

УДК 338.27

DOI: 10.18384/2949-5024-2023-4-46-53

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ДОЛГОСРОЧНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Горохова А. Е.¹, Ефремов А. А.², Ряполов В. А.³

¹ *Институт проблем управления имени В. А. Трапезникова Российской академии наук 117997, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 65, Российская Федерация*

² *Московский политехнический университет 107023, г. Москва, ул. Большая Семеновская, д. 38, Российская Федерация*

³ *Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации 119285, г. Москва, Воробьевское шоссе, д. 6а, Российская Федерация*

Аннотация

Цель. На основе содержательного анализа теорий конкурентоспособности обосновать концептуальную модель долгосрочного планирования развития конкурентоспособности промышленных предприятий в новых санкционных условиях российской экономики.

Процедура и методы. В статье использованы аналитические методы исследования и системно-комплексный анализ.

Результаты. Разработана концептуальная модель долгосрочного планирования развития конкурентных преимуществ промышленных предприятий в современной российской экономике. Предлагаемая модель позволяет выявлять соответствующую специфику факторов конкурентоспособности на различных этапах жизненного цикла деятельности предприятия.

Теоретическая и/или практическая значимость. Представленный подход позволяет выявить причины сбоев в деятельности промышленных предприятий и, идентифицировав их содержание, применить действенные инструменты развития конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: промышленные предприятия, конкурентное преимущество, моделирование конкурентных преимуществ, планирование, источники конкурентных преимуществ

CONCEPTUAL MODEL OF LONG-TERM PLANNING FOR THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF HIGH-TECH INDUSTRIAL ENTERPRISES

A. Gorokhova¹, A. Efremov², V. Ryapolov³

¹ *V. A. Trapeznikov Institute of Control Sciences of Russian Academy of Sciences
ul. Profsojuznaja 65, Moscow 117997, Russian Federation*

² *Moscow Polytechnic University*

ul. B. Semenovskaja 38, Moscow 107023, Russian Federation

³ *All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development
of the Russian Federation*

sh. Vorobeyskoe 6a, Moscow 119285, Russian Federation

Abstract

Aim. Based on a meaningful analysis of theories of competitiveness, to substantiate a conceptual model of long-term planning for the development of competitiveness of industrial enterprises in the new sanctions environment for the development of the Russian economy.

Methodology. The article uses analytical research methods and system-complex analysis.

Results. A conceptual model of long-term planning for the development of competitive advantages of industrial enterprises in the modern Russian economy has been developed. The proposed model allows us to identify the relevant specifics of competitiveness factors at various stages of the life cycle of an enterprise.

Research implications. The presented approach allows us to identify the causes of failures in the activities of industrial enterprises and, having identified their content, apply effective tools for developing competitive advantages.

Keywords: industrial enterprises, competitive advantage, modeling of competitive advantages, planning, sources of competitive advantages

Введение

Современное развитие экономического субъекта невозможно без конкурентных преимуществ. Принято выделять два типа конкурентных преимуществ: естественные (себестоимость произведённой продукции, сроки производства и доставки продукции, опыт и квалификация персонала предприятия, статус предприятия, бренд, ассортимент и номенклатура продукции, клиентская база, эффективное управление промышленным предприятием и т. п.) и искусственные (рекламные кампании, гарантия, индивидуальный подход, добавочная ценность (или цепочка ценности продукта), личностная отстройка (WHY-формула), система корпоративной социальной ответственности и т. д.) [1; 5; 10]. Любое промышленное предприятие обладает отдельными естественными конкурентными преимуществами, которые могут быть как очевидными, так и замаскированными под общепринятые клише. Посредством искусственных конкурентных преимуществ промышленное предприятие имеет возможность заявить о себе даже тогда, когда не имеет явных отличий от своих конкурентов [2; 8; 9].

