

Научная статья

УДК 658.51

doi:10.46554/1993-0453-2023-4-222-41-52

## Экономическая устойчивость и стратегическая конкурентоспособность промышленного предприятия

Аркадий Семенович Лифшиц<sup>1</sup>, Розалия Савиевна Ибрагимова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ивановский государственный университет, Иваново, Россия

<sup>1</sup> ark.lifshits2011@yandex.ru

<sup>2</sup> irozalia2017@yandex.ru

**Аннотация.** В современной ситуации, характеризующейся неблагоприятными обстоятельствами из-за введения многочисленных экономических санкций против России со стороны западных стран, возрастает роль конкурентоспособности промышленных предприятий в обеспечении стратегической экономической устойчивости и повышении экономического потенциала. В статье раскрыто авторское понимание взаимосвязи и взаимообусловленности цели сохранения или роста конкурентоспособности с другими основными целями промышленного предприятия, приведена новая классификация видов и уровней конкурентоспособности промышленного предприятия, дано обоснование критерия стратегической конкурентоспособности, раскрыта его связь с факторами формирования и развития способности не отставать и превосходить конкурентов. На основе синтеза системного, ситуационного и ресурсно-целевого подходов разработана авторская методика оценки стратегической конкурентоспособности предприятия машиностроения, результаты апробации которой описаны в работе. Исследование проведено с использованием монографического метода, методов сравнительного анализа и модифицированного анализа иерархий, расчетно-конструктивного и детерминистско-лимитирующего методов, микс-метода (комбинирования количественных и качественных оценок). Научно-практические положения, приведенные и обоснованные в статье, могут быть использованы в промышленности при оценке уровня стратегической конкурентоспособности, изучении жизненного цикла промышленных предприятий, поиске резервов повышения их экономической устойчивости.

**Ключевые слова:** исследование предприятий промышленности, экономическая устойчивость, стратегическая конкурентоспособность, критерий стратегической конкурентоспособности, факторы стратегической конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности, экономический потенциал промышленного предприятия

### **Основные положения:**

- ◆ полноценная реализация стратегических целей выживания и развития промышленного предприятия неразрывно связана с обеспечением его экономической устойчивости, ключевым направлением которого является формирование стратегической конкурентоспособности;
- ◆ естественным критерием стратегической конкурентоспособности признается оценка стратегической доли предприятия на рынках; попытки конструирования интегрального критерия нецелесообразны в силу невысокого уровня его достоверности из-за искажающих эффектов;
- ◆ методики оценки фактической и прогнозной (ожидаемой или потенциальной) стратегической конкурентоспособности промышленного предприятия должны быть дифференцированными;
- ◆ при интерпретации уровней конкурентоспособности промышленного предприятия следует принимать во внимание возможность формирования стратегической прибыли;

◆ изложенная в статье методика оценки стратегической конкурентоспособности на основе измерения ключевых составляющих экономического потенциала (производственного и коммерческого потенциалов) пригодна для практического использования на промышленных предприятиях при разработке и реализации стратегии выживания на основе повышения уровня экономической устойчивости.

**Для цитирования:** Лифшиц А.С., Ибрагимова Р.С. Экономическая устойчивость и стратегическая конкурентоспособность промышленного предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 4 (222). С. 41–52. doi:10.46554/1993-0453-2023-4-222-41-52.

Original article

## Economic sustainability and strategic competitiveness of an industrial enterprise

Arkadiy S. Lifshits<sup>1</sup>, Rozalia S. Ibragimova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ivanovo State University, Ivanovo, Russia

<sup>1</sup> ark.lifshits2011@yandex.ru

<sup>2</sup> irozalia2017@yandex.ru

**Abstract.** In the current situation, characterized by unfavorable circumstances due to the introduction of numerous economic sanctions against Russia by the Western countries, the role of the competitiveness of an industrial enterprise in ensuring the strategic economic stability and increasing the economic potential is increasing. The article reveals the author's understanding of the relationship and interdependence of the goal of maintaining and increasing the competitiveness with other main goals of an industrial enterprise, provides a new classification of types and levels of an industrial enterprise competitiveness, substantiates a criterion of the strategic competitiveness, reveals its relationship with the factors of formation and development of the ability to keep up and surpass competitors. Based on the synthesis of system, situational and resource-targeted approaches, the author's methodology for assessing the strategic competitiveness of a machine-building enterprise has been developed, the testing results of which are described in the work. The study was conducted using the monographic method, methods of comparative analysis and modified analysis of hierarchies, computational-constructive and deterministic-limiting methods, the mix method (combining quantitative and qualitative estimates). The scientific and practical provisions given and substantiated in the article can be used in the industry for assessing the strategic competitiveness level, studying the life cycle of industrial enterprises, searching for reserves to increase their economic stability.

