

УДК 339.137.2

DOI:10.21295/2223-5639-2018-5-194-202

Никулин Р.А.

Институт управления, экономики и финансов Казанского федерального университета, аспирант

СОВРЕМЕННАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В условиях глобальной цифровизации экономики необходимо эффективно и своевременно повышать конкурентоспособность компании за счет внедрения «умных» технологий. Эффективное управление бизнес-процессами организации теперь зависит от поступающей в организацию или генерируемых ею данных. Цель данной статьи состоит в раскрытии новых конкурентных преимуществ компании, которые формируются в результате цифровизации общества, бизнеса и деятельности предприятия в современных условиях. С помощью исторического метода в статье выделены и проанализированы пять подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия: ресурсный, инновационный, рыночный, инвестиционный и аналитический. Результатами статьи является система подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия, структура новых источников конкурентных преимуществ. Расширение интернет-технологий, возможности больших данных, функции «умных» продуктов меняют систему взаимоотношений с потребителями, формируют возможности для цифровых сервисов. Данные и аналитика становятся новым источником конкурентных преимуществ. Традиционная цепочка создания стоимости предполагала стандартный набор подразделений (НИОКР, ИТ, производство, логистика, маркетинг, продажи, послепродажное обслуживание, управление персоналом, снабжение и финансы). Цифровизация, внедрение индустриального интернета вещей и «умных» технологий изменяют все виды деятельности в цепочке создания стоимости. Делается вывод о том, что современные экономические вызовы, среди которых радикальная технологическая революция, новые способы взаимоотношений с потребителями, новые возможности развития цепочек создания стоимости, новые формы коммуникаций, формируют новые источники конкурентоспособности предприятий. Данные и аналитика становятся новым источником конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкурентоспособность, индустрия 4.0, цифровизация, информация.

Введение. Развитие общества, научно-технического прогресса, усложнение рынков и самих продуктов постоянно требуют повышения конкурентоспособности предприятия. Способность приспосабливаться к новым рыночным, технологическим и продуктовым тенденциям, удерживая целевой уровень доходности,

формирует конкурентоспособность предприятия [1].

Экономическая теория конкуренции богата различными подходами к определению источников конкурентоспособности предприятия. Однако каждый подход акцентирует внимание на каком-либо аспекте деятельности или формировании

конкурентных преимуществ в рамках одного из этапов добавленной стоимости. Современная экономическая динамика, современное состояние рынка требуют новых системных подходов к формированию устойчивых конкурентных преимуществ предприятия.

Методы исследования. В результате применения диалектического, абстрактно-логического, системно-структурного, аналитического методов исследования систематизированы подходы к обеспечению конкурентоспособности с точки зрения цепочки создания стоимости.

Результаты исследования. Эволюция подходов к обеспечению конкуренто-

способности предприятия представлена на рисунке 1.

Ресурсный подход к обеспечению конкурентоспособности представлен трудами Смита, Рикардо, Ж. Сея, Р. Торренса, Дж. Кларка, П. Самуэльсона, Б. Минхаса, К. Эрроу и Р. Соллоу. В основе данного подхода лежат сравнительные преимущества, возникающие в результате обеспеченности производственными факторами и эффективного их использования в производственном процессе. Предлагается широкий спектр конкурентных преимуществ: труд, земля, капитал, обеспеченность и производительность труда.

