

ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

I. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF RESEARCH ISSUES OF THE INFORMATION SOCIETY



УСЛОВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОРПОРАЦИЙ В ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЙ

В. В. Демина
Юеин Ян

*Доктор экономических наук, доцент,
аспирант,
Московский педагогический
государственный университет,
г. Москва, Россия*

Summary. The development of corporations in the modern economy, as well as the economy as a whole, is extremely closely connected with human capital, with the knowledge that humanity accumulates in the context of global informatization of society. In modern society, knowledge and information are among the most important and most expensive resources, as they are an integral part of a multidimensional economic system in many industries. This applies to the production and dissemination of knowledge, as well as the use of this resource in general, which is why knowledge as a resource is an integral part of the competitiveness of any corporation in the XXIst century. Knowledge is the most complex economic element, and the knowledge society is a new branch of global economic development.

This article examines the concept of competitiveness of companies in the modern information society, analyzes both classical approaches to the conditions for ensuring the competitiveness of the organization, and innovations that the knowledge society brings to these conditions more and more every day.

Keywords: corporate competitiveness; knowledge society; post-industrial economy; information technology.

В контексте постиндустриальной экономики знания и инновации определяют структуру национальной экономики, а также стимулируют и повышают конкурентоспособность компаний не только на внутреннем рынке, но и в мире. Взрывной характер информационных технологий радикально изменил рыночное пространство. Технологическая революция в информационных технологиях формирует новую материальную основу общества. Национальные экономики стали глобально взаимосвязанными, создав качественно новую систему экономических отношений. Активное формирование новой экономики происходит в течение последних 30 лет с появлением глобальных информационных сетей, средств телекоммуникации и Интернета [5]. Стратегическое развитие национальной экономики различных стран неразрывно связано с формированием новой экономики и анализом конкурентоспособности [8]. Однако для того, чтобы понять уровень влияния информационных технологий на конкурентоспособность ор-

ганизаций и экономику в целом, рассмотрим теоретическую сторону концепции конкурентоспособности.

Концепция конкурентоспособности широко обсуждалась в обществе в последние годы и имеет свою актуальность на различных уровнях: страны, региона, отрасли, предприятия, продукта [13]. Конкурентоспособность относится к таким экономическим концепциям, как, например, экономическое развитие, устойчивое развитие, которые используются без общепринятого подхода к их измерению.

Конкурентоспособность рассматривается как сложная экономическая категория, на которую влияют многие взаимодействующие факторы, такие как политическая, макроэкономическая и социальная стабильность, институциональное развитие и качество регулирования, технический прогресс, эффективное управление, человеческий капитал и т. д. [11]. Исследовательские подходы к конкурентоспособности и её измерения различаются в зависимости от целей, предметов исследования (производство факторы, стратегии и т. д.), объектов исследования (страны, регионы, предприятия и т. д.) и как правило основываются на анализе конкурентных преимуществ [1; 15].

Выделяют следующие группы конкурентных преимуществ за счет которых достигается конкурентоспособность:

- 1) ресурсы (дешевые природные ресурсы и благоприятные климатические условия);
- 2) структурные (уровень развития государства и внутренняя экономическая среда для обеспечения дешевой рабочей силой);
- 3) технологические (уровень научно-технического прогресса, экономическое развитие).

Конкурентоспособность предприятия строится через определенные факторы влияния [6]:

- 1) технологические ресурсы (инновационное оборудование, технологии);
- 2) рабочая сила (квалификация и цена, спрос на работников с конкретными специальностями);
- 3) физические ресурсы (затраты зависят от природных ресурсов, полезных ископаемых, лесных ресурсов, климатических условий, географического положения, качества земли);
- 4) знания как ресурс (доступность и достаточность затрат на научно-техническую информацию);
- 5) денежные ресурсы (количество, однородность/неоднородность).

Знания – один из основных факторов, влияющих на конкурентоспособность. Однако в последние годы роль знаний и информации значительно увеличилась, в частности при рассмотрении конкурентоспособности предприятий.

Общество знаний обладает следующими характеристиками: по сравнению с другими обществами, его члены достигли более высокого уровня образования, и все большая часть его рабочей силы используется в каче-

стве работников умственного труда, продукты производятся на основе знания [4]. Например, промышленность с помощью интегрированного искусственного интеллекта трансформируются в интеллектуальные организации, а знания хранятся крупными предприятиями в базах данных сети Интернет [7].

Ряд исследователей анализируют факторы, способствующие достижению конкурентных преимуществ в современной экономике, характеризуя их как материальные и нематериальные, причем первые включают инновации и технологические разработки, важность деловой среды и эффективности бизнеса, а последнее подразумевает качества человеческого капитала [14].

Конкурентные преимущества могут быть достигнуты путем создания их основных компонентов:

- 1) более высокая эффективность;
- 2) более высокое качество;
- 3) более совершенные инновации;
- 4) более эффективное реагирование на потребности клиентов.

