

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья

УДК 339.138

doi: 10.46845/2073-3364-2022-0-3-22-31

Влияние информационной экономики на появление новых возможностей для расширения доли предприятия на рынке

Юлия Сергеевна Коноплина

ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО "КГТУ", Калининград, Россия

yuliya.konoplina@klgtu.ru

Аннотация. Рассмотрены основные направления возрастающего влияния информационной экономики и информационных технологий на появление новых возможностей для расширения доли предприятия на рынке. В составе таких направлений выделено одно основное, предполагающее повышение гибкости предприятия на рынке и проявляющееся в создании виртуальных предприятий или (что более распространено) предприятий с признаками виртуальности. Виртуализация предприятий представлена как перспективная возможность обеспечения гибкости организационной структуры предприятия. Информационные технологии проанализированы как первоисточник и основание для осуществления виртуализации предприятий. Проведен анализ свойств внешней среды предприятия, вызванных влиянием информационных технологий. Выявлены особенности воздействия на предприятия со стороны внешней среды в условиях информационной экономики. Рассмотрены такие две составляющие обеспечения гибкости предприятия, как скорость приспособления предприятия к изменениям внешней среды, и качество реагирования предприятия на изменения внешней среды. Своевременный доступ к потокам необходимой информации рассмотрен как начальная предпосылка обеспечения гибкости реагирования предприятия на изменения внешней среды. Обеспечение гибкости организационной структуры предприятия представлено в качестве ключевой предпосылки гибкости реагирования предприятия на изменения внешней среды. Проведен анализ общего и отличий между обычными предприятиями, виртуальными предприятиями и проектами. Проанализированы особенности конкуренции между потенциальными участниками виртуальных предприятий.

Ключевые слова: доля рынка, гибкость предприятия, предприятия с признаками виртуальности, конкуренция, конкурентоспособность

Для цитирования: Коноплина Ю. С. Влияние информационной экономики на появление новых возможностей для расширения доли предприятия на рынке // Балтийский экономический журнал. 2022. № 3(39). С. 22–31. <http://dx.doi.org/10.46845/2073-3364-2022-0-3-22-31>

The influence of information economy upon the appearance of new possibilities for market share expansion**Yuliya S. Konoplina**

INOTECU FGBOU VO "KSTU", Kaliningrad, Russia

yuliya.konoplina@klgtu.ru

Abstract. In this article the author regarded the basic directions of ongoing influence of information economy and information technologies upon the appearance of new possibilities for market share expansion. Among such directions it was highlighted the main one, which assumes the raise of enterprise flexibility in market environment and comes out in foundation of virtual enterprises or (which is more spread) enterprises with the properties of virtuality. The analysis was conducted with respect to the properties of external market environment of enterprises, which were caused by information technologies. It was revealed the peculiarities of the influence caused by external market environment upon in conditions of information economy. It was regarded such two components of providing enterprise flexibility as the speed of enterprise adaptation towards the changes of external market environment, and the quality of enterprise reaction on the changes of external market environment. The timely access towards necessary information flows was regarded as the starting precondition of ensuring enterprise reaction flexibility related to the changes of external market environment. The providence of enterprise organization structure flexibility was presented as the key precondition for flexibility of enterprise reaction upon the changes of external market environment. The virtualization of enterprises was presented as the perspective possibility for providing the flexibility of enterprise organizational structure. The information technologies were analyzed as the primary source and the basis for enterprise virtualization implementation. As the part of the tendency of enterprise virtualization it was highlighted two components: the appearance of virtuality properties in activity of ordinary enterprises and immediately the foundation of virtual enterprises. It was analyzed the ongoing raise of virtuality properties in the activity of modern enterprises as the consequence of overcoming the psychological barrier for spreading telework fulfilled during the pandemic period. It was revealed the group of factors, which restrains the foundation of directly virtual enterprises. It was analyzed the common features and differences between ordinary enterprises, virtual enterprises and projects.