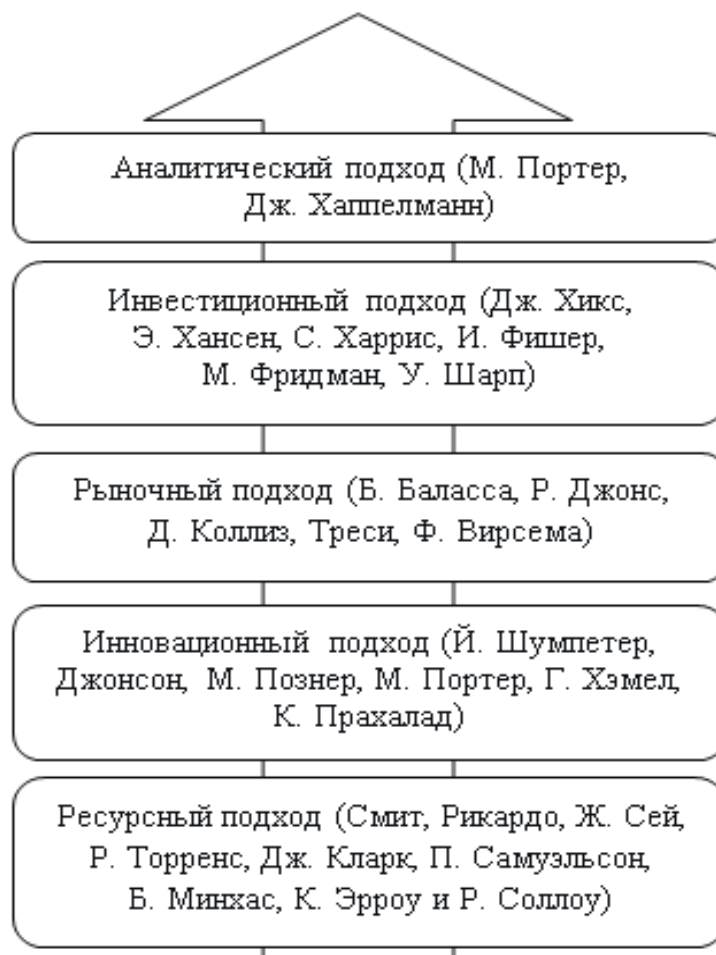


Рис. 1. Эволюция подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия

А. Смит сформулировал теорию абсолютных преимуществ, в которой источником конкурентоспособности стало абсолютное количество труда на единицу произведенного продукта.

Д. Рикардо, поддерживая идею Смита о том, что труд является основным фактором конкурентных преимуществ, конкурентоспособность труда видел через его производительность. Становится важным не количество ресурсов, а уровень его использования в контексте получаемой прибыли. На другие факторы производства (капитал и земля) обращает внимание Жан Батист Сей, делая вывод о сравнительном производительном эффекте каждого из трех факторов производства. Конкурентные преимущества Р. Торренс рассматривал в затратных преимуществах.

Джон Бейтс Кларк говорит о предельной производительности ресурсов, когда важна предельная производительность труда, капитала и земли.

П. Самуэльсон раскрывает важность пропорции мобильных (рабочая сила) и немобильных (капитал и земля) производственных факторов, а не их масштабы.

Б. Минхас, К. Эрроу и Р. Соллоу акцентировали внимание на поиске источников повышения конкурентоспособности американской экономики через взаимозаменяемость труда и капитала.

Я. Тинберген рассматривает конкурентоспособность в контексте транспортных издержек.

Дальнейшее экономическое и промышленное развитие требовало не только увеличения эффективности имеющихся технологий и ресурсов, для качественно нового уровня эффективности требовались новые подходы, технологии, новые промышленные подходы [3]. Инновационный подход раскрывает конкурентоспособность через внедрение инноваций. Представителями данного подхода являются

Й. Шумпетер, Джонсон, М. Познер, М. Портер, Г. Хэмел, К. Прахалад.

Подход акцентирует внимание на создании устойчивых конкурентных преимуществ через применение инноваций в конкурентной борьбе, которые создают устойчивость и инновационность.

Так, Джонсон в качестве источника конкурентных преимуществ видит совершенствование технологий в использовании факторов производства.

М. Познер видел конкурентные преимущества в природе и темпах введения технологических инноваций.

Й. Шумпетер раскрывает конкуренцию как процесс вытеснения старого новым. Инновации он считал основным фактором конкурентоспособности предприятия.

М. Портер определяет конкурентоспособность как способность предприятия работать на меняющемся экономическом ландшафте, предлагая новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты.

