

потенциала за счет уменьшения накопленного экологического вреда путем ликвидации содержащих его объектов, рекультивации и реабилитации загрязненных территорий и деградированных экосистем.

Литература

1. Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/ru>. – Дата доступа: 27.10.2022.

УДК 004.8.330.46

Грицук А. Е., студент
научный руководитель – **Гарчук И. М.**, к. э. н., доцент
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Конкуренция стимулирует развитие экономики как отдельных предприятий, организаций, так и отдельной отрасли, города, региона, страны. Термин «конкуренция» обычно понимают как соперничество. Конкуренция (от латинского *concurrere* – «сталкиваться») означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров. В рыночной экономике такое соперничество возникает исходя из следующих условий: наличия множества равноправных рыночных субъектов; полной экономической обособленности каждого из них; зависимости рыночных субъектов от конъюнктуры рынка; противоборства со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Конкурентоспособностью можно назвать способность предприятия выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам. Предприятиям необходимо обеспечивать высокий уровень конкурентоспособности в связи с усилением конкуренции на внутренних и внешних рынках.

Термин «конкурентоспособность» ученые трактуют по-разному. Выделяются три основных подхода. Первый подход определяет конкурентоспособность предприятия как конкурентоспособность продукции (М. Портер [9], Т. Ю. Адаева [1], И. И. Пичурин [7] и другие). Второй подход рассматривает конкурентоспособность организации как эффективность хозяйственной деятельности, способность предприятия эффективно работать. Представителями данного направления являются П. Друкер [3], П. С. Завьялов [4], Е. В. Попова [8] и другие. Третий подход представляет конкурентоспособность предприятия как конкурентоспособность бизнес-модели, эффективную стратегию развития предприятия (Д. Коллис [6], Г. Хамел [11] и другие).

Конкурентоспособность предприятия – это его способность достигать собственных целей в условиях противодействия конкурентов и удовлетворять потребности покупателей посредством производства и предложения рынку конкурентных товаров; использовать производственные и управленческие ресурсы для развития и расширения рынков сбыта, увеличивать свою рыночную стоимость.

С целью определения влияния цифровой трансформации на конкурентоспособность предприятия необходимо провести границы между терминами «цифровизация» и «цифровая трансформация». Цифровизацией называют интеграцию цифровых технологий в существующие бизнес-процессы. Сначала проводится внутренняя цифровизация (также *be digital*, *digital inside*), что означает трансформацию соответствующих производственных, управленческих, административных и прочих процессов. Затем – внешняя цифровизация (*go digital* или *digital*

outside), то есть трансформация всевозможных процессов и форм взаимодействия с клиентами, партнерами, поставщиками, регуляторами и тому подобное. Хотя цифровизация предприятий проводится уже достаточно длительное время, до сих пор многие руководители предприятий не осознают значимость цифровых технологий, не понимают, что они являются эффективным ресурсом наращивания конкурентных преимуществ.

Термином «цифровая трансформация» принято называть фундаментальное переосмысление клиентского опыта, бизнес-моделей и операций, то есть это поиск новых путей создания ценности, получения прибыли и повышения эффективности. Цифровая трансформация – это трансформация с целью перехода к цифровой экономике. Цифровая трансформация изменила характер и условия конкуренции.

Чтобы повысить конкурентоспособность предприятия в нынешних условиях, необходимо учитывать следующее: цифровизация связана с возникновением, обработкой и передачей большого объема информации. Для этого нужна такая информационная система, которая будет иметь сложное программное обеспечение, чтобы быстро собирать, анализировать и обновлять информацию о состоянии всех процессов.

Когда говорят о цифровой трансформации, используют термин «экосистема», который ранее применялся только в биологии. Согласно словарю иностранных слов, экосистема [*гр. oikos – «дом», «родина» + systema – «объединение», «целое»*] – сложный природный комплекс, в котором живые организмы и неживая материя, связанные между собой обменом веществ и энергией, образуют устойчивую целостность [10].

Для успешной реализации системы управления конкурентоспособности предприятия, построенной на принципах экосистемы, на предприятии должен быть ряд центров: центр цифрового обеспечения, центр поддержки инноваций, центр информационной и экономической безопасности, центр разработки бизнес-стратегий. Проблемой, которая может мешать реализации новых процессов в функционировании предприятия, является недостаточное владение знаниями со стороны сотрудников, а также недостаточная адаптация к новым условиям работы.

В современных условиях конкуренция между предприятиями состоит не в том, чтобы продавать только товары, а в том, что предложить покупателю экосистему сервисов. Для качественной работы этой экосистемы необходима цифровая трансформация производства, способов взаимодействия с клиентами и партнерами, товара.

