

УДК 338.1

А. О. Гостилович, аспирант, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, 1/46)
(e-mail: gostaleks@mail.ru)

К. А. Иванов, аспирант, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, 1/46) (e-mail: ivanovkostik13@mail.ru)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

За последние два десятилетия экономика совместного потребления показывает значительный экспоненциальный рост, что является возможностью для промышленных предприятий увеличить свою конкурентоспособность в условиях стремительно меняющейся конъюнктуры международных рынков. Это предполагает возможность дополнения традиционных подходов к управлению конкурентоспособностью промышленных предприятий, что актуально в контексте ограничения финансовых ресурсов и наличия недоиспользуемых мощностей. В Российской Федерации задача цифровизации и становления цифровой экономики решается достаточно активно, что создает дополнительные инфраструктурные возможности и практические инструменты реализации преимуществ экономики совместного потребления для достижения конкурентных преимуществ и лидерских позиций на рынках существующими компаниями, новыми компаниями и стартапами.

В статье рассматриваются возможности экономики совместного потребления, которые способствуют повышению конкурентоспособности промышленных предприятий. Рассмотрены элементы экономики совместного потребления, а также особенности компаний в данной сфере. Определены места интеграции возможностей экономики совместного потребления в теоретические инструменты анализа конкурентоспособности промышленной продукции (матрица Симона, матрица цена/качество), дополнены пути повышения конкурентоспособности продукции и способы управления промышленным производством. Сделан вывод о том, какие конкретные элементы экономики совместного потребления могут быть использованы для повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. Полученные результаты могут быть использованы менеджерами разных уровней в процессе принятия операционных, тактических и стратегических решений для управления промышленным предприятием в современных условиях возрастающей конкуренции и индустрии 4.0. Результаты статьи могут быть основой дискуссий и дальнейших исследований в сфере изучения возможностей экономики совместного потребления и повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность; экономика совместного потребления; совместное производство; совместные покупки; управление производством; цифровые платформы.

Ссылка для цитирования: Гостилович А. О., Иванов К. А. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий и экономика совместного потребления // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2019. Т. 9, № 3 (32). С. 236–243.

В наше время скорость внедрения современных технологий в производство значительно увеличилась. Это служит одной из причин увеличения сложности конкурентной борьбы для промышленных предприятий. Современным менеджерам необходимо уделять внимание не только сбыту продукции, но и способам ее производства. Основными трендами, которые необходимо учитывать менеджерам промышленных предприятий, являются [1]:

– Big Data (принятие решений и управление, основанное на анализе больших данных об объекте управления);

– Sharing Economy (экономика совместного потребления);

– интернет вещей (сеть датчиков, которые обмениваются информацией между собой и/или с внешними устройствами);

– роботизация (минимизация человеческого фактора за счет использования роботов).

Два первых тренда (Big Data и Sharing Economy) относятся к управлению как бытовыми процессами деятельности предприятий, так и производственными процессами. Два последних тренда (интернет вещей и роботизация) относят-

ся преимущественно к управлению производственными процессами деятельности промышленных предприятий и Индустрии 4.0. Из всех перечисленных трендов самым глобальным по числу вовлеченных акторов и концептуальным аспектам является Sharing Economy (экономика совместного потребления). Рост скорости распространения систем для совместного потребления показывает, что экономика совместного потребления представляет серьезную угрозу для некоторых существующих отраслей [2]. Влиянию этого тренда на конкурентоспособность промышленных предприятий будет уделено основное внимание настоящей статьи.

