

УДК 330.322, 339.727.22

РОЛЬ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ В ИЗМЕНЕНИИ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Муха Д. В., к.э.н., доцент,

руководитель центра инновационной и инвестиционной политики
Института экономики НАН Беларуси
г. Минск, Республика Беларусь

На современном этапе развития четвертая промышленная революция (Индустрия 4.0) оказывает значительное влияние на коммерческую деятельность компаний в различных отраслях и видах деятельности по всему миру. Для организаций это означает как возможности, так и вызовы с точки зрения изменения действующих или формирования новых бизнес-моделей, охватывающих все сферы от НИОКР и производства до маркетинга, логистики и продаж [1, с. 79].

Бизнес-модель, по мнению Д. Е. Климанова и О. А. Третьяка, «имеет дело с процессом создания и предложения ценности для клиента, в котором участвует целый ряд компаний, взаимодействующих на рынке», добавляя при этом, что «данный процесс, в свою очередь, является источником получения дохода для всех включенных в него агентов взаимодействия, а также демонстрирует некоторую сложившуюся структуру (архитектуру) взаимодействия компаний на рынке» [2, с. 113].

Стремительное развертывание технологий Индустрии 4.0 (прежде всего, Интернета вещей, больших данных, аддитивного производства, робототехники) оказало значительное влияние на изменение стратегического видения ряда промышленных предприятий, пересмотр собственных бизнес-моделей.

Индустрия 4.0 подталкивает компании к изменению менталитета «от продукта к услуге», продукт становится, по сути, частью оказываемой услуги [3, р. 43]. В настоящее время предприятиям из сферы производства следует активно включаться в цепочки создания ценности, расширяя при этом спектр своих продуктов и услуг, чтобы им не приходилось конкурировать исключительно по стоимости производства. Результатом является так называемая концепция «си-

стемы продукт-сервис» («product-service system»), описывающая комплексную разработку, реализацию и предложение конкретных пакетов продуктов-услуг в качестве решения для клиента. В результате поставщики, клиенты и другие партнеры становятся частью сетевой экосистемы. Горизонтальная и вертикальная интеграция цепочки создания ценности и связанная с ней функциональная совместимость расширяют традиционные границы фирм за счет организации сети заинтересованных сторон. Возникают новые субъекты, меняется роль уже существующих. Как следствие, появляются новые способы создания и предложения ценности через экосистемы, выходящие за рамки отдельных цепочек создания ценности. Соответственно, традиционные (нецифровые) производственные компании, ориентированные на сбыт продукции, вынуждены пересматривать свои существующие бизнес-модели в ответ на новую конкурентную динамику и использовать возможности, которые несет в себе Индустрия 4.0 [3, p. 55].

Для того, чтобы оставаться конкурентоспособными, промышленные предприятия должны развивать новые возможности, больше узнавать о своих клиентах (используя цифровые возможности для получения информации о них, принимая решения на основе анализа больших данных и т. д.) и устанавливать партнерские отношения с новыми заинтересованными сторонами. В целом Индустрия 4.0 предполагает переход от продуктоориентированной к клиентоориентированной модели.

Список литературы

1. Муха, Д. В. Влияние Индустрии 4.0 на глобальные цепочки создания стоимости, бизнес-модели и прямые иностранные инвестиции / Д. В. Муха // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2021. – Вып. 13. – С. 75–84. – DOI: 10.21122/2309-6667-2021-13-75-84.

2. Климанов, Д. Е. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции / Д. Е. Климанов, О. А. Третяк // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Том 12, № 3. – С. 107–130.