

Маркетинговое управление в системе поддержки развития промышленных компаний

© 2014 Захарченко Дмитрий Викторович

кандидат экономических наук

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69

E-mail: Riga73@gmail.com

Рассматриваются факторы конкурентоспособности современных компаний производственного сектора, формирующиеся на основе маркетингового управления и связанные с системой обеспечения поддержки промышленности в условиях замедления экономического роста.

Ключевые слова: конкурентоспособность, кредитование, маркетинговое управление, реиндустриализация, стагнация, система поддержки экспорта, факторы, замедляющие экономический рост.

В настоящее время в развитых странах отмечен переход к “новой экономике”, который связан с приоритетным технологическим этапом развития промышленного производства. Согласно концептуальным подходам известных ученых, “новая экономика” связана с развитием нанотехнологий, информационно-коммуникационных технологий, развитием технологии управления энергопотоками и переноса энергии. Формат “новой экономики” определяет необходимость перехода на новый индустриальный тип развития экономики, предполагающий возникновение “закрывающих” технологий, способных привести к ликвидации тех или иных рынков, а также создание технологий, способствующих появлению качественно новых продуктов, вытесняющих традиционные виды продуктов.

С точки зрения глобальной конкурентоспособности на мировом рынке можно отметить промышленные компании, связанные с производством энергоносителей, металлов, некоторых видов машин и оборудования. Основная масса отечественных производственных предприятий, составляющих конкурентоспособные направления промышленного производства, например, станкостроение, приборостроение, электротехнические производства, вследствие ограниченных финансовых ресурсов не в состоянии поддерживать конкурентоспособный уровень развития без привлечения инвестиций.

В посткризисной экономике отмечен рост глобальной конкуренции, причиной которого выступил подъем новых центров мировой экономики, перенос индустриальных производств из развитых стран Евросоюза в страны Восточной Европы, в которых значительно ниже издержки производства. Перенос в Восточную Европу части высокотехнологичных производств связан с задачами создания наибольших конкурентных

преимуществ по издержкам. Маркетинговое управление в этой области нацелено на решение задачи соединения наиболее передовых европейских технологий с преимуществами по издержкам, развитых институциональных условий с растущим уровнем платежеспособного спроса в посткризисной экономике.

Выход из кризиса многие развитые страны связали с задачами проведения реиндустриализации производства, решение которых позволит не только обеспечить переход к “новой экономике”, но и создать технологические преимущества для реализации конкурентной модели развития на основе маркетингового управления. Конкурентные условия на мировом рынке высокотехнологичной продукции изменяются, прежде всего, под давлением промышленных предприятий Китая, который целеустремленно занимается освоением технически сложных видов продукции, включая продукцию собственной разработки.

Россия по недостаточно высоким темпам роста промышленности, по мнению экспертов, значительно отличается от других развивающихся стран. Например, с 2002 по 2012 г. отечественное промышленное производство увеличилось на 47,7 %, а в ряде стран СНГ этот показатель рос значительно более существенно. Так, промышленность Азербайджана показала увеличение на 179,8 %, промышленность Белоруссии - на 129,8 %, промышленность Узбекистана - на 125,9 %. Более высокие показатели промышленного производства имеют такие страны, как Польша (84,7 %), Республика Корея (83,6 %), Турция (64,3 %)!

Глобальный экономический кризис самым негативным образом повлиял на развитие российской экономики, во-первых, вследствие снижения темпов роста экономики в целом, а во-вторых, вследствие резкого замедления реализа-

ции важнейших проектов в рамках отраслевых стратегий развития. Отечественная промышленность оказалась в сложной ситуации, вызванной стагнацией роста, что актуализировало проблему поиска инструментов управления, направленных на перспективное развитие отечественной промышленности, которые, прежде всего, связаны с привлечением инвестиций в основной капитал.

В 2004 г. аудиторско-консалтинговая компания ФБК совместно с газетой “Ведомости” представили проект “Сколько стоит Россия”. Методологической задачей проекта являлось проведение стоимостной оценки экономического потенциала нашей страны, а именно будущих доходов российской экономики на основании метода дисконтированных доходов, который достаточно широко используется в оценке бизнеса.

Отметим, что данный метод ранее не применялся для стоимостной оценки экономического потенциала страны, в качестве показателя дохода использовалась валовая добавленная стоимость (ВДС). Для каждой отрасли строился прогноз динамики ВДС на прогнозный период (2003–2013 гг.). Итоговая стоимость российской экономики, оцененная как совокупная стоимость всех отраслей, приведенная к началу 2003 г., составила 974,7 трлн руб., или 33,6 трлн долл.²

Результаты проекта показали, что вклад научно-технологического потенциала в стоимостную оценку незначителен, поэтому необходимы новые инструменты управления конкурентоспособностью на основе роста стоимости отечественного бизнеса. Новая концепция управления стоимостью страны должна стать стратегическим подходом к реализации долгосрочной социально-экономической политики.