Г. Хэмел и К. Прахалад вводят понятие «интеллектуальное лидерство» как часть стратегической конкурентоспособности, способность предприятия работать на будущих рынках.

Инновационные подходы активизировали внедрение новых технологий, однако, внедрение инноваций в производство не всегда обеспечивало соответствующий уровень доходности. Требовались новые подходы, направленные на изучение рынка, потребителей. Рыночный подход ориентирует внимание на рыночные аспекты конкурентоспособности. Представители данного подхода: Б. Баласса, Д. Коллиз, С. Монтгомери, М. Треси, Ф. Вирсема – рассматривали конкурентоспособность как способность выдерживать конкуренцию за счет формирования будущего спроса и подготавливаться к нему надлежащим образом.

Б. Баласса видел потенциал конкурентоспособности в развитии внутриотраслевой торговли, повышении уровня экономического развития, размеров национальных рынков и открытости экономик.

Р. Джонс в формировании конкурентоспособности подчеркивает важность спроса на продукт.

М. Треси и Ф. Вирсема подчеркивают важность привлекательности компаний для потребителя и советуют предприятиям придерживаться только одной из трех «ценностных дисциплин» – непрерывное улучшение производства, совершенствование продукции или обслуживания клиентов.

Д. Коллинз формулирует два подхода к обеспечению конкурентоспособности на рынке: революционный и эволюционный. Конкурентоспособное поведение предприятия на рынке совмещает оба подхода: отбор и эволюционное приспособление.

М. Портер обращает внимание на динамичность и инновационность конкурентных преимуществ, подчеркивая, что конкуренция является основой экономического роста [8].

Возникновение экономических кризисов, ограниченность инвестиционных ресурсов требовали сместить конкурентные подходы в сторону инвестиционной привлекательности предприятия.

Важную роль инвестиций в обеспечении конкурентоспособности рассматривают Дж. Хикс, Э. Хансен, С. Харрис, И. Фишер, М. Фридман, У. Шарп, которые подчеркивают определяющий характер инвестиций в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

Необходимость привлечения финансовых ресурсов и их ограниченность актуализируют проблему оценки и повышения инвестиционной привлекательности, которая позволяет сформировать представление о состоянии объекта

вкладывания средств, надежности будущей инвестиции, ожидаемых результатах от их использования. Рост объема инвестиций приводит к созданию новых, переломных факторов конкурентоспособности и развитию современной инфраструктуры.

Дж. Хикс связал конкурентоспособность с качественным ростом производительности труда через дополнительные капиталовложения [10].

Э. Хансен говорит о росте инвестиций, которые приводят к росту дохода в отрасли.

Выводы и заключение. Современные экономические вызовы, среди которых радикальная технологическая революция, новые способы взаимоотношений с потребителями, новые возможности развития цепочек создания стоимости, новые формы коммуникаций, формируют новые источники конкурентоспособности предприятий.

Радикальный технологический сдвиг, «умные» технологии и устройства трансформируют отрасли и рынки, заставляют компании переосмысливать свою деятельность и стратегию в целом [9].

Расширение интернет-технологий, возможности больших данных, функции «умных» продуктов меняют систему взаимоотношений с потребителями, формируют возможности для цифровых сервисов.

Данные и аналитика становятся новым источником конкурентных преимуществ.

Традиционная цепочка создания стоимости предполагала стандартный набор подразделений (НИОКР, ИТ, производство, логистика, маркетинг, продажи, послепродажное обслуживание, управление персоналом, снабжение и финансы). Цифровизация, внедрение индустриального интернета вещей и «умных» технологий изменяют все эти виды деятельности в цепочке создания стоимости [5].

М. Портер, Дж. Хаппелманн [9] де-

лают вывод, что если главными источниками данных были совершаемые в компании операции и транзакции, которые дополнялись информацией из опросов, исследова-

ний, то внедрение умных технологий добавляет еще один источник данных – сам продукт (см. рис. 2).