Keywords: market share, enterprise flexibility, enterprises with the properties of virtuality, competition, competitiveness

For citation: Konoplina Yu. The influence of information economy upon the appearance of new possibilities for market share expansion // Baltic Economic Journal. 2022. No. 3(39). P. 22–31. [http// dx.doi.org/10.46845/2073-3364-2022-0-3-22-31](http://dx.doi.org/10.46845/2073-3364-2022-0-3-22-31)

ВВЕДЕНИЕ

Появление достаточного количества новых возможностей рынка является одним из важнейших условий успешного развития экономики. Следует подчеркнуть, что воспользоваться новыми возможностями рынка могут далеко не все субъекты коммерческой деятельности (предприятия), а именно те из них, которые характеризуются достаточно высоким уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, сумев воспользоваться новыми возможностями рынка, такие

предприятия становятся еще более конкурентоспособными [1, 2, 5, 6]. На появление новых возможностей рынка чаще всего влияют новые технологии. Наиболее масштабное влияние в настоящее время оказывают информационные технологии [4]. Много проявлений этого влияния можно также заметить в сфере маркетинга [3, 7]. Потенциал повышения эффективности функционирования предприятий, заложенный во влиянии информационных технологий на рыночные возможности, является достаточно высоким, что обуславливает актуальность дальнейших исследований данной проблематики.

МЕТОДЫ

При подготовке публикации были сформулированы следующие цели: 1) проанализировать наиболее важные и влиятельные факторы воздействия информационных технологий и в целом информационной экономики на появление новых возможностей рынка; 2) раскрыть основные типы рыночных возможностей, которые появляются в условиях информационной экономики и обеспечивают повышение конкурентоспособности предприятий. Проведение данного исследования основано на эмпирическом подходе, направленном на описание тенденций и закономерностей развития наиболее важных факторов влияния информационных технологий на повышение конкурентоспособности предприятий.

РЕЗУЛЬТАТЫ

К числу рыночных возможностей, которые появляются в результате распространения информационных технологий, в первую очередь следует отнести возможность занятия новой более выгодной рыночной ниши или расширения доли рынка в рамках ранее занятой рыночной ниши за счет повышения гибкости предприятия. В данном контексте под гибкостью предприятия понимается скорость и качество его приспособления к воздействию быстро меняющихся рыночных характеристик внешней среды [4].

Внешняя среда предприятия в современных условиях характеризуется повышением скорости изменений, что связано с высоким динамизмом технологической сферы. Временные горизонты технологических и экономических прогнозов сужаются, выстраивать отраслевые приоритеты становится гораздо сложнее [7]. Поскольку современный рынок можно охарактеризовать как рынок покупателя, внешняя среда воздействует на предприятие в виде повышения индивидуализации потребностей.

Предприятие вынуждено отвечать на это воздействие повышением индивидуализации товаров и услуг, но чаще всего ответная реакция может быть охарактеризована как квази-индивидуализация, т. е. индивидуализация проявляется скорее в позиционировании товара или услуги, чем в ценностном их наполнении. Такая тактика реагирования предприятия на возрастание индивидуализации потребностей вполне оправдывает себя, учитывая постоянно воздействующую на него ограниченность ресурсов.

Кроме того, реальная индивидуализация товаров входит в серьезное противоречие с одним из главных условий экономической эффективности предприятия, а именно с расширением объемов деятельности с целью получения эффекта масштаба. Скорость приспособления предприятия к изменениям внешней среды не вызывает разнообразных толкований, но смысловое наполнение качества такого реагирования целесообразно кратко прокомментировать.

Качество реагирования предприятия на изменения внешней среды включает в себя две составляющие: удельный вес количества факторов внешней среды, на которые предприятие сумело отреагировать, в общем количестве действующих факторов внешней среды, и степень полноты реакции на каждый из этих факторов. Одной из ключевых предпосылок обеспечения гибкости реагирования предприятия на изменения внешней среды является своевременный доступ к потокам соответствующей информации.