В данной связи, на наш взгляд, следует рассмотреть возможность создания и удержания привлекательных условий для развития российских промышленных компаний на основе концепции маркетингового управления, направленной на формирование новой модели развития компаний и улучшения российского инвестиционного климата, позитивная динамика которого отражается в рейтинге Всемирного банка “Doing Business”. Вместе с тем для развития благоприятного инвестиционного климата необходимо не только модернизировать механизм регулирования, но и улучшить качество институционального механизма регулирования развития промышленности.

Торможение экономического роста, связанное с оттоком капитала из страны и сокращением инвестиционных вложений в развитие промышленного производства, началось в период кризиса. Последний раз чистый приток капитала

в России фиксировался в 2007 г., а с конца 2012 г., по данным Росстата, объем инвестиций регулярно снижается. Промышленным компаниям не только сложно рассчитывать на иностранных инвесторов, но и трудно привлечь кредитные ресурсы, так как цена привлечения заемных средств опережает рентабельность многих промышленных производств. Ослабление рубля, происходящее с начала 2014 г., вызовет удорожание импортного оборудования, что негативным образом скажется на динамике развития компаний промышленного сектора, прежде всего предприятий станкостроительной отрасли, применяющих импортные комплектующие.

На посткризисном этапе роста экономики российские промышленные компании столкнулись с комплексным управленческим риском, когда сократился инвестиционный спрос в обрабатывающих отраслях российской промышленности, что определило потребность в системном подходе к проблемам управления развитием инвестиционного климата. Для формирования нового институционального механизма развития промышленности Агентству стратегических инициатив (АСИ), которое объединило вокруг себя предпринимателей и экспертов, было поручено разработать так называемые “дорожные карты”, направленные на поиск инструментов улучшения инвестиционного климата и ликвидацию административных барьеров для развития промышленности.

Таким образом, рабочие группы АСИ подготовили пакет институциональных мер, ориентированных на изменение нормативно-правовой базы развития отечественной промышленности. В настоящее время Правительство Российской Федерации приняло больше 10 “дорожных карт”, цели реализации которых направлены на развитие конкуренции, привлечение инвестиций и поддержку экспорта. В лучшую сторону стали меняться и условия ведения бизнеса. В 2012 г. Россия поднялась в рейтинге “Doing Business” на 112-е место, а по результатам проведенных изменений институциональных условий развития бизнеса в 2013 г. заняла 92-е место.

Эксперты Всемирного банка выделили три составляющие динамичных изменений, связанных с развитием отечественной промышленности. Во-первых, это значимое упрощение процедуры подключения к электросетям. Эксперты отмечают, что по данному показателю Россия поднялась в рейтинге со 188-го на 117-е место (подключение в настоящее время занимает полгода, а ранее занимало годовой период), тогда как в странах ОЭСР на это уходит два месяца. Во-вторых, произошло упрощение регистрации соб-

ственности (по этому показателю Россия с 47-й позиции поднялась на 17-ю), причем регистрация прав собственности занимает в нашей стране 22 дня и обходится в 0,1 % от стоимости объекта, тогда как в странах Европы и Центральной Азии на данную процедуру уходит 26,5 дня, а затраты составляют почти 3 % стоимости регистрируемого объекта. В-третьих, отмечено значительное улучшение налогового администрирования (по этому показателю Россия поднялась с 63-го места на 56-е место, по показателю “регистрация предприятия” Россия поднялась с 100-го на 88-е место”³.

Очевидно, что ожидаемый эффект от улучшения российского инвестиционного климата не может быть достигнут без перехода на модель комплексного маркетингового управления, нацеленного на решение структурных проблем, прежде всего, без перехода к “новой экономике”, развитию индустриальных технологий, росту производительности труда.

По оценкам экспертов, в 2002 г. российская промышленность делала вклад в производство валовой добавленной стоимости в экономике в 27,5 %, или в 2,6 трлн руб., в 2012 г. этот показатель составил 29,6 %, или 15,6 трлн руб. в номинальном выражении, что является максимальной долей. За последние 10 лет этот показатель достиг максимального значения в 2005 г. - 32,7 % - и с тех пор снижается. Минимальный уровень, 27,4%, отмечался в 2009 г. Число действующих организаций в промышленности сократилось с конца 2003 г. (458 800) к началу 2013 г. (454 200). Что касается динамики развития промышленности, то она в 2013 г. была почти нулевой: прирост объема производства составил символические 0,3 %⁴.