Понятие экономики совместного потребления довольно обширно, в научном сообществе нет единого определения данного термина. Экономика совместного потребления предполагает совместное использование недоиспользованных активов для извлечения дополнительного экономического эффекта. Экономику совместного потребления можно разделить на несколько сфер или элементов:

- 1) аренда вещей (аренда вещей у физлиц, например, дорогих аксессуаров, техники и т. д.);
- 2) байкшеринг (повременная аренда велосипедов);
- 3) бартер (обмен товарами/услугами с другими компаниями);
- 4) карпулинг (совместные поездки на автомобилях);
- 5) каршеринг (аренда автомобилей через мобильное приложение);
- 6) коворкинг (совместное использование рабочего пространства);
- 7) краудсорсинг (использование «толпы» для создания новых продуктов/услуг и выполнения проектных задач);
- 8) краудфандинг (сбор средств на проект с любых желающих физлиц);
- 9) проживание у физлиц (размещение в поездках у физлиц);
- 10) сервисы для поиска исполнителей (повременной наем рабочей силы для различных задач через мобильное приложение);

11) сервисы для совместной работы (платформы для совместного создания документов, презентаций, выполнения проектов и т. д);

12) совместное производство (совместное использование оборудования, производственных мощностей, площадей, сотрудников);

13) совместное использование данных;

14) совместные закупки (экономия для участников за счет эффекта масштаба).

Рассмотренные элементы экономики совместного потребления в широком смысле представляют собой бизнес-модели, которые обладают рядом особенностей [3]:

- 1) экономические выгоды для всех пользователей;
- 2) нет владения активами (использование существующих активов без права на собственность);
- 3) координация предложения и спроса;
- 4) существование промежуточной аудитории, которую нужно координировать и контролировать;
- 5) наличие саморегулируемых элементов (например, контроль качества поездок в Uber);
- 6) прибыль для компаний не является ее миссией (основная миссия – преимущество для клиента);
- 7) управление компанией осуществляется централизованно или совместно;
- 8) минимизация управления активами (в Uber обслуживание автомобиля в сфере ответственности клиента);
- 9) сложность координации процессов для предоставления товаров или услуг;
- 10) большое число транзакций;
- 11) необходимость накапливать и использовать опыт работы с клиентами и партнёрами для последующего улучшения качества сервиса;
- 12) необходимость учитывать особенности местных рынков в процессе масштабирования бизнес-модели;
- 13) необходимость учитывать политический, юридический и социальный аспекты;

14) необходимость быстрыми темпами создавать требуемый объем деятельности (Uber использует собственных водителей в новом городе, а затем привлекает местных водителей и постепенно заменяет ими штатных).

Рассмотренные особенности бизнес-моделей компаний в сфере экономики совместного потребления необходимо учитывать при адаптации соответствующего тренда для практической деятельности промышленного предприятия. Перечисленные конкретные элементы и особенности бизнес-моделей компаний экономики совместного потребления будут использованы авторами статьи для демонстрации возможно-

стей их применения для повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Объективным показателем, который характеризует конкурентоспособность промышленного предприятия, является его прибыль. Существует два основных пути для увеличения прибыли: увеличение доходов, снижение издержек [4, с. 50]. Для увеличения доходов целесообразно обратить особое внимание на качество продукции. Рассмотрим матрицу Симона, которая показывает взаимосвязь между объективным и субъективным качеством продукции, определим место экономики совместного потребления в сегментах данной матрицы (табл. 1).

Таблица 1

Матрица Симона и элементы экономики совместного потребления

		Объективное качество (мнение предприятия)	
		низкое	высокое
Субъективное качество (мнение потребителя)	высокое	1. Информационный избыток: – поддерживать информационный поток; – улучшать качество (краудсорсинг)	2. Техничко-информационное опережение: – сохранять достигнутое конкурентное преимущество
	низкое	3. Техничко-информационное отставание: – улучшать качество и информацию; – снижать издержки и цены (краудсорсинг, совместное использование данных, рабочая сила по потребности, совместное производство, совместные закупки)	4. Информационный дефицит – улучшать связь с потребителями; – улучшать информированность клиентов (краудсорсинг, краудфандинг)

Примечание. Составлено авторами на основе [4, с. 52].