Для того, чтобы стабильно развиваться промышленное предприятие должно управлять своими специфическими факторами конкурентоспособности. По сути, оно должно точно знать источники этих факторов, технологии их реализации в конкретные отличительные параметры (характеристики, свойства) своего продукта, а также технологии развития своих конкурентных преимуществ.

Содержательный анализ теорий конкурентоспособности промышленного предприятия

Проведём содержательный анализ известных теорий относительно конкурентоспособности промышленного предприятия.

Следует отметить, что развитию теории конкурентных преимуществ способствовали интенсивные конкурентные процессы в экономике в 70–80-х гг. XX в. В тот период сформировалась потребность в классификации и разработке рекомендаций, позволяющих реализовать системный подход в области конкуренции [6].

Первая попытка в сфере управления конкурентными преимуществами предприятий была сделана Бостонской консалтинговой группой (70-е гг. XX в.), её разработки и рекомендации стали широко использоваться на практике, поскольку позволяли существенно повысить эффективность функционирования экономических субъектов. В основе подхода Бостонской консалтинговой группы лежал следующий алгоритм: оценка рентабельности и перспектив развития структурных подразделений предприятий, их классификация на 4 группы (знаки вопроса, звезды, дойные коровы, злые собаки) и распределение ресурсов в зависимости от группы, к которой структурное подразделение было отнесено [7]. Данный подход ориентирован на определение конкурентных преимуществ, позволяющих достичь роста рыночной доли и роста в отраслевом рынке.

Одной из самых известных теорий конкурентоспособности является теория Майкла Портера (80-е гг. XX в.). Майкл Портер выделил три основных источника конкурентных преимуществ предприятия: дифференциация, издержки, фокус [4]. По его мнению, дифференциация способствует демонстрации «в лучшем свете» продукции предприятия, а также способствует росту эффективности использования производственных ресурсов; стратегия экономии издержек способствует оптимизации затрат на производственные ресурсы, достижению оптимального размера экономического субъекта, внедрению рацпредложений и инноваций, ориентированных на снижение себестоимости производимой продукции; стратегия фокусирования позволяет сосредоточиться на максимальном удовлетворении потребностей узкого круга потребителей. Затем М. Портер доработал свои идеи, выделив 5 конкурентных «сил Портера»: угроза появления продуктов-заменителей, угроза появления новых игроков, рыночная власть поставщиков, рыночная власть потребителей, уровень конкурентной борьбы [4].

В 90-х гг. XX в. сотрудниками консалтинговой фирмы CSC Index Треси и Ф. Вирсема были предложены дополнения теоретических выкладок М. Портера. Ими предлагалось использовать уникальные конкурентные преимущества предприятия для выработки долговременной стратегии его действий на рынке. В соответствии с этим подходом хозяйствующий субъект должен был выбрать для себя одну из трёх стратегий: клиентоцентричность, лидерство по продукту, операционное совершенство [5; 11]. Однако разработчики не учитывали вероятности ошибочного выбора стратегии, их рекомендации не предусматривали такое развитие событий.

Следующий этап в развитии теории конкурентных преимуществ связан с работами гарвардского психолога Дж. Ф. Мура, который обосновал возможность сравнения конкуренции с экологической системой. Поэтому вместо проведения ожесточённой конкурентной борьбы каждого предприятия следует найти свою нишу на рынке. Дж. Ф. Мур выделял следующие стадии развития: основание, расширение, борьба за лидерство, кризис и угасание [2; 11].

Представляет интерес подход Г. Хэмела и К.К. Прахалада к теории конкурентных преимуществ. По их мнению, выявить и реализовать конкурентные преимущества возможно посредством интеллектуального лидерства, поэтому любой хозяйствующий субъект должен искать перспективные идеи, что позволит в будущем ему сохранить и упрочнить свои позиции на рынке [3; 10].

Особое звучание их идеи приобретают сейчас. Нужны инновации для сохранения конкурентоспособности, при этом и в поиске источников конкурентоспособности также нужны новые технологии и инструменты.

