

## О ВЛИЯНИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Васильева Наталья Олеговна**, кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры «Организация и экономика сельскохозяйственного производства», ИЭиУ АПК  
**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**  
*e-mail: [natasha.krasnoyarsk@gmail.com](mailto:natasha.krasnoyarsk@gmail.com)*

**Аннотация.** Основное содержание исследования составляет анализ трансформации элементов, формирующих конкурентоспособность предприятия, обусловленной поступательным внедрением цифровых технологий в производственную деятельность сельскохозяйственных предприятий, активного переноса экономических отношений в сетевое пространство. Показано, что обновление затрагивает все звенья цикла достижения конкурентоспособной позиции сельскохозяйственного товаропроизводителя, начиная от факторов формирования конкурентоспособности до информационного обеспечения методов ее оценки, изменяя их содержание на практическом уровне. Экономическая категория «конкурентоспособность предприятия» в ракурсе цифровизации приобретает многоаспектность, что отражает авторское определение исследуемого понятия на теоретическом уровне.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности, методы оценки конкурентоспособности, цифровизация, информационно-аналитические системы, базы данных.

## ON THE IMPACT OF DIGITALIZATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

**Vasileva Natalia Olegovna**, candidate of engineering sciences, associate professor,  
docent of the department of «Organization and economics of agricultural production», Institute of  
Economics and Management in AIC  
**Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia**  
*e-mail: [natasha.krasnoyarsk@gmail.com](mailto:natasha.krasnoyarsk@gmail.com)*

**Abstract.** The main content of the study is the analysis of the transformation of the elements that form the competitiveness of the enterprise, due to the progressive introduction of digital technologies in the production activities of agricultural enterprises, the active transfer of economic relations to the network space. It is shown that the update affects all links in the cycle of achieving a competitive position of an agricultural producer, starting from the factors of forming competitiveness to the information support of methods of its assessment, changing their content at the practical level. The economic category enterprise's «competitiveness» in the perspective of digitalization is becoming multidimensional, which reflects the author's definition of the concept of the studied concept at the theoretical level.

**Key words:** competitive advantages, enterprise's competitiveness, competitiveness factors, methods of assessing competitiveness, digitalization, information and analytical systems, databases.

Вопросы управления конкурентоспособностью предприятий, ее повышения приобретают все большую актуальность в контексте усиления конкуренции в условиях динамичности и нестабильности конкурентной среды. В сложившейся ситуации предприятия различных сфер, в том числе сельскохозяйственной, вынуждены осуществлять постоянный мониторинг конкурентоспособности своего предприятия и конкурентов.

Переход хозяйствующих субъектов к функционированию в активно развивающейся цифровой, информационной среде создает дополнительные условия даже для мелких и средних предприятий к переориентации деятельности в инновационном для них технологическом укладе. В то же время еще не сформированное знание и понимание всех возможностей цифровизации и информационных технологий для продвижения и производимой продукции, и себя как товаропроизводителя, обеспечения устойчивой позиции на отраслевом рынке в выбранном им территориальном сегменте. Особо остро, но сложно, решение вопроса обеспечения собственной конкурентоспособности стоит перед сельскохозяйственными предприятиями. Во-первых, они



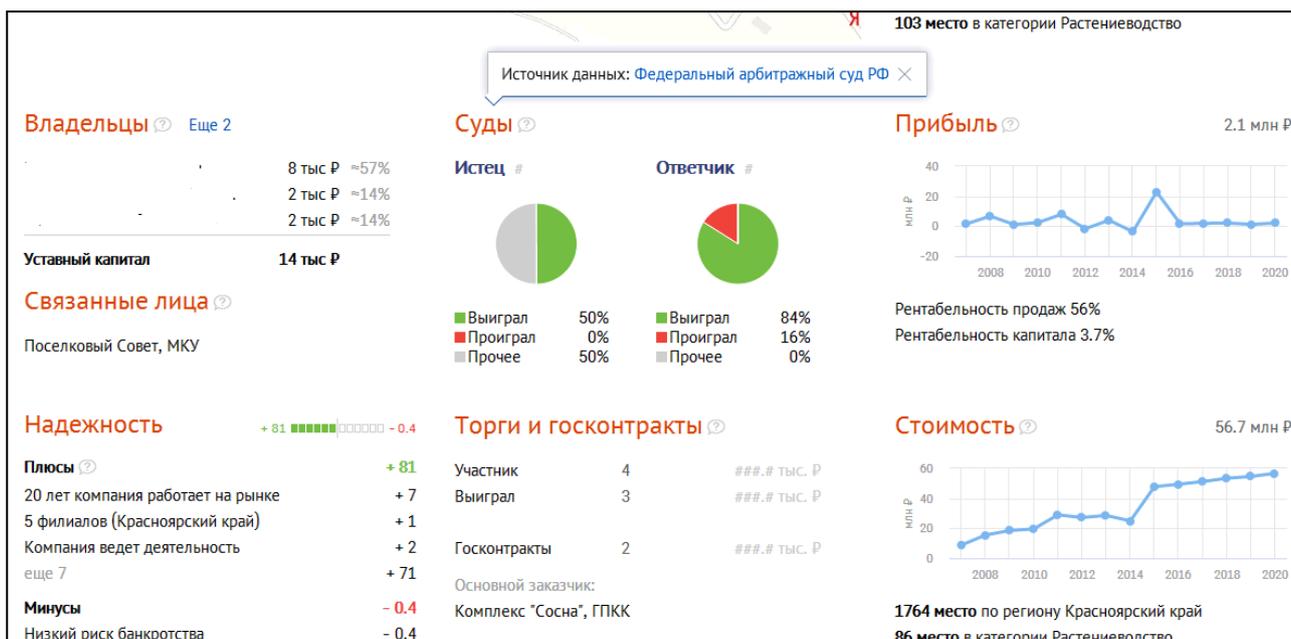
Компетентное управленческое решение, квалифицированное, оперативное использование инновационных технологий, выступая нематериальным активом и значимым условием, формирует и новый, как правило, лучший по сравнению с прошлым – результат деятельности предприятия. Цифровые «технологии производства продукта – фактор; снижение издержек производства, сокращение длительности производственного цикла, увеличение производительности труда – источники конкурентного преимущества» [4]. Так, внедрение комплексной цифровизации позволит «снизить расходы не менее чем на 23%», а ожидаемое «повышение доходности сельскохозяйственных производителей – до 50% рентабельности» при реализации проекта «Цифровое поле» [7] выступают источником низкой цены на продукцию предприятия, что позволит заинтересовать потребителей.