Основными приемами для улучшения информированности потребителей являются цифровые инструменты конкурентного анализа [5]. Рассмотрим, какие элементы экономики совместного потребления можно использовать вместе с ними в различных сегментах. В сегменте №1 рекомендуется поддерживать информационный поток и улучшать качество. Улучшить качество можно с помощью краудсорсинговых проектов, которые делают производителя ближе к потреби-

лю [6]. В сегменте №2 не стоит предпринимать значительных изменений в компании. В сегменте №3 также можно использовать методы краудсорсинга для увеличения информирования. Для улучшения качества целесообразно совместно использовать данные с аналогичными предприятиями, которые также находятся в сегменте №3. Преимущества совместного использования данных недооценены многими компаниями, однако именно это может служить основной для быстрого

роста качества товара, и как следствие, быстрого достижения конкурентного преимущества для всех компаний, участвовавших в обмене данными. Совместное использование данных с подрядчиками способно существенно сократить производственный цикл. Для снижения издержек целесообразно привлекать рабочую силу по потребности и использовать оборудование совместно, а также осуществлять совместные закупки с компаниями на рынке, которые не являются прямыми конкурентами. В сегменте №4 актуально использование технологий краудсорсинга и краудфандинга для улучшения связи с потребителями и апробации гипотез по

выводу новых товаров на рынок. Отмеченные элементы экономики совместного потребления основаны на цифровых технологиях, которые создают экосистему бренда. Локализация любых цифровых услуг на смартфоне позволяет экосистеме бренда быть максимально близко к потребителям [7].

Рассмотрим матрицу «цена/качество» (табл. 2). Отметим в соответствующих сегментах особенности бизнес-моделей экономики совместного потребления, которые необходимо учитывать при интеграции каких-либо ее элементов в бизнес-модель промышленного предприятия.

Таблица 2

Матрица «цена / качество»

		Качество		
		низкое	среднее	высокое
Цена	высокая	1. Политика ограбления (3), (13)	2. Политика завышенной цены	3. Политика премиальных наценок (6)
	средняя	4. Политика показного блеска	5. Политика среднего уровня (2)	6. Политика глубокого проникновения на рынок (5)
	низкая	7. Политика низкой ценностной значимости (7), (8), (11), (14)	8. Политика доброкачественности	9. Политика максимизации рыночной доли (9), (10), (12)

Примечания: 1. Составлено авторами на основе [4, с. 54].

2. Цифры в круглых скобках соответствуют номерам особенностей бизнес-моделей компаний в сфере экономики совместного потребления из списка, приведенного в начале статьи.

В сегменте №1 стоит учитывать такие особенности бизнес-моделей компаний в сфере экономики совместного потребления, как необходимость координации предложения и спроса (3) и необходимость учета политического, юридического и социального аспектов (13). В сегменте №3 нужно понимать, что прибыль компании не должна быть ее миссией (6). В сегменте №5 компания может начинать избавляться от владения активами (2). В сегменте №6 стоит вводить элементы саморегулирования деятельности (5). Сегмент №7 является наиболее сложным для компании. Тут целесообразно управлять компанией центра-

лизованно или совместно с потребителями (7), минимизировать управление активами (8), накапливать и использовать опыт работы с клиентами и партнерами для последующего улучшения качества (11), быстрыми темпами набирать требуемый объем деятельности (14). В сегменте №9 вероятна сложность координации процессов предоставления товаров и услуг (9), большое число транзакций (10) и наличие необходимости учета особенностей местных рынков для масштабирования деятельности (12). Авторы статьи не претендуют на однозначность связей между особенностями

бизнес-моделей и сегментов матрицы «цена/качество».

Таким образом, особенности бизнес-моделей компаний и элементы эко-

номики совместного потребления можно использовать как для увеличения доходов компании, так и для снижения издержек (табл. 3).

Таблица 3

Возможности экономики совместного потребления для увеличения доходов и снижения издержек промышленных предприятий

Увеличение доходов	Снижение издержек
1. Краудсорсинг (совместное создание проектов с потребителями товаров).	1. Каршеринг, карпулинг (совместное использование грузового транспорта, совместные перевозки).
2. Краудфандинг (поиск финансирования и апробация рыночных гипотез).	2. Бартер (обмен активами с другими компаниями).
3. Коворкинг (сдача в аренду свободных площадей).	3. Сервисы для поиска исполнителей (снижение издержек на персонал).
4. Сервисы для совместной работы (совместная работа с контрагентами)	4. Совместное производство (совместное использование станков и других мощностей производства).
	5. Совместное использование данных (обмен данными с другими компаниями и / или с подрядчиками).
	6. Совместные закупки (экономия за счет скидки поставщика на большие объемы)

Примечание. Составлено авторами.