По мнению Р. А. Фатхутдинова, «реализация конкурентного преимущества опирается на сущность ценности, явившейся источником получения преимущества (материальные, нематериальные, денежные, социальные и др. ценности), и зависит от ее содержания, источника происхождения, динамичности проявления, масштаба распространения и др. условий». Им была предложена цепочка получения эффекта от ценности (рис. 1).

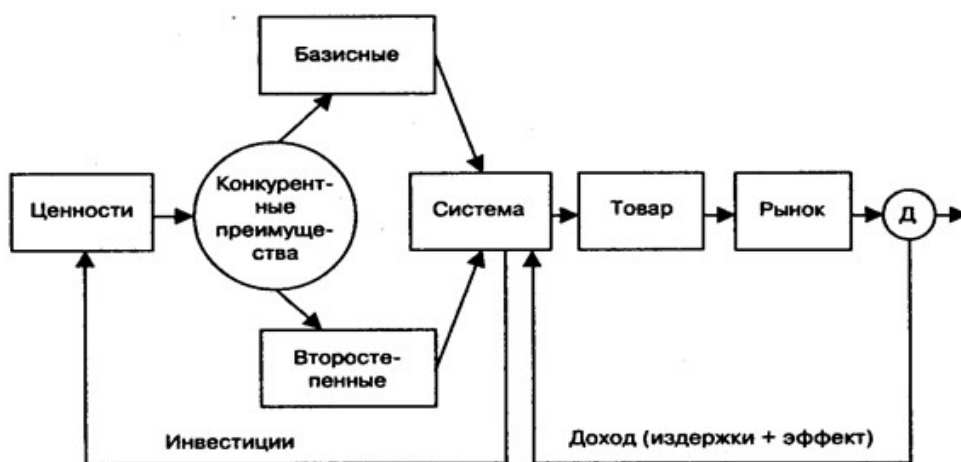


Рис. 1 / Fig. 1. Цепочка получения эффекта от ценности / The chain of value effects

Источник: Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. М.: Эксмо, 2005. 190 с.

Разработка концептуальной модели планирования конкурентных преимуществ промышленного предприятия

Однако все рассмотренные теории конкурентоспособности предприятия лишь фрагментарно отражают те или иные аспекты демонстрации потребителям отличий предприятия от его конкурентов.

Они не дают ответа об источниках конкурентных преимуществ (как можно выявить этот источник), не несут информации о том, как эффективно источник превратить в работающее конкурентное преимущество, как грамотно и действительно развивать уже имеющиеся конкурентные преимущества промышленного предприятия, как организовать систематическую деятельность по поиску и развитию конкурентных преимуществ.

Мы полагаем, что источники конкурентных преимуществ следует искать на всех стадиях производства и реализации продукции промышленного предприятия:

- выявление нужд и потребностей потребителей;

- создание ценностного предложения для удовлетворения выявленных потребностей;
- производственный процесс, ориентированный на выпуск продуктов в соответствии с сформированным ценностным предложением;
- характеристики и свойства выпущенного продукта;
- дистрибуция;
- покупка продукта покупателем.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности, начиная с выявления потребностей рынка в каком-то продукте, его производства и заканчивая реализацией, промышленное предприятие сталкивается с рядом противоречий, обусловленных несоответствием ожиданий потребителей предлагаемым им ценностям, разрешая которые, могут быть выявлены источники различных конкурентных преимуществ. На основе этого предложена концептуальная модель долгосрочного планирования развития конкурентных преимуществ высокотехнологичных промышленных предприятий, позволяющая сфокусировать факторы конкурентоспособности на достижение долгосрочной цели предприятия (рис. 2).

