

Легомінова С.В., к.е.н., доц.,
Державний університет
телекомунікацій

ВИЗНАЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ ВИСОКОГО КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Проаналізовано сутність категорії конкурентний статус підприємства, запропоновано власне визначення. Окреслено основні довгострокові тренди розвитку сфери інформаційно-комунікаційних технологій, які формують довготривалий стійкий конкурентний статус телекомунікаційних підприємств. Враховано необхідність проведення кількісної оцінки конкурентного статусу підприємства, яка оснований на рівнях інвестицій, ресурсного потенціалу та відповідності стратегії.

Ключові слова: конкурентний статус, конкурентна позиція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, стратегія, зовнішнє середовище.

Постановка проблеми. Нестабільне, бурхливе зовнішнє середовище вимагає врахування його змін, як позитивних, так й негативних. Інформаційно-комунікаційна галузь демонструє динамічний, насичений розвиток, якому притаманні появи новітніх технологій, впровадження нових стандартів. Охоплення багатьох сфер формує новий вектор – конвергенцію на макро-, мезо-, мікрорівнях, що обумовлено процесами глобалізації та утворенням транскордонних майданчиків співпраці. Конвергенція в інформаційно-комунікаційній сфері передбачає конвергенцію нових мереж NGN (Next Generation Network), конвергенцію та удосконалення цифрового обладнання, конвергенцію послуг, конвергенцію сфер застосування телекомунікаційних послуг, що формує підґрунтя конкурентного статусу підприємств з необхідністю акцентування своїх стратегій розвитку на фінансуванні нематеріальних активів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених дозволили зрозуміти відсутність синхронного погляду щодо теоретичних та практичних підходів до визначення поняття «конкурентний статус». Проте деякі особливості розглянули у своїх працях: І. Ансофф [7], Г. Азоев. [5], А. Градов [4], Ю. Рубін [6], В. Шипуліна [1], В. Шинкаренко [3], І. Кирчата [2] та ін. У зв'язку з різноманітністю наукових підходів питання сутності та умов формування конкурентного статусу є фокусом нашого дослідження.

Мета статті - аналіз, узагальнення та формування нових наукових ідей щодо формування конкурентного статусу підприємства в відповідності до світових трендів розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, які ґрунтуються на впровадженні новітніх стандартів 4G, LTE, 5G.

Виклад основного матеріалу. Різноманітність та послідовність поглядів щодо конкурентного статусу підприємства, його розуміння, виявляє за доцільне проведення додаткового аналізу та удосконалення сутності поняття.

Шипуліна В. [1] вважає, що конкурентний статус підприємства – це складова логічного взаємозв'язку основних характеристик конкуренції підприємств – конкурентоспроможності підприємства і конкурентних переваг підприємства.

Кирчата І., Поясник Г. [2] характеризують конкурентний статус конкурентоспроможністю та конкурентними перевагами з акцентуванням на визначенні часа та становища підприємства на ринку співвідносно до конкурентів.

Набуття конкурентного статусу є передумовою формування конкурентних переваг [3, 4], при цьому Градов А. [4] зауважує на фокусуванні не тільки на позиції підприємства на ринку, а й на ступені володіння певними порівняльними перевагами, Шінкаренко В. [3] позицію підприємства вважає передумовою конкурентних переваг, при цьому конкурентна позиція визначається суб'єктом господарювання на ринку й ототожнюється з величиною ринкової частки того чи іншого підприємства [5].

Під конкурентним статусом Ю. Рубін [6, с.321] розуміє положення підприємства в системі бізнесу, яке інтегрально відображає сукупність стратегічних конкурентних позицій, придбаних ним у кожній зі сфер його ділової діяльності і сукупність стратегічних стереотипів його конкурентної поведінки. У цьому сенсі конкурентний статус суб'єктів бізнесу виступає як інтегральний статус сукупності стратегічних конкурентних позицій даних суб'єктів бізнесу, що відстоюються ними в процесі реалізації своїх стратегічних цільових установок.