Но и на этом приоритетном участке цепи формирования конкурентоспособности предприятия есть негативные моменты, тормозящие наращивание конкурентных позиций сельхозпроизводителей и отрасли в целом. Систему точного вождения и дистанционного контроля качества выполнения технологических процессов, как переносных, так и стационарных, вмонтированных в отдельные виды техники, использовали 15,6% крупных сельскохозяйственных организаций и только 4,3 % малых, 0,8 % крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей [3]. Внедрение информационно-цифровых инноваций в практику для многих сельхозтоваропроизводителей сложно или невозможно. Это обусловлено нерешенностью технических вопросов для сельской местности – отсутствием или низки качеством интернет как основы цифровизации. Достаточно сказать, что к 2019 году к широкополосному интернету были подключены 16 тыс. из 18 тыс. населенных пунктов с численностью жителей от 500 до 10 тыс. человек, а также 10 тыс. из 14 тыс. населенных пунктов с численностью жителей от 250 до 500 человек. Более чем в 25 тыс. населенных пунктов численностью от 100 до 250 человек услуги связи остаются недоступными [1]. Отсутствие свободных и достаточных финансовых ресурсов для диджитализации производственного фактора, несмотря на государственную поддержку, препятствие для многих, даже средних предприятий. Нельзя сбрасывать со счетов и недостаточный уровень цифровой компетентности управленческого состава.

Источники конкурентных преимуществ позволяют получить предприятию внешние превосходства, экономически представляющие собой отличительные особенности результатов его деятельности. Перечень и содержание конкурентных преимуществ сельскохозяйственного предприятия включает базовые (естественные) к которым, начиная с исследований М. Портера, Ж.-Ж.Ламбера, относят потребительское качество и стоимостную характеристику продукции, и дополнительные, в том числе нематериальные, диктуемые интересами внешних заинтересованных субъектов. Значительное число этих преимуществ является итогом маркетинговых решений, подкрепленных или порожденных информационными технологиями. Прежде всего, речь идет о коммерческо-бытовом направлении деятельности и имиджевой стороне предприятия. Имиджевые характеристики: авторитет, исполнительская надежность как поставщика или соблюдения законов в отношении качества, открытость данных и др. являются весомым превосходством для предприятия. Эти искусственные, но исключительно важные для контрагентов информационные данные, предприятие может сделать открытыми, внешнедоступными.

Информирование о внешних базовых и достаточно широком перечне не базовых конкурентных преимуществах предприятия, оперативное обновление данных стало доступным, благодаря такому продукту, как информационно-аналитические системы (ИАС) для бизнеса [6]. Перечень ИАС достаточен, но по результатам рейтинга обозначим и с учетом опыта обращения к ним, наиболее информативные СПАРК-Интерфакс ([www.spark-interfax.ru](http://www.spark-interfax.ru)), СБИС ([sbis.ru](http://sbis.ru)), ЗаЧестныйБизнес ([zachestnyibiznes.ru](http://zachestnyibiznes.ru)), List-Org: Каталог организаций ([www.list-org.com](http://www.list-org.com)). Эти электронные ресурсы возможно, превосходят по объему разноплановости информации, концентрированной ее подаче, то есть удобству пользования по сравнению с разрозненными узкоспециализированными базами данных, что существенно экономит время для анализа конкурентоспособности. Предоставляемые ИАС сведения, не заменимы при оценке налоговых и кредитных рисков реальных и потенциальных контрагентов, инвестиционном анализе, оценке соблюдения федеральных требований как ориентир для должной осмотрительности при выборе партнеров и в иных целях конкретных экономических субъектов.