Самым распространённым инструментом экономики совместного потребления является краудсорсинг. Одним из примеров применения краудсорсинга является создание центров открытых инноваций. Например, ГК «Ростех» создала такие центры на базе РЭУ им. Г. В. Плеханова и РУДН [8, с. 52]. Сама ГК «Ростех» является своеобразным агрегатором высокотехнологичных отраслей промышленности, в ее состав входят 663 организации, из которых сформировано 17 холдинговых компаний [8, с. 68]. Подобная агрегация информации является основной для возможностей серьезного сокращения издержек за счет совместного использования оборудования, площадей, кадров и других ресурсов. Барьером на данном пути могут служить проблемы сопоставимости данных из разных информационных систем и высокая степень разнородности производственных процессов. Для преодоления возникших сложностей целесообразно создавать более узконаправленные агрегаторы внутри крупного агрегатора. Так, в рамках ГК «Ростех» в 2009 г. было создано АО

«КРЭТ», которое специализировалось в области радиоэлектроники. Сегодня АО «КРЭТ» является крупнейшим в России холдингом, который объединяет более 95 организаций радиоэлектронной промышленности [8, с. 70]. Для подобных производственных объединений характерны и имеют большой потенциал для широкого использования следующие элементы экономики совместного потребления: краудсорсинг, совместное использование оборудования, совместное использование данных, совместные закупки. Данные процессы приведут к качественному повышению конкурентоспособности промышленных предприятий.

Технологии краудфандинга могут оказать серьёзный положительный эффект на процесс изучения рынка и получение первых продаж, особенно для инновационного продукта [6]. Примером может служить размещение информации о новом проекте компании на краудфандинговой платформе, где пользователи платформы могут пожертвовать деньги на реализацию проекта, а фактически сделать предзаказ на товар, разработка

или производство которого является целью проекта. Количество полученных предзаказов может служить косвенным признаком о потенциале рынка.

Промышленное предприятие, как правило, владеет объектами капитального строительства. Очень мало компаний используют свои производственные и офисные площади на 100%, это создает возможности для сдачи в аренду недоиспользуемых площадей. Более того, современные цифровые технологии позволяют сдавать в аренду площади, которые свободны не все 24 часа, а, например, 8 часов из 24. Подобная повременная сдача в аренду площадей может принести дополнительные доходы промышленным предприятиям, особенно имеющим в собственности офисные площади, которые можно сдавать в аренду по часам мобильному малому бизнесу.

Сервисы для совместной работы активно используются многими компаниями. К экономике совместного потребления относятся такие сервисы, которые подразумевают совместную работу с контрагентами компании. Лавируя между эффективностью работы и коммерческой тайной, компании, использующие данный метод, могут существенно увеличить свои доходы за счет сокращения цикла производства продукции.

Сервисы каршеринга из сегмента B2C активно расширяют свои услуги в сегмент B2B. Уже сейчас малый бизнес может арендовать через мобильное приложение грузовую машину для перевозок по потребности. В сфере постоянных грузовых перевозок пользуются популярностью мультимодальные перевозки (совместные перевозки), которые позволяют участникам сэкономить, а перевозчику оптимальнее использовать ресурс транспорта. Данное направление может существенно сократить транспортные издержки промышленных предприятий.

Бартер был всегда. Современные цифровые технологии вывели возможности бартера на качественно новый уровень. В наше время бартер в какой-то

степени, является предшественником модели совместного использования оборудования. Не обязательно осуществлять физический обмен активами, достаточно взять их в аренду на определенное время.