Іманентним є підхід загальновідомого вченого І. Ансоффа [7, с. 101], який під конкурентним статусом вважає конкурентну позицію суб'єкту бізнесу, як специфічний вимірник положення компанії на ринку, а саме величину рентабельності стратегічних інвестицій фірми, відкоригованих на ступінь «оптимальності» стратегії даної фірми і ступінь відповідності ресурсного потенціалу зазначеної фірми цієї оптимальної стратегії.

Ємне визначення конкурентної позиції представлено Резніченко [8] та В.В. Матвеевим [9]: конкурентна позиція підприємства визначає положення підприємства, що підтверджується досягнутим рівнем його конкурентоспроможності в певному сегменті ринку, завдяки адаптації конкурентного потенціалу та реалізації обраної ним конкурентної стратегії, яка створює можливості для формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг для подальшого функціонування на ринку.

Отже, дослідники визначаючи сутність конкурентного статусу підприємства оперують поняттями конкурентоспроможності, конкурентних переваг, конкурентної позиції в цілополяганні на чітких стратегічних установках, їх оптимальності, при цьому важливим, фундаментальним моментом є конкурентний потенціал підприємства, який представляє архітектурну платформу конкурентного статусу.

В нашому розумінні під конкурентним статусом слід розуміти інтегральну конкурентоспроможність підприємства, яка формується за рахунок ефективно-раціонального використання потенційних можливостей (потенціалу), з метою формування стійких конкурентних переваг, що передбачає їх динамічний колаж й створює архітектурну платформу щодо стратегічних конкурентних позицій відповідно до стратегії підприємства. В свою чергу, конкурентний статус визначає характерні риси та траєкторії ведення конкурентної боротьби.

Іванов Ю., Орлов П., Орлова О. [10] конкурентоспроможність економічної системи розглядають як її здатність змінювати траєкторію руху або запланований режим функціонування в процесі адаптації до дії зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку та (або) створення нових конкурентних переваг.

У поняттях «конкурентоспроможність» і «рівень конкурентоспроможності» знаходять втілення наступні важливі положення теорії конкуренції [6, с.94-95]:

- наявність у суб'єкта підприємницького бізнесу конкурентного потенціалу (його людського, організаційного, підприємницького потенціалу);
- порівняльна оцінка ступеню організаційної стійкості, кадрової спроможності і підприємницької активності суб'єкта підприємницького бізнесу;
- порівняльна оцінка ресурсного потенціалу суб'єкта підприємницького бізнесу, що використовується в процесі ділової діяльності і протистояння конкурентам;
- порівняльна оцінка ступеню ефективності поточних і одноразових витрат, що здійснюються суб'єктом підприємницького бізнесу в процесі ділової діяльності і протистояння конкурентам;

- порівняльна оцінка ступеню привабливості продукції (послуг) компанії для її клієнтів, а також ступеня довіри клієнтів до нової продукції;
- порівняльна оцінка ступеню надійності, передбачуваності компанії для її контрагентів, а також ступеня довіри до неї з боку діючих і гіпотетичних контрагентів;
- порівняльна оцінка ступеню небезпеки компанії і одночасно її корисності в плані освоєння чужого досвіду щодо її конкурентів;
- порівняльна оцінка ступеня привабливості діяльності компанії і її зовнішнього іміджу для різних верств громадськості.

Отже, конкурентний статус має формуватись за рахунок врахування внутрішньої середовища підприємства в поєднанні з адаптивним, оперативним реагуванням щодо змін зовнішнього середовища в аспекті специфічності галузевого розвитку, що дає можливість реалізувати стратегічні плани й випередити конкурентів, формуючи довготривалі тренди лідирування.

Імперативами дострокових трендів розвитку високого конкурентного статусу підприємств телекомунікацій можна виділити:

- *глобалізаційні процеси*;
- *конвергенційну орієнтованість розвитку* (надання конвергентних послуг: фіксований зв'язок, мобільний зв'язок, Інтернет, передача даних, хмарний інтернет, мобільний Microsoft Office, мобільна віртуальна АТС, M2M, дата центр, передача даних, захист від DDoS-атак) для фізичних та юридичних осіб. Еволюційний глобальний тренд комунікаційних мереж - це мережі нового покоління NGN (Next Generation Network), призначені для підтримки конвергентних фіксованих і бездротових мереж, що здійснюють передачу голосу і даних. Мережі нового покоління характеризуються багатофункціональністю, що забезпечує можливість надання більшої кількості послуг для клієнтів, формує стійкі можливості одержання доходу для мережевих провайдерів. Гнучкість послуг мережевого рівня дозволяє пропонувати додаткові послуги, які обумовлені інфраструктурою NGN.