Современные проблемы недостаточной конкурентоспособности российской промышленности вызвали необходимость формирования новой стратегии развития, которая была отражена в утвержденной государственной программе в 2012 г. под названием: “Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности”. Вместе с тем краткосрочный период реализации этой государственной программы выявил достаточно большие расхождения ее целевых натуральных показателей с фактическими показателями, что свидетельствует об ограниченной роли промышленной политики в институциональном механизме роста российской экономики.

В качестве ограничений роста можно отметить также низкий уровень коммерциализации инновационных товаров и внедрения результатов тематики НИОКР, реализация которых должна быть нацелена на обеспечение более высо-

кого уровня конкурентоспособности российской промышленности. В итоге стоимость отечественной промышленности, по оценкам аналитиков, за последние 10 лет в сопоставимых ценах снизилась в 2 раза и составила 699,6 трлн руб.⁵

Самыми заметными исследованиями в мире по данной тематике были работы Всемирного банка “Где богатство наций? Измеряя капитал XXI века” (2006) и “Меняющееся богатство наций: измеряя устойчивое развитие в новом тысячелетии” (2011). В этих работах представлены оценки национального богатства и его элементов. Один из главных выводов исследований Всемирного банка заключается в том, что национальное богатство ведущих стран мира в решающей степени определяется человеческим и институциональным капиталом этих стран.

По итогам 2005 г., например, наиболее обеспеченными национальным богатством странами Всемирным банком были названы США (217,6 трлн долл.), Япония (70,1 трлн долл.) и Германия (45,1 трлн долл.); Китай оказался в рейтинге Всемирного банка на 7-м месте (25,1 трлн долл.), Россия была на 15-м месте (10,5 трлн долл.)⁶.

Замедление роста экономики, снижение доступного по стоимости денежного предложения для промышленных предприятий, увеличение стоимости привлеченных ресурсов и ограничение возможности их привлечения вследствие геополитических факторов с внешнего рынка определяют необходимость поиска нового институционального механизма регулирования промышленности, включающего инструменты поддержки.

Реализуя механизм поддержки, государство должно разработать селективный механизм обеспечения поддерживаемых мероприятий на основе маркетингового управления, предполагающего первоочередную поддержку тех секторов промышленного производства, которые могут обеспечить максимальный прямой эффект.

Под маркетинговым управлением обычно понимают процесс поддержания целевых уровней и характеристик объекта управления на основе маркетинговых инструментов и технологий. В маркетинговом управлении предметной сферой управления выступает система конкурентоспособности как отдельный экономический процесс, который реализуется посредством выполнения определенных структурированных управленческих мероприятий. Комплексный подход к оценке конкурентоспособности в качестве факторов конкурентоспособности предполагает выделение следующих характеристик:

- конкурентоспособность продукции (изделия);

- финансовое состояние предприятия;
- эффективность маркетинговой деятельности;
- рентабельность продаж;
- имидж (марочный капитал) предприятия;
- эффективность менеджмента.

Так как конкурентоспособность является относительным показателем, для ее объективной оценки существенное влияние имеет выбор аналога. По аналогии с методиками оценки конкурентоспособности товара необходимо ввести квалификационные показатели предприятий. Вследствие разнообразия машиностроительной продукции ее конкурентоспособность определяется среди экономических агентов, выполняющих примерно одинаковые функции и, следовательно, имеющих подобное функциональное назначение и размерные исполнения.

Доказательство правомерности выбора аналогов - совпадение классификационных показателей, специфичных для различных типов продукции. Так, классификационными показателями для металлорежущих станков являются:

- технологическая группа и подгруппа в соответствии с типажной классификацией, например, токарные многошпиндельные автоматы, радиально-сверлильные станки;
- максимальный размер обрабатываемой заготовки, соответствующей главному параметру оборудования;
- уровень автоматизации, где выделяют гибкие производственные модули для механообработки, многоцелевые станки с ЧПУ, прочее оборудование с ЧПУ, автоматы и полуавтоматы без ЧПУ, станки с ручным управлением.
- степень универсальности, где рассматриваются универсальные станки, специализированные станки и специальные станки.

Обычно рассматривается единый мировой рынок станкостроительной продукции, и для оценки конкурентоспособности необходимо проводить сравнение с лучшими мировыми образцами аналогичной продукции. Другие способы оценки оборудования носят ограниченный характер.

К специфическим факторам конкурентоспособности относятся:

- технические факторы, характеризующие способность оборудования выполнять свои основные функции, т.е. изготавливать качественные детали в достаточном объеме; к таким факторам относится производительность и точность;
- эксплуатационные факторы, характеризующие удобство использования оборудования: надежность, ресурсосбережение, экологические и эргономические факторы;

• экономические факторы, характеризующие затраты пользователя на приобретение и эксплуатацию оборудования;

• неценовые факторы, к которым относятся факторы, применимые к технологическому оборудованию, такие как организация сервисного обслуживания, авторитет торговой марки изготовителя.

Разрабатывая отраслевые механизмы маркетингового управления, например, необходимо активизировать формирование и реализацию программ развития станкостроения, которые обеспечивают политику импортозамещения и переход к новой индустриальной модели развития экономики.

Определение системы поддерживающих мероприятий для развития промышленных предприятий на основе маркетингового управления связано с тем, что в современной посткризисной экономике ответная скорость реакции на происходящие события увеличилась на порядок, в силу чего, по нашему мнению, обеспечение высокой динамики разработки и осуществления мер антикризисного управления является определяющим фактором реализации конкурентных преимуществ.

Для достижения конкурентных преимуществ станкостроительного производства необходимо обеспечить внедрение качественных изменений в систему управления предприятий для их эффективной работы и устойчивости. Маркетинговое управление, основанное на конкурентоспособности, требует внедрения производственной системы, стратегически направленной на систематизацию и стандартизацию всех производственных процессов в бизнесах.

В современных условиях в рамках противостояния с развитыми странами возможно появление определенных ограничений для развития российских промышленных предприятий вследствие сворачивания уже сложившихся контактов экономических агентов отечественной экономики с контрагентами из развитых стран мировой экономики. Однако российская станкостроительная отрасль не обладает достаточными современными технологиями, обеспечивающими конкурентоспособность. К тому же опыт посткризисного развития показал, что отечественные компании без государственной поддержки не способны самостоятельно быстро наладить выпуск инновационной продукции.

В конце 2013 г. появилась серия инициатив в Правительстве Российской Федерации, связанных с ограничением закупок иностранных станков с программным управлением, если аналогичное оборудование производится в России. Указанные ограничения, направленные на под-

держку российских предприятий промышленного сектора, связаны с концепцией маркетингового управления инновационным развитием экономики.

Разработка и реализация защитных мер промышленности, основанных на использовании системы льгот при закупках для государственных нужд, достаточно распространенная практика. Вместе с тем, по мнению ученых, мероприятия, связанные с системной поддержкой, должны быть четко выверены и отвечать концепции маркетингового управления конкурентоспособностью, реализация которой в этом случае может быть связана только с коммерциализацией инновационных разработок⁷.

В России, в отличие от развитых зарубежных стран, научные инновации в основном финансирует государство, а не бизнес. Поэтому необходим новый уровень государственно-частного партнерства в научно-технологической сфере. В настоящее время таким приоритетом является инновационный прорыв в области исследований и разработок.

В условиях модернизации экономики необходимо перестраивать всю хозяйственную деятельность с учетом стратегии инновационного развития экономики, нацеленной на реализацию следующих направлений:

- обеспечение предсказуемости, регулируемой, экономической обоснованности и социальной эффективности экономического развития;

- преодоление инерционного характера развития экономики и перехода от экстенсивного к интенсивному типу экономического роста;

- усиление социальной ориентации экономики, являющейся одним из стимулов инновационного развития.

Решение указанных задач ложится не только на государство, но и на крупные корпорации, от заинтересованности которых зависят восприимчивость национального производства к нововведениям, эффективная оценка и отбор инновационных проектов, поиск инвестиционных и финансовых ресурсов для их реализации на основе маркетингового управления системой технического перевооружения производства.

¹ Николаев И., Точилкина О., Марченко Т. Обесценение промышленности // Ведомости. 2014. 18 февр. (□ 27 (3531)). URL: <http://www.vedomosti.ru/opinion/news/22911391/obesceneniye-promyshlennosti#ixzz2wZ6ScNcN>.

² Николаев И., Точилкина О., Марченко Т. Национальное богатство: новая оценка // Ведомости. 2014. 4 февр. (□ 17 (3521)). URL: <http://www.vedomosti.ru/opinion/news/22252841/nacionalnoe-bogatstvo-novaya-ocenka#ixzz2wZ6rvl5S>.

³ Там же.

⁴ Николаев И., Точилкина О., Марченко Т. Обесценение...

⁵ Там же.

⁶ Николаев И., Точилкина О., Марченко Т. Национальное богатство...

⁷ Клейнер Г.Б. Системный подход к стратегии предприятия // Современная конкуренция. 2009. □ 1. С. 100-118.

Поступила в редакцию 04.01.2014 г.