Если представить себе предприятие, которое использует все рассмотренные элементы экономики совместного потребления в своей деятельности, то можно сделать вывод о том, что функционирование одного такого предприятия нецелесообразно. Это объясняется особенностями бизнес-моделей компаний в сфере экономики совместного потребления. Для экономически обоснованного внедрения элементов экономики совместного потребления необходимо обеспечить функционирование сообщества, при этом необходимо обеспечить быстрый рост числа участников данного сообщества. Чем больше будет сообщество активных участников совместного потребления, тем ощутимее будут экономические выгоды для этих же участников. В современных условиях функционирования промышленных предприятий подобные сообщества возможно создавать на базе технопарков, индустриальных парков, промышленных комплексов, особых экономических зон и промышленных кластеров. Компании, не относящиеся к перечисленным экосистемам, можно объединять посредством цифровых платформ. В Европе есть опыт реализации подобных проектов. Так, цифровая платформа Floow2 представляет собой маркетплейс для взаимного обмена оборудованием и услугами для бизнеса [9, с. 37]. В настоящее время данная площадка имеет наибольшую популярность в сфере совместного использования медицинского оборудования. Подобная цифровая платформа может выполнять более масштабные задачи, например, стать своеобразным виртуальным технопарком для компаний. Российская Федерация обладает большим потенциалом для развития подобных технологий [10].

Таким образом, изменение бизнес-моделей промышленных предприятий в

соответствии с особенностями бизнес-моделей в сфере экономики совместного потребления и выборочное использование элементов экономики совместного потребления в производственной, сбытовой и других сферах управления предприятием позволит повысить конкурентоспособность промышленных предприятий в современных условиях рыночной экономики и индустрии 4.0.

Список литературы

1. Лapidус Л. В. BIG DATA, Sharing Economy, интернет вещей, роботизация: взгляд в будущее российского бизнеса // Перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции: материалы III Межфакультетской научно-практической конференции молодых ученых / под ред. д.э.н. Л. В. Лapidус. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. С. 5–24.
2. Kathan W., Matzler K., Veider V. The Sharing Economy: Your Business Model's Friend or Foe? Business Horizons. 2016. Vol. 59. P. 663–672.
3. Гостилович А. О. Особенности бизнес-моделей в экономике совместного потребления // Современные гуманитарные исследования. 2018. № 1 (80). С. 25–29.
4. Тюлин С. В. Формирование конкурентной стратегии коммерческого

предприятия: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2007. 232 с.

5. Герасименко В. В., Голованова Е. В. Цифровые инструменты конкурентного анализа: как измерить знание и интерес к бренду в сети // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 4. С. 39–47.
6. Лapidус Л. В. Краудсорсинг и краудфандинг: природа, сущность, особенности реализации крауд-проектов // Экономика и предпринимательство. 2017. № 1 (78). С. 476–479.
7. Герасименко В. В., Цивлин А. П. Конкурентоспособность в эпоху Digital: экосистема – качество – клиент // Аудит и финансовый анализ. 2017. № 6. С. 28–33.
8. Тюлин А. Е. Повышение конкурентоспособности инновационно активных предприятий на основе создания и применения ключевых компетенций: дис. ... докт. экон. наук. М., 2017. 383 с.
9. Olson M. J., Kemp S. J. Sharing economy: an in-depth look its evolution and trajectory across industries // Piper Jaffray. Investment Research. 2015. March. 76 p.
10. Gostilovich A. Sharing Assets Potential in the Digital Transformation Conditions: The Example of Russia // Advances in Economics and Business. 2019. Vol. 7(4), P. 137–141. doi: 10.13189/aeb.2019.070401.

Поступила в редакцию 07.05.19

UDC 338.1

A. O. Gostilovich, Post-Graduate Student, Lomonosov Moscow State University (Russia, 119991, Moscow, GSP-1, Leninskiye Gory, 1/46) (e-mail: gostaleks@mail.ru)

K. A. Ivanov, Post-Graduate Student, Lomonosov Moscow State University (Russia, 119991, Moscow, GSP-1, Leninskiye Gory, 1/46) (e-mail: ivanovkostik13@mail.ru)

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AND THE SHARING ECONOMY

Over the past two decades, the sharing economy shows significant exponential growth, which is an opportunity for industrial enterprises to increase their competitiveness in a rapidly changing international market conditions. This implies the possibility of supplementing traditional approaches to managing the competitiveness of industrial enterprises, which is relevant in the context of limiting financial resources and the availability of underutilized capacities. In the Russian Federation, the challenge of digitalization and the emergence of the digital economy is being addressed quite actively, which creates additional infrastructure opportunities and practical tools for realizing

the advantages of a sharing economy to achieve competitive advantages and leadership positions in the markets by existing companies, new companies and startups.