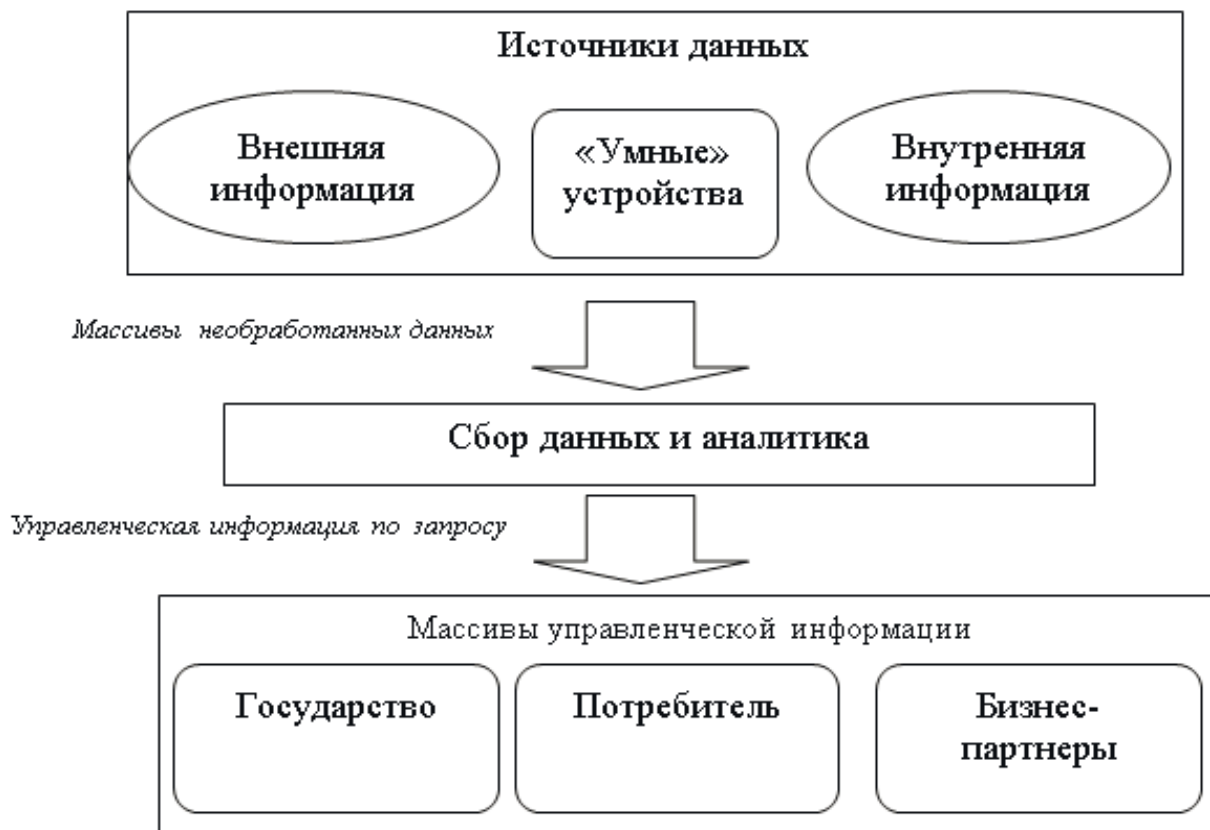


Рис. 2. Данные как новое конкурентное преимущество

«Умные» устройства поставляют информацию – беспрецедентно по объему и многообразию – в реальном времени. И данные, наравне с людьми, технологиями, капиталом, становятся одним из основных источников конкурентных преимуществ предприятий [9].

Базы данных и их сочетание с другими позволяют формировать большие массивы управленческой информации.

Умение формировать управленческую информацию из данных становится залогом конкурентного преимущества, а сбор, анализ и обеспечение безопасности информации – новой важной задачей бизнеса.