В контексте современного общества знаний и Четвертой промышленной революции влияние на бизнес оказывает:

- 1) использования данных (влияет на производительность активов);
- 2) формирования новых партнерских отношений (понимания значения новых форм сотрудничества);
- 3) переход операционных процессов к новым цифровым моделям и их модернизация;
- 4) предоставление критически важной информации о потребностях и поведении клиентов в квазиреальном времени.

Если раньше труд и капитал являлись основными составляющими экономического развития, то в обществе знаний основным условием обеспечения конкурентоспособности корпораций является достаточный уровень человеческого капитала и знаний. С развитием технологий и информатизации знания, которые превращаются в технологии, информацию и продукты или услуги, наращивают свое присутствие в формировании прироста ВВП, так как темпы роста производительности труда и экономического роста определяются научно-техническим развитием, скоростью появления и распространения инноваций, качеством человеческого капитала. А эти факторы, в свою очередь, зависят от инвестиций в знания и от развитости инфраструктуры знаний [2; 3; 10; 12].

Таким образом, затраты на информацию в себестоимости продукции и ее цене – это не только плата за программное обеспечение и коммуникационные технологии: это и формы организации бизнеса – например, широко распространенный в международной практике франчайзинг, как одно из основных условий обеспечения конкурентоспособности на рынке. В цене и других характеристиках товара начинают преобладать не «традиционные компоненты», или традиционные факторы производства, а новые компо-

ненты и факторы, обусловленные процессами потребления и производства информации – факторы прошлого труда, виртуальной, интеллектуальной, инфраструктурно-коммуникационной составляющих.

Факторы обеспечения конкурентоспособности изменились, вслед за ними меняются и конкурентные стратегии. Если классической конкурентной стратегией являлось возведение барьеров (например, таможенное регулирование, закрытость информации, работа над качеством и т.д.), то в условиях информационной экономики для компаний, ориентированных на динамическое инновационное развитие, конкурентоспособность заключается уже в скорости осмысления изменений и опережении рынка.

Таким образом, содержание конкуренции и конкурентоспособности переосмысливается, на что непосредственно оказывает влияние распространение новых форм ведения бизнеса и разнообразных структур – сетевых, виртуальных, глобальных, формирование экономики знаний. Предприятие должно быть гибким, чтобы реагировать на бизнес-среду и меняющиеся требования рынка. Конкурентоспособность является внутренней частью постоянно развивающейся экономики и общества.

Изменения в содержании конкуренции и конкурентоспособности проявляются в изменении организационных и институциональных механизмов, межуровневого взаимодействия экономических агентов. Например, на новый уровень вышла борьба за внимание потребителей: так как информация стала доступной благодаря сети Интернет, её стало очень много, именно поэтому повышается порог вхождения на рынок, так как в ходе потока информации любой организации требуется привлечь внимание покупателя, дать знать о своем существовании, в этой связи также появляется понятие «интеллектуальная стоимость вхождения на рынок или в отрасль». При прочих равных потребитель выбирает продукт или услуги компании, которая больше привлекла его внимание и представляет больший интерес для общества. Это понятие называется «экономикой внимания», что также является одним из новшеств, которое привнесло общество знаний [9].

Безусловно, конкурентоспособность остается актуальной темой для экономической теории и практики. Комплексный характер и необходимость комплексного подхода к его управлению ставят ряд теоретических и практических вопросов. Здесь решений меньше, чем проблем. Это хорошая перспектива для исследовательского потенциала академического сообщества.

Таким образом, можно подвести итог, что основными условиями обеспечения конкурентоспособности корпораций в обществе знаний являются интеллектуальные ресурсы, компетенции, продукты знаний, такие как технологии и программное обеспечение, внимание потребителей, виртуальное пространство, которое занимает корпорация. Материальные аспекты постепенно теряют свою ценность, отдавая лидерство маркетингу, имиджу, коммуникации, взаимодействию, которые являются столпами, обеспечивающими конкурентоспособность корпораций в обществе знаний.

