

РАЗВИТИЕ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

DEVELOPMENT AND IMPROVEMENT OF COMPETITIVENESS OF SMALL ENTREPRENEURSHIP ON THE BASIS OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND SOCIAL-ORIENTED ACTIVITIES

A. Lukyanova

Summary. The article deals with the development and improvement of the competitiveness of entrepreneurship in socially-oriented activities. An approach to assessing the level of competitiveness of the business structure, taking into account the indicators of socially-oriented activities, is proposed.

Keywords: competitiveness, entrepreneurship development, information technology, socially-oriented activities .

Лукьянова Анна Васильевна

Д.э.н., профессор, Финансовый университет при
правительстве Российской Федерации
avlukyanova@fa.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития и повышения конкурентоспособности предпринимательства в социально-ориентированной деятельности. Предложен подход к оценке уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры с учетом показателей социально-ориентированной деятельности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, развитие предпринимательства, информационные технологии, социально-ориентированная деятельность.

В последнее время политики и специалисты по менеджменту начали уделять в большей степени внимание ориентации общества на решение социальных вопросов предпринимательскими структурами в существующих условиях функционирования экономики. Такую социальную деятельность называют социальной ответственностью предпринимательства.

В данной статье термин «социально-ориентированная деятельность» применяется для описания внешней социальной активности предпринимательских структур.

Любые социальные программы или проекты — это попытка достижения баланса между социально-значимыми требованиями общества и интересами предпринимательства. В рамках развития конкурентоспособности регионов

Правительство РФ в качестве одного из основных направлений указывает развитие социальных отраслей, путем предоставления возможности малому бизнесу почувствовать и развивать бизнес в социально-значимых отраслях.

Анализ участия малого предпринимательства в социально-значимых отраслях в 2018 г. показывает не высокую долю заинтересованности бизнеса в развитии данного направления (рис. 1, рис. 2.).

Взаимосвязь основных элементов социальной ответственности и социально-ориентированной деятельности субъектов малого предпринимательства в целях повышения территориальной конкурентоспособности показана на рисунке 3.

Направленность программ и проектов с точки зрения степени участия в социально-ориентированной деятельности в территориальном развитии позволяет сочетать интересы предпринимательства и общественно значимые цели, а также повышают рейтинг конкурентоспособности как самих предприятий, так и регионов за счет развития новых инновационных направлений оказания услуг и производства инновационных продуктов.

Концепция социально-ориентированной деятельности предпринимательства, определяет общие тенденции социализации экономического развития. Создавая предпосылки для устойчивого развития, социально-ориентированная деятельность, в долгосрочной перспективе, способна приносить ощутимые экономические выгоды, как в отдельной предпринимательской структуре, так и в региональной экономике, и в стране в целом.

Любая предпринимательская структура сталкивается с ценностными основами рационального конкурентного поведения и становится участником взаимодействия

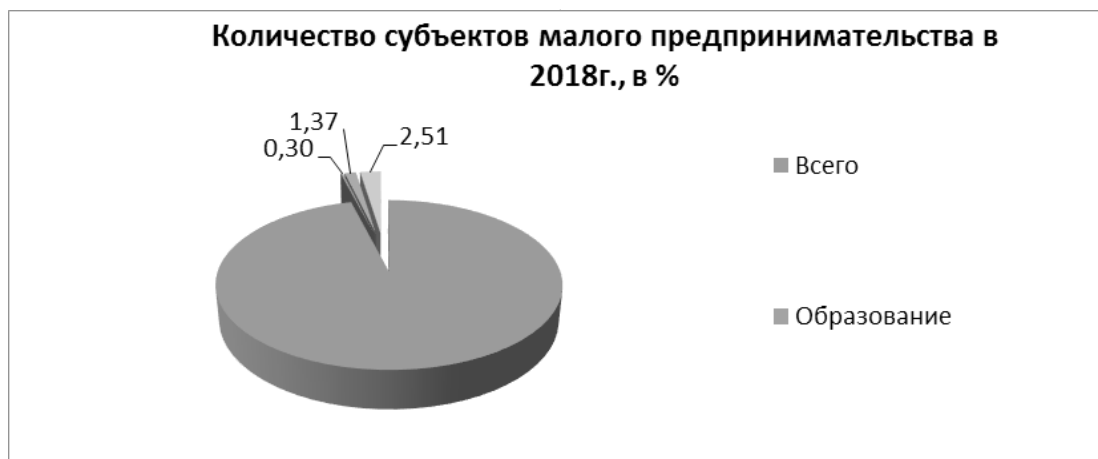


Рис. 1. Доля субъектов малого предпринимательства в социально-значимых отраслях в РФ в 2018г