Возникает актуальность новых аналитических инструментов четырех категорий:

- описательных (фиксация параметров эксплуатации продукта, режим работы, особенности использования);
- диагностических (выявление причин ухудшения работы, остановки, поломки);
- прогностических (определение закономерностей в эксплуатации, режиме работы);
- предписывающих (формирование комплекса мероприятий, как улучшить работу, устранить проблемы, повысить производительность).

Чтобы извлечь максимум из данных, генерируемых «умными» девайсами, в Агентстве передовых оборонных исследовательских проектов (DARPA) придумали «цифровой двойник» – трехмерную виртуальную копию реальной вещи. По мере поступления данных двойник показывает – воспроизводит, как изменяется физический объект, как и в каких условиях он функционирует. Как аватар реального продукта цифровой двойник позволяет компании визуализировать режим работы и состояние оборудования, находящегося очень далеко. Благодаря цифровым двойникам разработчики лучше понимают, как можно усовершенствовать конструкцию, производство, работу и техобслуживание оборудования.

Концепция «Индустрия 4.0», или Четвертая промышленная революция, предусматривает сквозную цифровизацию всех физических активов предприятия и их интеграцию в единую экосистему. Вроде бы новая парадигма – новые возможности для всех. Но история доказывает, что смена формации может стать началом конца для тех предприятий, которые к ней не были готовы.

Таким образом, в целях усиления конкурентоспособности руководству предприятий необходимо продумать ответы на следующие вопросы:

Какими свойствами и функциями должна обладать «умная» продукция компании?

Какие функции встроить в сам продукт, а какие оставить в облаке?

Надо ли компании самой разрабатывать набор функций «умного» продукта и инфраструктуру или поручить работу подрядчикам и партнерам?

Какие данные нужны компании, чтобы совершенствовать продукцию?

Полностью или частично отказаться от каналов сбыта и сервисных сетей?

Какие цифровые сервисы будут интересны нашим потребителям?

Надо ли компании расширять сферу деятельности, связанную с продажей данных о своих продуктах? и другие.

Список литературы

1. **Багаутдинова, Н. Г.** Основы конкурентоспособности предприятия в условиях асимметрии информации в информационной экономике [Текст] / Н. Г. Багаутдинова, Р. А. Никулин // Казанский экономический вестник. – 2017. – № 1(27). – С. 30–35.

2. **Баласса, Б.** Внутриотраслевая специализация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-31_Balassa.pdf.

3. **Демьянова, О. В.** Жизненный цикл и возможности цифровой трансформации компании // Современные проблемы управления и регулирования [Текст] : монография / О. В. Демьянова, А. Р. Диммиева. – Пенза, 2018. – С. 108–119.

4. **Диммиева, А. Р.** Цифровизация как точка роста промышленного предприятия // Социально-экономические и правовые основы инновационного развития [Текст] : монография / А. Р. Диммиева, О. В. Демьянова. – Пенза, 2018. – С. 33–43.

5. Как цифровизация захватывает все новые отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rt.rbcplus.ru/news/59c01fb87a8aa942fef555de>.

6. **Кругман, П.** Возрастающая отдача, монополистическая конкуренция и международная торговля [Электронный ресурс] / П. Кругман. – Режим доступа : http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-33_Krugman.pdf.

7. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для

России [Текст] : экспертно-аналитический доклад. – М., 2017. – 136 с.

8. **Портер, М.** Конкурентные преимущества стран [Электронный ресурс] / М. Портер. – Режим доступа : http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-35_Porter.pdf.

9. **Портер, М.** Революция в производстве // Цифровизация

производства [Электронный ресурс] / М. Портер, Дж. Хаппелманн. – Режим доступа : <https://hbr-russia.ru/special/siemens/>.

10. **Хикс, Дж.** Капитал и рост [Электронный ресурс] / Дж. Хикс. – Режим доступа : http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-30_Hiks.pdf.

Nikulin R.A.