Библиографический список

1. Волкова М.В., Фаткулов И.Э., Долгих Г.М. Современные подходы к оценке конкурентоспособности предприятий // Аллея науки. – 2019. Т. 5. – № 1 (28). – С. 574-578.
2. Гадецкий В.Г. Особенности маркетинговых стратегий повышения конкурентоспособности возможности промышленных предприятий // Вестник Гжелского государственного университета. – 2018. – №3. – С. 11-19.
3. Демина В.В. Потребности учреждений высшего образования и компаний работодателей: компетентностный подход // Современное образование: векторы развития: Роль социально-гуманитарного знания в подготовке педагога: материалы V международной конференции. – Москва: МПГУ, 2020. – С. 272-279. DOI 10.37492/ETNO.2020.63.77.033
4. Демина В.В. Человеческий капитал как решающий фактор в обеспечении национальной конкурентоспособности // Современные проблемы горно-металлургического комплекса. Наука и производство: материалы Пятнадцатой Всероссийской научно-практической конференции. Старый Оскол, 2018. – С.462-467.
5. Демина В.В., Заякина И.А. Анализ использования информационных и коммуникационных технологий в современном обществе // Развитие бухгалтерского учета, анализа и аудита в условиях цифровизации экономики: Материалы всероссийской научно-практической конференции 29 апреля 2020 г. Краснодар, Издательство: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго РФ, 2020. С.175-184.
6. Жумабаева Д.П., Плеханов С.В. Современные проблемы конкурентоспособности предприятий // Социальные науки. – 2019. – № 1 (24). – С. 18-25.
7. Исайченкова В.В. Обеспечение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе комплексного анализа деятельности // Лидерство и менеджмент. – 2019. – Том 6. – № 3. – С. 177-188. doi: 10.18334/lm.6.3.40933
8. Кобзева А.Г. Формирование конкурентной стратегии позиционирования деятельности предприятия // Современные проблемы горно-металлургического комплекса. Наука и производство. Сборник материалов Пятнадцатой Всероссийской научно-практической конференции. – 2018. – С. 510-517.
9. Козырев А.Н. Утопия и антиутопия экономики внимания // Цифровая экономика. – 2019. – № 1 (5). – С. 82-93.
10. Красненкова С.А. Социально-психологические аспекты профессионального развития персонала // Актуальные проблемы управления персоналом УИС. Сборник материалов межрегионального научного круглого стола. – 2018. – С. 48-51.
11. Лебедев А.А., Тиньков С.А., Спицов Д.В. Анализ конкурентной среды строительных рынков // Экономика и предпринимательство. – 2019. № 2 (103). – С. 318-323.
12. Москвитин Г.И., Игумнов О.А., Платонова Е.Д., Тургенев В.А., Хачатурян А.А., Хачатурян К.С. Личная эффективность менеджера. Москва: РУСАЙНС, 2017. – 142 с.
13. Орлова А.А., Шаталова К.А. Повышение конкурентоспособности российской промышленности мышечные предприятия на внешних рынках // Наука и общество. – 2018. – № 1(30). – С. 41–47.
14. Тинькова Е.В., Тиньков С.А. Трансформация образовательной среды в условиях цифровой экономики // Современное образование: векторы развития. Цифровизация экономики и общества: вызовы для системы образования. Материалы международной конференции. 2018. – С. 317-324.
15. Chursin A., Makarov Y. Management of Competitiveness: Theory and Practice. // Management of Competitiveness: Theory and Practice. London: Springer, 2015. С. 1-378.

СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.
В выходных данных издания
будет значиться*

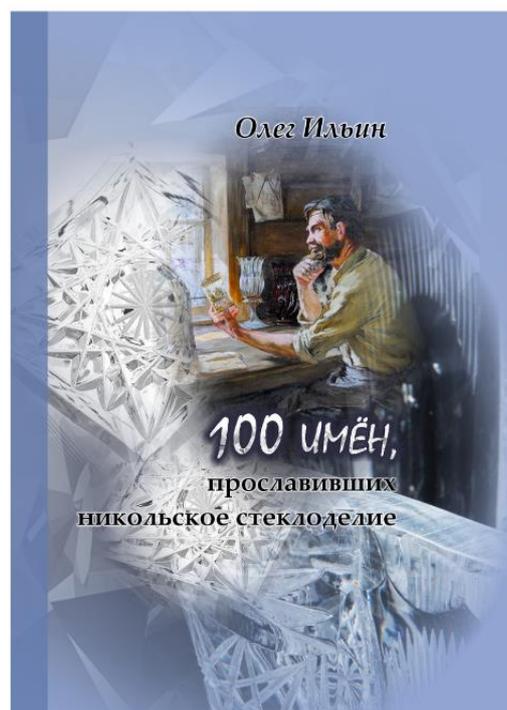
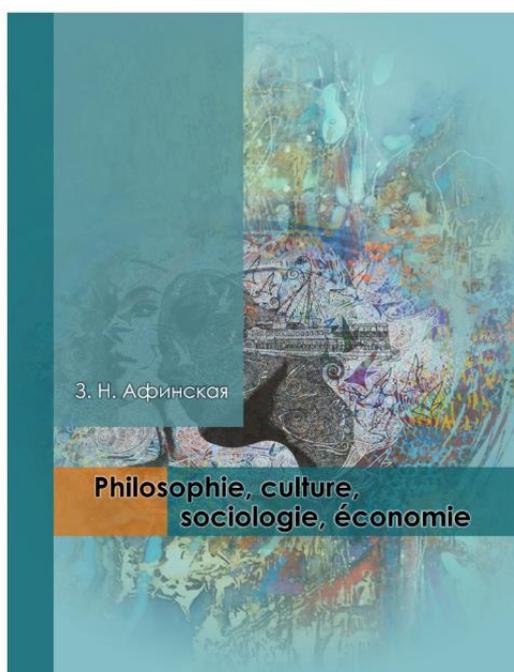
**Прага: Vědecko vydavatelské
centrum "Sociosféra-CZ"**

или

**Пенза: Научно-издательский
центр "Социосфера"**

РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору