

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра Товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой ТЭТ  
\_\_\_\_\_ И.В. Кротова  
«04» июня 2021 г.

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП  
\_\_\_\_\_ А.Н. Чаплина  
«04» июня 2021 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

Трансформация механизмов обеспечения конкурентоспособности  
организаций сферы услуг

тема

38.04.02 «Менеджмент»

38.04.02.16 «Стратегическое управление»

Научный руководитель \_\_\_\_\_ доцент, канд. экон. наук И.А. Максименко  
подпись, дата                      должность, ученая степень                      инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_ ЭУ19-06М-СУ \_\_\_\_\_ Ю.С. Баублис  
подпись, дата                      номер группы                      инициалы, фамилия

Красноярск 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕХАНИЗМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ            ОРГАНИЗАЦИИ            РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ .....	7
1.1. Теоретические аспекты исследования конкурентоспособности организации .....	7
1.2. Механизм обеспечения конкурентоспособности организации рынка медицинских услуг: содержание основных компонентов .....	19
1.3. Необходимость трансформации организаций рынка медицинских услуг в условиях цифровой экономики.....	33
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	92
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	94

2 и 3 глава изъяты в соответствии с Постановлением УС ТЭИ №5  
от 31.05.2016

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования конкурентоспособности определяется тем, что за время проведенных институциональных преобразований в сфере услуг страны и ее регионах произошли фундаментальные структурные изменения: сформировалась многоукладная экономическая система рыночного типа, включающая как независимые мелкие и средние организации сферы услуг, так и крупные интегрированные образования – сетевые предприятия, владеющие значительными организационными ресурсами, производственно-техническими и технологическими мощностями, действующими на внутреннем и международном рынках, контролирующими производственные цепочки от производства продукции и до ее хранения, транспортировки и реализации.

Эффективное функционирование и устойчивое развитие хозяйствующих субъектов сферы услуг, имеет не только экономическое, но и стратегическое значение, поскольку вопросы стратегического обеспечения продовольственной безопасности страны, ее регионов, являются первостепенными и определяющими в свете современных институциональных тенденций. Данное обстоятельство приобретает повышенный интерес и внимание ученых и практиков не только в связи с вступлением России в ВТО, но и еще в большей мере с особенностями ее современной интеграции в мировое сообщество. Особенно наглядным, оно становится по мере увеличения кризисных явлений в экономической системе, касающихся, прежде всего, продовольственных рынков. Устойчивость хозяйствующих субъектов сферы услуг напрямую зависит от их способности конкурировать на внутреннем и внешнем рынках.

Сохранение своего статуса и продвижение в конкурентной борьбе, основывается на способности хозяйствующего субъекта, с одной стороны, аккумулировать в интересах продвижения бизнеса и технологий объективные условия и факторы, сложившиеся на рынке, и, с другой стороны,

сконцентрировать воедино собственный потенциал развития. Обеспечение высокой конкурентоспособности предприятий сферы услуг на рынках - является актуальной, сложной и стратегически важной задачей в силу специфики продукции и услуг, неоднородностью территорий России, а также особенностями существования и принципами развития организаций сферы услуг.

Перечисленные обстоятельства, аргументируют необходимость разработки инструментов повышения конкурентоспособности организаций сферы услуг.

Вместе с тем, несмотря на важность и значимость данного вопроса, проблема повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сферы услуг в составе регионов сохраняется, что требует ее дальнейшего разностороннего и глубокого изучения на основе совершенствования научно-методической базы исследования. Поэтому, разработка организационно-экономического механизма достижения высокого уровня конкурентоспособности представляется весьма актуальной научной задачей, решение которой полезно управленческой и хозяйственной практике.

**Методологической базой исследования** являются общенаучные методы исследования, такие как анализ и синтез, сравнение, обобщение, а также методы сбора и обработки статистической информации и экспертных оценок.

**Теоретической и эмпирической основой** исследования выступают труды отечественных и зарубежных авторов, раскрывающие тему конкурентоспособности: Г.Л. Азоев, В.А. Андрианов, Е.А. Арбатская, М.В. Башинова, С.А. Кирюшин, И.А. Войцеховская, А.А. Воронов, А.Ф. Гришков, А.Е. Дорбаева, Е.В. Шестакова, В.Р. Иванченко, А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева, Г. А. Лавренова, Ю. О. Моница, Е.А. Лысова, С. В. Погонев, М. В. Шендо и др. Конкурентоспособность с учетом цифровизации в своих работах рассматривают: В.В. Асаул, В.А. Кошечев, Ю.А. Цветков, А.В. Бабкин. В.А. Кунин, О.А. Тарутько. Конкурентоспособность организаций медицинских

услуг изучает А.С. Карамова, а вот труды по конкурентоспособности медицинских организаций совместно с влиянием цифровизации отсутствуют.

**Информационной основой** исследования послужили материалы научно-практических конференций, материалы периодической печати, диссертации схожей тематики, официальные данные Федеральной службы государственной статистики, официальная отчетность организаций медицинских услуг, ресурсы сети Интернет.

**Цель** настоящего диссертационного исследования – разработка и научное обоснование теоретических и методологических положений трансформации механизмов обеспечения конкурентоспособности организаций медицинских услуг.

**Задачи** диссертации:

- 1) изучить элементы механизма обеспечения конкурентоспособности организаций рынка медицинских услуг;
- 2) исследовать параметры трансформации организаций рынка медицинских услуг в условиях цифровой экономики;
- 3) провести контент-анализ методик оценки цифровой зрелости организации, как необходимого элемента обеспечения конкурентоспособности;
- 4) апробировать методики оценки цифровой зрелости организации рынка медицинских услуг.

**Объектом исследования** выступают организации сферы медицинских услуг.

**Предмет исследования** – управленческие отношения, возникающие в процессе трансформации механизмов обеспечения конкурентоспособности организаций медицинских услуг.

Полученные **научные результаты** представлены следующими элементами:

- 1) предложено расширенное содержание механизма обеспечения конкурентоспособности организаций рынка медицинских услуг;

2) систематизированы новые роли, сегменты и технологии, сформировавшиеся на рынке медицинских услуг в условиях цифровой экономики;

3) дополнена методика оценки цифровой зрелости организации, с учетом особенностей организаций рынка медицинских услуг;

4) проведена оценка цифровой зрелости клиники ИПМ, доказано влияние уровня цифровой зрелости на текущий уровень конкурентоспособности клиники.

**Практическая значимость** исследования заключается во внедрении полученных научных результатов в деятельность организации медицинских услуг.

**Структура и объем диссертации.** Работа выполнена автором самостоятельно. Включает в себя введение, основную часть (состоящую из трех глав), заключение и список использованных источников. Работа иллюстрирована 24 рисунками и содержит 16 таблиц. Библиографический список включает 142 наименования. Общее количество страниц 111.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕХАНИЗМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

## 1.1. Теоретические аспекты исследования конкурентоспособности организации

Любое исследование того или иного события, явления начинается с подробного изучения основных его составляющих. Так, для рассмотрения теоретических аспектов механизма обеспечения конкурентоспособности организаций сферы услуг, в первую очередь, необходимо разобраться с основополагающим экономическим понятием «конкурентоспособность организации» (табл. 1).

Таблица 1 – Подходы к определению понятия «конкурентоспособность организации»

Автор дефиниции	Дефиниция	Источник
1	2	3
Азоев Г.Л.	это комплексная социально-экономическая характеристика фирмы за определенный промежуток времени в условиях конкретного рынка, отражающая уровень его превосходства по отношению к реальным конкурентам по двум составляющим – рыночной и ресурсной	[ 8, 9]
Печенкин А. Фомин В.	это ее способность вести эффективную организационно-сбытовую деятельность и тем самым противостоять конкурентам. Критерием эффективности этой деятельности может служить прибыль и другие коммерческие показатели	[98]
Максимова И.В.	это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкретных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности организационно-сбытовой деятельности	[77]
Юданов А.Ю.	характеризует способность и динамику ее приспособления к условиям рыночной конкуренции	[142]
Кротков А.М.	это способность функционировать эффективно или же предоставлять потребителю конкурентоспособные товары и услуги	[69]

## Окончание таблицы 1

Автор дефиниции	Дефиниция	Источник
1	2	3
Фатхутдинов Р.А.	это способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на рынке	[121, 122, 123]
Миронов М.Г.	это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов	[81]
Хруцкий В.Е., Корнеева И.В.	это способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг	[131]
Киперман Г.Я.	это способность противостоять на рынке другим изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности	[112]

В таблице 1 представлено, что Г.Л. Азоев [8,9] определяет конкурентоспособность комплексной характеристикой фирмы за определенный временной отрезок, в условиях конкретного рынка, отражающей ее превосходство над конкурентами по рыночной и ресурсной составляющим. А. Печенкин, В. Фомин [98], А.М. Кротков [69], Р.А. Фатхутдинов [121, 122, 123], В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева [131] и Г.Я. Киперман [112] считают, что конкурентоспособность предприятия – это его способность конкурировать, противостоять, эффективно функционировать или вести сбытовую деятельность путем предоставления конкурентных товаров, удовлетворяющих запросы и нужды потребителей. В то же время М.Г. Миронов [81] дает следующее определение рассматриваемой экономической категории: «это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов».



Обобщая представленные в таблице 1 подходы к трактовке понятия «конкурентоспособность организации», становится возможным сформулировать авторское определение. Конкурентоспособность организации – это способность объекта управления успешно противостоять своим конкурентам в определенный период времени при текущих рыночных условиях посредством реализации товара или предоставления услуг, максимально удовлетворяющих потребности клиентов.

Управление конкурентоспособностью организаций всех без исключений сфер деятельности можно рассматривать с нескольких позиций, представленных на рисунке 1.

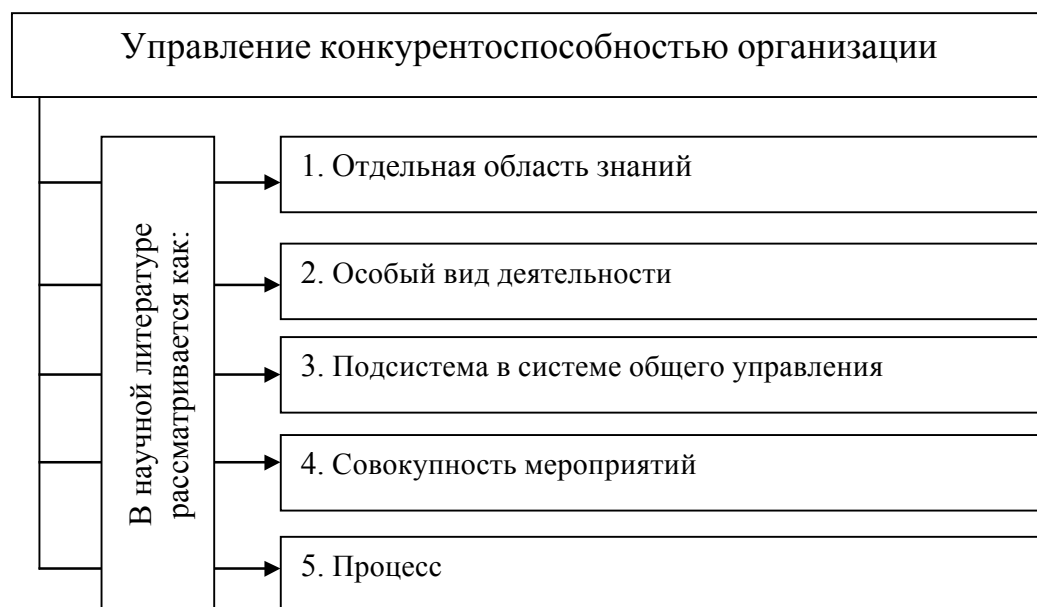


Рисунок 1 – Подходы к пониманию сущности управления конкурентоспособностью организации [составлен автором по 36, 41, 75, 78, 120]

Далее становится возможным рассмотреть более предметно каждый из указанных на рисунке 1 подходов.

1. Как отдельная область знаний о принципах и методах формирования и управления конкурентными преимуществами и конкурентным потенциалом управление конкурентоспособностью организации выделилась из теории управления и базируется на известных положениях общего

менеджмента. В соответствии с указанными положениями основными элементами управления конкурентоспособностью организации являются цель, субъект и объект, методы, принципы и функции управления.

Так, Е. А. Арбатская отмечает, что «...целью управления конкурентоспособностью любой организации является обеспечение конкурентоспособности его продукции, а также успешного и долгосрочного функционирования с учетом различных изменений внешней среды и эффективного использования ресурсов организации (внутреннего потенциала)» [12]. Логично предположить, что для достижения данной цели управление конкурентоспособностью организации должно быть направлено на решение следующих задач:

- нейтрализация или ограничение количества факторов, негативно влияющих на уровень конкурентоспособности организации;
- использование факторов, позитивно влияющих на создание и реализацию конкурентных преимуществ;
- обеспечение гибкости управленческой структуры, позволяющей адекватно реагировать на негативные и позитивные факторы конкурентной среды.

В качестве субъектов управления конкурентоспособностью предприятия могут выступать следующие лица и структуры:

- в первую очередь, собственники предприятия, которые принимают непосредственное участие в формировании стратегических целей и задач предприятия, связанных с его экономическими интересами и финансовыми возможностями;
- наемный управленческий персонал, руководители подразделений предприятия, которые являются ответственными за эффективную реализацию оперативных планов и целей;
- специалисты в области управления и экономики предприятия, специализированные консалтинговые фирмы, привлекаемые на платной

основе для разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности;

– государственные и ведомственные управленческие структуры и органы, полномочия которых определяются соответствующими нормативными документами в области антимонопольного законодательства и антикризисного управления.

Объектами управления конкурентоспособностью предприятия выступают конкурентные преимущества и формирующий их конкурентный потенциал предприятия. Наличие конкурентных преимуществ перед другими участниками рынка является условием обеспечения конкурентоспособности предприятия. Исходя из трактовки конкурентного преимущества, предложенной Р.А. Фатхутдиновым, конкурентное преимущество предприятия можно определить «...как любую эксклюзивную ценность, присущую предприятию и дающую ему превосходство над конкурентами» [123].

2. Как особый вид деятельности управление конкурентоспособностью предприятия рассматривает, в частности, Р.Е. Мансуров [79], а вслед за ним Л.С. Егорова и А.А. Макарычев [48]. Они определяют данное явление как особый вид деятельности, «... направленной на формирование управленческих решений, которые, в свою очередь, должны быть направлены на противостояние всевозможным внешним воздействиям и на достижение лидерства в соответствии с поставленными стратегическими целями» [78].

3. Как подсистема в системе общего управления предприятием управление конкурентоспособностью предприятия осуществляется, наряду с другими функциональными областями управления (производство, маркетинг, финансы, персонал и др.), на трех уровнях: стратегическом, тактическом и оперативном (табл. 2).

Таблица 2 – Характеристика основных уровней управления конкурентоспособностью организации

Критерии сравнения	Уровни управления конкурентоспособностью		
	Стратегический	Тактический	Оперативный
А	1	2	3
Приоритетный уровень управления	высшее руководство	среднее звено управления	нижнее звено управления
Акцент во временных перспективах	долгосрочные (от трех лет и более) перспективы развития	среднесрочные (период от одного года до трех лет) перспективы развития	краткосрочные (до одного года) периоды.
Основная цель	формирование, поддержание и развитие стратегического конкурентного преимущества.	формирование тактики (видов, приемов и методов конкурентной борьбы) с помощью которой реализуется конкурентная стратегия	решения текущих задач обеспечения конкурентоспособности (договорная, хозяйственная работа и т.д.)
Ключевое понятие	<i>Стратегическое конкурентное преимущество - устойчивое во времени превосходство, привлекающее широкое и постоянное внимание со стороны внешнего окружения, приводящее к увеличению рыночной доли</i>	<i>Тактическое конкурентное преимущество - преимущество предприятия, приобретающее устойчивость во времени и в отношении которого у конкурентов отсутствуют очевидные возможности его «нейтрализации»</i>	<i>Конкурентное маневрирование - комплекс мер, разрабатываемых и осуществляемых для устранения непредусмотренных ранее диспропорций</i>

Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия ориентировано на долгосрочные перспективы его развития (от трех лет), посредством создания, поддержания и развития стратегического конкурентного преимущества. Показателем успеха деятельности организации на стратегическом уровне является рост его рыночной доли. Тактическое управление конкурентоспособностью направлено на создание тактического преимущества. Текущее (оперативное) управление конкурентоспособностью предприятия, ориентировано на краткосрочную перспективу, осуществляется непрерывно и состоит в выполнении повседневных заданий и решении

текущих задач, направленных на обеспечение тактической и стратегической конкурентоспособности предприятия.

4. Как совокупность мероприятий, способствующих повышению конкурентоспособности предприятия, управление конкурентоспособностью предполагает разработку комплекса мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности на уровне отдельных подразделений и функциональных областей деятельности, что позволяет увеличить уровень конкурентоспособности предприятия в целом. Управление конкурентоспособностью предполагает совокупность мер по систематическому совершенствованию продукции, постоянному поиску новых каналов его сбыта, новых групп покупателей, улучшению сервиса, рекламы.

5. Как процесс, состоящий из взаимосвязанных этапов, управление конкурентоспособностью предприятия рассматривается многими исследователями [45, 48, 120]. Управление конкурентоспособностью любого предприятия трактуется как непрерывный, циклический процесс и, как правило, включает в себя следующие основные этапы:

- 1) анализ внешней среды;
- 2) анализ внутренней среды и выявление реальных и потенциальных конкурентных преимуществ;
- 3) оценка конкурентоспособности предприятия и удовлетворенности потребителей;
- 4) разработка конкурентной стратегии, направленной на повышение уровня конкурентоспособности предприятия;
- 5) реализация конкурентной стратегии;
- 6) промежуточная и итоговая оценка результатов реализации стратегии (оценка конкурентоспособности предприятия и удовлетворенности клиентов и их сравнение с полученными ранее значениями);

7) корректирующие действия или дальнейшая реализация разработанной стратегии в соответствии с данными этапа оценки промежуточных и итоговых результатов реализации стратегии.

Наряду с рассмотренными этапами, Х.А. Фасхиев и Е.В. Попова, в процессе управления конкурентоспособностью предприятия выделяют три аспекта: управление процессом производства и реализации конкурентоспособной продукции, управление конкурентным потенциалом предприятия и обеспечение конкурентоспособности самого процесса управления предприятием [120].

Рассмотренные подходы к пониманию управления конкурентоспособностью предприятия являются разными гранями одного и того же явления, при совмещении позволяющими определить сущность данного явления. Таким образом, можно сделать вывод, что управление конкурентоспособностью предприятия представляет собой особый вид управленческой деятельности, интегрированный в общую систему управления и направленный на разработку и реализацию комплекса мероприятий по обеспечению и развитию конкурентоспособности предприятия.

Центральным ядром в системе управления конкурентоспособностью выступает механизм, который призван не только обеспечивать текущую конкурентоспособность предприятия, но и определять траекторию его развития и прогрессивные изменения конкурентной рыночной позиции.

Однако прежде чем рассмотреть непосредственно механизм обеспечения конкурентоспособности организации рынка медицинских услуг, необходимо изучить особенности объекта исследования – организации рынка медицинских услуг, поскольку услуга представляет особый вид товара.

Так услуга - это деятельность или конечный результат этой деятельности, который организация предоставляет своим клиентам.

Все услуги обладают определенным набором взаимозависимых свойств, что представлено на рисунке 2.

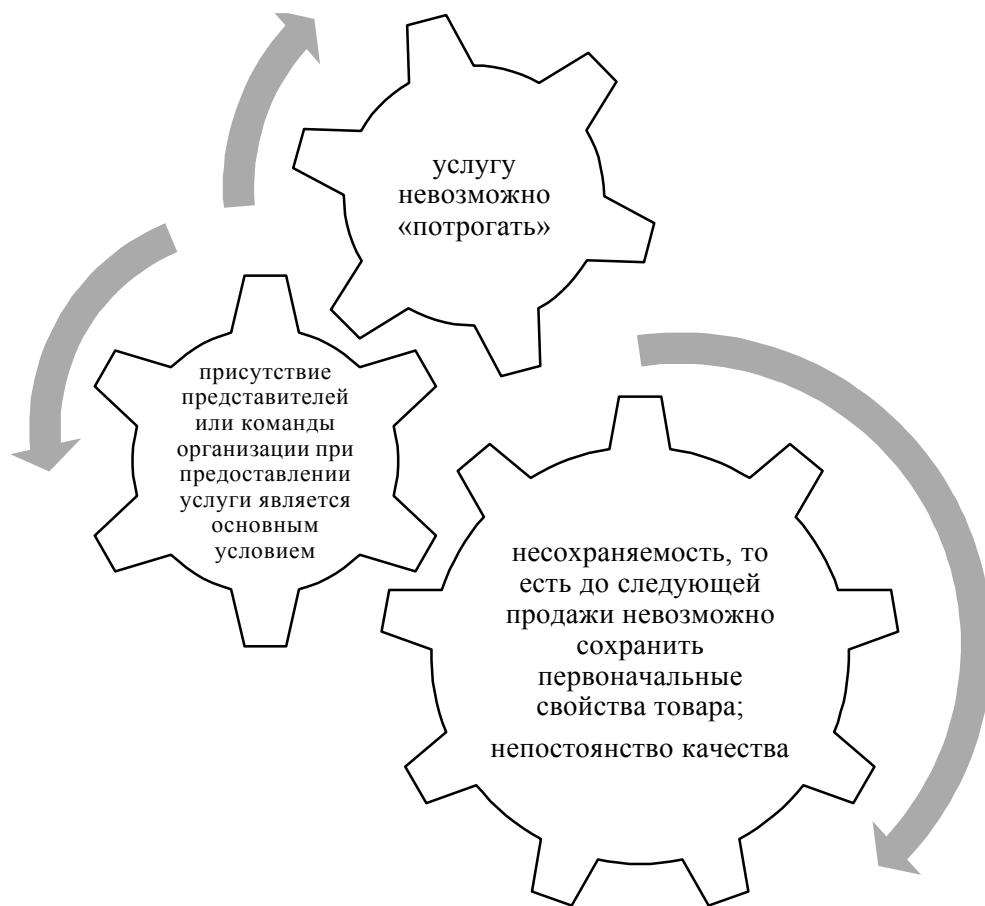


Рисунок 2 – Свойства экономической услуги [составлен автором по 68]

Представленные четыре характеристики услуг, в том числе, относятся и к объекту исследования настоящей работы – организациям медицинских услуг. Неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества и несохраняемость необходимо учитывать при разработке любых программ, стратегий или планов медицинских организаций, так как грамотное управление обозначенными особенностями позволяет поддерживать стабильность либо повышать текущую конкурентоспособность организации.

Неотделимость медицинской услуги от источника очевидна, тогда как материальный товар существует независимо от присутствия или отсутствия его источника. Услуга же будет совсем не той, если заменить ее источник. Для организаций медицинских услуг существует несколько стратегических подходов, направленных на преодоление данных ограничений, например [62]:

1. Поставщик услуги может научиться работать с более многочисленной аудиторией клиентов. Психотерапевты, к примеру, уже переключились с терапии отдельных лиц или небольших групп на работу с большими аудиториями.

2. Поставщик услуги может научиться работать в более быстром темпе, чтобы тратить на каждого пациента значительно меньше времени, за счет чего будет обслужено гораздо больше пациентов.

Переменчивость качества услуги медицинского характера может варьироваться в достаточно широких пределах, все зависит от поставщиков услуг, а также времени и места их оказания.

Несохраняемость услуги определяется предварительной оплатой медицинской услуги, поскольку именно ее стоимостная значимость существует в момент неявки клиента. При условии постоянного спроса несохраняемость услуги не становится существенной проблемой. При обратной ситуации – все становится гораздо сложнее.

На основании всего перечисленного выше, учитывая специфику объекта исследования, становится возможным дополнить авторское определение конкурентоспособности. Конкурентоспособность организации медицинских услуг – это способность организации медицинских услуг успешно противостоять другим медицинским учреждениям в определенный период времени при текущих рыночных условиях посредством предоставления медицинских услуг, максимально удовлетворяющих потребности клиентов (пациентов).

Стоит также отметить, что перечисленные выше особенности медицинской услуги являются своего рода факторами, которые имеют существенное влияние на конкурентоспособность организации в целом. В информационных источниках [31] встречаются иные перечни подобных факторов (рис. 3).



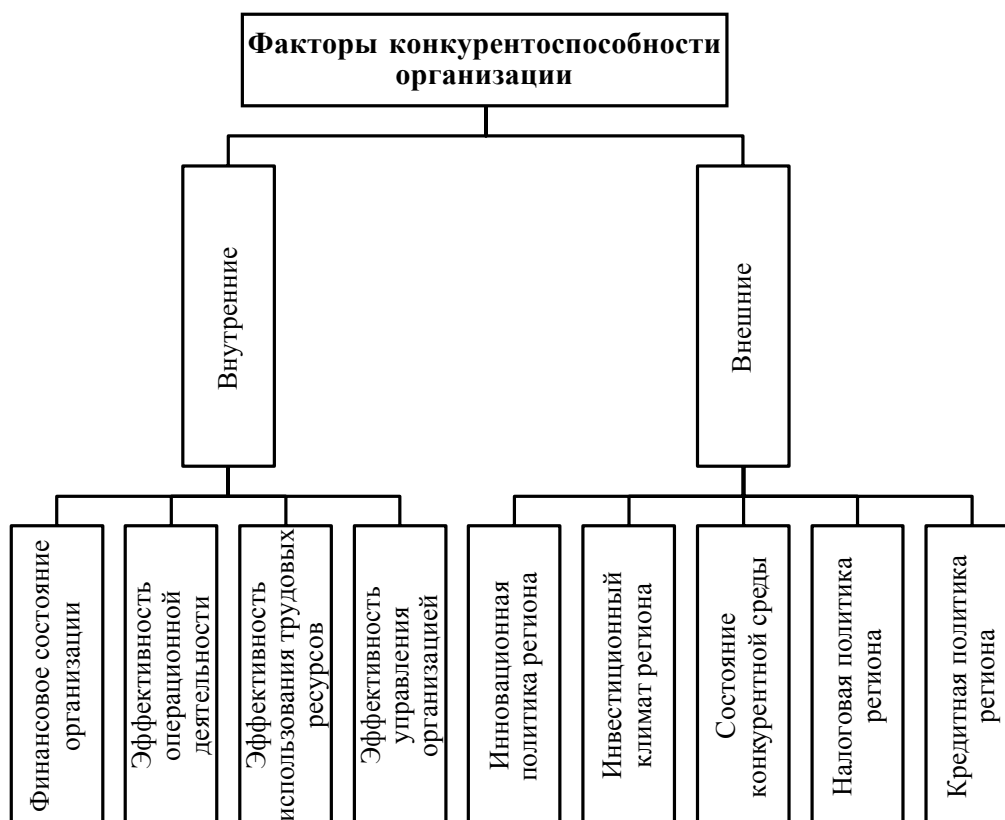


Рисунок 3 – Факторы конкурентоспособности организации сферы услуг  
[составлен автором по 31]

На рисунке 3 приведена классификация факторов конкурентоспособности организации по двум основным направлениям ее деятельности: внутренняя среда; внешняя среда.

К непосредственному окружению в рассматриваемой классификации отнесены финансы организации, ее операционная деятельность, использование ресурсов и менеджмент. Во внешней среде выделены: политика инноваций в регионе, его инвестиционный климат, налоговая и кредитная политики, а также состояние конкурентной среды.

В другом источнике [93] представлена более широкая классификация факторов влияния на конкурентоспособность (рис. 4).



Рисунок 4 – Классификация факторов конкурентоспособности организации сферы услуг [составлен автором по 93]

Представленное на рисунках 3 и 4 множество факторов конкурентоспособности организаций сферы услуг доказывают разнообразие среды функционирования любого объекта управления, она предстает сложным организмом, требующим многостороннего подхода к его созданию и управлению. Чтобы иметь возможность эффективно повышать конкурентоспособность, необходимо разобраться с тем «часовым механизмом», без которого невозможен сам процесс достижения конкурентоспособного положения организации. Поэтому далее целесообразно обратиться и рассмотреть непосредственно механизм обеспечения и основные компоненты конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

## **1.2. Механизм обеспечения конкурентоспособности организации рынка медицинских услуг: содержание основных компонентов**

Чтобы заглянуть в «сердце» механизма обеспечения конкурентоспособности, в первую очередь следует рассмотреть суть самого понятия «механизм» (табл. 3).

Таблица 3 – Подходы к определению понятия «механизм»

Автор	Дефиниция	Источник
1	2	3
В.М. Мишин	это совокупность организационных и экономических компонентов, обеспечивающих согласованное, взаимосвязанное и взаимодействующее функционирование всех элементов системы для достижения целей организации	[84]
Дж.К. Лафта	совокупность средств воздействия, используемых в управлении, или точнее, комплекс рычагов, используемых в управлении	[71]
С.В Сивкова	это «организованная или упорядоченная система взаимодействия экономических явлений на основе совокупности институциональных установлений, обеспечивающая субъектам хозяйствования в определенных расчетных режимах возможность достижения заданных или прогнозируемых результатов»	[114]

### Окончание таблицы 3

Автор	Дефиниция	Источник
1	2	3
С.А. Ситдиков	наиболее активный элемент системы управления, обеспечивающий воздействие на процессы, связи и факторы, от которых зависит результат деятельности управляемого объекта	[115]
А.В. Барлукова	это совокупность компонентов системы управления (принципов, функций, методов, ресурсов), предназначенных для доставки органу управления информации об объекте управления и оказания воздействия на объект управления с целью обеспечения функционирования и (или) развития системы	[21]
Л.Л. Романишин	это система определенным образом упорядоченных отношений людей, ориентированных на решение общей задачи, которая позволяет получить некоторые устойчивые совокупности результатов, отвечающих интересам участников процесса управления	[110]

Л.Л. Романишин [110] считает механизм системой упорядоченных отношений людей, которые нацелены на решение общей цели для достижения желаемого результата.

Механизм как совокупность компонентов системы управления, предназначенных для информирования и воздействия на объект управления для функционирования или развития системы, видит А.В. Барлукова [21].

По мнению Дж.К. Лафта [71], механизм – это совокупность средств воздействия в управлении.

В.М. Мишин [84] определяет экономический механизм как совокупность организационных и экономических компонентов, которые обеспечивают согласованное, взаимосвязанное и взаимодействующее функционирование всех элементов системы для достижения целей организации.

Проанализировав информацию из таблицы 3, можно заключить следующее: главная особенность экономического механизма состоит в том, что это всегда совокупность, состоящая из элементов. Далее, рассматривая

подходы разных авторов к построению механизма обеспечения конкурентоспособности организаций, обратим внимание на их целостность.

В качестве небольшого предисловия можно отметить, что методологических основ формирования механизма обеспечения конкурентоспособности организаций существует в достаточном количестве. В литературе встречаются следующие подходы [30], представленные на рисунке 5.

Основы формирования механизма обеспечения конкурентоспособности	- системный
	- комплексный (междисциплинарный)
	- стратегический
	- структурный
	- процессный
	- воспроизводственно-эволюционный
	- глобальный
	- инновационный
	- виртуальный
	- маркетинговый
	- эксклюзивный
	- стандартизационный
	- ситуационный (многовариантный)
	- интеграционный
- кластерный	
- поведенческий	
- нормативный	

Рисунок 5 – Подходы к формированию механизмов обеспечения конкурентоспособности организаций [составлен автором по 30]

В рамках системного подхода управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг представляется как подсистема управления конкурентоспособностью в системе общего управления предприятия сферы услуг. Механизм управления конкурентоспособностью в данном случае выступает как наиболее активный элемент подсистемы управления конкурентоспособностью.

Комплексный (междисциплинарный) подход ориентирован на учет целого ряда аспектов управления конкурентоспособностью в их взаимосвязи: технических, экономических, экологических, организационных, социальных, психологических и других. Решение проблемы формирования механизма управления конкурентоспособностью в рамках данного подхода позволит максимально полно учесть все основные аспекты деятельности предприятия сферы услуг.

Стратегический подход к управлению конкурентоспособностью предприятий базируется на системном анализе предприятия и его внешней среды, планировании, прогнозировании, стратегической конкурентоспособности предприятия и т.п. Применение стратегического подхода к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг предполагает включение в его структуру элементов, позволяющих обеспечить конкурентоспособность предприятия в долгосрочной перспективе.

Структурный подход к проблемам управления конкурентоспособностью предприятий может быть применен наряду с другими подходами и не имеет каких-либо ограничений и особенностей для предприятий сферы услуг. Решение проблемы в рамках данного подхода предполагает ее предварительное разложение на структурные составляющие.

Процессный подход рассматривает функции управления конкурентоспособностью предприятия как взаимосвязанные. Данный подход позволяет рассматривать элементы механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг как последовательные и взаимосвязанные между собой стадии.

Воспроизводственно-эволюционный подход ориентирован на постоянное возобновление производства объекта для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими (по сравнению с лучшим аналогичным объектом на данном рынке) совокупными затратами на единицу полезного эффекта. В соответствии с данным подходом, каждая

новая модель должна быть лучше заменяемой, что не совсем соответствует природе услуги.

Глобальный подход заключается в том, что при управлении конкурентоспособностью предприятия точка обзора мысленно должна быть над глобальной системой, а не на уровне предприятия. При этом обзор должен отвечать требованиям системности, логичности и комплексности.

Сущность инновационного подхода к управлению конкурентоспособностью предприятия сферы услуг заключается в ориентации на активизацию инновационной деятельности, внедрении систем автоматизации процессов обслуживания, активном использовании информационных технологий.

Виртуальный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия предполагает активное применение сети Интернет, сотовой связи и других средств дистанционного взаимодействия с целью формирования виртуальных организационных структур для взаимодействия с потребителями и конкурирования как на локальном, так и на глобальном уровне.

Маркетинговый подход предусматривает ориентацию управления конкурентоспособностью предприятия при решении любых задач на внешних и внутренних потребителей.

Сущность эксклюзивного подхода к управлению конкурентоспособностью заключается в приобретении субъектом управления исключительного права на пользование по своему усмотрению новшеством в любой области деятельности или конкурентным преимуществом. Объектом для реализации эксклюзивного подхода являются: конкурентный персонал, патент, торговая марка, новые информационные технологии. Эксклюзивная ценность может быть сформирована за счет применения современных научных подходов, методов и технологий управления различными объектами.

Идея стандартизационного подхода к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятий может быть реализована следующим образом. Во-первых, путем выбора оптимального соотношения между стандартными и индивидуальными решениями при формировании процессов обслуживания потребителей. Во-вторых, посредством разработки и внедрения системы соответствующих стандартов оказания услуг. При этом применения стандартизационного подхода к предприятиям сферы услуг позволяет обеспечить стабильность качества услуг, а с другой стороны возможности его применения ограничены, в силу нематериальности и индивидуализированности услуг по своей природе.

Ситуационный (многовариантный) подход к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг базируется на том, что применение различного инструментария управления конкурентоспособностью определяется конкретной ситуацией.

Интеграционный подход к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг нацелен на исследование и усиление взаимосвязей между отдельными подсистемами управления, а также элементами механизма управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг.

Кластерный подход базируется на теории интеграционного подхода. Суть кластерного подхода при формировании механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг состоит в получении дополнительных синергетических резервов повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг на основе формирования кластеров.

Поведенческий подход к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг базируется на оказании помощи работнику на основе применения концепций поведенческих наук в осознании своих собственных возможностей и способностей влиять на конкурентоспособность предприятия.



Сущность нормативного подхода заключается в установлении нормативов управления по всем подсистемам системы обеспечения конкурентоспособности предприятия. Нормативы должны устанавливаться по важнейшим элементам подсистем: целевой, обеспечивающей, управляемой и управляющей. Эти нормативы должны отвечать требованиям комплексности, эффективности, обоснованности и перспективности применения по масштабу и во времени.

При формировании механизма обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг целесообразно использовать все рассмотренные подходы в совокупности, так как они, как правило, не дублируются, а дополняют друг друга, создавая в итоге синергический эффект – увеличение эффективности деятельности организации.

Далее рассмотрим некоторые готовые механизмы управления конкурентоспособностью организаций сферы услуг.

В первую очередь нужно понять, как происходит формирование механизма конкурентоспособности, обратимся к рисунку 6. И.А. Войцеховская [36] предлагает следующие основные компоненты:

1. Миссия организации – ее предназначение.
2. Вход – ресурсы поступающие из внешней среды.
  - 1) формулирование комплекса целей и задач по достижению конкурентной позиции;
  - 2) формулирование принципов ведения конкурентной борьбы;
  - 3) выбор методов: управления; исследования; принятия управленческих решений;
  - 4) распределение полномочий, обязанностей и функций в организации.
3. «Черный ящик» организации – ее внутреннее устройство.
4. Выход – реализуемые товары или услуги.
  - 1) создание потребительских ценностей;
  - 2) использование инновационных стратегий;
  - 3) формирование человеческого капитала;

- 4) совершенствование организационной культуры;
- 5) диверсификация деятельности и управления;
- 6) формирование гибких и адаптивных организационных структур;
- 7) ориентирование на результат.

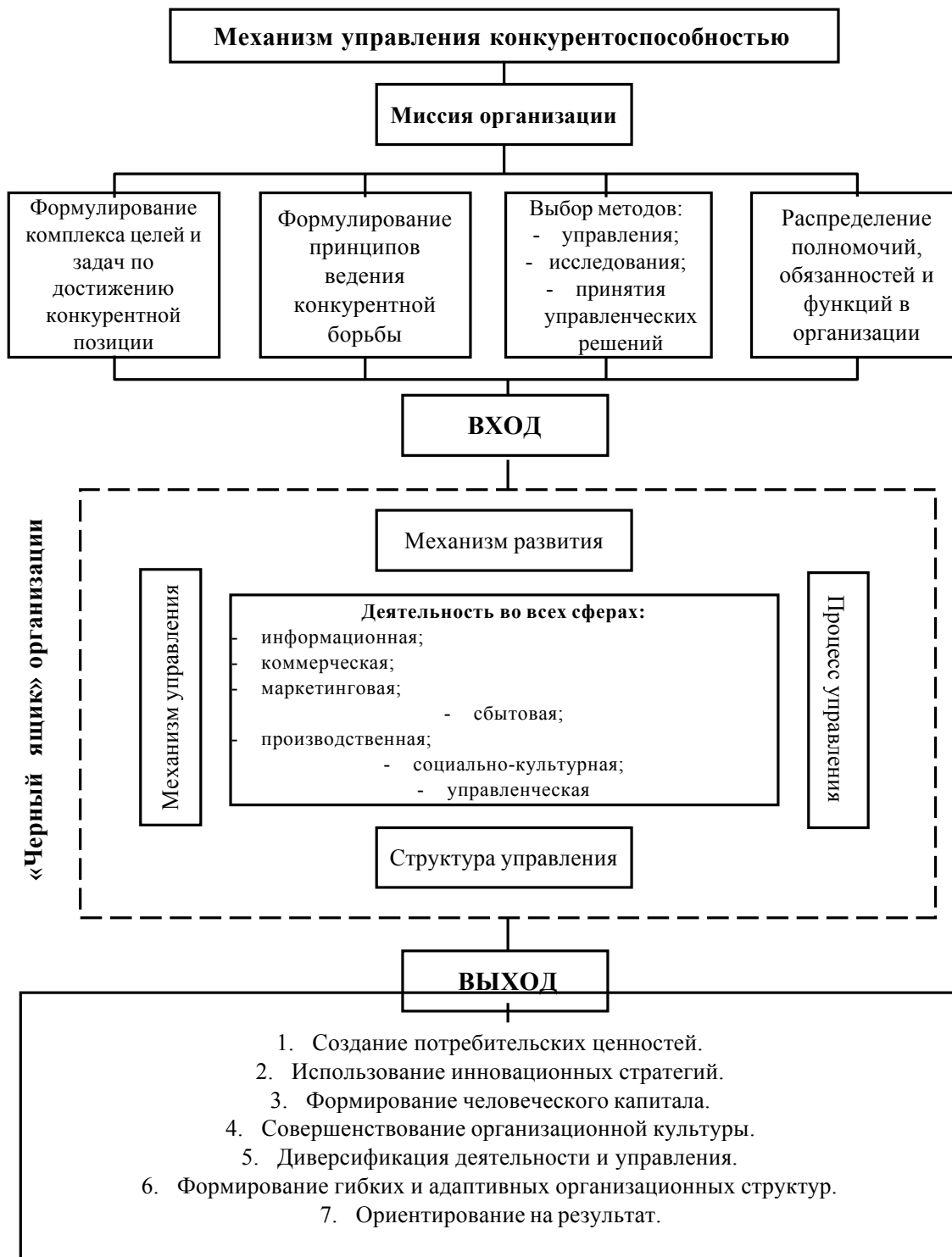


Рисунок 6 – Формирование механизма управления конкурентоспособностью

[36]

Другой подход к составу механизма управления конкурентоспособностью организации предлагают Г.А. Лавренова и Ю.О. Моница [70]. Представлен на рисунке 7.



Рисунок 7 – Механизм управления конкурентоспособностью предприятия [70]

В данном случае приводится следующая основная последовательность этапов:

1. Изучение внешней среды: конкурентов, потребителей, конъюнктуры рынка.
2. Анализ факторов, воздействующих на конкурентоспособность предприятия.
3. Определение уровня конкурентоспособности предприятия.
4. Определение внешних и формирование внутренних конкурентных преимуществ.

С.В. Погонев и М.В. Шендо [100] в качестве основных компонентов механизма конкурентоспособности представляют последовательность действий: оценка (анализ) результатов деятельности предприятия и удовлетворенности заинтересованных сторон; оценка процессов функционирования предприятия, требующего улучшения; сопоставление с процессами эталонного предприятия; выявление наилучших позиций в деятельности партнера и адаптация к деятельности своего предприятия (рис. 8).