Информация о результатах деятельности предприятий на сайтах ИАС (рисунок 2), отражена в количественных экономических единицах и в качественном описательном формате, которые могут быть содержательно интерпретированы пользователем, переведены в количественные параметры и использованы для разных методов оценки конкурентоспособности.



а



б

Рисунок 2 – Screenshot страницы веб-сайта ИАС: а – СБИС (sbis.ru), б – ЗаЧестныйБизнес (zachestnyibiznes.ru).

Перечень индикаторов конкурентных преимуществ может выбираться заинтересованным экономическим субъектом в соответствии с целью и выбранным им методом расчета показателя конкурентоспособности.

Положительным элементом информации в ИАС является наличие уже рассчитанных показателей (рентабельность, коэффициенты ликвидности, автономии и др. по годам), с обобщающими выводами, и рекомендациями для контрагентов, критериев для отдельных показателей, что упрощает процедуру подготовительной работы при осуществлении расчетов и анализа конкурентоспособности. Сравнительные характеристики результатов деятельности можно извлечь для предприятий близких по размерам, организационной форме, территории, что значимо для сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Данные ИАС, дополненные информацией из отраслевых, региональных баз данных (объемы товарной продукции, производственная себестоимость, цена за единицу продукции) и открытых реестров, дополнительной информации интернет-порталов организации (реализуемые виды

продукции, формы продаж), данные о слабых сторонах деятельности конкурентов, полученных в ходе конкурентной разведки.

Одним из минусов для предприятий–пользователей (особенно малых) веб-сайтами большинства ИАС, является платный доступ к данным. Частично проблема нивелируется возможностью отыскания их на сайтах конкурирующих между собой ИАС.

ИАС позволяет выявить два типа конкурентных преимуществ. Первый тип – преимущества свойственные предприятию как продавцу, что является традиционной точкой зрения. Второй тип – преимущества, рассматривающие предприятие как потенциального покупателя сырья и материалов или, получателя кредита и т.п. в условиях ограниченности таковых или возможности получить более выгодные условия договоров. Это наталкивает на целесообразность переосмысления содержания категории и ее терминологической формы.

Столь обширный объем данных о конкурентах позволяет не только использовать основные методики оценки конкурентоспособности, но и корректировать известные с учетом многоаспектности данных о конкурентах. В условиях достаточной информации, автоматизации процессов расчета показателя конкурентоспособности с использованием достаточного для этих целей программы Microsoft Excel силами предприятия и переходом экономических субъектов к расчету показателя «уровень экономической безопасности», наиболее оптимальным является аналитический метод, основанный на расчете комплексного показателя конкурентоспособности, основанного на обобщенном конкурентном преимуществе.

Закономерно вытекает, что конкурентная стратегия сельскохозяйственного предприятия не может ставить своей целью максимальный охват рынка, только достижение абсолютного превосходство в качестве продукции или минимальной цене продукции. Она рассматривается как комплексная, помимо лидерства в дифференциации продукции и издержках, включающая достижение лидерства в имидже (информационно-маркетинговая составляющая) и реагировании на потребности рынка.

Теоретическим результатом, обусловленным практикой цифровизации сельского хозяйства являются авторские трактовки понятий, не абсолютные, но предполагающие их обсуждение.

Конкурентное преимущество – это уникальность или такой уровень общепризнанных и дополнительных результатов деятельности предприятия, которые, будучи в открытом информационном доступе, формируют выбор потребителей в пользу покупки продукции предприятию, а само предприятие позиционируют как потенциального надежного контрагента для внешних поставщиков продукции и услуг, обеспечивают ему прочные конкурентные позиции на рынке, требуемые экономические результаты и уровень экономической безопасности.

Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия использовать внешние и внутренние факторы среды для достижения результатов по всем направлениям деятельности предприятия, достаточных для удержания и улучшения позиции предприятия в определенном территориальном сегменте отраслевого рынке.

### Список литературы

1. В России начался второй этап устранения цифрового неравенства [Электронный ресурс] // URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/40814/> (дата обращения 02.07. 2021).
2. Зяблов А.А. Конкурентные преимущества перерабатывающей организации на рынке молока и молочной продукции: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Мичуринск-научоград РФ. 2009. 24 с.
3. Информационный анализ состояния и планов развития цифровизации в сельском хозяйстве Российской Федерации. ООО «Ekosem Agrarprojekte GmbH», 2020. 26 с.
4. Конкурентные преимущества [Электронный ресурс] // URL: <https://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentnye-preimushchestva.html> (дата обращения 02.07. 2021).
5. Патока А.Г. Совершенствование сбыта сельскохозяйственной продукции на основе электронной торговли // Новый путь российской экономики: импортозамещение, инновационность, экономическая безопасность. Мат-лы междунар. науч.- практ. конф. Изд-во: АМИ, Стерлитамак, 2021, С. 48-53.
6. Рейтинг российских информационно-аналитических систем [Электронный ресурс] // URL: <https://raex-a.ru/rankings/ias/2020#method> (дата обращения 01.07. 2021).
7. Цифровая трансформация сельского хозяйства России: офиц. изд. М.: ФГБНУ «Росинформрагротех», 2019. 80 с.