Развитие информационной экономики, с одной стороны, дополнительно повысило ценность такого ресурса, как информация, а с другой стороны, привело к возрастанию объемов и скорости возникновения потоков информации. В этом контексте важен не только своевременный доступ к потокам информации об изменениях внешней среды, но и наличие у предприятия трудовых и технологических ресурсов для эффективной обработки этих информационных потоков.

Следующей ключевой предпосылкой обеспечения гибкости реагирования предприятия на изменения внешней среды является наличие достаточно гибкой организационной структуры самого предприятия.

В данном контексте очень важно обеспечить необходимый баланс между гибкостью организационной структуры и наличием четкой, но не избыточной иерархичности связей как между подразделениями, так и между сотрудниками. Кроме того, гибкость организационной структуры не отменяет необходимости поддержания требуемого уровня дисциплины, а значит, регламентации труда. В контексте обеспечения гибкости организационной структуры предприятия необходимо обратить внимание на такую возможность, как виртуализация предприятия.

Одним из социально-экономических последствий распространения информационных технологий можно считать тенденцию изменения привычной формы, в которой может осуществляться деятельность предприятия, в направлении появления в ней элементов и признаков виртуального предприятия. Появление в деятельности предприятия виртуальных элементов целиком и полностью основано на использовании информационных технологий.

Вообще виртуальное предприятие включает в себя физических и юридических лиц (участники виртуального предприятия), совместно занятых осуществлением деятельности единого образованного ими предприятия (как в производственной сфере, так и в сфере оказания услуг). Участники виртуального предприятия все процессы по обеспечению деятельности этого предприятия осуществляют с помощью сети Интернет и других информационных технологий.

К числу таких процессов относятся поддержание между собой связи и координация действий в режиме реального времени, организация и управление основной деятельностью предприятия, непосредственно производство и реализация товаров или услуг. При этом географически единое местонахождение участников виртуального предприятия не является обязательным. Учитывая данную трактовку понятия, можно сделать вывод о наличии отдельных признаков и элементов виртуальности у многих современных предприятий.

На расширение проявления таких признаков виртуального предприятия дополнительно воздействовало и распространение практики дистанционной занятости в период пандемии. В этом отношении можно заметить, что за период пандемии был преодолен определенный психологический барьер, препятствовавший широкому распространению дистанционной занятости, а технологические барьеры уже давно были преодолены. В настоящее время в предпринимательской практике виртуальные предприятия в чистом виде не применяются, и можно говорить только о наличии у современных предприятий в большей или меньшей степени признаков и элементов виртуального предприятия.

Это связано именно с тем, что для того, чтобы считаться виртуальным, предприятие как субъект хозяйственной деятельности должно так и быть идентифицировано. Однако у современных предприятий пока не наблюдается стремления идентифицировать себя как виртуальное. На наш взгляд, это объясняется отсутствием стремления сотрудничать путем официального создания виртуального предприятия у юридических лиц.

Вполне вероятно, что с точки зрения юридических лиц вступление в состав участников виртуального предприятия связано с риском ограничения их самостоятельности в принятии решений. Такой риск действительно достаточно реален, поскольку виртуальное предприятие обязательно основывается на четкой внутренней структуре и требует для осуществления своей деятельности точного и однозначного распределения обязанностей.

В связи с этим для деятельности виртуальных предприятий, как и обычных предприятий, сохраняет свою актуальность наличие регламентации взаимодействия между участниками, и в целом регламентации труда. Еще раз подчеркнем, что от участников виртуального предприятия не требуется отказ от собственной самостоятельности, в теории такой отказ от самостоятельности в принятии решений и осуществлении своей деятельности даже не предполагается. Однако на практике может реализоваться риск ограничения такой самостоятельности, и даже только частичное и временное ограничение самостоятельности в большой мере удерживает потенциальных участников от вступления в состав виртуального предприятия. Немного снизить подобные опасения юридических лиц как потенциальных участников виртуального предприятия призвано достаточно большое сходство между виртуальными предприятиями и проектами. В некотором смысле можно утверждать, что виртуальные предприятия по отдельным своим характеристикам даже несколько ближе к проектам, чем к предприятиям.