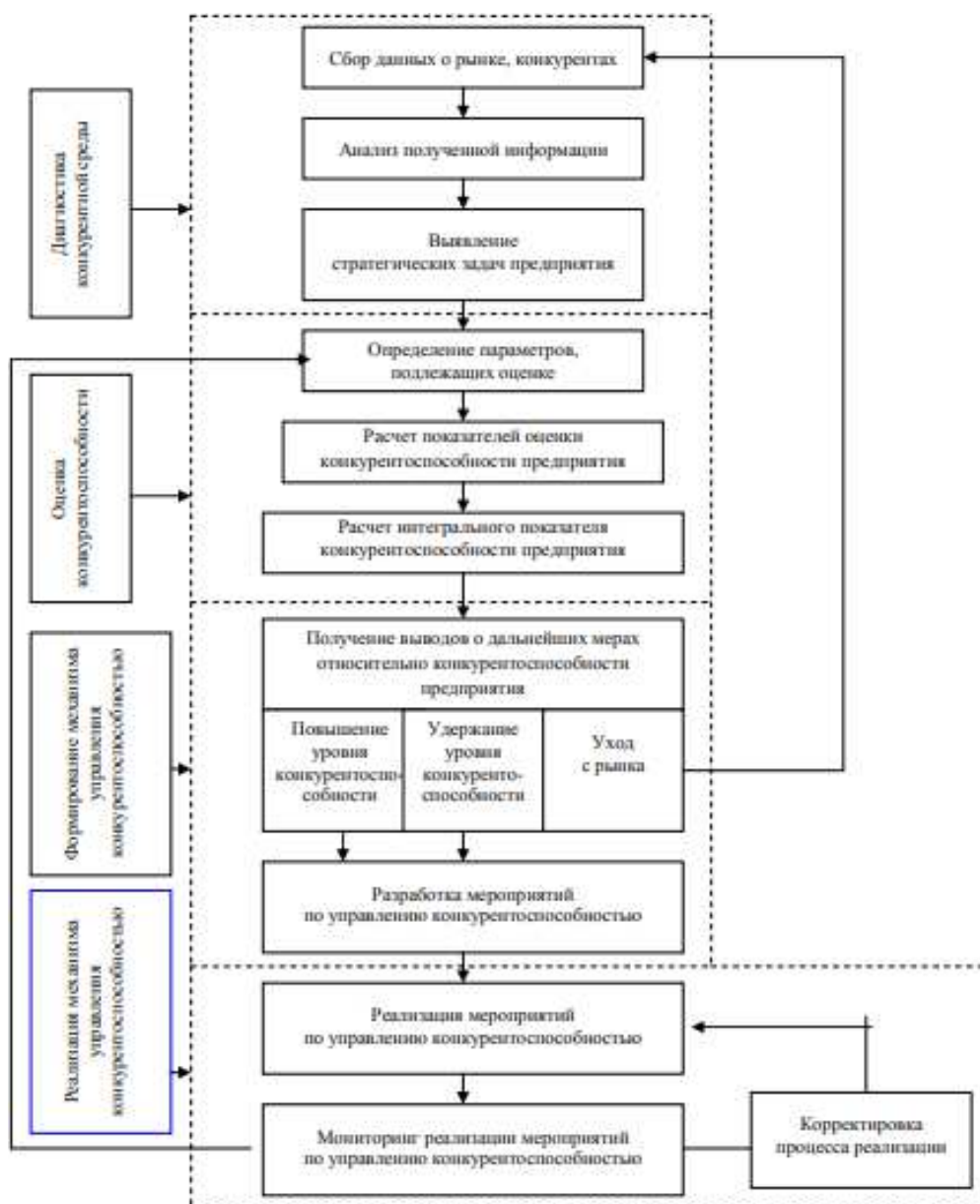


Рисунок 8 - Механизм управления конкурентоспособностью предприятия

[100]

На рисунке 9 визуализирован подход Е.А. Лысова [75]. В нем отображены классические элементы системы управления, к тому же учтена внешняя среда, оказывающая воздействие, и приведены входные ресурсы и полученные на выходе результаты деятельности организации.



Рисунок 9 - Модель организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг [75]

Приведенная на рисунке 9 модель механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг представляется автору настоящей работы максимально полной с учетом довольно простого восприятия информации. Однако следует обратить внимание и на модель А.С. Карамовой [62], которая отражает специфику объекта исследования – организаций медицинских услуг (рис. 10).

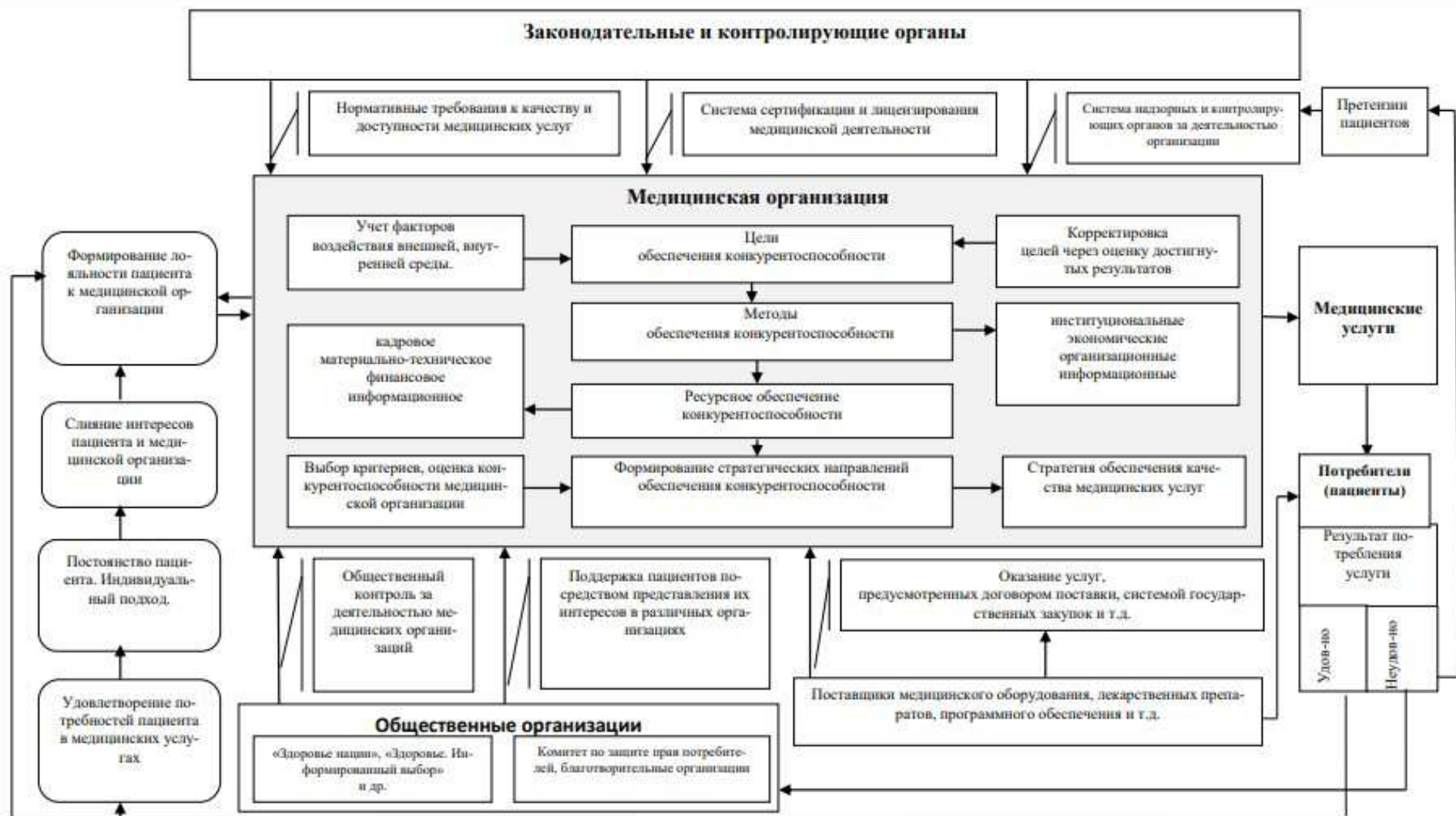


Рисунок 10 - Модель организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности организаций медицинских услуг [62]

В информационных источниках [12] встречаются отдельные классификации основных, а также вариативных компонентов механизма управления конкурентоспособностью (рис. 11).



Рисунок 11 - Классификация элементов механизма управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг [12]

Обобщая все представленное ранее, автором настоящей работы предлагается следующий обобщенный механизм обеспечения конкурентоспособности организаций сферы услуг (рис. 12).

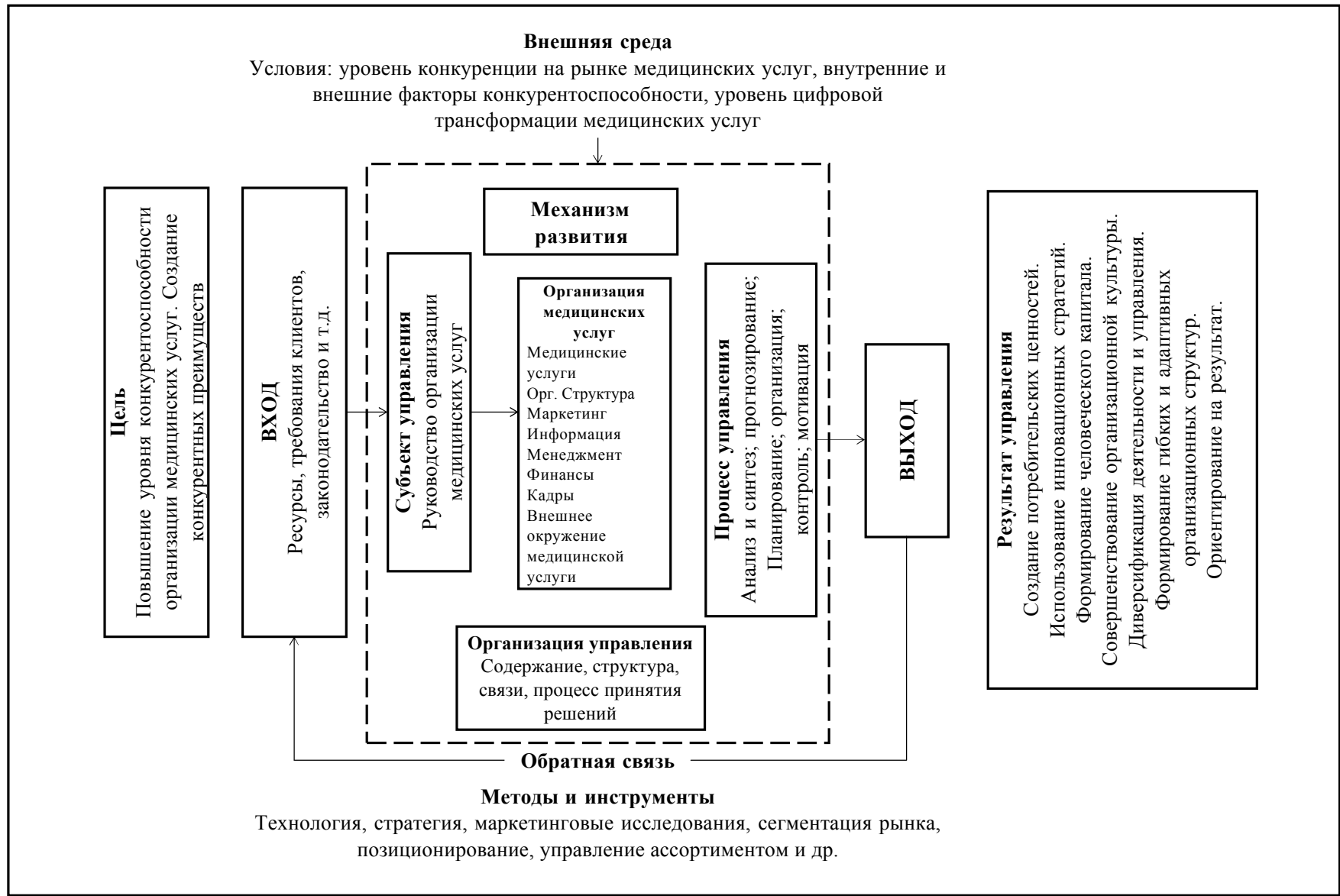


Рисунок 12 – Механизм обеспечения конкурентоспособности организаций медицинских услуг [разработан автором]



На рисунке 12 в отличие от рассмотренных ранее механизмов управления конкурентоспособностью в компоненте «Внешняя среда» добавлен новый и необходимый для текущей экономической ситуации элемент – уровень цифровой трансформации медицинских услуг. Далее следует рассмотреть этот момент более подробно.

### **1.3. Необходимость трансформации организаций рынка медицинских услуг в условиях цифровой экономики**

По данным Всемирного экономического форума [4], в 2020 году доля «цифры» в мировой экономике превысила 30% и стремительно растет. Цифровизация выступает в качестве катализатора социально-экономической жизни общества в современном мире, так как способна обеспечить быстрое увеличение ВВП страны. Успешный опыт доказывает, что эффект интегрированного развития цифровизации составляет 20% ВВП в течение пяти лет, а рентабельность инвестиций в цифровую конверсию достигает 500% [6].

Современная экономика – это экономика знаний, инноваций, компетенций и сетевого взаимодействия. Основной фактор экономического развития связан с цифровой экономикой. Появление новых технологий свидетельствует о новом этапе развития экономики. Цифровые технологии являются наиболее признанными среди инновационных направлений трансформации. Они являются мощным инструментом трансформации деятельности как отдельных компаний, так и целых сегментов, рынков и отраслей (рис. 13).

