступ к интернету.

К внутренним факторам конкурентоспособности розничных организаций в условиях цифровой трансформации можно отнести аспекты, которые находятся под непосредственным контролем предприятия и определяют его способность конкурировать в цифровой среде: кадровые, финансово-экономические, инновационные, организационно-управленческие, производственно-технологические аспекты, уровень цифровизации, маркетинг, цифровая инфраструктура и информационная безопасность.

Кадровый потенциал напрямую влияет на эффективность работы предприятия и способность решать поставленные задачи. Для результативного функционирования, а также для достижения намеченных результатов, требуется укомплектованность штата с необходимой профессиональной подготовкой и опытом.

Финансово-экономические показатели служат важными индикаторами устойчивости бизнеса, позволяя оценить его способность адаптироваться к изменениям на рынке. Собственные средства представляют собой капитал, вложенный в развитие бизнеса, а заемные могут обеспечить необходимое финансирование инвестиций в развитие. Оптимальное сочетание данных источников важно для поддержания финансовой стабильности и снижения рисков, связанных с кредитованием. Платежеспособность показывает готовность выполнять обязательства перед кредиторами и поставщиками в установленные сроки. Уровень прибыльности и рентабельности отражают возможность получать прибыль на вложенные средства. Ликвидность активов – способность быстро преобразовать их в наличные средства без значительных потерь в стоимости, а оборачиваемость указывает на эффективность их использования.

Организационно-управленческие факторы определяют, насколько эффективно и качественно осуществляется управление предприятием. Стратегия развития является основой, на которой строится долгосрочное видение организации и определяются пути достижения целей, финансовых и ресурсных возможностей, а связующими элементами выступают коммуникационные процессы и корпоративная культура. Эффективные коммуникации помогают обмениваться информацией между различными уровнями управления и отделами, а корпоративная культура формирует ценности и нормы поведения сотрудников.

Цифровые технологии предоставляют предприятиям новые инструменты для повышения эффективности и производительности операций, сокращая время выполнения задач и снижая вероятность ошибок. Использование технологий Big Data позволяет обрабатывать и анализировать большие объемы информации, а технологии на основе искусственного интеллекта (ИИ) дают возможность выявлять закономерности и просчитывать результаты потребительского поведения, управлять запасами, выявлять мошеннические действия.

Внутренние факторы, существенно влияющие на *производственно-технологическую структуру* предприятия, ориентированы на автоматизацию и применение цифровых технологий. Инструментами, способствующими данной трансформации, можно назвать онлайн-кассы, которые обеспечивают быструю и безопасную обработку платежей, и кассы самообслуживания, помогающие обрабатывать покупки без участия кассира. POS-оборудование включает в себя не только терминалы управления платежами, но и интегрированные системы контроля

запасов и аналитики. Сканеры штрих-кода позволяют быстро и эффективно фиксировать информацию о товаре. Использование электронных весов, соединенных с POS-системами, упрощает процесс продажи и учета товара по весу, а «умные полки» оборудованные сенсорами и системами мониторинга, отслеживают количество товара и автоматически уведомляют сотрудников о необходимости пополнения запасов.

Конкурентоспособность предприятия в цифровой среде может быть усилена за счет внутренних *инновационных решений*, например, внедрения дронов для доставки товаров и роботов, оснащенных IoT-сенсорами, а также беспилотных летательных аппаратов курьерской доставки.

Маркетинговые факторы учитывают поведение потребителей и предпочтения целевой аудитории, а также отношения с поставщиками, анализ конкурентов, проведение рекламных кампаний, наличие специальных предложений, скидок и акций, опросов, кросс-мероприятий (совместных акций с другими брендами или организациями).

Факторы цифровой инфраструктуры влияют на уровень обеспеченности предприятия необходимым оборудованием и технологиями для успешного функционирования и предоставления цифровых услуг: персональными компьютерами, посредством которых осуществляется доступ к необходимым программам и приложениям, а также серверами централизованного хранения и обработки данных. Скоростной интернет способствует быстрой передаче данных, доступу к облачным сервисам и возможности удаленной работы. Локальная вычислительная сеть обеспечивает соединения всех устройств внутри предприятия, повышая доступность к общим ресурсам. Облачные системы хранения данных позволяют управлять информацией удаленно. Электронная почта является средством коммуникации внутри организации и с внешними партнерами.