Конкурентные преимущества могут быть классифицированы в зависимости от многих признаков, к которым относятся сфера возникновения, содержание, виды эффекта, время и место реализации, метод получения. Доказано, что существуют следующие противоречия в хозяйственной деятельности промышленных предприятий:

- противоречия между ожиданиями и восприятиями потребителей (ожидания потребителей формируются в их сознании, исходя из их социально-культурного уровня и многих других факторов, а восприятие характеризуется полной субъективностью; оно часто основано на предыдущем опыте взаимодействия с продуктом). Эффективное разрешение данного противоречия базируется на понимании потребителей и их ожиданий, в их правильной ориентации в отношении продукта и обосновании целевого рынка;
- противоречия между восприятием и реализацией восприятия потребителей (возникает при неправильной интерпретации ожиданий клиентов в отношении продуктов); следует изучить реальные потребности потребителей;
- противоречия между реализацией восприятия и заявленными параметрами продуктов (трудности воплощения потребительских восприятий ожиданий в конкретных параметрах продукта);
- противоречия между заявленными и фактическими параметрами продуктов (недостаточность профессиональных знаний, умений и навыков у сотрудников промышленного предприятия);
- противоречия между фактическими продуктами и внешними коммуникациями (действия сотрудников приводят к завышению ожиданий потребителей, а затем к их разочарованию).

Представленный подход позволяет выявить причины сбоев в деятельности промышленных предприятий и, идентифицировав их содержание, применить действенные инструменты развития конкурентных преимуществ, что позволит в каждой точке конфликта принимать эффективные управленческие решения по снятию причин противоречий.

