

## МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР РОСТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2011 В.В. Черкасов

Московский государственный институт электроники и математики

(Технический университет)

E-mail: OET2004@yandex.ru

В статье идет речь об основах механизма эффективного функционирования промышленного предприятия, которое предполагает наличие совокупности отдельных составляющих потенциала промышленного предприятия и инструментов их реализации. Автор аргументирует тезис о том, что только максимальное использование рыночного потенциала позволит предприятиям обеспечить долгосрочный рост национальной промышленности.

*Ключевые слова:* рыночный потенциал предприятия, менеджмент фирмы, маркетинг, ресурсы компании, механизм эффективного функционирования компании, макротехнологическая структура промышленности, структурная модель рыночного потенциала предприятия.

Учитывая динамические характеристики макротехнологической структуры национальной промышленности, можно определить корреляционную связь между механизмом замещения более низких уровней технологической структуры производства более высокими, с одной стороны, и расширением рыночного потенциала промышленного предприятия до границ экономического - с другой. В этом отношении чтобы более высокие уровни, представленные технологиями и ресурсами более высокого порядка, вытеснили те, которые функционируют на технологически примитивном оборудовании и массовых ресурсах, необходимо постоянно увеличивать экономический потенциал до границ технологического, а рыночный до масштабов экономического потенциала. Возникающие при этом процессы замещения массовых ресурсов качественными приводят к обратному эффекту: сближению более высоких и низких технологических уровней макротехнологической структуры национального производства в результате реализации имеющегося в промышленности технического потенциала.

По мере увеличения доли качественных ресурсов на нижних технологических уровнях ряд промышленных производств отмирает и возникают подразделения с более высоким показателем наукоемкости выпускаемой продукции на более высоком технологическом уровне. Тогда распределение хозяйственных подразделений по качественным технологическим уровням можно представить как производную от распределения ресурсов по качественному признаку ( $F_i(R) \Rightarrow \varphi_i(S)$ ). Эффект замещения ресурсов

низшего качества ресурсами более высокого качества противоположен по своему содержанию и направленности эффекту компенсации:

$$\frac{1}{q_\gamma} = \left| \frac{\partial Q_\gamma(R)}{\partial Q_\gamma(\bar{R})} \right| = d_\gamma^{-1}. \text{ Чем ниже по уровням}$$

макротехнологической структуры производства дошли процессы замещения, тем более наукоемкой и технологоемкой становится системная целостность национального воспроизводства.

В условиях “инновационной паузы”, объективно возникшей в конце 2000-х гг. в транснациональном промышленном производстве, возрастает значимость проблемы расширения рыночного потенциала промышленных предприятий до границ экономического для поддержания механизмов замещения более низких технологических уровней производства более высокими. Именно на достижение этих целей направлен эффект развития рыночного потенциала предприятий, выступающий в этом качестве как один из основополагающих факторов долгосрочного роста национальной промышленности.

Оперативная численная оценка подобного потенциала позволяет выявить скрытые резервы в развитии предприятия и увеличить отдачу от более обоснованного применения экономического инструментария, а также позволит определить те функциональные зоны, которые имеют значительные резервы повышения эффективности производства и поэтому должны быть учтены при стратегическом планировании его деятельности. В этом смысле реализация рыночного потенциала

непосредственно связана с максимизацией эффекта в сфере управления предприятием в рыночных условиях<sup>2</sup>. Тогда использование рыночного потенциала - это своего рода индикатор уровня методической готовности современного руководителя к ведению рыночной деятельности. При этом ресурсы, менеджмент и маркетинг являются ключевыми компонентами, необходимыми для осуществления успешной рыночной деятельности<sup>3</sup>.

По поводу первого Р. Коуз писал: "...фирма - это система отношений, возникающих, когда направление ресурсов начинает зависеть от предпринимателя"<sup>4</sup>. Таким образом, данное определение четко выделяет важнейший структурный компонент рыночного потенциала предприятия - ресурсы. В этом случае ресурсный уровень рыночного потенциала предприятия  $\Pi$  можно описать следующей функциональной зависимостью:

$$\Pi = f(\Pi_1, \Pi_2, \Pi_3, \Pi_4),$$

где  $\Pi_1$  - потенциал трудовых (человеческих) ресурсов;

$\Pi_2$  - потенциал материально-производственных ресурсов предприятия;

$\Pi_3$  - потенциал финансовых ресурсов;

$\Pi_4$  - потенциал рыночных информационных ресурсов.