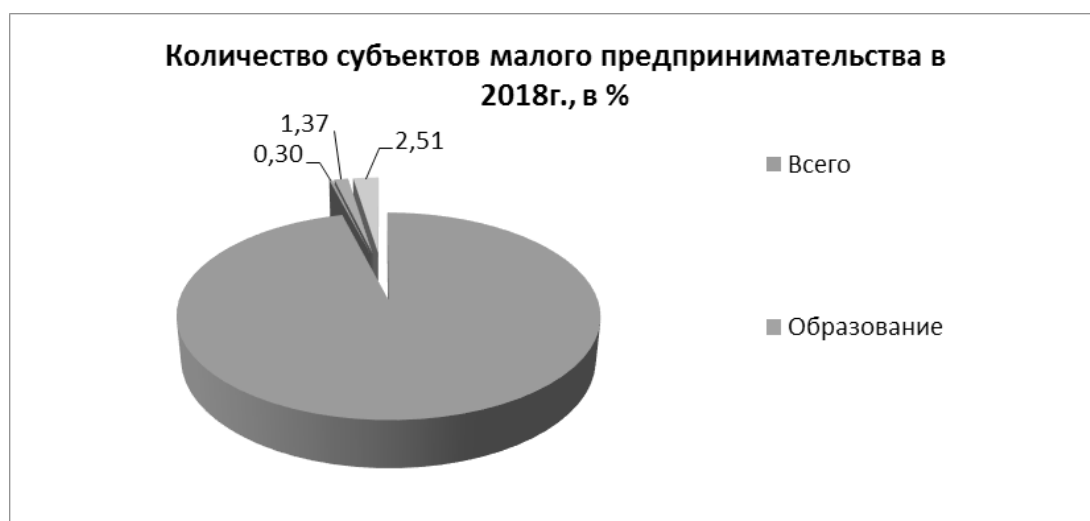


Рис. 2. Доля объемов выручки субъектов малого предпринимательства в социально-значимых отраслях в РФ в 2018г

с конкурентами, партнерами, поставщиками и обществом. Предпринимательская структура оценивает свое окружение на доступной ему эмпирической и теоретической базе, а затем, ориентируясь на полученные оценки, приступает к управлению собственным конкурентным поведением. По мнению Ф. Хайека каждый индивид становится звеном во множестве цепочек передач, и по этим цепям он получает сигналы, позволяющие ему приспособлять свои планы к обстоятельствам, которые он не знает [7].

На этой основе образуются цепочки ценности, под которыми понимаются устойчивые и взаимовыгодные связи. Впервые система цепочка ценностей была сформулирована М. Портером, который определил, что «цепочка ценностей фирмы — это система взаимозависи-

мых видов деятельности, между которыми существуют связи» [6]. Он так же показал, что «цепочка ценности отдельной фирмы, применяемая при конкуренции в данной отрасли, входит в более крупную систему деятельности, которую можно назвать системой ценности». Для каждой предпринимательской структуры очень важно не выпадать из цепочек ценности, особенно из тех, которые признаются социально-значимыми.

Добиваясь конкурентного преимущества, предпринимательская структура должна быть поддержана и поставщиками сырья, материалов, запасных частей, комплектующих изделий, информационных ресурсов, и предпринимательскими структурами, обеспечивающими каналы сбыта, и обществом, предоставляющим потребителям и трудовые кадры.



Рис. 3. Взаимосвязь элементов социально-ориентированной деятельности субъектов малого предпринимательства в повышении территориальной конкурентоспособности

Непременным условием создания и поддержания конкурентного преимущества каждой отдельной предпринимательской структурой является создание, утверждение и сохранение своего положения в цепочке ценностей по сравнению с другими предпринимательскими структурами. Связи между видами деятельности предпринимательских структур возникают тогда, когда метод какого-либо вида деятельности влияет на стоимость или эффективность других.