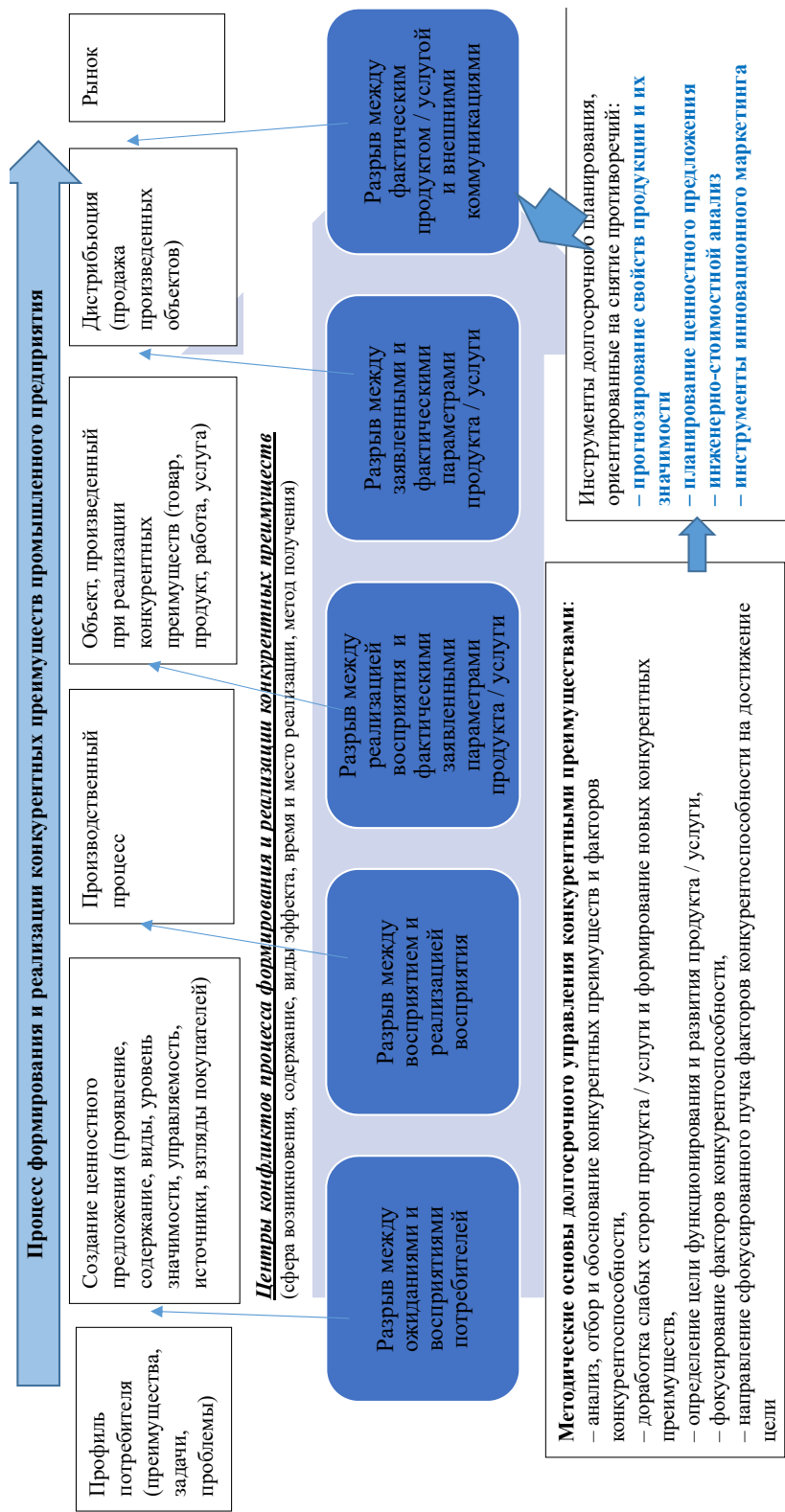


Рис. 2 / Fig. 1. Концептуальная модель долгосрочного планирования развития конкурентных преимуществ высокотехнологичных промышленных предприятий / Conceptual model of long-term planning for the development of competitive advantages of high-tech industrial enterprises

Источник: данные автора.

Заключение

Таким образом, на основе содержательного анализа теорий конкурентоспособности обоснована концептуальная модель долгосрочного планирования развития конкурентных преимуществ высокотехнологичных промышленных предприятий в современной российской экономике, выявляющая соответствующую специфику источников конкурентных преимуществ на различных этапах жизненного цикла деятельности предприятия, которая позволяет сфокусировать факторы конкурентоспособности на достижение долгосрочной цели предприятия.

Статья поступила в редакцию 15.08.2023.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абаев А. Л. Предпринимательство как фактор развития научно-инновационной сферы региона // Экономика и управление собственностью. 2008. № 3. С. 54–58.
2. Друкер П. Ф. Бизнес и инновации. М.: Вильямс, 2007. 432 с.
3. Мухамедьяров А. М., Акчулпанов Ю. К., Диваева Э. А. Методологические основы оценки эффективности малых инновационных предприятий // Инновации и инвестиции. 2018. № 12. С. 15–18.
4. Портер М. Конкурентное преимущество. Как добиться высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 с.
5. Секерин В. Д. Маркетинг инновационных продуктов. М.: Доброе слово, 2011. 56 с.
6. Секерин В. Д., Горохова А. Е. Оценка инвестиций. М.: АРГАМАК, 2013. 152 с.
7. Секерин В., Секерин Д. Требования потребителей и маркетинг // Маркетинг. 1997. № 4. С. 43–53.
8. Туккель И. Л. и др. Методы и инструменты управления инновационным развитием промышленных предприятий / под ред. И. Л. Туккеля. СПб.: БХВ-Петербург, 2020. 208 с.
9. Унанян Е. Б., Сидорова В. Н. Реинжиниринг бизнес-процессов и его эффективность // Нормирование и оплата труда в промышленности. 2022. № 2. С. 126–131.
10. Vykova O. N., Stroeve P. V., Morkovkin D. E., et al. Improvement Of Approaches To The Strategic Development Management Of Enterprise // Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2020. Vol. 8. № 1. P. 301–312.
11. Drucker F. P. Innovation and entrepreneurship, practice and principles. London: Heinemannpp, 1985.