**Keywords:** industrial enterprises research, economic stability, strategic competitiveness, criterion of strategic competitiveness, factors of strategic competitiveness, level of competitiveness, economic potential of an industrial enterprise

### Highlights:

◆ the full implementation of the strategic goals of survival and development of an industrial enterprise is inextricably linked with ensuring its economic stability, a key direction of which is the formation of the strategic competitiveness;

◆ the assessment of the strategic share of the enterprise in the markets is recognized as a natural criterion of the competitiveness; attempts to construct an integral criterion are impractical due to the low level of the reliability due to distorting effects;

◆ methods for assessing the actual and forecast (expected or potential) strategic competitiveness of an industrial enterprise should be differentiated;

◆ when interpreting the competitiveness levels of an industrial enterprise, the possibility of forming strategic profits should be taken into account;

◆ the methodology described in the article for assessing the strategic competitiveness based on measuring key components of the economic potential (production and commercial potentials) is suitable for practical use at the industrial enterprises when developing and implementing a survival strategy based on the increase in the economic sustainability level.

**For citation:** Lifshits A.S., Ibragimova R.S. Economic sustainability and strategic competitiveness of an industrial enterprise // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 4 (222). Pp. 41–52. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-4-222-41-52.

### Введение

Важнейшей целью любого действующего промышленного предприятия является обеспечение и повышение экономической устойчивости. Данная цель носит стратегический характер и требует для своей реализации последовательных и долговременных усилий со стороны собственников, менеджмента, ключевых сотрудников. В контексте этого утверждения оперативная и тактическая устойчивость предприятия не имеют самостоятельного значения, их достижение должно рассматриваться как этапы и средства выхода на стратегическую устойчивость.

Экономическая устойчивость имеет место на определенных стадиях жизненного цикла предприятия: антикризисного развития и бескризисного развития. На остальных стадиях (кризисного развития, предкризисного развития, деградации и упадка) наблюдается та или иная степень неустойчивости, поэтому переход на более прогрессивную стадию развития важен не только с позиции реализации интересов ведущих стейкхолдеров, но и выживания предприятия.

Таким образом, определение направлений и факторов сохранения и роста стратегической экономической устойчивости имеет принципиальное значение. Между тем степень разработанности данного вопроса в экономической литературе нельзя признать удовлетворительной. С одной стороны, отсутствует четкое представление о соотношении конкурентоспособности предприятия и экономической устойчивости в фокусе стадий жизненного цикла предприятия. С другой стороны, зачастую происходит смешение факторов и интегральных показателей конкурентоспособности предприятия. Нередко вместо такого естественного индикатора конкурентоспособности, как доля на рынках, применяются искусственно сконструированные интегральные показатели, не имеющие экономического смысла. Вместе с тем отдельные научные положения, отраженные в отечественных и зару-

бежных работах, имеют несомненную ценность для данного исследования, к ним относятся:

- ◆ трактовка стратегической устойчивости предприятия как способности создавать, развивать и сохранять конкурентные преимущества (С.П. Бараненко, В.В. Шеметов [1]);
- ◆ понимание, что основой устойчивости является баланс между экономическим развитием и ростом (А.В. Трачук, Н.В. Линдер [2]);
- ◆ определение характерных признаков устойчивого предприятия (А.Д. Бобрышев и др. [3]).

Однако в литературе по проблематике оценки стратегической экономической устойчивости хозяйственного субъекта не учитываются экономический потенциал и степень его предпочтительного использования, отсутствует системное представление об особенностях учета реализованной и потенциальной конкурентоспособности предприятия.

В силу этого авторами данной статьи поставлена научная задача теоретического обоснования и практического определения роли и места конкурентоспособности предприятия в обеспечении его стратегической экономической устойчивости.

### Методы

В процессе исследования закономерностей влияния конкурентоспособности на рост стратегической экономической устойчивости промышленного предприятия авторами применялись системный, ситуационный и ресурсно-целевой подходы, методы логического и сравнительного анализа, микс-метод (сочетание количественных и качественных методов), экономическая модификация метода анализа иерархий, детерминистско-лимитирующий метод.

Системный подход позволяет комплексно рассмотреть проблему экономической устойчивости промышленного предприятия. С помощью ситуационного подхода обеспечиваются учет особенностей развития конкретных пред-

приятий и определение адекватных стадиям развития уровней конкурентоспособности.