- *масштабність та складність інформаційних ресурсів*, необхідність їх структурування. Управління «великими даними» ускладнюється колосальними обсягами різноформату, що не відповідає традиційним уявленням. Встановлення взаємозв'язків між даними і отримання аналітичних інструментів (next-generation business intelligence), формування висновків, генерує попит на послуги зі сторони споживачів.

- *встановлення комунікаційних каналів взаємодії*, обміну інформації з врахуванням засобів безпеки. Формування комплексу відкритих стандартів щодо досягнення і підтримки інтероперабельності інформаційних інфраструктур категорій «хмарні обчислення» (Cloud) і «ІКТ-інфраструктури надвисокої пропускної здатності» (Grid) підвищить ефективність процесів цифровізації контенту за рахунок його персоналізації, оперативної взаємодії споживачів з виробниками і постачальниками, стимулюючи поширення інтероперабельних мережевих рішень для «Інтернету речей». Максимальний ефект від системи електронних транзакцій може бути досягнутий тільки за умови взаємодії корпоративних і відомчих систем. Останнє буде забезпечено формованою глобальною системою GSI, що базується на технологіях радіочастотної ідентифікації (RFID), за допомогою яких соціальні структури в Інтернеті будуть інтегровані з інфраструктурними сервісами («розумне місто», «віртуальні підприємства»). Зближення технологій Web 2.0 і сервісних архітектур породить нові моделі бізнесу, обміну інформацією та соціальних мереж на базі «Інтернету сервісів» (Internet of Services, IoS). В подальшому мережеві архітектури приведуть до повноцінної інтеграції «Інтернету людей», «Інтернету речей» і «Інтернету сервісів». Можливості інтегрувати Grid та Cloud обчислення у NGN.

- *впровадження адаптивних технологій щодо створення інформаційних систем*. Концепція «розумного підприємства» передбачає віртуальне об'єднання структур і процесів адаптивними інформаційними зв'язками і загальним комплексом стандартів, які виробляються в результаті спільної діяльності розподілених центрів компетенцій [11].

Модель має важливу для інноваційної економіки властивість масштабованості (scalability). Збільшення учасників ринку і обсягу використовуваних ними виробничих ресурсів при досягненні критичної точки віддача не знижується, а підвищується. За умов посилення конвергенції трьох складових ІКТ - комп'ютерів, комунікацій і контенту - розвиваються нові технології створення інформаційних систем та їх застосування (сенсорні мережі, робота з просторовими даними, транспортні засоби нового покоління, робототехніка).

- *установлення кардинально новітніх принципів організації мереж.* Базуючись на Grid-мережах створюються цільові додатки для інноваційних сфер нано-, біо-, альтернативної енергетики, а також в соціально значущих сегментах безперервної освіти, категорії «e-government», для малих і середніх інноваційних підприємств.

На існуючому рівні технології Grid-мереж підтримуються слабо зв'язаної великими конфігураціями комп'ютерів з декількома доменами адміністративного управління, значним ступенем автономії, масштабованості й неоднорідності ресурсів. З поступовим переходом від моделі володіння матеріальними ІКТ-активами (asset ownership) до моделі ІКТ-сервісів (service provisioning) буде сформована база для розкриття потенціалу цих технологій і - в довгостроковій перспективі - конвергенції Grid-мереж, Web-сервісів і семантичних технологій; інтенсивного розвитку сервіс-орієнтованих архітектур, що забезпечить інтеграцію масових сервісів, зокрема, «Інтернет речей» [12, с.17].

- *створення гіпермасштабованих центрів обробки даних* для хмарних Web-додатків, контент-центричні архітектури мереж. У розвинених країнах в найближчі 5-7 років для хмарних веб-додатків будуть створюватися гіпермасштабовані центри обробки даних (ЦОД), однорідні за складом обладнання, з десятками тисяч серверів, здатних підтримувати роботу численних віртуальних машин.