Факторы информационной безопасности (основа для сохранения, анализа и обмена сведений) способствуют обеспечению защиты информационных систем на предприятии. Шифрование данных преобразует их в формат, доступный для восстановления лишь при наличии уникального ключа. Безопасность сетей организуют путем комплексного применения различных технологий и методов, направленных на обеспечение безопасности внутренних и внешних коммуникационных каналов предприятия. Контроль доступа к ИТ-системам подразумевает строгие политики доступа, основанные на ролях и обязанностях сотрудников, а также использование многофакторной аутентификации (MFA) которая устанавливает дополнительный уровень защиты, требуя от пользователей подтверждения их личности.

Далее классифицируем факторы, влияющие на конкурентоспособность розничных предприятий в условиях цифровой трансформации, по уровню воздействия, по характеру цифровых угроз, по степени управляемости, по времени действия, по уровню влияния инновационной активности, по уровню проникновения цифровых технологий в бизнес-процессы (рис. 2).

По уровню воздействия факторы конкурентоспособности розничных организаций в условиях цифровизации предлагаем классифицировать на *прямые и косвенные*. Так как коммуникация между участниками рынка (поставщиками, покупателями и даже конкурентами) практически полностью осуществляется через информационные ресурсы, то применение цифровых инструментов позволяет участникам рынка эффективнее взаимодействовать и конкурировать между собой, а также дает возможность для совершения любых видов онлайн-платежей и проведения электронных торговых операций.