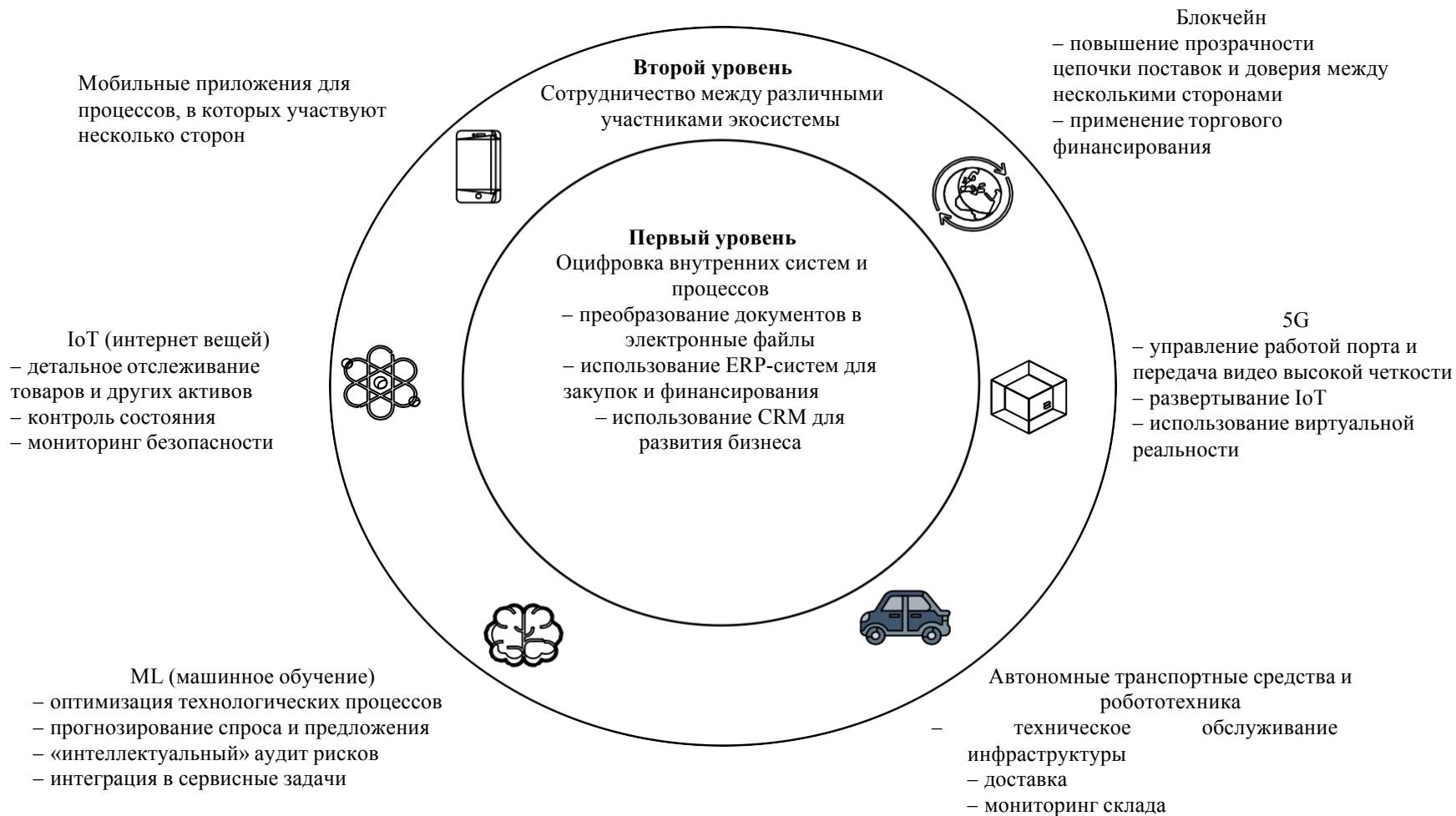


Рисунок 13 – Уровни цифровой трансформации в сфере услуг

Первый уровень преобразования внутренних систем и процессов из аналоговых в цифровые, что в конечном счете полезно для оптимизации бизнес-процессов в сфере услуг. Второй уровень представлен «сквозными» технологиями и опирается на данные, генерируемые первым уровнем, для дальнейшего расширения бизнес-операций или внедрения нового класса услуг. Технологии четвертой промышленной революции играют стимулирующую роль на этом втором уровне, работая во взаимодействии и обеспечивая синергетический эффект.

В конце 2020 г. специалистами Всемирного экономического форума был проведен опрос 340 компаний разного размера, представляющих различные сектора сферы услуг [2]. Ключевые итоги опроса (% респондентов):

1. Наиболее трансформирующиеся технологии – IoT (59%), цифровые платежи (56%), платформы электронной коммерции (53%) и облачные вычисления (52%).

2. Основные результаты, ожидаемые от внедрения цифровых технологий – повышение эффективности за счет упрощения процедур и совершенствования цепочек поставок (63%); появление новых цифровых продуктов и услуг (55%); положительные экологические выгоды от более эффективной координации логистики (49%); включение в бизнес более мелких игроков (44%).

3. Негативное восприятие дальнейшего внедрения «цифры» с точки зрения влияния занятости (также 44%) и усиление позиционирования крупных компаний (34%).

Согласно исследованиям компании Gartner выделяются 10 технологических трендов [5], которые расширяют проникновение цифровых технологий в бизнес-среду компаний, тем самым оказывая влияние на конкурентную среду. К их числу относятся: IA&ML, интеллектуальные приложения, интернет вещей, блокчейн, VR и AR, цифровые «двойники».

диалоговые системы, механика приложений и сервисов, цифровые технологические платформы, адаптивная архитектура безопасности.

И эти технологические тренды побуждают предприятия сферы услуг в корне перестраивать свои привычные бизнес-процессы. Это обусловлено возникновением вызовов, связанных с возрастающей долей нематериальных компонентов в конечной стоимости услуг в сочетании с все большей легкостью доступа к цифровым технологиям, платформам и рынкам, что оказывает влияние на уровень конкурентоспособности, который сегодня тем местом, которое занимает компания в цифровой иерархии отрасли.

Обобщение практического опыта деятельности ведущих компаний сферы услуг, позволяет заключить, что для достижения конкурентного преимущества в условиях цифровой трансформации есть три возможных источника:

1. Контент: продукты (их цифровая составляющая) и информация о них.
2. Клиентский опыт: включая оцифрованные бизнес-процессы, используемые клиентом, история покупок и транзакций, компьютерный и мобильный интерфейс. Эти параметры определяют качество взаимодействий между клиентами и контентом, на которое влияет простота пользования контентом и способ его представления клиенту, часто объединенные синергически (мультипродуктовое предложение) и по множеству каналов.
3. Платформы: способ доставки контента клиентам с помощью ряда внутренних оцифрованных процессов, данных и инфраструктуры, а также внешних сервисов.

В зависимости от полноты информации о своих клиентах и фокуса в построении структуры бизнеса возможно сформировать матрицу источников конкурентных преимуществ в условиях цифровизации (рис. 14).



Рисунок 14 – Матрица источников конкурентного преимущества в «цифровых» компаниях сферы услуг

В цифровой экономике происходит изменение конкуренции. Интенсификация конкуренции определяет тренд на расширение спектра отношений с клиентом, незамедлительную реакцию на изменение его предпочтений. Конкуренция от сокращения издержек переходит к творчеству. Конкуренты могут стать партнерами путем интеграции на основе цифровых платформ и совместного использования ресурсов [134].

Платформенные компании, выстраивая экосистемные бизнес-модели, демонстрируют высокие значения конкурентных преимуществ. Такая конфигурация бизнеса позволяет использовать внешние ресурсы (идеи, информацию, клиентов, рабочую силу и т. д.) с минимальными затратами, и способна обеспечить новое измерение конкурентных преимуществ. Лидеры сферы услуг в области построения бизнес-систем (такие компании как Яндекс, Сбер, МТС, Mail Group, Тинькофф) активно интегрируют цифровые

платформы в свои традиционные бизнес-модели. Развитие многосторонних платформ представляет собой инновационный аспект, в основе которого прямая зависимость процесса создания ценности и результата взаимодействия участников.

Сегодня все больше ученых и исследователей признают IT-технологии фактором улучшения клинических результатов и средством экономии средств [73, 80], однако внедрение этих технологий в сфере здравоохранения идет крайне медленно.

Исследование [38] указывает на множество причин, по которым ключевые стейкхолдеры в сфере здравоохранения не спешат внедрять IT-технологии и использовать возможности, предоставляемые цифровой трансформацией (DT), определяемой как «процесс, направленный на улучшение организации за счет значительных изменений ее свойств за счет сочетания информационных, вычислительных, коммуникационных и коммуникационных технологий» [35], несмотря на обещание его ценности для рынка медицинских услуг.

Во-первых, последний включает в себя множество субъектов: пациенты различных типов (например, с физическими особенностями и историей болезни), профессиональные группы (врачи, медсестры, администраторы и страховщики), клинические организации (больницы, поликлиники, испытательные лаборатории и учреждения по уходу), регулирующие органы (министерства здравоохранения, определяющие политику в этой сфере, и организации, занимающиеся лицензированием медицинской деятельности), и новые цифровые посреднические фирмы.

В результате сложности и регулирования рынка медицинских услуг возникли разрозненные хранилища информации о здоровье и отсутствует возможность взаимодействия IT-систем здравоохранения между ключевыми заинтересованными сторонами, что «... снижает эффективность, подрывает координацию оказания медицинской помощи и увеличивает затраты» [105].

Во-вторых, цифровизации часто противодействуют влиятельные игроки в сфере оказания медицинской помощи. Сопротивление проистекает из различных факторов, таких как профессиональные нормы (врачи рассматривают задачи, помимо лечения пациентов, как административные неудобства), неблагоприятное влияние (влиятельные врачи, не склонные к технике, влияют на то, как другие используют IT-технологии), угрозы профессиональной автономии (врачи стремятся сохранить статус и отказываются от новых технологий и проблемы конфиденциальности (из-за взлома медицинских устройств). Однако такая стратегия не только препятствует цифровой трансформации в сфере здравоохранения, но также означает, что поставщик медицинских услуг не может использовать весь объем данных о пациентах, доступных в различных системах. Дополнительные препятствия для внедрения медицинскими организациями IT-технологий включают начальные и текущие затраты, техническую поддержку, технические проблемы, потерю производительности во время переходного периода и опасения по поводу будущего устаревания приобретенных IT-систем.

В-третьих, пациенты – еще одна важная причина, по которой цифровая трансформация в здравоохранении разворачивается медленно. Медицинская информация носит сугубо личный характер, и чем больше пациенты воспринимают медицинскую информацию как конфиденциальную, тем меньше они готовы её раскрывать или внедрять новые медицинские IT-технологии

В-четвертых, сами IT-службы здравоохранения представляют собой важный фактор медленной цифровой трансформации здравоохранения. Э. Девидсон [47], утверждает, что немногие поставщики медицинских IT-услуг создают продукты, которые просты в использовании. Следовательно, врачи разочарованы тем, что информационные технологии здравоохранения требуют длительного ввода данных и скорее мешают, чем помогают их работе.

Однако недавние достижения в области технологий и политики, а также увеличение объемов данных о здоровье быстро меняют статус-кво цифровой трансформации здравоохранения. Значительные успехи в IT- были достигнуты с точки зрения сбора, хранения, обработки, анализа и распространения данных. Новые возможности для сбора данных были вызваны, в частности, изощренностью мобильных технологий и носимых устройств. Смартфоны, а также носимые устройства оснащены множеством датчиков, от акселерометров и микрофонов до датчиков GPS и гироскопов и позволяют собирать информацию о состоянии здоровья в режиме реального времени, такую как артериальное давление, режим сна и частоту сердечных сокращений, от огромного количества людей. Достижения в области медицинских платформ (например, Apple HealthKit или Google Fit) также позволяют объединять фитнес-данные и медицинские данные из разных источников и делать их доступными для обмена с медицинскими работниками. Достижения в распространении данных отражаются в онлайн-сообществах здравоохранения, платформах мобильного программного обеспечения, инициативах по открытым данным и телемедицине.

Хотя телемедицина не связана напрямую с распространением данных, она представляет собой все более широко используемую технологию для распределения медицинских услуг в форме виртуального общения между пациентом и поставщиком услуг среди пациентов, испытывающих географические, временные и культурные проблемы, для личного общения. Эти важные достижения в области информационных технологий также делают возможными новые формы здравоохранения. Виртуальная реальность, например, является эффективным и безопасным дополнительным средством лечения боли в условиях стационара. В отличие от этого, голосовые технологии могут использоваться для предоставления проверенных советов по распространенным вопросам здоровья, таким как «Каковы симптомы аппендицита?», тем самым облегчая жизнь организациям медицинских услуг, позволяя пожилым и слепым пациентам, которые не



имеют доступа к Интернету, получать советы по поводу распространенных заболеваний.

Большинство исследований, изучающих цифровую трансформацию, в первую очередь касается внутриорганизационной перспективы, такой как трансформация процессов, продуктов и услуг, организационных структур или бизнес-модели. Современная академическая литература о цифровой трансформации в здравоохранении также следует этой тенденции, исследуя цифровую трансформацию традиционных учреждений [86], информационных технологий здравоохранения [102], электронных медицинских карт [64], большие данные [64], мобильные приложения [38] или отдельные компоненты индустрии цифрового здравоохранения, такие как мобильное здравоохранение или электронное здравоохранение [141].

Тем не менее, исследования цифровой трансформации также должны учитывать межорганизационную перспективу, особенно потому, что цифровая трансформация может существенно повлиять на межорганизационное партнерство в экосистемах, когда ценность создается совместно несколькими заинтересованными сторонами [141]. Однако эти преобразования, похоже, почти полностью отсутствуют в эволюции экосистемы и рынка медицинских услуг [38].

В последние годы количество и размер компаний, использующих платформенные бизнес-модели, значительно увеличились. Используя совместное создание ценности, архитектуру экосистем и упрощение транзакций, цифровые платформы превращают линейные цепочки создания ценности в платформенные двусторонние рынки [105].

Цифровые платформы не только меняют характер конкуренции и стратегию, они также влияют на потребителей, позволяя им совместно создавать ценность в экосистеме [141].

Результаты обобщения исследований показывают, что в ходе цифровой трансформации отрасли здравоохранения её субъекты преобразовались в 5

новых ролей, 17 новых рыночных сегментов и 4 новых технологии сбора данных (табл. 4).