- *передбачається об'єднувати інфраструктурні ресурси* кожного вузла або модуля гіпермасштабованих ЦОД в єдину мікросхему (концепція «сервер на чіпі»). Довгостроковою тенденцією в зберіганні даних є повна відмова від механічних компонент (присутніх в накопичувачах на дисках).

- *на рівні апаратно-програмних платформ для ІКТ-сервісів різних рівнів складності* вже реалізуються (і досить успішно) підсистеми контролю доставки додатків і засоби їх оптимізації і акселерації. Вони аналізують стан серверів і функціонуючих на них додатків (сервісів), прискорюють роботу останніх, виконують балансування трафіку і додатків на локальному (між серверами) і глобальному рівнях, керують пропускнуною спроможністю каналів зв'язку. В результаті компанія-провайдер забезпечує заданий рівень доставки додатків і сервісів і пропонує якісні послуги без збільшення витрат на серверні потужності.

Сучасні орієнтири розвитку інформаційно-комунікаційних технологій формують тренди, які охоплюють широкий спектр сфер, які потребують залучення послуг телекомунікаційних підприємств, формуючи, таким чином, конкурентні стратегії та відповідну конкурентну позицію, статус на ринку, які цілеспрямовані на певний сегмент та конвертованість послуг відповідно до впровадження сучасних технологічних стандартів 4G, LTE, 5G. В технологічному плані основними завданнями, які повинні бути вирішені є: розширення зони покриття та збільшення доступності підключення до мережі Інтернет; збільшення пропускнуої здатності телекомунікаційних мереж і інформаційних систем; підвищення надійності мереж і систем обробки даних; забезпечення інформаційної безпеки; впровадження механізмів наскрізного забезпечення параметрів якості обслуговування “з кінця в кінець” [13, с.49]. NBIC-конвергенція сприятиме збереженню дії “закону Мура” і зростанню “мережевих ефектів” - “закон Меткалфа” [14]. Розвиток інноваційних технологій соціальної мережевої взаємодії: “Інтернет речей” (Internet of Things, IoT), “Інтернет всього” (Internet of Everything) призведе до скорочення життєвих циклів стандартів і технологічних платформ, телекомунікаційних систем і мереж, що потребуватиме швидкого впровадження інновацій.

І. Ансофф [7] складовими конкурентного статуту підприємства визначав конкурентоспроможність та стан зовнішнього середовища. Вплив зовнішнього середовища

можна поділити на чинники, а саме, економічні – інвестиційна привабливість, оподаткування, пільги; технологічні – ринок технологій, доступ до науково-технічної інформації; політичні - законодавство, соціальні – соціальна відповідальність, екологічні – вимоги та контроль щодо захисту навколишнього середовища.

Також Ансоффом був запропонований методичний підхід щодо оцінки конкурентного статусу підприємства.

$$CSP = \frac{(J_f - J_k)}{(J_\sigma - J_k)} \times \frac{S_f}{S_\sigma} \times \frac{f}{\sigma},$$

де CSP – конкурентний статус підприємства;

J_f - рівень стратегічних інвестицій підприємства;

J_k - критична точка обсягу інвестицій, що знаходиться на межі прибутків і збитків і показує, що якщо обсяг інвестицій виявляється нижче цієї точки, фірма не отримує доходу;

J_σ - точка оптимального обсягу інвестицій, після якої збільшення інвестицій призводить до зниження доходу,

$S_f S_\sigma$ - діюча і оптимальна стратегії підприємства;

$f \sigma$ - наявний і оптимальний ресурсний потенціал фірми.

Конкурентний статус підприємства визначає максимальну забезпеченість підприємства ресурсами, особливо нематеріальними, їх фінансування, що є необхідною умовою захоплення лідируючих конкурентних позицій на ринку, та вміле використання умов зовнішнього середовища для підтримки конкурентних переваг.

За підходом І. Ансоффа узгодження загальної та конкурентної стратегії з інвестиційною стратегією компанії, формалізації і оцінки останньої є необхідною умовою.

Градація конкурентного статусу Ансоффа: $0 < CSP < 0,4$ - слабка конкурентна позиція; $0,5 < CSP < 0,7$ - середня конкурентна позиція; $0,8 < CSP < 1,0$ - сильна конкурентна позиція.