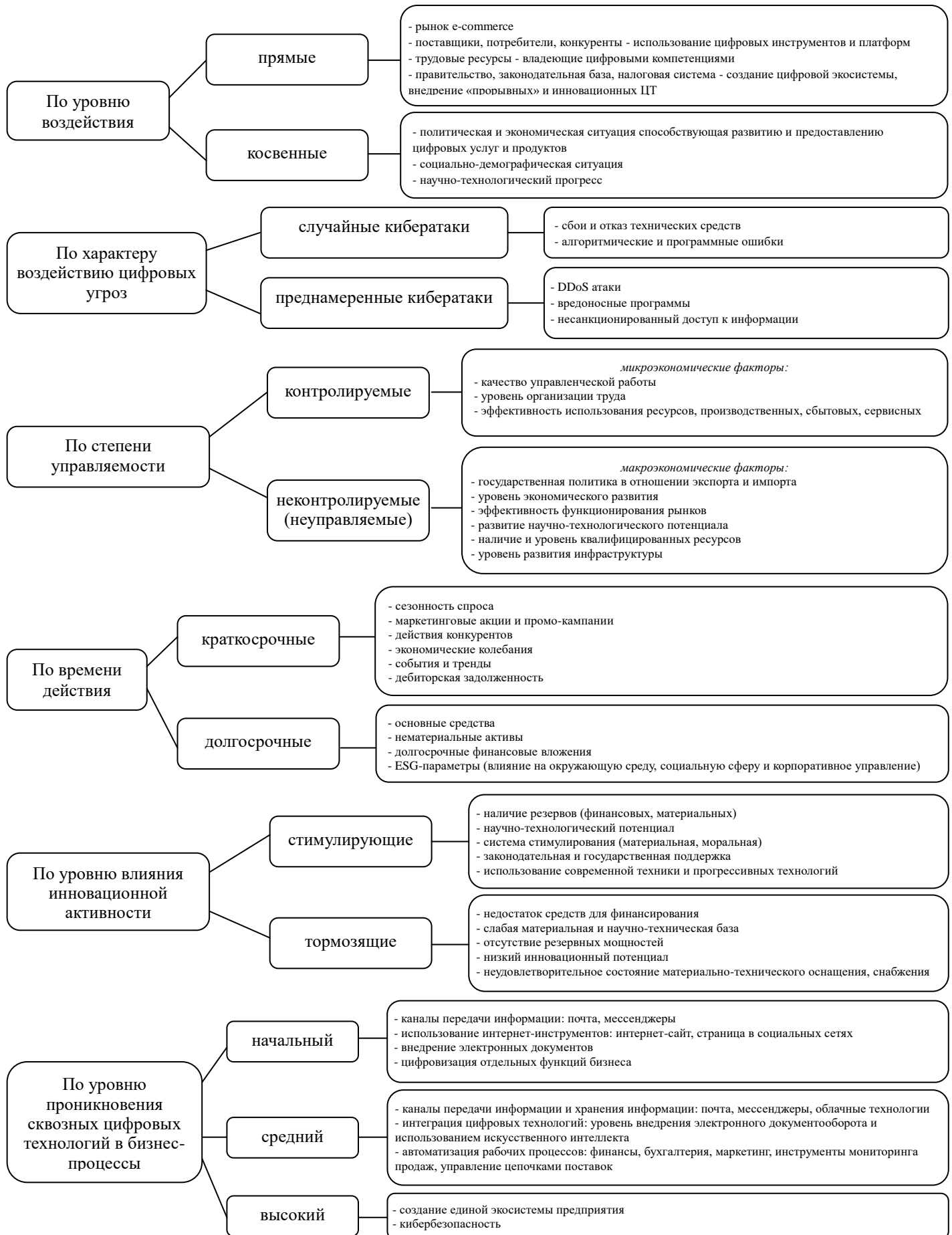


Рисунок 2. Классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность розничных предприятий в условиях цифровой трансформации (составлено автором)
 Figure 2. Classification of factors influencing the competitiveness of retail enterprises in the context of digital transformation (compiled by the author)

К цифровым угрозам относятся кибератаки, которые могут классифицироваться по различным признакам, одним из которых является характер воздействия. В зависимости от цели и методов осуществления атаки выделяют два типа: *случайные и преднамеренные*. Случайные кибератаки могут быть вызваны непреднамеренными действиями или ошибками пользователей, уязвимостью в программном обеспечении и скачиванием вредоносных программ. Преднамеренные кибератаки, напротив, осознанны и целенаправленны и осуществляются злоумышленниками, имеющими определенные мотивы и использующими различные методики (фишинг, вирусные программы, DDoS-атаки или другие формы воздействия).

По степени управляемости факторы можно разделить на *контролируемые и неконтролируемые (неуправляемые)*. К контролируемым, или микроэкономическим, относят те, которые находятся под прямым влиянием организации: качество управленческой работы, уровень организации труда, эффективность использования ресурсов, производственные, сбытовые, сервисные аспекты. Неконтролируемые (неуправляемые), или макроэкономические факторы – это те элементы внешней среды, на которые организация не может оказать непосредственного влияния, но которые существенно воздействуют на деятельность и результаты предприятия. Данные факторы часто определяют общие условия ведения бизнеса и могут существенно изменяться в зависимости от глобальных и региональных тенденций: государственная политика в отношении экспорта и импорта, уровень экономического развития, эффективность функционирования рынков, развитие научно-технологического потенциала, наличие и уровень квалифицированных ресурсов, уровень развития инфраструктуры.

По времени действия факторы конкурентоспособности розничных компаний в условиях цифровой трансформации можно разделить на *краткосрочные и долгосрочные*. В течение небольшого временного отрезка (например, в рамках месяца или квартала) влияют на производственную активность и финансовое состояние организации факторы, носящие кратковременный характер: сезонность спроса, маркетинговые акции и промо-кампании, действия конкурентов, экономические колебания, события и тренды, дебиторская задолженность. К долгосрочным факторам можно отнести: основные средства, нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения, ESG-параметры (влияние на окружающую среду, социальную сферу и корпоративное управление).

Инновационная активность как результат сложного взаимодействия стимулирующих и тормозящих факторов непосредственно влияет на динамику изменений и в целом на конкурентоспособность предприятия. Стимулирующими факторами являются:

- финансовые и материальные резервы (наличие свободных средств на финансирование инновационных разработок, приобретение высокотехнологичного оборудования);
- научно-технологический потенциал (совокупность научных и технических знаний, навыков, технологий и квалифицированных кадров);
- система стимулирования материального (премии, бонусы) и морального (поощрение, публичное признание, повышение в должности);
- законодательная и государственная поддержка (налоговые льготы, программы государственного финансирования НИОКР, специальные экономические зоны и технопарки, защита прав интеллектуальной собственности);
- использование современной техники и прогрессивных технологий (применение современных вычислительных систем, интернета вещей (IoT), искусственного интеллекта и других передовых технологий).