Таблица 4 – Описание новых ролей и сегментов рынка медицинских услуг

Роль	Сегмент рынка	Описание
Информационные платформы	Интернет-сообщества	Способствуют сотрудничеству, обсуждению и распространению информации среди участников, позволяют участникам отслеживать прогресс по клиническим шкалам, узнавать больше о своем состоянии, обмениваться информацией и получать эмоциональную поддержку от пациентов, с подобными заболеваниями
	Платформы онлайн-обучения	Используются студентами, пациентами и организациями медицинских услуг и предлагают информацию и инструменты для поддержки обучения и управления. Студенты проходят онлайн-курсы, чтобы развить навыки и улучшить свое медицинское образование. Пациенты узнают о заболеваниях, методах лечения и различных формах поддержки. Медицинские организации делятся своими медицинскими знаниями, узнают о новых методах лечения
	Рекомендации врачей / онлайн-регистратуры	Рекомендации врачей и онлайн-регистратуры позволяют пациентам искать специалистов, записываться на прием в Интернете, просматривать рекомендации, писать комментарии и задавать вопросы
Услуги по удаленному медицинскому обслуживанию	Провайдер телемедицины	Телемедицина относится к использованию ИТ- для удаленных клинических услуг, таких как консультации, диагностика, лечение, мониторинг
	Сборщики биомаркеров	Сборщики биомаркеров – это компании, занимающиеся тестированием здоровья, которые предлагают наборы для лабораторных тестов на дому. Эти наборы позволяют пациентам получить информацию о своем здоровье
	Интеллектуальные приложения для самообслуживания	Интеллектуальные приложения для самообслуживания относятся к веб-приложениям, которые используются потребителями без прямого участия медицинских организаций для самоконтроля параметров здоровья и использования рекомендаций
Технологии сбора данных	Интернет вещей / носимые устройства	Носимые устройства – это аппаратные устройства, собирающие данные о здоровье тела путем подключения к медицинской инфраструктуре, чтобы специалисты могли выполнять оценку состояния пациента на расстоянии
	Домашние лабораторные наборы	Эти наборы позволяют пациентам собирать образцы (например, крови или мочи) дома, которые они могут отправить в лабораторию для анализа
	Мобильные устройства	Мобильные устройства оснащены множеством датчиков и позволяют получать информацию о состоянии здоровья в реальном времени, такую как уровень стресса, режим сна и пройденное расстояние

#### Окончание таблицы 4

Роль	Сегмент рынка	Описание
	Личные медицинские записи на основе блокчейна	Представляет книгу записей здоровья пути предоставления доступа через смарт –контракты и предлагая инструменты для защиты конфиденциальности пациента
Посредники на рынке	Электронная коммерция в сфере здравоохранения	Цифровые компании, которые предлагают различные услуги и продукты, связанные со здравоохранением
	Электронный рецепт	Программное обеспечение, которое генерирует рецепты в электронном виде. Его цель – сделать безошибочный и понятный рецепт, который сразу же будет отправлен в аптеку из пункта оказания медицинской помощи
	Онлайн-регистратуры	ПО для электронной записи к врачам
Интеллектуальный анализ данных для медицинских организаций	Интеллектуальное управление здоровьем населения	Представляет собой прогнозную аналитику на основе искусственного интеллекта ИИ. Прогнозы включают информацию о предстоящих угрозах, заболеваниях и помогают в выявлении рисков
	Интеллектуальная диагностика	Включает наборы данных и алгоритмы, связанные со здравоохранением. Предлагает диагностические модели, основанные на искусственном интеллекте
	Поставщик облачных услуг	Предлагает услуги безопасности программного обеспечения, платформы и инфраструктуры как услуги, а также разработку приложений
	Провайдер дополненной и виртуальной реальности (AR / VR)	Поставщики AR / VR используют умные очки или смартфоны в сочетании с иммерсивными технологиями, чтобы помочь медицинским организациям в области физического, терапевтического и эмоционального здравоохранения

В результате ценностное предложение трансформируется от взгляда на здравоохранение, в котором больница является центром оказания помощи, к подходу, в котором подключенная и удаленная помощь сосредоточена на профилактике. Большинство новых сегментов рынка в индустрии цифрового здравоохранения действуют в соответствии с этой трансформацией в сторону профилактики, концентрируясь на самопомощи, профилактической телемедицине и прогнозировании заболеваний. Цифровые провайдеры предоставляют пользователям простые приложения – от руководств по питанию и видео по фитнесу до интеллектуальных приложений, которые отслеживают действия и предлагают рекомендации по здоровью.

Под прогнозированием заболеваний понимаются организации, внедряющие новые цифровые технологии, такие как большие данные, машинное обучение и искусственный интеллект, для прогнозирования лечения, заболеваний и рисков для здоровья. Например, сегмент рынка интеллектуальной диагностики предлагает поставщикам медицинских услуг модели на основе искусственного интеллекта для раннего выявления заболеваний. Подъем этих новых рыночных сегментов и их сдвиг в сторону предотвращения были особенно возможны благодаря новым технологиям в области сбора и регистрации данных о состоянии здоровья в цифровом виде (рис. 15).

Следовательно, традиционные подходы к индивидуальной, неотложной, эпизодической и ориентированной на учреждение медицинской помощи будут трансформируются в долгосрочную, взаимосвязанную и удаленную медицинскую помощь до такой степени, что центральные роли больниц и врачей первичной медико-санитарной помощи постепенно дополнят или даже заменят новые организации, такие как провайдеры телемедицины. Спрос на удаленную медицинскую помощь и медицинскую помощь по требованию исходит от пациентов, которые все чаще ищут услуги, которые можно оказывать непрерывно; по своему расписанию, в любое время и в любом месте по их выбору. Это связано с тем, что технологические достижения, такие как увеличение вычислительной мощности и емкости хранилища, 5G, облачные вычисления и вездесущие технологии сбора данных, позволяют использовать мобильные медицинские приложения, персональные устройства (от датчиков до носимых устройств), и провайдеры телемедицины, чтобы ощутить беспрецедентный масштаб и доступность услуг. В свою очередь, медицинские организации могут использовать эти услуги для непрерывного ухода, чтобы лучше вовлекать пациентов в их собственное лечение, предоставляя информацию, наставничество и инструменты, чтобы помочь каждому пациенту в улучшении его здоровья.

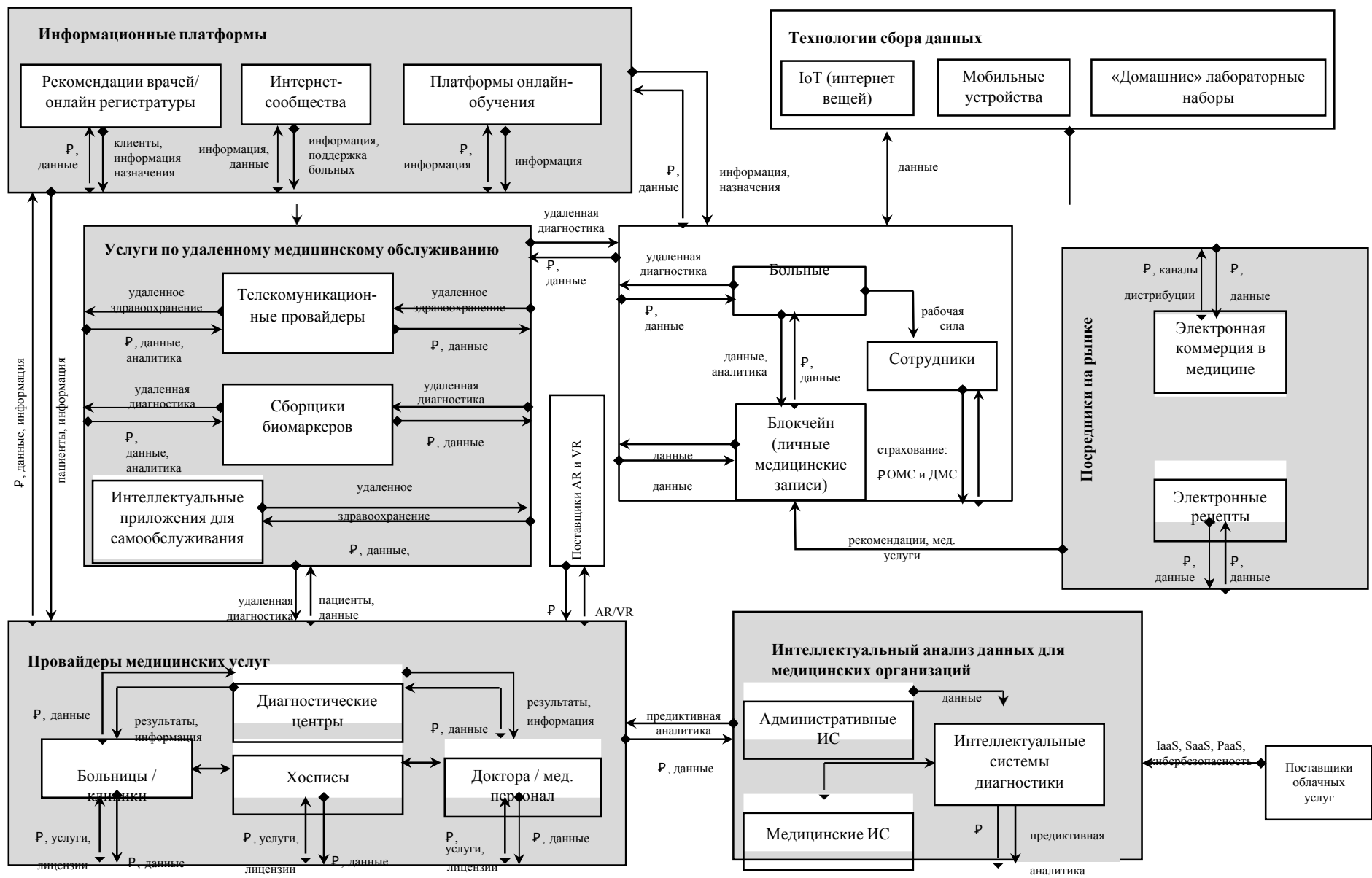


Рисунок 15 – Цифровизация рынка медицинских услуг [разработан автором]

Следует отметить, что цифровизация не только позволяет усилить позиции лидеров рынка (сделать «сильных» еще сильнее), но и создает возможности для новичков рынка. Появление конкурентных преимуществ у последних становится возможным благодаря стартапу или доступу к глобальным цифровым платформам для исследований, разработок, дистрибуции продаж. Такие компании обгоняют лидеров по скорости, стоимости и качеству предоставляемых услуг. Цифровые технологии, «размывая» региональные границы, позволяют стартаперам делать доступными базы клиентов и каталоги «лучших практик».

Экспансия инноваций, в основе которых микс различных цифровых технологий, определяет новые инструменты обеспечения конкурентоспособности, формирующие возможности для создания стоимости в новых сегментах рынка или развития новых центров создания стоимости в прежних сегментах сферы услуг. Конкуренция заставляет компании быть постоянно инновационными, постоянно перестраиваться и меняться. Интеграция возможностей помогает создавать новые ценности. Совместные инновации – это форма делового сотрудничества в цифровой экономике. Цифровые технологии радикально меняют бизнес-модели, делая их мобильными и конкурентоспособными.

Также можно отметить, что цифровая трансформация, особенно в своем втором уровне, позволяет формировать целостные решения, которые могут привести к росту эффективности и конкурентным преимуществам для всей цепочки создания стоимости. Однако возможные последствия с точки зрения сокращения рабочих мест, усиления влияния крупных компаний и перераспределения конкуренции требуют внимания.

Пандемия COVID-19 значительно ускорила внедрение цифровых технологий и открыла окно возможностей для вхождения технологических инновации в сферу услуг. Необходимо воспользоваться моментом, чтобы использовать цифровую трансформацию для того, чтобы сделать сферу услуг более прозрачной, доступной и эффективной.

Таким образом, можно считать доказанной необходимость трансформации механизмов обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг в условиях цифровой экономики. С учетом этого становится возможным еще раз дополнить авторское определение конкурентоспособности. Конкурентоспособность организации медицинских услуг – это способность организации медицинских услуг успешно противостоять другим медицинским учреждениям в определенный период времени при текущих условиях цифровой экономики посредством предоставления медицинских услуг, максимально удовлетворяющих потребности клиентов (пациентов).

Следующим шагом становится возможным перейти непосредственно к оценке готовности компании к цифровой трансформации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенной работы автором были получены следующие результаты:

1. Изучены элементы механизма обеспечения конкурентоспособности организаций рынка медицинских услуг: миссия организации, вход (формулирование комплекса целей и задач по достижению конкурентной позиции; формулирование принципов ведения конкурентной борьбы; выбор методов: управления; исследования; принятия управленческих решений; распределение полномочий, обязанностей и функций в организации), «Черный ящик» организации, выход (создание потребительских ценностей; использование инновационных стратегий; формирование человеческого капитала; совершенствование организационной культуры; диверсификация деятельности и управления; формирование гибких и адаптивных организационных структур; ориентирование на результат). В результате выполнения задачи предложено расширенное содержание механизма обеспечения конкурентоспособности организаций рынка медицинских услуг. Предложенный механизм обеспечения конкурентоспособности дополнен новым элементом, необходимым в условиях цифровой экономики – уровнем цифровой зрелости организаций рынка медицинских услуг.

2. Исследованы параметры трансформации организаций рынка медицинских услуг в условиях цифровой экономики: систематизированы новые роли (информационные платформы, услуги по удаленному медицинскому обслуживанию, технологии сбора данных), сегменты (интернет-сообщества, платформы онлайн-обучения, рекомендации врачей / онлайн-регистратуры, провайдер телемедицины, сборщики биомаркеров, интеллектуальные приложения для самообслуживания и др.) и технологии, сформировавшиеся на рынке медицинских услуг в условиях цифровой экономики. Систематизация позволила установить, что в цифровой экономике рынок медицинских услуг и его субъекты преобразовались в 5



новых ролей, 17 новых рыночных сегментов и 4 новых технологии сбора данных.

3. Проведен контент-анализ методик оценки цифровой зрелости организации, как необходимого элемента обеспечения конкурентоспособности: готовность организаций к цифровой трансформации как один из показателей цифровой зрелости оценивается, например, в таких областях, как видение и стратегия, талант, культура, технологии и структура (организация команды). В итоге выполнения задачи дополнена методика оценки цифровой зрелости организации, с учетом особенностей организаций рынка медицинских услуг. Методика включает в себя 7 блоков оценки цифровой зрелости: цифровая культура, кадры, процессы, цифровые продукты, модели, данные, инфраструктура и инструменты. Предложенная методика позволяет оценить степень готовности организации рынка медицинских услуг к функционированию в условиях цифровой экономики.