Особенно это проявляется при анализе возможных фаз жизненного цикла виртуального предприятия. В целом можно выделить пять этапов в жизненном цикле виртуального предприятия, а именно: обоснование того, какую перспективную предпринимательскую возможность можно реализовать в рамках виртуального предприятия; создание виртуального предприятия; функционирование виртуального предприятия; приостановка деятельности виртуального предприятия; ликвидация виртуального предприятия.

Самое главное общее свойство для виртуальных предприятий и для проектов – это временный характер. Действительно, как виртуальные предприятия, так и проекты функционируют в течение ограниченного промежутка времени (возможно, длительного, но все-таки именно ограниченного).

При этом обычное предприятие принципиально отличается от виртуальных предприятий и от проектов именно тем, что рассчитано на неограниченный во времени период функционирования. Основы рыночного успеха виртуального предприятия закладываются на первом этапе его жизненного цикла. Именно на первом этапе жизненного цикла не только определяют наиболее перспективную предпринимательскую возможность на рынке, но и готовят обоснование того, что эту возможность целесообразно реализовать именно в рамках виртуального предприятия. Таким образом обосновывается целесообразность создания виртуального предприятия.

Начало функционирования виртуального предприятия происходит на втором этапе его жизненного цикла. Как правило, на втором этапе определяются конкретные участники виртуального предприятия, как физические, так и юридические лица. Кроме того, на этом этапе распределяются роли и ответственность между участниками виртуального предприятия, утверждается план деятельности.

Непосредственное полномасштабное функционирование виртуального предприятия представляет собой третий этап жизненного цикла. На третьем этапе жизненного цикла виртуального предприятия происходит реализация на практике всех аспектов его деятельности, которые были спланированы, согласованы и утверждены на предыдущем этапе. Участники виртуального предприятия координируют свои действия и в случае обоснованной необходимости могут корректировать общий план действий.

После выполнения всего запланированного в рамках деятельности виртуального предприятия начинается четвертый этап его жизненного цикла. На четвертом этапе деятельность приостанавливается, а само виртуальное предприятие пока еще не ликвидируется. Необходимость данного этапа вызвана тем, что некоторые обязательства виртуального предприятия к моменту завершения этапа функционирования могут остаться все еще невыполненными. До тех пор, пока длится срок действия невыполненных обязательств, виртуальное предприятие приостанавливается, т. е. переводится в неактивное состояние.

Если и когда поступают требования по невыполненным обязательствам, виртуальное предприятие должно временно восстановить свою деятельность, выполнить обязательства и вернуться в неактивное состояние. Подчеркнем,

однако, что наличие этого этапа жизненного цикла является не обязательным, но возможным.

Деятельность виртуального предприятия полностью завершается пятым этапом его жизненного цикла. На пятом этапе все обязательства признаются выполненными, партнерские отношения между участниками прекращаются, и происходит ликвидация самого виртуального предприятия. Обратим внимание на то, что ликвидация одного виртуального предприятия, не мешает его участникам в том же составе создать новое виртуальное предприятие, если они сумеют для этого выявить и обосновать соответствующую перспективную предпринимательскую возможность и примут решение о совместной ее реализации. Кроме того, возможна и некоторая модификация обычного жизненного цикла виртуального предприятия, например, если уже на этапе приостановки деятельности виртуального предприятия участники выявили новую перспективную предпринимательскую возможность.

В таком случае они могут продлить неактивное состояние виртуального предприятия, не переходя к этапу его ликвидации, до тех пор, пока не завершится обоснование новой перспективной предпринимательской возможности. Затем жизненный цикл данного виртуального предприятия можно будет начать заново. Создание нового виртуального предприятия сопряжено с такой многоплановой "проблемой-возможностью", как поиск и выбор участников.