Чем длиннее ряд партнеров и конкурентов, признающих конкурентные преимущества данной предпринимательской структуры, тем устойчивее ее конкурентное положение, тем выше оцениваются ее конкурентные преимущества со стороны непосредственных конкурентов и общества.

Изменение технологий, появление новых запросов покупателей, появление нового сегмента отрасли, изменение стоимости компонентов производства, все эти новации создают возможности для разработки нового товара, развитие производства, внедрения новых способов маркетинга, доставки и улучшения сопутствующих услуг.

Особую значимость при оценке конкурентоспособности предпринимательских структур приобретает

оценка уровня автоматизации и внедрения IT технологий в бизнес процессы.

Данные преимущества связаны с решением вопросов нивелирования рисков, связанных с постоянно растущим объемом документов, появлением новых партнеров, необходимостью постоянного взаимодействия сотрудников и обеспечение выполнения сквозных процессов.

Социально-ориентированная деятельность позволяет повысить репутацию и имидж предпринимательской структуры, как среди конкурентов, так и среди поставщиков, партнеров и местного сообщества, что позволяет назвать социально-ориентированную деятельность одним из конкурентных преимуществ предпринимательской структуры, которое в конечном итоге приведет к ее устойчивому положению на рынке.

Постоянное балансирование предпринимательских структур, конкурирующих между собой и с общим окружением, между свободой выбора и зависимостью в выборе конкурентных действий и их проведения вызвано наличием внешнего и внутреннего векторов социальной активности. Внешний вектор социальной активности инициативно направлен от окружения каждой