4. Апробированы методики оценки цифровой зрелости организации рынка медицинских услуг. Проведена оценка цифровой зрелости клиники ИПМ, доказано влияние уровня цифровой зрелости на текущий уровень конкурентоспособности клиники. С целью повышения конкурентоспособности объекта исследования на основе цифровой трансформации предложены разработка и внедрение чат-бота – сервиса, управляемого правилами и иногда искусственным интеллектом, взаимодействие с которым осуществляется через интерфейс чата.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. 7 преимуществ использования чат-ботов для достижения бизнес-целей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://spark.ru/startup/templaterobot/blog/38187/7-preimuschestv-ispolzovaniya-chat-botov-dlya-dostizheniya-biznes-tselej> (дата обращения: 28.05.2021)
2. Mapping TradeTech: Trade in the Fourth Industrial Revolution insight report [Электронный ресурс] / World Economic Forum. – URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Mapping\\_TradeTech\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Mapping_TradeTech_2020.pdf) (дата обращения 23.03.2021)
3. Stoianova, O.V. The framework for assessing company's digital transformation readiness/ O.V. Stoianova, T.A.Lezina, V.V.Ivanova // St Petersburg University Journal of Economic Studies. - 2020. - № 2. - p. 243-265.
4. The Global Competitiveness Report, 2020 [Электронный ресурс] / World Economic Forum. – URL: <https://www.weforum.org/reports/theglobal-competitiveness-report> (дата обращения: 24.03.2021).
5. Top 10 Strategic Technology Trends for 2019 [Электронный ресурс] / Gartner. – URL: <https://www.gartner.com/doc/3471559> (дата обращения: 24.03.2021).
6. World Development Indicators: 2020 Edition: [Электронный ресурс] / World Bank. – URL: <http://wdi.worldbank.org> (дата обращения 20.03.2021).
7. Авдашева, С.Б. Конкурентная политика: состав, структура, система / С.Б. Авдашева, А.Е. Шаститко // Современная конкуренция. - 2016. - № 19. - С. 5-20.
8. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.Л. Черенков. – Москва : НОВОСТИ, 2018. – 256 с.
9. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Е&М, 2012. – 167 с.
10. Андреев, А. Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А.Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2019. – № 2. – С. 15-20.

11. Андрианов, В.А. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. А. Андрианов // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. - № 3. – С. 47-57.
12. Арбатская, Е.А. Методический подход к оценке конкурентоспособности предприятий сферы услуг: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 / Елена Анатольевна Арбатская. – Иркутск, 2015. – 157 с.
13. Арбатская, Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: понятие и механизм реализации / Е.А. Арбатская // Baikal Research Journal. - 2015. - № 2. - С. 18-21
14. Аристова, Е.В. Специфические особенности медицинской услуги как экономической категории / Е.В. Аристова // Вестник Костромского государственного университета. - 2012. - № 2. - С. 224-228
15. Асаул, В.В. Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики / В.В. Асаул, В.А. Кошечев, Ю.А. Цветков // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Том 10. – № 1. – С. 533-548
16. Бабкин, А.В. Влияние цифровизации экономики на конкурентоспособность предпринимательских структур / А.В. Бабкин. В.А. Кунин, О.А. Тарутько // Экономика и управление. - 2019. - № 10. - С. 65-73.
17. Бабкин, А.В. Цифровая экономика и ее влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур / А.В. Бабкин, О.В. Чистякова // Российское предпринимательство. - 2017. - № 24. - С. 4087-4099
18. Балаева, О.Н. Основные тенденции развития российской сферы услуг / О.Н. Балаева, М.Д. Предводителява // Маркетинг услуг. 2020 - № 4. – С. 248-256.
19. Балаева, О.Н. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития / О.Н. Балаева, М.Д. Предводителява // Мировая экономика и международные отношения. – 2020. - № 3. – С. 23-28.
20. Баринов, В.А. Развитие организации в конкурентной среде / В.А. Баринов, А.В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. — 2016. — №6. – С. 16 – 22.

21. Барлукова А. В. Механизм управления как неотъемлемый элемент системы управления туризмом / А. В. Барлукова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2010. — № 6 (74). — С. 121-124.
22. Башинова, М.В. К вопросу о повышении конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса на основе лин-менеджмента / М.В. Башинова, С.А. Кирюшин // Современная наука: тенденции развития: Материалы IX Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2015. - С. 120-123.
23. Башмачникова, Е.В. Сфера услуг: определение, классификация, задачи / Е.В. Башмачникова, Л.А. Абрамова // Проблемы теории и практики управления. - 2019. - № 2. - С. 123-130.
24. Башмачникова, Е.В. Сфера услуг: спецификация и динамика нестабильной экономической среды / Е. В. Башмачникова // Известия Самар. науч. центра РАН. – 2019. – Вып. 1. - С. 158 - 167.
25. Бельков, М.В. К вопросу о дефинициях конкурентного потенциала / М.В. Бельков // Научные труды Московского Гуманитарного Университета – 2018. - № 133. – С. 22 - 26.
26. Бельков, М.В. Особенности использование потенциала конкурентоспособности в предпринимательских структурах строительной отрасли / М.В. Бельков // Вестник университета.– 2019. – №3. – С. 22 - 25.
27. Берестова, Л.И. Рынок услуг и особенности его развития в социальной сфере / Л.И. Берестова // Вестник РГТЭУ. - 2020. - № 5. – С. 104-114.
28. Бондарева, С.Р. Конкурентные преимущества и их роль в формировании конкурентных стратегий развития организации / С.Р. Бондарева // Экономические и гуманитарные науки – 2018. - № 3. - С. 101-108.

29. Бондарева, С.Р. Методы формирования стратегий конкуренции / С.А. Никитин, С.Р. Бондарева // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2019. – № 34. – С. 176-184.
30. Бондарева, С.Р. Теоретические основы формирования стратегий создания конкурентных преимуществ / С.Р. Бондарева – Воронеж: Научная книга, 2015. – 340 с.
31. Ботнарюк, М.В. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности морских транспортных узлов на принципах маркетинга взаимодействия : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Ботнарюк Марина Владимировна. - Пенза, 2014. - 299 с.
32. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг в современном обществе: экономика, менеджмент, маркетинг / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко. – Москва: Просвещение, 2019. – 328 с.
33. Вайсман, Е.Д. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе инновационной модели развития: дисс. д-ра экон. наук: 08.00.05 / Е.Д. Вайсман. – Челябинск, 2011. – 486 с.
34. Валиев, Ш.З. Механизм функционирования рынка услуг / Ш.З. Валиев, Л.Р. Курманова // Экономика и управление. - 2020. - № 2. - С. 90-96.
35. Виал, Г. Понимание цифровой трансформации: обзор и программа исследований. / Г. Виал // Журнал стратегических информационных систем. – 2019. – №28 (2). – С. 118 –144.
36. Войцеховская, И.А. Системный подход в управлении конкурентоспособностью организации [Электронный ресурс] / И.А. Войцеховская // Вестник филиала Российского Государственного Социального университета (г. Красноярск). – 2006. – №5. Режим доступа: <http://kraspubl.ru/content/view/155/38/> - (дата обращения 24.05.2021)
37. Воронов, А.А. Конкуренция в XXI веке / А.А. Воронов // Маркетинг. - 2020. - № 5. – С. 16-24.

38. Гермес, С. Цифровая трансформация отрасли здравоохранения: изучаем рост новых экосистем платформ и их влияние на роль пациентов / С.Гермес, Т. Рязанов, Е. Клемонс // Бизнес-результаты. – 2020. – № 13. – С. 1033–1069 <https://doi.org/10.1007/s40685-020-00125-x>
39. Голованова, С.В. Сигналы несовершенства конкуренции: результаты анализа цен товаров, вовлеченных в международную торговлю / С. В. Голованова // Современная конкуренция. - 2018. - № 22. - С. 11-25.
40. Гончаров, С.Е. Обеспечение конкурентоспособности региональных предпринимательских структур : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Гончаров Сергей Евгеньевич. - Санкт-Петербург, 2016. - 198 с.
41. Горбашко, Е.А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика: учебник для магистров / под ред. Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. – Москва: Издательство Юрайт, 2015. – 447 с.
42. Гохберг Л. М., Абдрахманова Г. И., Вишневский К.О. и др. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение. [Текст]: доклад к XX Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / науч. ред. Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 82 с.
43. Гришин, Ю.П. Управление конкурентоспособностью лесопромышленных предприятий : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Гришин Юрий Павлович. - Хабаровск, 2018. - 175 с.
44. Гришков, А.Ф. Формирование механизма обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сферы услуг : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Гришков Антон Федорович. - Санкт-Петербург, 2019. - 24 с.
45. Денисова, А. Л. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества / А. Л. Денисова, Т. М. Уляхин; под науч. ред. А. Л. Денисовой. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2016. – 120 с.

46. Дорбаева, А.Е. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий сферы сервиса / А.Е. Дорбаева, Е.В. Шестакова // Актуальные вопросы экономических наук . - 2015. - № 47. - С. 244-248.
47. Дэвидсон, Э. Открытие конверта исследования информационных систем здравоохранения / Э. Дэвидсон, Б. Аарон П. Карл // Информация и организация. – 2018. – №28 (3). – С. 140–151.
48. Егорова, Л. С. Управление конкурентоспособностью предприятия / Л. С. Егорова, А. А. Макарычев // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 6. – С. 316–323
49. Езерская, С.Г. Экономическая устойчивость промышленного предприятия: методологические аспекты и методы оценки : автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Светлана Георгиевна Езерская. - Иваново, 2020. - 20 с.
50. Еленева, Ю.О. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / Ю.О. Еленева, А.О. Кротков // Маркетинг в России и за рубежом. - 2016. - № 6. – С. 59-68.
51. Ерохин, Д.В. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленного предприятия / Д.В. Ерохин, Д.В. Галушко // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2018. - № 4 (12). – С. 76-81.
52. Журавель, М.А. Особенности конкурентоспособности организаций в сфере туризма // Современные научные исследования и инновации. 2020. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2020/10/93559> (дата обращения: 29.04.2021)
53. Завьялов, Д.В. Цифровые платформы как инструмент и условие конкурентоспособности страны на мировом рынке товаров и услуг / Д.В. Завьялов, Н.Б. Завьялова, Е.В. Киселева // Экономические отношения. – 2019. – № 2. – С. 443-454

54. Залялова, Л.Р. Базовые факторы конкуренции и конкурентоспособности в сфере услуг / Л.Р. Залялова // Вестник ТИСБИ.- 2018. - № 2. – С. 15-20.
55. Иванов, Н.Н. Сфера услуг как объект исследования и управления / Н.Н. Иванов. – Санкт - Петербург: Препринт, 2019. – 122 с.
56. Иванченко, В. Р. Разработка сетевой управляющей модели программы по повышению конкурентоспособности предприятий / В.Р. Иванченко // Вестник Калинин-градского юридического института МВД России. - 2016. - № 4 (22). - С. 85-90.
57. Иванченко, В. Р. Теоретико-методологические аспекты повышения конкурентоспособности предприятий / В.Р. Иванченко // Вестник Балтийского научного центра. - 2018. - № 1 (31). - С. 101-109.
58. Ивченко В. В. Методический подход к расчету индикаторов конкурентоспособности предприятия / В.В. Ивченко // Балтийский экономический журнал. – Калининград. - 2020. - № 1 (5). - С. 69-77.
59. Игольников, Г. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства / Г.Игольников, Е. Патрушева // Российский экономический журнал. – 2014. - № 11. – С. 108-111.
60. Исследование рынка коммерческой медицины в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www.vedomosti.ru/press\\_releases/2020/03/24/issledovanie-rinka-kommercheskoi-meditsini-v-rossii](https://www.vedomosti.ru/press_releases/2020/03/24/issledovanie-rinka-kommercheskoi-meditsini-v-rossii) (дата обращения: 10.05.2021)
61. Капица, П.А. Механизм формирования конкурентоспособности предприятий в сфере услуг : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Капица Полина Александровна. - Санкт-Петербург, 2011. - 23 с.
62. Карамова, А.С. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности медицинских организаций : дис. .... канд. экон. наук : 08.00.05 / Карамова Аида Саркисовна. - Сочи, 2018. - 176 с.



63. Кашина, Ю.В. Механизмы обеспечения конкурентоспособности российских страховых организаций и способы их регулирования в условиях цифровой экономики / Ю.В. Кашина // Страховое дело. - 2018. - № 2. - С. 63-67
64. Кейн, Дж. Как цифровая трансформация делает здравоохранение безопаснее, быстрее и дешевле / Дж.Кейн // Обзор управления. 2015. – №57
65. Кириличева, О. Д. Этапы формирования долгосрочной конкурентной стратегии развития предприятия общественного питания / О. Д. Кириличева, Т. А. Маринко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 4 (294). — С. 127-130. — URL: <https://moluch.ru/archive/294/66558/> (дата обращения: 10.05.2021).
66. Кобицкий, Д.А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности высокотехнологичных услуг (на примере Санкт-Петербурга) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Кобицкий Дмитрий Аркадьевич. - Санкт-Петербург, 2013. - 28 с.
67. Колобова, Е.Ю. Управление конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Колобова Евгения Юрьевна. - Санкт-Петербург, 2016. - 24 с.
68. Конкурентоспособность это что? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://finzav.ru.turbopages.org/finzav.ru/s/management/konkurentosposobnost-eto-cto> (дата обращения: 10.05.2021)
69. Кротков, А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева// Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. - № 6. – С. 19-24.
70. Лавренова Г. А. Формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия / Г. А. Лавренова, Ю. О. Моница // Альманах современной науки и образования. — 2010. — № 3 (34), ч. 2, —С. 114-116.