REFERENCES

1. Abaev A. L. [Entrepreneurship as a factor in the development of the scientific and innovative sphere of the region]. In: *Ehkonomika i upravlenie sobstvennostyu* [Economics and property management], 2008, no. 3, pp. 54–58.
2. Druker P. F. *Biznes i innovatsii* [Business and innovation]. Moscow, Vilyams Publ., 2007. 432 p.
3. *Metody i instrumenty upravleniya innovatsionnym razvitiem promyshlennykh predpriyatii* [Methods and tools of management of innovative development of industrial enterprises], ed. by I. L. Tykkel. Saint-Petersburg, BKHV-Peterburg Publ., 2020. 208 p.
4. Muhamedyarov A. M., Akchulpanov Yu. K., Divaeva E. A. [Methodological foundations for evaluating the effectiveness of small innovative enterprises]. In: *Innovacii i investicii* [Innovations and investments], 2018, no. 12, pp. 15–18.
5. Porter M. *Konkurentnoe preimushchestvo. Kak dobisia vysokogo rezultata i obespechit ego ustoichivost* [Competitive advantage. How to achieve a high result and ensure its sustainability]. Moscow, Alpina Biznes Buks Publ., 2006. 715 p.
6. Sekerin V. D. *Marketing innovatsionnykh produktov* [Marketing of innovative products]. Moscow, Dobroe slovo Publ., 2011. 56 p.
7. Sekerin V. D., Gorokhova A. E. *Otsenka investitsii* [Evaluation of investments]. Moscow, ARGAMAK Publ., 2013. 152 p.

8. Sekerin V., Sekerin D. [Consumer requirements and marketing]. In: *Marketing* [Marketing], 1997. no. 4, pp. 43–53.
9. Unanyan E. B., Sidorova V. N. [Reengineering of business processes and its effectiveness]. In: *Normirovanie i oplata truda v promyshlennosti* [Rationing and remuneration of labor in industry], 2022, no. 2, pp. 126–31.
10. Fathutdinov R. A. *Upravlenie konkurentosposobnostju organizacii: uchebnik* [Managing the competitiveness of an organization: textbook]. Moscow, Jeksmo Publ., 2005. 190 p.
11. Bykova O. N., Stroeв P.V., Morkovkin D. E., et al. [Improvement of approaches to the strategic development management of enterprise]. In: *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 2020, vol. 8, no. 1, pp. 301–312.
12. Drucker F. P. *Innovation and entrepreneurship, practice and principles*. London, Heinemannpp Publ., 1985. 276 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Горохова Анна Евгеньевна – доктор экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Института проблем управления им. В. А. Трапезникова Российской академии наук;
e-mail: agor_80@mail.ru

Ефремов Андрей Александрович – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и организации Московского политехнического университета;
e-mail: bcintermarket@yandex.ru

Ряполов Виктор Андреевич – аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Всероссийской академии внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации;
e-mail: agor8090@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Anna E. Gorokhova – Dr. Sci. (Economics), Assoc. Prof., Leading Researcher, V. A. Trapeznikov Institute of Management Problems of the Russian Academy of Sciences;
e-mail: agor_80@mail.ru

Andrey A. Efremov – Dr. Sci. (Economics), Assoc. Prof., Department of Economics and Organization, Moscow Polytechnic University;
e-mail: bcintermarket@yandex.ru

Viktor A. Ryapolov – Postgraduate Student Departments of Management and Marketing All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation;
e-mail: agor8090@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Горохова А. Е., Ефремов А. А., Ряполов В. А. Концептуальная модель долгосрочного планирования развития конкурентных преимуществ высокотехнологичных промышленных предприятий // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Экономика. 2023. № 4. С. 46–53.
DOI: 10.18384/2949-5024-2023-4-46-53

FOR CITATION

Gorokhova A. E., Efremov A. A., Ryapolov V. A. Conceptual model of long-term planning for the development of competitive advantages of high-tech industrial enterprises. In: *Bulletin of State University of Education. Series: Economics*, 2023, no. 4, pp. 46–53.
DOI: 10.18384/2949-5024-2023-4-46-53