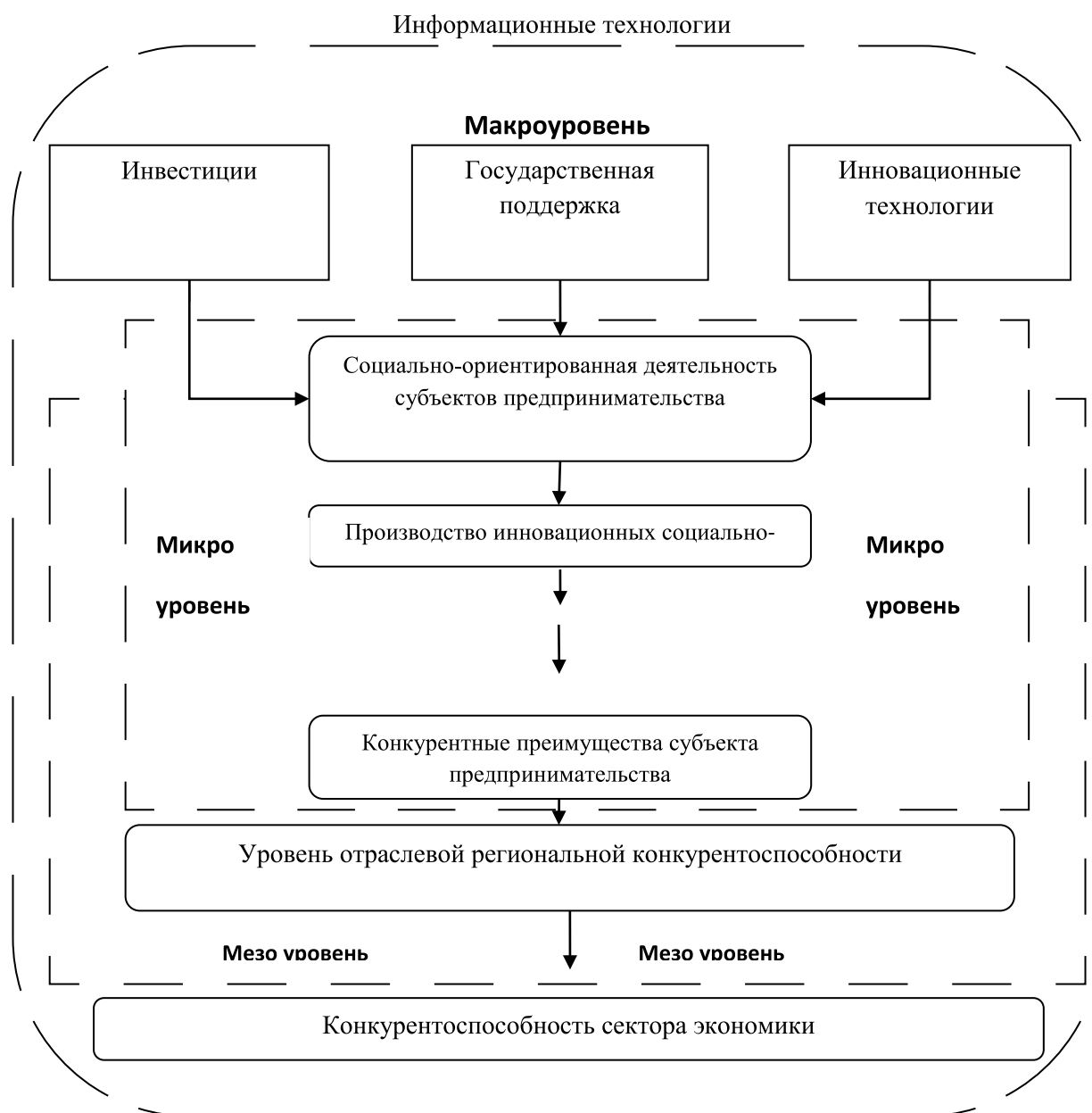


Рис. 4. Эффективность социально-ориентированной деятельности субъектов малого предпринимательства

предпринимательской структуры и заставляет предпринимателей реагировать на данные импульсы. Социальная активность, направленная изнутри, базируется на внутренней деловой этике и формирует внутреннюю социальную опору конкурентного поведения предпринимателей.

Предпринимательская деятельность всегда осуществлялась под воздействием интересов общества с помощью обязательного встраивания предпринимательских структур в систему общественных связей и отношений.

Такое обстоятельство объясняется тем, что общество не может обойтись без предпринимательства, а субъекты предпринимательства могут заниматься предпринимательской деятельностью только внутри данного общества.

Тем самым нахождение предпринимательских структур внутри локальных и глобальных цепочек ценностей, из которых профессиональному предпринимателю выходить в процессе конкурентного поведения невыгодно, вызывает возникновение явлений взаимных зависимо-



Рис. 5. Алгоритм оценки конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства

сти и согласования, которые возникают при всеобщем конкурентном поведении и представляют собой важные черты современной системы предпринимательства. Взаимная зависимость субъектов предпринимательской деятельности при формировании и реализации их конкурентных преимуществ дополняется их взаимной общественной ответственностью, что вызывает, в свою очередь, их взаимное согласование.

Необходимость учета взаимных интересов вызвано требованиями высокого общественного признания своей деятельности, ее результатов, уровня своей конкурен-

тоспособности, размеров конкурентных преимуществ, что в свою очередь вызывает интеграцию предпринимательской структуры внутри делового и местного сообщества, т.е. в единую постоянно воспроизводимую систему предпринимательства, развивающуюся внутри общества.

Подобная интеграция, осуществляющаяся внутри общества, развивающегося на началах конкуренции, вызывает тенденции поведения предпринимателей к стремлению в достижении успеха за счет создания конкурентных преимуществ.

Схема получения эффекта от социально-ориентированной деятельности графически представлена на рис. 4.

Анализируя схему получения эффекта, можно проследить, что социально-ориентированная деятельность является второстепенным тактическим конкурентным преимуществом, реализуемым внутри социальной системы на микро- и мезо- уровнях и приносящим социальный эффект на макро-уровне.

Принципиальное значение имеет наличие согласованной стратегии развития субъектов малого предпринимательства, которая служит основой для построения всех организационных процессов и механизмов.

Для оценки уровня конкурентоспособности необходимо соблюдать общесистемные требования и правила.

Схематично на рис. 5. выделены семь основных направлений деятельности предпринимательских структур, по которым производят оценку конкурентоспособности. Дополнительно в схему включена социально-ориентированная деятельность, а также уровень информатизации, которые, по нашему мнению, увеличивают конкурентоспособность предпринимательской структуры. Все показанные направления деятельности относятся к внутренним факторам, оказывающим влияние на уровень конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Данная методика учитывает большее количество факторов влияющих на конкурентоспособность предпринимательской структуры, что в свою очередь делает его более привлекательным, но при этом к недостаткам можно отнести то, что не все факторы имеют возможность количественной оценки. Методика позволяет в определенных пределах строить заключения относительно всей отрасли, а не только в отношении отдельно взятой предпринимательской структуры.