71. Лафта Дж. К. Менеджмент : учеб, пособие / Дж. К. Лафта. — М. : ТК «Велби», 2004. — 592 с.
72. Леонов, Е.Ф. Повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий сферы услуг на основе формирования институционального пространства : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Леонов Егор Федорович. - Санкт-Петербург, 2017. - 206 с.
73. Леонов, С.А. Применение современных информационно - коммуникационных технологий в рамках цифровизации отечественной медицины / С.А. Леонов // В сборнике: Молодежь - практическому здравоохранению. Материалы XII Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых-медиков. – 2018. – С. 584-586
74. Лисенков, М.В. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности / М.В. Лисенков // Вестник ТГУ. -2019. - № 45. - С. 63–65.
75. Лысова, Е.А. Разработка организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг / Е.А. Лысова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. - 2014. - № 2 (192). - с. 88-97
76. Лысова, Е.А. Управления конкурентоспособностью предприятий сферы охранных услуг : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Лысова Елена Анатольевна. - Киров, 2015. - 23 с.
77. Максимова, И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И. Максимова // Маркетинг. – 2014. - № 3. – С. 33 – 39.
78. Мансуров, Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 2. – С. 91–94.

79. Мансуров, Р.Е. Современное состояние проблем управления конкурентоспособностью / Р. Е. Мансуров // Научно-технический вестник Санкт-Петербургского государственного университета информационных технологий, механики и оптики. – 2018. – № 6 (64). – С. 102–107.
80. Микулич, Матей. Финансирование инвесторов в индустрию цифрового здравоохранения 2010 – 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/388858/investor-funding-in-digital-health-industry/> (дата обращения 25/04/2021).
81. Миронов, М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – М.: Альфа – Пресс, 2004. – 160 с
82. Михайлова, А. О. Конкурентный потенциал строительных организаций / А. О. Михайлова // Вестник Гражданских инженеров. – 2018. – № 6 (41). – С. 13-17.
83. Михайлова, А. О. Мероприятия по повышению конкурентоспособного потенциала строительных организаций в составе СРО / А. О. Михайлова // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 21. - С. 29 – 32.
84. Мишин В. М. Исследование системы управления : учеб, для вузов / В. М. Мишин. — М. : Юнити-Дана, 2003. — 527 с.
85. Можарова, Е.Е. Совершенствование организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Елена Евгениевна Можарова. - Москва, 2018. - 24 с.
86. Морозова, Ю.А. Цифровизация как глобальный, страновой и отраслевой процесс в повышении результативности и эффективности здравоохранения и медицины / Ю.А. Морозова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – №4. – С. 44-53.

87. Мясоедов, П.С. Обеспечение конкурентоспособности малых и средних предпринимательских структур на ранней стадии их развития : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Мясоедов Павел Сергеевич. - Москва, 2017. - 152 с.
88. Наумова, О.Н. Основы обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг / О.Н. Наумова // Вектор науки ТГУ. - 2012. - № 1 (19). - С. 164-166
89. Ниёзов, Д.С. Совершенствование системы управления конкурентоспособностью предприятий розничной торговли в условиях рыночной экономики (на примере Согдийской области республики Таджикистан) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ниёзов Джамолиддин Сафарович. - Душанбе, 2018. - 167 с.
90. Никулин, Р.А. Трансформация факторов конкурентоспособности в условиях цифровой экономики / Р.А. Никулин // Вестник Российского университета кооперации. - 2019. - № 1 (35). - С. 56-62
91. Нуримбетов, Р.И. Факторы конкурентоспособности в условиях рынка // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 8-3. – С. 343-347. URL: <http://expeducation.ru/ru/article/view?id=8137> (дата обращения: 10.05.2021)
92. Орехова, С.В. Системная модель формирования устойчивых конкурентных преимуществ фирмы / С.В. Орехова, Г.Н. Пряхин // Вестник Челябинского государственного университета. - 2019. - № 18 (347). - С. 103-110.
93. Орлова, Л.Н. Трансформация механизмов обеспечения конкурентоспособности и устойчивого инновационного развития предпринимательских структур : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Орлова Любовь Николаевна. - Москва, 2016. - 415 с.

94. Официальный сайт клиники ИПМ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ipm-krsk.ru/> (дата обращения: 10.05.2021)
95. Паладова, Т.А. Конкурентный потенциал отрасли и предприятий: вопросы стратегического управления / Т.А. Паладова, А.С. Гарбуз, Ю.М. Сухина // Южнороссийский регион: потенциал и перспективы. Материалы Всеросс. науч. конф. – Краснодар, 2018. – С. 117-120.
96. Пекарская, О.А. Формирование и развитие конкурентоспособности предприятий гостиничных услуг (на примере Санкт-Петербурга) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ольга Алексеевна Пекарская. – Санкт – Петербург, 2018. - 169 с.
97. Петрова, А.Д. Совершенствование системы управления конкурентоспособностью субъектов предпринимательства Российской Федерации : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Петрова Анастасия Дмитриевна. - Уфа, 2018. - 196 с.
98. Печенкин, А. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / А. Печенкин, В. Фомин // Маркетинг. – 2014. - № 2. – С. 23 – 25.
99. Платонова, Т.К. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности бизнеса в экономической системе региона : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Платонова Тамара Константиновна. - Ростов-на-Дону, 2019. - 145 с.
100. Погонев С. В. Формирование и реализация механизма управления конкурентоспособностью предприятия / С. В. Погонев, М. В. Шендо // Вестник Астраханского государственного технического университета. Сер. Экономика. — 2010. — № 2. — С. 81-88.
101. Ползунова, Н.Н. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности высокотехнологичных промышленных предприятий : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Ползунова Наталья Николаевна. - Москва. 2018. - 45 с.

102. Попова, В.С. Цифровизация медицины: основные направления деятельности / В.С. Попова // В сборнике: Мировой опыт и экономика регионов России. Материалы XVIII Всероссийской студенческой научной конференции. Курск, 2020. – С. 281-285.

103. Посыпкина А., Сухорукова Е., Балашова А. Онлайн-торговля в России выросла до рекордных 1,66 трлн. р. [Электронный ресурс] // Технологии и медиа: РБК., 03 июня 2019 г. - URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/03/06/2019/5cf3dab29a79477329e7a402](https://www.rbc.ru/technology_and_media/03/06/2019/5cf3dab29a79477329e7a402)

104. Пушкин, Н. С. Анализ путей повышения конкурентоспособности предприятия / Н. С. Пушкин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 8 (350). — С. 189-191. — URL: <https://moluch.ru/archive/350/78678/> (дата обращения: 10.05.2021).

105. Риту, А. Новые технологии и аналитика для новой эры ценностно-ориентированного маркетинга в здравоохранении / Р. Агарвал, М. Дугас, Г. Гордон, П. Каннан К. Десроше // Журнал Академии маркетинговых наук. – 2020. – №48 (1). – С. 9 – 23.

106. Розанова, Ж.Б. Методика расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятий / Ж.Б. Розанова, Д.А. Гайнанов // Методы и модели управления регионом: Материалы Всеросс. науч.-практ. Internet-конф. 16-30 октября 2016 г. – Уфа, 2016. – С. 33 - 35

107. Розанова, Ж.Б. Оценка конкурентоспособности предприятий / Ж.Б. Розанова, Д.А. Гайнанов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2016. – № 17 (3). – С. 46-50.

108. Розанова, Ж.Б. Разработка методики расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятий / Ж.Б. Розанова // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Материалы VI Всеросс. науч. конф. с международным участием: В 2-х ч. Ч.1. – Уфа, 2016. – С. 254-259.

109. Розанова, Ж.Б. Факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятия / Ж.Б. Розанова // Актуальные вопросы управления в социальных и экономических системах: Межвуз. науч. сборник. – Уфа, 2014. – С. 122-127.
110. Романишин Л. Л. Механизм управления: смысловая сущность выражения, методология и практика его применения / Л. Л. Романишин // Вопросы управления предприятием. — 2011. — № 1. — С. 59-64.
111. Рудой, Е. В. Сущность конкурентоспособности предприятия / Е. В. Рудой. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 19 (153). — С. 152-154. — URL: <https://moluch.ru/archive/153/43305/> (дата обращения: 10.05.2021).
112. Рыночная экономика: словарь; под ред. Г.Я. Кипермана. - М.: Республика, 1993г.
113. Савинкина, О. Сколько стоит разработать чат-бота для общения с пользователями и как можно сделать его самостоятельно? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vc.ru/u/204755-olga-savinkina/206944-skolko-stoit-razrabotat-chat-bota-dlya-obshcheniya-s-polzovatelyami-i-kak-mozhno-sdelat-ego-samostoyatelno> (дата обращения: 01.06.2021)
114. Сивкова С. В. Концептуальный подход к формированию механизма управления конкурентоспособностью санаторно-курортных организаций [Электронный ресурс] / С. В. Сивкова // Проблемы современной экономики. — 2006. — № 1/2 (17/18). — Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=991>.
115. Ситдигов С. А. Концептуальный подход к формированию механизма управления капитальным ремонтом жилищного фонда города [Электронный ресурс] / С. А. Ситдигов // Проблемы современной экономики. — 2008. — № 1 (25). — Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1904>.

116. Столяров, О.Б. К вопросу об оценке показателей конкурентоспособности / О.Б. Столяров // Проблемы менеджмента качества в современной России: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Саранск, 2019. – С. 66 - 69.

117. Сулова, О.В. Оценка влияния организационной культуры на конкурентоспособность совместных предпринимательских структур : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ольга Владимировна Сулова. – Санкт - Петербург, 2018. - 199 с.

118. Сысоева, Е.А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие / Е.А. Сысоева // Экономические науки. Экономика и управление. - 2015. - № 12. - С. 283–287.

119. Управление конкурентоспособностью : учебник для вузов для вузов / Е. А. Горбашко [и др.]; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13922-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468160> (дата обращения: 10.05.2021).

120. Фасхиев Х.А. Модель управления конкурентоспособностью предприятия / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 6 (74). – С. 107–122.

121. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. - Москва: Маркетинг, 2018. - 892 с.

122. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. М.: Инфра-М, 2000. 312 с.

123. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. / Р. А. Фатхутдинов. – Москва: Маркет ДС, 2008. – 432 с.

124. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.05.2021)



125. Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/19296355> (дата обращения: 25.05.2021)

126. Философова, Т.Г. Международная конкурентоспособность инновационных фирм: взаимодействие факторов внутренней среды и национальной инновационной системы / Т.Г. Философова, Т.А. Ланьшина // Россия в глобальном мире. Сборник научных трудов 10-й Всероссийской научно- теоретической конференции. – Санкт -Петербург, 2019. - С. 25-35.

127. Фомичев, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12241-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476483> (дата обращения: 10.05.2021)

128. Фомченкова, Л.В. Конкурентный потенциал - основа повышения конкурентоспособности промышленного предприятия / Л.В. Фомченкова, М.И. Дли // Российское предпринимательство. - 2019. - № 1 (61). - С. 66-71.

129. Хаджаев, Р. Ш. О методических подходах к оценке конкурентоспособности предприятий / Р.Ш. Хаджаев // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. - 2020. - № 3. - С. 88-92.

130. Хакимов, А.Х. Формирование системы управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в Российской экономике : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Хакимов Алмаз Хамитович. - Санкт-Петербург, 2019. - 304 с.

131. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка. М.: Финансы и статистика, 2005. 560 с.

132. Чаплина, А.Н. Адаптивно–инновационное управление предпринимательскими структурами с учетом драйв–факторов бизнес–среды / А.Н. Чаплина, Е.А. Герасимова // Вест. Сиб. аэрокосмического ун–та им. акад. М.Ф. Решетнева. - 2014. - № 1. - С 229–235.

133. Чаплина, А.Н. Репутационная ответственность торгового предпринимательства / А.Н. Чаплина, Е.А. Герасимова // Проблемы современной экономики. - 2014. - № 2. – С. 11- 14.

134. Чаплина, А.Н. Трансформация ресторанного рынка в эпоху цифровой экономики [Текст] / А.Н. Чаплина, Е.А. Герасимова, И.А. Максименко, С.В. Здрестова-Захаренкова // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 3 (71). – С. 279-283.

135. Чаплина, А.Н. Управление процессом инвестирования в человеческий потенциал предприятия / А.Н. Чаплина // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. - 2010. - № 2. - С. 73–77.

136. Шаститко, А.Е. О сбалансированности инструментов конкурентной политики / А.Е. Шаститко, Н.С. Павлова // Бюллетень конкурентной политики. - 2019. - № 7. – С. 22 – 27.

137. Шаститко, А.Е. Последствия слабой конкуренции: количественные оценки и выводы для политики / А.Е. Шаститко, С.В. Голованова, П.В. Крючкова. – Москва: Дело, 2018. – 120 с.

138. Шахбанова, И.К. Организационно-экономические аспекты обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Шахбанова Инара Кадировна. - Махачкала, 2012. - 26 с.

139. Шевченко, А.А. Теоретические аспекты обеспечения конкурентоспособности компании сферы услуг / А. А. Шевченко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2010. — № 12 (23). — Т. 2. — С. 220-224. — URL: <https://moluch.ru/archive/23/2522/> (дата обращения: 10.05.2021)

140. Щеголев, В.В. Управление конкурентоспособностью предпринимательских структур на основе потребительской ценности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Щеголев Владимир Владимирович. - Санкт-Петербург, 2017. - 167 с.

141. Эжехиоэн, Г. Экосистемы инноваций в области цифрового здравоохранения: от систематического обзора литературы к концептуальной основе. / Г. Эжехиоэн, М. Херсельман, А. Бота // Процедуры информатики. – 2016. – №100. – С. 244 –252.

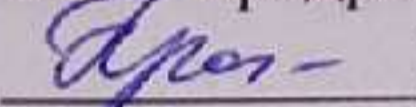
142. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие / А.Ю. Юданов. - 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 2014. – 314 с.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра Товароведения и экспертизы товаров

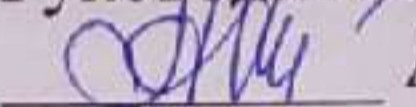
УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой ТЭТ

 И.В. Кротова  
«04» июня 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

 А.Н. Чаплина  
«04» июня 2021 г.


**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

Трансформация механизмов обеспечения конкурентоспособности  
организаций сферы услуг

тема

38.04.02 «Менеджмент»

38.04.02.16 «Стратегическое управление»

Научный руководитель  01.06.2021 доцент, канд. экон. наук И.А. Максименко  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник

 01.06.2021  
подпись, дата

ЭУ19-06М-СУ  
номер группы

Ю.С. Баублис  
инициалы, фамилия

Красноярск 2021