Кількісні вимірювання конкурентного статусу підприємства необхідні для формування стратегічної конкурентної позиції, в тому числі найкращої, домінуючої і динамічно стійкої, що можна вважати етапом еволюції підприємства.

Для оцінки ефективності стратегії, яка реалізується підприємством необхідно враховувати [7]:

- 1) фактори конкуренції та конкурентні переваги;
- 2) значимість чинників для стратегії підприємства;
- 3) варіативність моделей конкурентних стратегій;
- 4) необхідність моделі конкурентної стратегії, яка може стати оптимальною стратегією в майбутньому;
- 5) порівняти кожен фактор оптимальної моделі з відповідними факторами приватних субстратегій в рамках діючої стратегії для визначення відповідності діючої стратегії оптимальної.

Врахування загальноприйнятих показників економічної ефективності інвестиційних проєктів може слугувати критерієм цінності підприємства та його конкурентного статусу.

Висновки. Головним імперативом довгострокового конкурентного статусу підприємства може слугувати відповідність оптимальної стратегії підприємства загальним трендам бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційної галузі з безумовною орієнтацією на фінансування нематеріальних активів: стандартів 4G, LTE, 5G, впровадженню новітніх технологічних рішень.

Список використаної літератури

1. Шипуліна В.О. Оцінка конкурентних позицій підприємства на ринку / В.О. Шипуліна, В.Є. Майборода // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 2. – С. 99 - 102.

2. Кирчата І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: моногр. / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.
3. Шинкаренко В.Г., Управление конкурентоспособностью предприятия / В.Г. Шинкаренко, А.С. Бондаренко. – Харьков: Изд. ХНАДУ, 2003. – 188 с.
4. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. проф. А.П. Градова. – СПб.: Спец. лит-ра, 1995. – 415 с.
5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
6. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М., 2003 – 584 с.
7. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
8. Резніченко Д.В. Категоріальний апарат конкурентоспроможності соціально-економічної системи / Д.В. Резніченко // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2012. – № 8. – С. 171–175.
9. Матвеев В.В. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства / В.В. Матвеев // Інтелект ХХІ. – 2014. – №2. – С. 55–62.
10. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
11. Missikoff M., De Panfilis S. (2012) An Introduction to BIVEE. -[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://wordpress.bivee.eu/resources/newsletter-may-2012/>
12. Giglavy A., Sokolov A., Abdrakhmanova G., Chulok A., Burov V. (2013) Dolgosrochnye trendy razvitiya sektora informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologiy [Long-Term Trends in the ICT Sector]. Foresight, vol. 7, no 3, pp. 6-24.
13. Недашківський О. Л. Інтернет – нове світове телекомунікаційне середовище // Телекомунікаційні та інформаційні технології. – 2017. – №2(55). – С. 45-50.
14. Hendler J., Golbeck J. (2008) Metcalfe's Law, Web 2.0, and the Semantic Web. Web Semantics: Science, Services and Agents on the World Wide Web, vol. 6, no 1, pp. 14–20.

Легоминова Светлана Владимировна. Определение долгосрочных трендов развития высокого конкурентного статуса предприятия на основе использования нематериальных ресурсов. Проанализированы сущность категории конкурентный статус предприятия, предложено собственное определение. Определены основные долгосрочные тренды развития сферы информационно-коммуникационных технологий, формирующих длительный устойчивый конкурентный статус телекоммуникационных предприятий. Учтена необходимость проведения количественной оценки конкурентного статуса предприятия, основанная на уровнях инвестиций, ресурсного потенциала в соответствии со стратегией.

Ключевые слова: конкурентный статус, конкурентная позиция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, стратегия, внешняя среда.

Legominova Svitlana. Determination of long-term trends in the development of the company's high competitive status based on the use of intangible resources. The essence of the category of the competitive status of the enterprise is analyzed, its own definition is proposed. The main long-term trends in the development of the sphere of information and communication technologies that form the long-term stable competitive status of telecommunications enterprises are determined. Considered the need for a quantitative assessment of the competitive status of the enterprise, based on investment levels, resource potential in accordance with the strategy.

Keywords: competitive status, competitive position, competitiveness, competitive advantages, strategy, external environment.