Тормозящие факторы представляются как препятствия, оказывающие отрицательное воздействие на инновационную активность предприятия:

- недостаток средств для финансирования (дефицит свободных финансовых ресурсов);
- слабая материальная и научно-техническая база (отсутствие современного оборудования, нехватка квалифицированных специалистов, устаревшие технологии);
- отсутствие резервных мощностей (неспособность адаптироваться к изменениям рынка и своевременно вводить новые продукты и услуги);
- низкий инновационный потенциал (недостаточный опыт продвижения и практической реализации, длительный период окупаемости, сопротивление коллектива);
- неудовлетворительное состояние материально-технического оснащения, снабжения (задержки в поставках, высокая степень морального и физического износа и нерациональное использование собственных производственных возможностей).

Классификацию факторов конкурентоспособности розничных предприятий в условиях цифровой трансформации дополним новым признаком – проникновением сквозных цифровых технологий в бизнес-процессы, которое можно разделить на три уровня: начальный, средний, высокий.

На начальном этапе проникновения цифровых технологий на предприятии используют базовые инструменты цифровизации, такие как электронная почта, мессенджеры, простой веб-сайт, страницы в социальных сетях, элементарная система онлайн-заказов, частичное использование электронного документооборота, автоматизация отдельных, не связанных между собой процессов.

Средний уровень. Здесь организации активно внедряют цифровые технологии, интегрируя их в различные бизнес-процессы, используют облачные технологии для хранения данных и обмена информацией, аналитику данных. Полностью внедрен электронный документооборот, идет освоение систем искусственного интеллекта (например чат-ботов), автоматизация финансовых, бухгалтерских и маркетинговых процессов и систем управления цепочками поставок (SCM), использование инструментов мониторинга продаж и анализа эффективности.

Высокий уровень. Предприятия создают цифровую экосистему, где все бизнес-процессы собраны в единую цифровую платформу, обеспечивающую «бесшовную интеграцию» (обмен данными и ресурсами между разными системами без необходимости вручную переносить информацию или вводить заново данные), высокий уровень защиты данных и инфраструктуры от кибератак, использование AR/VR технологий, блочной цепочки (blockchain).

Выводы и дискуссионные вопросы / Conclusions. Представленные классификации факторов, по мнению автора, представляют собой комплексный инструмент для оценки влияния цифровизации на конкурентоспособность розничных предприятий. Сделан акцент на взаимодействии между традиционными и новыми цифровыми характеристиками, а также обоснована необходимость рассмотрения внешних и внутренних условий функционирования организации. Внутренние факторы показывают уровень готовности предприятия к цифровой трансформации, а наличие необходимых ресурсов и инфраструктуры служит основополагающим условием успешных технологических преобразований. Анализ внешних воздействий позволяет изучить рыночные условия, конкурентную среду и изменения в потребительских предпочтениях. Использование современных цифровых технологий не только открывает новые возможности, но и создает определенные риски, которые важно учитывать и принимать во внимание при анализе конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Борщева, В. В. Факторы конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / В. В. Борщева, С. В. Ильченко // Бизнес и дизайн ревю. – 2018. – № 1(9). – С. 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-3/viewer> (дата обращения: 20.11.2025).
2. Волошин, А. В. Формирование механизма повышения конкурентоспособности организаций высшего образования на рынке образовательных услуг : 08.00.05 : дис. ... канд. эконом. наук / Андрей Владимирович Волошин; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2017. – 308 с.
3. Веремеенко, О. С. Совершенствование механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров : 5.2.3 : дис. ... канд. эконом. наук / Ольга Сергеевна Веремеенко; Сибирский федеральный университет. – Красноярск, 2023. – 285 с.
4. Камнева, В. В. Цифровая трансформация внешних факторов конкурентоспособности предприятий [Текст] / В. В. Камнева, Д. А. Баева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2020. – Т. 14, № 1. – С. 63–70. –DOI: 10.14529/em200107.
5. Ковалькова, Е. А. Факторы инновационного развития и анализ распределения инноваций в России [Электронный ресурс] / Е. А. Ковалькова // Евразийский Союз Ученых. – 2015. – № 9(18). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-innovatsionnogo-razvitiya-i-analiz-raspredeleniya-innovatsiy-v-rossii/viewer> (дата обращения: 20.11.2025).
6. Крылова, М. В. Организационно-экономический механизм инновационного развития организаций сферы дополнительного профессионального образования : 5.2.3: дис. ... канд. эконом. наук / Марина Владимировна Крылова; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: 2024. – 236 с.
7. Круг, Э. А. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий: позиции разных авторов [Текст] / Э. А. Круг // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2008. – № 10(48). – С. 96–99.
8. Лазутина, А. С. Факторы конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / А. С. Лазутина, Е. П. Гармашова // Вектор экономики. – 2019. – № 3. – URL: https://vectoreconomy.ru/images/publications/2019/3/economicsmanagement/Lazutina_Garmashova.pdf (дата обращения: 20.11.2025).
9. Никулин, Р. А. Трансформация факторов конкурентоспособности в условиях цифровой экономики [Текст] / Р. А. Никулин // Вестник российского университета кооперации. – 2019. – № 1(35). – С. 56–64.
10. Петрулевич, Я. С. Основные факторы конкурентоспособности [Текст] / Я. С. Петрулевич, Е.А. Петрулевич // Форум молодых ученых. – 2021. –№ 11(63). – С. 353–359.
11. Ямова, О. В. Совершенствование методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой экономики [Текст] / О. В. Ямова, В. В. Ефремова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2019. – Т. 12, № 3. – С. 47–59. –DOI: 10.18721/JE.12304.