Оценка конкурентоспособности предпринимательской структуры представляет собой сложную многофакторную задачу по выявлению наиболее значимых показателей конкурентоспособности.

Проведенный анализ, показал, что проблема оценки конкурентоспособности предпринимательской структуры в целом на сегодняшний день обладает высокой актуальностью и не имеет удовлетворительного решения.

Изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли требуется предпринимательской структуре в первую очередь для того, чтобы определить, в чём ее преимущества и недостатки перед конкурентами и сделать выводы для выработки предпринимательской струк-

турой собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

Определение собственной конкурентоспособности является неотъемлемым элементом маркетинговой деятельности любого хозяйствующего субъекта.

Оценка конкурентной позиции предпринимательской структуры требуется для:

- ◆ разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности;
- ◆ выбора партнера для организации совместного выпуска продукции;
- ◆ привлечения средств инвестора в перспективное производство;
- ◆ составление программы выхода на новые рынки сбыта и др.

Проведение оценки преследует цель определения положения предпринимательской структуры на отраслевом рынке.

Достижение этой цели возможно лишь при наличии оперативной и объективной методики оценки конкурентоспособности.

Одним из методов оценки конкурентоспособности является метод моделирования.

Общеметодологические требования, предъявляемые к системе показателей, характеризующих сложные социально-экономические объекты, подробно исследованы в литературе. Применительно к рассматриваемым проблемам оценки конкурентоспособности их можно обобщить следующим образом:

- ◆ система показателей должна, с одной стороны, наиболее полно охватывать цели и задачи социально-ориентированной деятельности предпринимательской структуры, а с другой стороны быть практически реализуемой, т.е. информационно обеспеченной и достаточно компактной;
- ◆ показатели, входящие в систему, должны отвечать требованиям репрезентативности, аддитивности, однозначности, сопоставимости, допускать интегрирование.

Рассмотренный подход можно представить в виде структурно-логической схемы. Разработанный алгоритм оценки конкурентоспособности предприятий включает 6 основных этапов.

Этап 1. Для предприятий, отобранных для расчета, проводится сбор исходной информации, в том числе, проводится обоснование необходимости оценки уровня конкурентоспособности.

Этап 2. Обосновывается и формируется система показателей, по которым будет оцениваться уровень конкурентоспособности предприятий и собираются по этим показателям данные. В качестве основных показателей, влияющих на уровень конкурентоспособности предприятия на основе развития социально-ориентированной деятельности, выступают социально-экономические показатели.

Этап 3. Рассчитывается состав оценочных показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности предпринимательской структуры. Для каждого предприятия, вошедшего в группу, и вида ресурса определяется величина конечного показателя (в натуральных или условно-натуральных единицах). Перечень оценочных показателей устанавливается единым для всех анализируемых предприятий и определяется на один и тот же момент времени.

Этап 4. Для того чтобы было можно произвести оценку уровня конкурентоспособности, необходимо воспользоваться методом интегральной оценки. Это связано с тем, что для его характеристики используются множество показателей, для которых отсутствуют нормативные значения или имеются различия в уровне рекомендуемых нормативов. Для преодоления сложностей мы предлагаем применить индексный метод оценки социально-экономического состояния, при котором производится сведение многокритериального способа оценки финансового состояния к однокритериальному способу, т.е. мы должны нормировать указанные показатели относительно максимального или минимального значения.

Этап 5. Роль и степень влияния каждого из показателей на величину уровня конкурентоспособности на основе развития социально-ориентированной деятельности, различны. Для учета этого обстоятельства необходимо ввести своего рода поправочные коэффициенты, которые количественно характеризовали бы меру участия каждого из показателей в достижении и изменении соответствующего уровня конкурентоспособности. Для этого используются коэффициенты значимости (a_i), оценивающие роль и значение мнения респондентов о влиянии показателей на повышение уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры. Коэффициенты значимости того или иного оценочного показателя предлагается определять методом Саати, используя для расчетов матрицу рангов.

Этап 6. Предлагаемая методика оценки уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры, основывается на применении факторного подхода, когда каждый из групповых оценочных показателей рассматривается как один из ее частных критериев, характеризующий какую-то одну из сторон.