С одной стороны, в состав виртуального предприятия скорее всего войдут участники с уже налаженными хозяйственными связями, возможно, с опытом сотрудничества в рамках ранее осуществленных проектов, что будет способствовать обеспечению надежности, устойчивости всех процессов в рамках функционирования виртуального предприятия и в конечном итоге приведет к коммерческому успеху. Однако, с другой стороны, значительные перспективы может содержать в себе ситуация, когда в состав виртуального предприятия включены участники, ранее не сотрудничавшие при осуществлении предпринимательской деятельности.

При этом новые возможности и перспективы открываются не только для виртуального предприятия в целом, но и для отдельных его участников, а именно для тех, которые благодаря участию в виртуальном предприятии получают возможность выхода на новый рынок. В связи с этим важно отметить, что участники виртуальных предприятий могут решить для себя задачу не только освоения нового, ранее по различным причинам недоступного сегмента отечественного рынка, но и выйти на зарубежный рынок. В этом смысле виртуальное предприятие характеризуется, кроме всего прочего, еще и потенциалом развития внешнеэкономической деятельности участников, вошедших в его состав. При формировании состава участников виртуального предприятия внимание уделяют тому, в какой степени претенденты заслуживают доверия в качестве партнеров.

По возможности следует проанализировать прошлую деятельность потенциального участника. Багаж в виде успешно осуществленных (даже если не только собственными силами, а в сотрудничестве с другими субъектами коммерческой деятельности) проектов может стать весомым аргументом в

пользу того или иного претендента. Кроме того, важно проанализировать стоимостные параметры тех товаров (включая сырье и материалы), а также работ и услуг, которые может предложить потенциальный участник для обеспечения успешного функционирования виртуального предприятия. Конечно, качество поставляемых товаров и предоставляемых товаров и услуг со стороны потенциального участника тоже не остается без внимания.

Однако во многих случаях необходимости в наличии эксклюзивно высокого качества нет, а значит, приемлемым можно считать просто выполнение требуемых норм по качеству товаров, работ и услуг. Следовательно, если применять инструментарий из сферы обеспечения конкурентоспособности, то при выборе потенциальных участников виртуального предприятия соперничество будет проходить скорее по параметрам ценовой конкуренции. Неценовая конкуренция в данном контексте будет наблюдаться гораздо реже [2, 3, 5, 6].

Немаловажным фактором при выборе потенциального участника виртуального предприятия может стать его национальная юрисдикция. В случае, если виртуальное предприятие будет нацелено на осуществление внешнеэкономической деятельности, наличие участника с юрисдикцией той страны, на рынок которой оно должно выйти, может сыграть роль ключа от этого рынка. Действительно, наличие такого участника поможет преодолеть языковые барьеры, различия, характерные для предпринимательской культуры разных стран, способствует лучшей ориентации в особенностях законодательства той страны, на рынок которой нацелено функционирование виртуального предприятия.

Проанализировав подробно те рыночные возможности, которые открываются благодаря информационным технологиям в рамках виртуальных предприятий, или точнее, в рамках предприятий с признаками или элементами виртуальности, следует отметить и ряд других возможностей рынка, связанных с информационными технологиями. В частности, речь в этом контексте может идти о повышении эффективности маркетинговой поддержки продукции предприятий с помощью применения информационных технологий для работы с информацией, входящей в клиентскую базу, а также для развития новых каналов сбыта и рекламы продукции. Достаточно перспективные возможности рынка могут открыться для предприятий благодаря такой разновидности информационных технологий, как программные продукты, направленные на оптимизацию управления рисками предпринимательской деятельности, а также связанные с реинжинирингом бизнес-процессов, чего невозможно достичь без информационных технологий.

ВЫВОДЫ

Как показывают результаты работы, в современной экономике на первый план по востребованности с точки зрения повышения конкурентоспособности выходит совершенствование инфраструктуры сектора информационных технологий, включая программное обеспечение по работе с клиентами, а также автоматизацию поставок. Однако на данный момент лидирующие позиции по

объемам и перспективности инвестиций все еще занимает электронная торговля, включая все возможности информационных технологии для организации в сети Интернет маркетинговой поддержки и непосредственно сбыта продукции. При всей актуальности рассмотренных направлений воздействия на деятельность коммерческих субъектов хозяйствования со стороны информационных технологий, на наш взгляд, именно виртуальные предприятия содержат в себе максимальный потенциал по созданию новых рыночных возможностей.