References

1. Borshcheva, V. V., Ichenko, S. V. (2018). Factors of Enterprise Competitiveness. Business and Design Review, 1(9), 6. [Electronic source] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya-3/viewer> (Date of access: 20.11.2025).

2. Voloshin, A. V. (2017). Formation of a Mechanism for Improving the Competitiveness of Higher Education Organizations in the Educational Services Market: Dis. Cand. Sci. (Econ.) Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 308.
3. Veremeenko, O. S. (2023). Improving the Mechanism for Increasing the Efficiency of Retail Services in the Food Market: Dis. Cand. Sci. (Econ.). Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 285.
4. Kamneva, V. V., Baeva, D. A. (2020). Digital Transformation of External Factors of Enterprise Competitiveness. Bulletin of SUSU. Series "Economics and Management", Vol. 14, No. 1, 63–70. DOI: 10.14529/em200107.
5. Kovalkova, E. A. (2015). Factors of Innovative Development and Analysis of Innovation Distribution in Russia. Eurasian Union of Scientists, 9(18). [Electronic source] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-innovatsionnogo-razvitiya-i-analiz-raspredeleniya-innovatsiy-v-rossii/viewer> (Date of access: 20.11.2025).
6. Krylova, M. V. (2024). Organizational and economic mechanism of innovative development of organizations in the sphere of continuing professional education: Dis. cand. sciences (Econ.). Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 236.
7. Krug, E. A. (2008). Factors influencing the competitiveness of enterprises: positions of different authors. Bulletin of the Altai State Agrarian University, 10(48), 96–99.
8. Lazutina, A. S., Garmashova, E. P. (2019). Factors of enterprise competitiveness. Vector of Economy, 3. [Electronic source] URL: https://vectoreconomy.ru/images/publications/2019/3/economicsmanagement/Lazutina_Garmashova.pdf (Date of access: 20.11.2025).
9. Nikulin, R. A. (2019). Transformation of competitiveness factors in the context of the digital economy. Bulletin of the Russian University of Cooperation, 1(35), 56–64.
10. Petrulevich, Ya. S., Petrulevich, E. A. (2021). Main factors of competitiveness. Forum of Young Scientists, 11(63), 353–359.
11. Yamova, O. V., Efremova, V. V. (2019). Improving the methodological approach to assessing the competitiveness of an enterprise in the digital economy. Scientific and technical statements of SPbSPU. Economic sciences, Vol. 12, No. 3, 47–59. DOI: 10.18721/JE.12304.

Сведения об авторах:

Пинясова Наталья Александровна – соискатель, Сибирский федеральный университет
e-mail: npinyasova@sfu-kras.ru

Information about the authors:

Pinyasova Natalya Aleksandrovna – Applicant, Siberian Federal University
e-mail: npinyasova@sfu-kras.ru