The article discusses the possibilities of the Sharing Economy that contributes to the competitiveness of industrial enterprises. The elements of the Sharing Economy, as well as the features of companies in this area. The places of integration of the Sharing Economy into theoretical tools for analyzing the competitiveness of industrial products (Simon matrix, price / quality matrix) were identified, ways to improve the competitiveness of products and ways to control industrial production were added. It is concluded that the specific elements of the Sharing Economy can be used to improve the competitiveness of industrial enterprises. The obtained results can be used by managers at different levels in the process of making operational, tactical and strategic decisions for managing an industrial enterprise in the modern conditions of increasing competition and industry 4.0. The results of the article can be the main discussions and further research in the field of exploring the possibilities of the Sharing Economy and increasing the competitiveness of industrial enterprises.

Keywords: competitiveness; sharing economy; co-production; joint purchases; production management; digital platforms.

For citation: Gostilovich A. O., Ivanov K. A. Improving the competitiveness of industrial enterprises and the sharing economy. *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2019, vol. 9, no. 3 (32), pp. 236–243 (in Russ.).

References

1. Lapidus L. V. BIG DATA, Sharing Economy, internet veshchei, robotizatsiya: vzglyad v budushchee rossiiskogo biznesa. *Perspektivy razvitiya elektronnoho biznesa i elektronnoi kommertsii. Materialy III Mezhd-fakul'tetskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii molodykh uchenykh*; ed. by d.e.n. L. V. Lapidus. Moscow, Ekonomicheskii fakul'tet MGU imeni M. V. Lomonosova, 2017, pp. 5–24.
2. Kathan W, Matzler K, Veider V. The Sharing Economy: Your Business Model's Friend or Foe? *Business Horizons*, 2016, vol. 59, pp. 663–672.
3. Gostilovich A. O. Osobennosti biznes-modelei v ekonomike sovmestnogo potrebleniya. *Sovremennye gumanitarnye issledovaniya*, 2018, no. 1 (80), pp. 25–29.
4. Tyulin S. V. Formirovanie konkurentnoi strategii kommercheskogo predpriyatiya. Dis. kand. ekon. nauk. St. Petersburg, 2007. 232 p.
5. Gerasimenko V. V., Golovanova E. V. Tsifrovye instrumenty konkurentnogo analiza: kak izmerit' znanie i interes k brendu v seti. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 2018, no. 4, pp. 39–47.
6. Lapidus L. V. Kraudsorsing i kraud-fanding: priroda, sushchnost', osobennosti realizatsii kraud-proektov. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2017, no. 1 (78), pp. 476–479.
7. Gerasimenko V. V., Tsivlin A. P. Konkurentosposobnost' v epokhu Digital: ekosistema – kachestvo – klient. *Audit i finansovyi analiz*, 2017, no. 6, pp. 28–33.
8. Tyulin A. E. Povyslenie konkurentosposobnosti innovatsionno aktivnykh predpriyatii na osnove sozdaniya i primeneniya klyuchevykh kompetentsii. Dis. dokt. ekon. nauk. Moscow, 2017. 383 p.
9. Olson M. J., Kemp S. J. Sharing economy: an in-depth look its evolution and trajectory across industries. *Piper Jaffray. Investment Research*, 2015, March. 76 p.
10. Gostilovich A. Sharing assets potential in the digital transformation conditions: the example of Russia. *Advances in economics and business*, 2019, vol. 7.4, pp. 137–141. doi: 10.13189/aeb.2019.070401.