В качестве обобщающего показателя предлагаем использовать интегральный показатель в аддитивной форме:

$$K_I = \sum_{s=1}^n K_s * \sigma_s \quad (1)$$

K_I — интегральный уровень конкурентоспособности i предпринимательской структуры;

K_s — конкурентоспособность обеспеченная s фактором;

σ_s — весомость фактора s ;

n — число оцениваемых факторов.

Показатели, характеризующие уровень состояния социально-ориентированной деятельности, определяются при составлении плана социального развития предпринимательской структуры и отчетности по данному плану. Поскольку структуры значительно отличаются друг от друга по условиям и влияющим на производство факторам, показатели социально-ориентированной деятельности должны рассматриваться в динамике по годам, и будут характеризовать степень развития структуры в социальном направлении.

Показатели социально-ориентированной деятельности могут быть использованы при сравнении уровня социально-ориентированной деятельности предпринимательских структур внутри отрасли или на определенной территории. Показатели социально-ориентированной деятельности, так же как и наличие планов социального развития и анализ их реализации, могут выступать полезными инструментами при организации отношений владельцев предпринимательских структур с социальными партнерами: трудовым коллективом, территориальным сообществом и местной властью.

Оценка уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры, обеспечиваемого социально-ориентированной деятельностью, основана, прежде всего, на использовании открытой информации, которая может представляться в обязательном и добровольном порядке. В данном случае в качестве источников могут использоваться: годовой отчет; ежеквартальная отчетность; годовой социальный отчет; годовая финансовая отчетность предпринимательской структуры; внутренняя документация и социальная отчетность. Для сбора дополнительной информации мы предлагаем использовать метод экспертного опроса на основе специально разработанных анкет, в которых будут поставлены вопросы в соответствии с проводимыми исследованиями и анализом.

Рассмотренный методологический подход позволяет сформировать в соответствии с вышеназванными требованиями следующие научно-методические принципы

формирования уровня конкурентоспособности на основе развития системы социально-ориентированной деятельности исследуемой предпринимательской структуры:

- ◆ оценка уровня конкурентоспособности должна иметь количественные выражения и носить интегральный характер, т.е. объединять в себе, с одной стороны, влияние всего комплекса показателей, организующих этот уровень, а с другой стороны — как социальные, так и экономические ее аспекты;
- ◆ оценка уровня конкурентоспособности может быть обеспечена показателями, включающей в себя основные экономические и социально-экономические результаты деятельности;
- ◆ система названных показателей должна обеспечивать оценку уровня конкурентоспособности как всей исследуемой предпринимательской структуры в целом, так и отдельных составных ее элементов (подразделений, цехов и т.п.);
- ◆ расчет каждого из показателей должен осуществляться по единой методике, базирующейся на изложенном выше методологическом подходе;

- ◆ в основу расчета показателей оценки уровня конкурентоспособности исследуемой предпринимательской структуры должен быть положен интегральный метод с обязательным применением процедуры установления относительной значимости отдельных показателей определяющих их численное значение для каждого из указанного показателя;
- ◆ основным заданным результатом следует признать определение уровня конкурентоспособности предпринимательской системы;
- ◆ основным результатом, достигнутым в процессе исследования следует считать определение влияния показателей на уровень конкурентоспособности предпринимательской структуры;
- ◆ комплексная оценка уровня конкурентоспособности исследуемой предпринимательской структуры должна включать в себя также показатели, характеризующие объемы затрат на информатизацию деятельности и проведение социальных программ и влияния социально-ориентированной деятельности на результаты работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беленов О. Н., Анучин А. А. Конкурентоспособность стран и регионов; КноРус — М., 2018. — 144 с.
2. Ершов, С. А. Трансформация подходов к исследованию инновационного потенциала предприятий в условиях развития информационных технологий / С. А. Ершов // Креативная экономика-2012. — № 4
3. Литвиненко О. А. Концептуальные аспекты системы управления информатизацией предприятия // Научно-технический вестник СПбГУ ИТМО. — 2011. — № 1 (71). — С. 120–123.
4. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: моногр.; Юрайт — М., 2015. — 145 с.
5. Малое и среднее предпринимательство в России. 2017: Стат.сб./ М 19 Росстат. — М., 2017. — 78 с. (электронный ресурс) http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/mal-pred17.pdf
6. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. 2-е изд. М., 2006.
7. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. М.: Новости, 1992

© Лукьянова Анна Васильевна (avlukyanova@fa.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»