Менеджмент является вторым важнейшим компонентом успешной реализации рыночного потенциала предприятия, который ориентирован на достижение в рыночных условиях намеченных

целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов экономического механизма управления<sup>5</sup>.

Стратегическое назначение маркетинга в качестве важного структурного компонента рыночного потенциала предприятия обусловлено его стартовой ролью в организации деятельности других подразделений фирмы. Проведение операционного и стратегического маркетинга с необходимостью предшествует осуществлению исследований и разработок, производства и финансовой деятельности на предприятии.

Все сказанное выше предопределяет структурную модель рыночного потенциала (рис. 1). Сутью ее является система взаимосвязей и взаимозависимостей, в которой на долю менеджмента и маркетинга выпадает функция наиболее полного инструментального обеспечения эффективного использования ресурсов, необходимых для реализации рыночной деятельности. Графически это взаимодействие представлено в виде треугольника, по логике которого ресурсы, собственно, и обуславливают перспективы роста рыночного потенциала, выступая в качестве необходимого условия расширения рыночного потенциала до границ экономического. Но, являясь одновременно предметом маркетинговой и управленческой деятельности предприятия, они могут приобрести и достаточное условие для развития рыночного потенциала, но только в том случае, если макси-

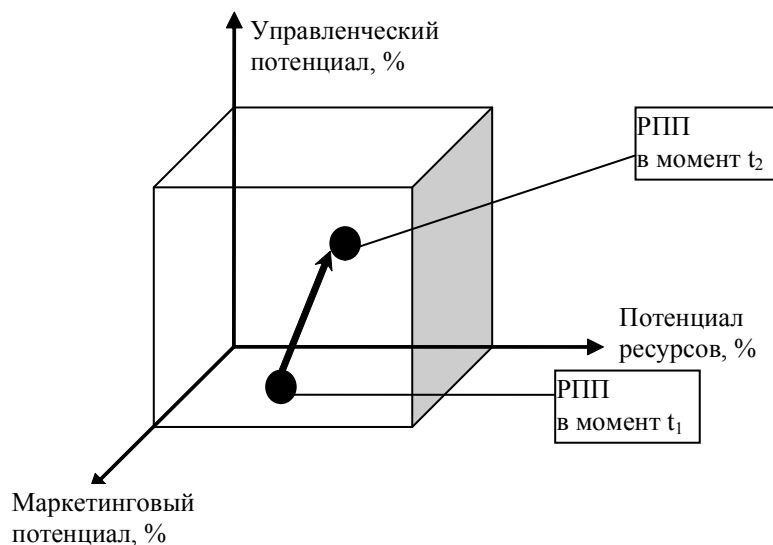


Рис. 1. Структурная модель рыночного потенциала предприятия

мально эффективно будут использоваться его инструментальные элементы: менеджмент и маркетинг (рис. 2).



Рис. 2. Взаимосвязь сторон рыночного потенциала предприятия

Степень реализации рыночного потенциала фирмы определяется путем анализа выявленных отклонений реальных результатов от “идеалов”, с точки зрения достигнутого уровня эффективности промышленного производства (см. рис. 3). Эта многогранная экономическая категория может рассматриваться на разных уровнях: товарном, предприятия, отраслевом или корпоративном объединении предприятий, общенациональном или всемирном.

Рыночный потенциал непосредственно связан с качеством “устойчивости экономической системы” и долгосрочным ростом, что приобретает исключительную значимость. Экономическая устойчивость предприятия в каждый данный

момент напрямую зависит от степени реализации рыночного потенциала предприятия, которая отражает способность предприятия к эффективному использованию человеческих, материально-производственных, финансовых и информационных ресурсов в целях быстрой адаптации к неопределенной внешней среде. Этот ресурс долгосрочного экономического роста приобретает особое значение в условиях “инновационной паузы”, когда ограничены замещающие процессы в макротехнологической структуре национального производства.

Кризис 2008-2009 поставил фундаментальную проблему определения кардинальных факторов обеспечения долгосрочного экономического развития страны в связи со значительными масштабами падения всех производственных показателей в российской промышленности: по сравнению с предыдущим годом в 2009 г. ВВП снизился на 7,9 %, инвестиции в основной капитал упали на 17 %, в строительстве и в обрабатывающих производствах - на 16 %. Даже в начале 2010 г. инвестиционный спад в промышленности не был преодолен.

Структурные характеристики инвестиционных ресурсов за рассматриваемый период изме-

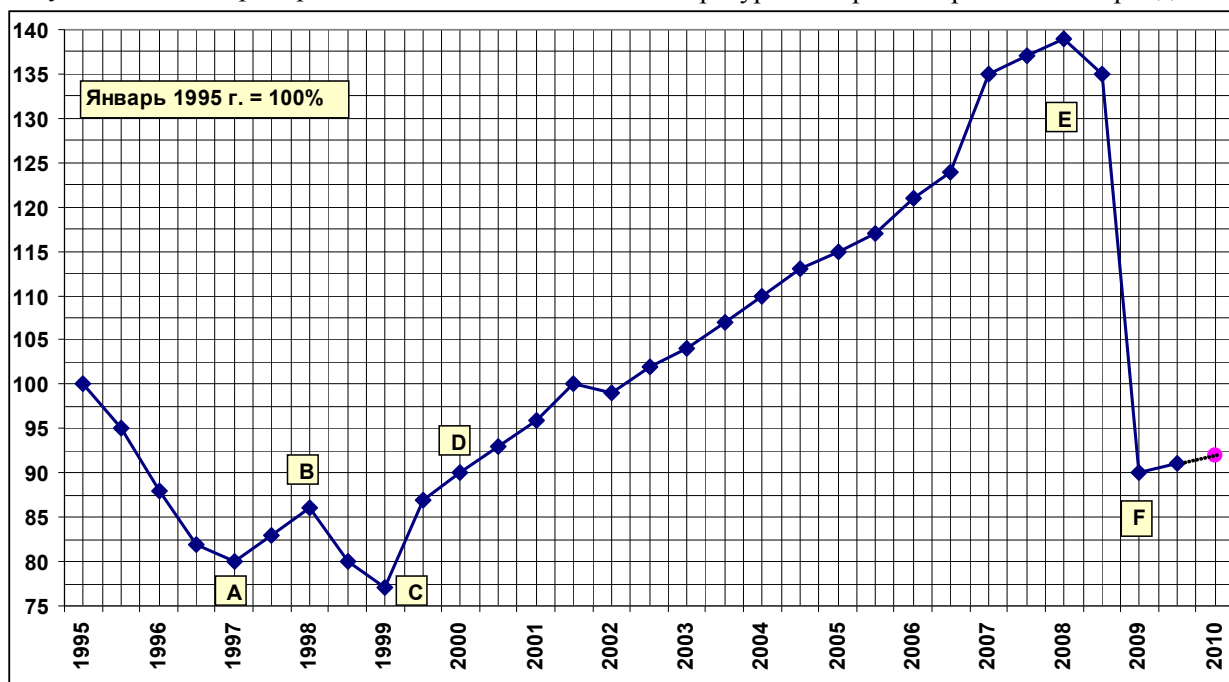


Рис. 3. Динамика индекса промышленного производства и ее поворотные точки:

А - зима 1996-1997 гг.; В - конец 1997 г.; С - август - сентябрь 1998 г.; D - конец 1999 г.;  
Е - середина 2008 г.; F - нижняя точка спада

Источник. Составлено автором на основе данных Института экономики РАН и Института информационного развития ГУ ВШЭ.

нились следующим образом: доля собственных средств снизилась в на 3,2 процентного пункта (с 39,5 до 36,3 %) почти целиком за счет прибыли (с 18,5 до 14,8 %), а доля амортизации увеличилась с 17,3 до 18,7 %, удельный вес привлеченных средств поднялся с 60,5 до 63,7 %: доля кредитов сократилась на 2,4 процентного пункта (с 11,8 до 9,4 %), но возросла доля бюджетных средств (с 20,9 до 21,5 %), причем целиком за счет федерального бюджета (с 8 до 10,8 %) и средств вышестоящих организаций (с 13,8 до 15,4 %).

Данные процессы имеют в своей основе низкий уровень использования рыночного потенциала промышленных предприятий. Проиллюстрируем это на основе эмпирических данных по 50 промышленным предприятиям Уральского региона, опрос которых и балльные оценки экспертов позволили получить весовые коэффициенты и количественные оценки функциональных зависимостей элементов инструментария рыночного потенциала на примере его маркетинговой (рис. 4) и управленческой (рис. 5) составляющих.



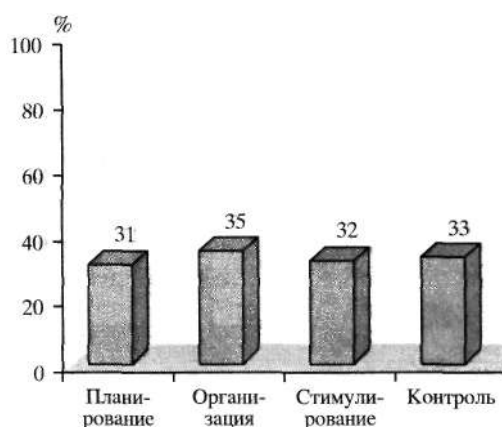
**Рис. 4. Уровень использования потенциала маркетинговой деятельности крупными промышленными предприятиями**

Оказалось, что в маркетинговой деятельности (см. рис. 4) менее всего развита коммуникационная функция, хотя именно она несет на себе значительную нагрузку по эффективному использованию трудовых ресурсов. Такие области деятельности, как формирование корпоративной культуры, оптимизация горизонтальных и вертикальных связей сотрудников, а также многие другие играют большую роль в жизнедеятельности предприятия.

В управленческом блоке (см. рис. 5) наименее развито планирование применения трудовых ресурсов, здесь, собственно, и начинается про-

цесс формирования организационной структуры, планируется деятельность персонала как управленческого, так и производственного, создается система стимулирования, влияющая на результаты деятельности персонала. Реально это проявляется в отсутствии в большинстве случаев механизмов стимулирования, что ведет к снижению производительности труда и неудовлетворенности работников уровнем заработной платы. Низкая совокупная факторная производительность объясняется и отсутствием согласованности действий персонала в управленческом и производственном процессах. В системе менеджмента отмечается низкий уровень использования функции контроля применения финансовых ресурсов.

Итак, инструментарий рыночного потенциала промышленного предприятия вбирает в себя все многообразие современных экономических знаний в области управления предприятием, а оценка использования потенциала является своего рода индикатором уровня методической го-



**Рис. 5. Уровень использования потенциала управленческой деятельности крупными промышленными предприятиями**

товности современного руководителя к ведению рыночной деятельности.

Среди основных функциональных областей выявлено неудовлетворительное развитие аналитической деятельности по применению трудовых ресурсов, производственной деятельности по применению трудовых, финансовых и материально-производственных ресурсов, коммуникационной - по применению информационных и материально-производственных ресурсов.

В управленческом блоке - это планирование деятельности по применению трудовых ресурсов, а также стимулирование в области трудовых,

финансовых и материально-производственных ресурсов. Другими словами, именно управленческий блок нуждается в развитии.

Если условно соотнести полученные данные - около 30 % фактически реализованного рыночного потенциала крупными предприятиями - и распространить этот показатель на все крупные национальные промышленные компании, а также соотнести объем прогнозируемого на 2010 г. ВВП в сумме 45 175,0 млрд. руб. и выделить в нем 30 % на вклад промышленности и из них 50 % в качестве произведенных на крупных предприятиях, то прирост рыночного потенциала на 10 % позволит увеличить ВВП на 677,6 млрд. руб., т.е. на 1,5 %. Другими словами, каждые 10 % прироста рыночного потенциала обуславливают прирост ВВП на 1,5 %, тогда максимальное увеличение рыночного потенциала только крупных предприятий гипотетически до 100 % позволит увеличить прирост ВВП на 9 % - это практически столько же, сколько потеряла Россия в 2009 г. в результате финансового кризиса.

Итак, сравнение реального уровня реализации рыночного потенциала с критическим по его функциональным структурным составляющим позволило выявить те функциональные области,

в которых текущий уровень реализации деятельности ниже критического (стратегического), т.е. нацеленного на долгосрочную перспективу. Это дает основу для разработки мероприятий, направленных на реализацию долгосрочной стратегии путем доведения фактического уровня использования инструментария рыночного потенциала предприятия до критического (стратегического) уровня. Именно в этом качестве рыночный потенциал промышленного предприятия и механизмы увеличения его до масштабов экономическо-го могут рассматриваться в качестве одного из важнейших факторов долгосрочного роста национальной промышленности.

<sup>1</sup> Яременко Ю.В. Теория и методология исследования многоуровневой экономики. М., 1997.

<sup>2</sup> Попов Е.В. Эволюция институтов миниэкономики. М., 2007.

<sup>3</sup> Некипелов А.Д. От квазирынка к рынку (концептуальные вопросы стратегии экономического развития России в начале XXI века) // Рос. экон. журн. 2008. № 2.

<sup>4</sup> Коуз Р. Фирма, рынок и право: пер. с англ. М., 1993.

<sup>5</sup> Виханский О.С., Наумов А.М. Менеджмент. М., 2005.

*Поступила в редакцию 07.03.2011 г.*