Kazan Federal University, Institute of Management, Economics and Finance (IUE&F), Postgraduate Student

MODERN PROBLEMS OF ENSURING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Abstract. In the context of the global digitalization of the economy, it is necessary to effectively and timely improve the competitiveness of the company through the introduction of "smart" technologies. Effective management of the organization's business processes now depends on the data that enters or is generated by the organization. The purpose of this article is to reveal the new competitive advantages of the company, which are formed as a result of the digitalization of society, business and enterprise activity in modern conditions. Using the historical method, the article identifies and analyzes five approaches to ensure the competitiveness of the enterprise: resource, innovation, market, investment and analytical. The results of the article are the system of approaches to ensure the competitiveness of the enterprise, the structure of new sources of competitive advantages. The expansion of Internet technologies, the possibilities of big data, the functions of "smart" products change the system of relationships with consumers, form opportunities for digital services. Data and Analytics are becoming a new source of competitive advantage. The traditional value chain involved a standard set of units (R & d, it, manufacturing, logistics, marketing, sales, after-sales, personnel management, procurement and Finance). Digitalization, the introduction of the industrial Internet of things and smart technologies are changing all activities in the value chain. It is concluded that modern economic challenges, including a radical technological revolution, new ways of relationships with consumers, new opportunities for the development of value chains, new forms of communication form new sources of competitiveness of enterprises. Data and Analytics are becoming a new source of competitive advantage.

Keywords: competitiveness, industry 4.0, digitalization, information.

References

1. Bagautdinova, N.G. & Nikulin, R.A. (2017). Osnovy konkurentosposobnosti predpriyatiya v usloviyakh asimmetrichnosti informatsii v informatsionnoy ekonomike [Business competitiveness basis in the conditions of asymmetry of information in information economy]. *Kazanskiy ekonomicheskiy vestnik [The Kazan Economic Bulletin]*.1(27), 30-35.
2. Balassa, B. Vnutriotraslevaya spetsializatsiya [Intra-branch specialization]. Retrieved from: http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-31_Balassa.pdf.
3. Demyanova, O.V. & Dimmiyeva, A.R. (2018). *Zhiznennyi tsikl i vozmozhnosti tsifrovoy transformatsii kompanii. Sovremennyye problemy upravleniya i regulirovaniya: monografiya [Lifecycle and possibilities of digital transformation of the company. Modern problems of management and regulation: monograph]*. Penza.
4. Dimmiyeva, A.R. & Demyanova, O.V. (2018). *Tsifrovizatsiya kak tochka rosta promyshlennogo predpriyatiya: Sotsial'no-ekonomicheskiye i pravovyye osnovy innovatsionnogo razvitiya: monografiya [Digitalization as point of growth]*

of industrial enterprise: Social and economic and legal basis of innovative development: monograph]. Penza.

5. Как tsifrovizatsiya zakhvatyvayet vse novyye otrasli [How digitalization takes new and new industries]. Retrieved from: <http://rt.rbcplus.ru/news/59c01fb87a8aa942fef555de>.

6. Krugman, P. Vozrastayushchaya otdacha, monopolisticheskaya konkurenciya i mezhdunarodnaya trgovlya [The increasing return, a monopolistic competition and international trade]. Retrieved from: http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-33_Krugman.pdf.

7. Novaya tekhnologicheskaya revolyutsiya: vyzovy i vozmozhnosti dlya

Rossii. Ekspertno-analiticheskiy doklad [New technological revolution: challenges and opportunities for Russia. Expert and analytical report]. Moscow, 2017.

8. Porter, M. Konkurentnyye preimushchestva stran [Competitive advantages of countries]. Retrieved from: http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-35_Porter.pdf.

9. Porter, M. & Happelmann, J. Revolyutsiya v proizvodstve: Tsifrovizatsiya proizvodstva [Revolution in production: Digitalization of production]. Retrieved from: <https://hbr-russia.ru/special/siemens/>

10. Hicks, J. Kapital i rost [Capital and growth]. Retrieved from: http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-30_Hiks.pdf.

e-mail: 89876601130@mail.ru