Список источников

1. Chan Kim W. Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant /W. Chan Kim, R. Mauborgne. – Harvard Business School Press, 2005.
2. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 300 с.
3. Беклемешева Е. В. Конкурентоспособность персонала как объект управления и аспект маркетинговой деятельности предприятия / Е. В. Беклемешева, А. Д. Жариков // Вестник молодежной науки. 2019. № 4. Режим доступа: <http://vestnikmolnauki.ru/wp-content/uploads/2019/12/Zharikov-421.pdf>
4. Коноплина Ю. С. Производительность труда в условиях информационной экономики / Ю. С. Коноплина // Балтийский экономический журнал. 2017. № 4(20). С. 50–60.
5. Мокроносов А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.
6. Розанова Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – Москва: ЮРАЙТ, 2018. 343 с.
7. Саванович С. В., Енина Е. С. Маркетинговое исследование рынка на основе открытой цифровой информации / С. В. Саванович, Е. С. Енина // Инновации в науке, образовании и предпринимательстве – 2021: матер. XIX Междунар. науч. конф. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО "КГТУ", 2021. С. 544–550.

References

1. Chan Kim W., Mauborgne R. Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. – Harvard Business School Press, 2005.
2. Antonov G. D., Ivanova O. P., Tumin V. M. Organization competitiveness management. – Moscow: INFRA-M, 2018. 300 p. (In Russ.).
3. Beklemesheva E. V., Zharikov A. D. Competitiveness of personnel as an object of management and aspect of the marketing activity of the // Bulletin of youth science. 2019. No. 4. (In Russ.).

4. Konoplina Yu. S. Labor productivity in the information economy // Baltic Economic Journal. 2017. No. 4 (20). P. 50–60. (In Russ.).

5. Mokronosov A. G., Mavrina I. N. Competition and competitiveness. Yekaterinburg: Publishing House of Ural University, 2014. 194 p. (In Russ.).

6. Rozanova N. M. Competitive strategies of a modern firm: textbook and workshop for undergraduate and graduate students. – Moscow: YURAYT, 2018. 343 p. (In Russ.).

7. Savanovich S. V., Enina E. S. Marketing research of the market based on open digital information // Proceedings of the XIX International Scientific Conference "Innovations in Science, Education and Entrepreneurship-2021". – Kaliningrad: Publishing House of FGBOU VO "KSTU", 2021. P. 544–550. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 19.08.2022; одобрена после рецензирования 23.08.2022; принята к публикации 05.09.2022.

The article was submitted 19.08.2022; approved after reviewing 23.08.2022; accepted for publication 05.09.2022.

Балтийский экономический журнал. 2022. № 3(39). С. 31–42.

Baltic Economic Journal. 2022. No. 3(39). P. 31–42.

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья

УДК 338.2

doi: 10.46845/2073-3364-2022-0-3-31-42

Развитие рыбного хозяйства Калининградского региона в аспекте обеспечения продовольственной безопасности

Альберт Гургенович Мнацаканян¹,

Марина Григорьевна Побегайло²

^{1, 2}ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО "КГТУ", Калининград, Россия

¹mag@klgtu.ru

²marina.pobegajlo@klgtu.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию состояния и направлений развития рыбохозяйственного комплекса Калининградского региона, его роли в обеспечении региональной продовольственной безопасности. Авторами проанализированы основные показатели, характеризующие как в целом состояние рыбопереработки, так и такие аспекты продовольственной безопасности, как экономическая и физическая доступность рыбы и рыбной продукции для населения региона. В результате авторами определены основные тенденции, сложившиеся в рыбном хозяйстве региона, выявлены проблемы, препятствующие его развитию и укреплению уровня продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность региона, производство рыбы и рыбной продукции, ввоз и вывоз рыбы и рыбной продукции, покупательная способность населения, уровень реальных денежных доходов населения, потребление продукции на душу населения