Цифровизованный товар – очень важный компонент этой экосистемы. Поскольку клиент (потребитель) имеет возможность сравнить множество похожих предложений по всему миру и выбрать наиболее функциональный и дешёвый товар, то необходимо дать потребителю наиболее точную информацию о назначении товара, его характеристиках и т. д.

Экосистема предполагает доступность получения информации клиентом, возможность получать ее с помощью различных сервисов (по телефону, на сайте или в мобильном приложении, при обращении в офис). Также важно отметить, что если клиент ранее сообщил свои данные на каком-то сервисе, то другой сервис не должен повторно запрашивать эту информацию (а только уточнить, нет ли изменений в данных).

Преимуществами цифровой трансформации можно назвать следующие:

1) гибкое управление ресурсами и процессами. Чтобы предприятие работало на полную мощность, необходимо, чтобы цифровизация производства была проведена не менее, чем на 40 % (профили сотрудников, данные о работе всех приборов (станков), данные о состоянии и местоположении всех сотрудников и т. д.). Тогда будет возможно отслеживать работу всех станков в режиме реального времени и своевременно устранять проблемы. При таком управлении цифровыми процессами должна быть проведена интеграция в какую-либо цифровую платформу. Предприятие сможет продавать не только конечный продукт, но и части этого продукта, оказывать услуги по применению продукта, обслуживанию;

2) пересмотр границ и ролей сетевых и иерархических моделей, что даёт возможность повысить эффективность организации работы предприятия;

3) возможность бимодального функционирования, при которой на предприятии создаются специальные проектные команды (временные), которые должны обеспечить решение приоритетных задач. Эти команды создаются из сотрудников разных уровней, причем сотрудники одновременно продолжают заниматься основной работой [5].

Экосистема как основа цифровой трансформации позволит контролировать различные уровни:

1) получение сведений по всем аспектам деятельности предприятия (финансовой, производственной, маркетинговой и др.) и сведение их в единую систему;

2) сопоставлять показатели конкурентоспособности предприятия и его конкурентов;

3) формировать модели оценки конкурентоспособности предприятия с учетом интересов потребителей и хозяйствующих субъектов;

4) последовательно корректировать разработанную модель оценки в результате выявленных изменений как условий внешней среды, так и конкурентного потенциала предприятия [2].

Таким образом, возможность управления конкурентоспособностью предприятия основана на использовании цифровых технологий. Цифровые технологии заставляют пересмотреть привычные методы производства, логистические операции и др. Цифровая трансформация привела к изменению парадигмы управления конкурентоспособностью.

Литература

1. Адаева, Т. Ю. Организационные факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятия / Т. Ю. Адаева. – Пенза : Изд-во Пензен. гос. ун-та, 2009. – 230 с.

2. Антонова, А. А. Методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятий / А. А. Антонова, А. Д. Саулин // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: сборник статей по итогам XVI Международной научно-практической конференции «Современный менеджмент: проблемы и перспективы» / под ред. Е. А. Горбашко, И. В. Федосеева. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2021. – С. 111–117.

3. Друкер, Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента. : пер. с англ. / Питер Ф., Друкер. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

4. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. учеб. пособие / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 496 с.

5. Кириллов, Л. Г. Бимодальное управление и принятие государственных управленческих решений / Л. Г. Кириллов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bimodalnoe-upravlenie-i-prinyatie-gosudarstvennyh-upravlencheskih-resheniy/viewer>. – Дата доступа: 29.10.2022.

6. Коллис, Д. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д. Коллис, С. Монтгомери. – М. : ЗАО «Олимп Бизнес», 2007. – 400 с.

7. Пичурин, И. И. Общая теория маркетинга / И. И. Пичурин. – Екатеринбург : Изд-во УГТУ, 2007. – 104 с.

8. Попова, Е. В. Комплексная оценка конкурентоспособности машиностроительных предприятий на этапах жизненного цикла (на примере ОАО «КАМАЗ»): Автореф. дис. на соискание уч. степ. канд. экономич. наук. Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг / Е. В. Попова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01002870324.pdf. – Дата доступа: 27.10.2022.

9. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. / Майкл Е. Портер; – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

10. Экосистема // Словарь иностранных слов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/312/%D0%AD%D0%9A%D0%A1%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%95%D0%9C%D0%90. – Дата доступа: 28.10.2022.

11. Hamel, G. Competing for the Future / G. H., C. K. Prahalad. – HBS Press, 1996. – 357 p.