Методы оценки важнейших составляющих экономического потенциала предприятия (производственного и коммерческого потенциалов) в работе комбинируются с предложенной А.С. Лифшицем экономической модификацией метода анализа иерархий, отличающейся от описанного в литературе метода анализа иерархий Т.Л. Саати [4] тем, что экспертные оценки комбинируются с системой экономических расчетов прежде всего по определению весовости стейкхолдеров на рынках присутствия оцениваемого предприятия. При измерении стратегического потенциала конкурентоспособности и потенциала роста прибыли предприятия используется детерминистско-лимитирующий метод, при котором разграничиваются критические факторы и ограничения, а также микс-метод (комбинирование количественных и качественных оценок).

### Результаты

Формирование качественной методики оценки конкурентоспособности промышленного предприятия требует решения ряда вопросов методологического характера и их воплощения при формулировке и реализации принципов измерения и интерпретации способности предприятия к текущему и долгосрочному выживанию.

Прежде всего необходимо определить место конкурентоспособности предприятия в системе его целей. Обеспечение, сохранение и рост конкурентоспособности предприятия – важнейшие, но не исчерпывающие его цели. Цели предприятия с ориентиром на весь жизненный цикл или жизненный путь не могут сводиться только к выживанию социально-экономической системы, средством которого является конкурентоспособность предприятия. Предприятие должно не только выживать, но и развиваться. Только при этих условиях оно способно сопротивляться неблагоприятным внешним и внутренним обстоятельствам.

Как отмечает Е.П. Кочетков, сопротивляемость организации – это способность противостоять разрушению ее бизнеса в результате действия негативных факторов внутренней и внешней среды. В силу этого, по его мнению,

внешняя составляющая финансово-экономической устойчивости показывает степень зависимости от заемного капитала. На нее оказывают влияние ликвидность и платежеспособность, рентабельность и деловая активность. Внутренняя составляющая отражает возможность погашения обязательств, так как она соотносит активы и пассивы между собой [5, с. 44]. На наш взгляд, если исследовать не финансово-экономическую (финансовую), а экономическую устойчивость, то содержание внешней и внутренней устойчивости следует трактовать по-иному. Внешняя сопротивляемость означает способность погашать обязательства предприятия перед внешними стейкхолдерами, а внутренняя сопротивляемость – способность преодолевать неблагоприятные факторы, препятствующие простому и расширенному воспроизводству предприятия.

Конкурентоспособность предприятия является важнейшим, но не единственным средством обеспечения его внешней и внутренней сопротивляемости. Необходимость внешней и внутренней сопротивляемости существует и в условиях отсутствия или низкого уровня конкуренции (занятие своей ниши на рынке, монопольное или олигопольное положение на рынке). В то же время в условиях интенсивной конкуренции сильнейшие промышленные предприятия на стадиях антикризисного и бескризисного развития ставят и другие стратегические цели – рост стоимости предприятия, подъем инновационной активности, формирование сильного бренда предприятия, увеличение уровня лояльности потребителей, повышение качества трудовой жизни персонала.

Конкурентоспособность предприятия должна быть подразделена на текущую и стратегическую конкурентоспособность не только по длительности необходимого времени для формирования ведущей или средней конкурентной позиции, но, прежде всего, с точки зрения значимости для долговременного существования предприятия. Следует понимать, что не только текущая, но и стратегическая конкурентоспособность может быть оценена в любой момент времени.

Цели предприятия включают как цели выживания, так и цели развития (экономические, социальные, экологические). Между целями

выживания и развития существуют не только различия, но и связи и пересечения. Без выживания невозможно дальнейшее развитие предприятия, так же как без определенного уровня развития затруднительно его выживание. Стратегическую конкурентоспособность необходимо рассматривать как инструмент долгосрочного выживания.

Цели развития предприятия относительно автономны по сравнению с целями выживания. Развитие необходимо для роста экономической эффективности деятельности и стоимости предприятия.

В целях исследования можно предложить следующие классификации видов конкурентоспособности предприятия.

По признаку «время» следует различать фактическую (реальную) и прогнозную конкурентоспособность предприятия. По признаку «уровень развития» конкурентоспособность предприятия подразделяется на неприемлемую, недопустимую, приемлемую, допустимую, посредственную, предпочтительную и потенциальную стандартную (нормативную). Также следует использовать понятие «ожидаемая (прогнозная) конкурентоспособность предприятия», которая может быть отнесена в зависимости от результатов прогнозирования к любому из вышеперечисленных уровней развития.

По признаку «значимость для предприятия» выделяется стратегическая, тактическая и оперативная конкурентоспособность. Если предприятие является стратегически конкурентоспособным, то оно одновременно занимает устойчивую конкурентную позицию и обеспечивает рост своего экономического потенциала в течение стратегического периода времени (от 2 до 5 лет). Предприятие, конкурентоспособное в тактическом отношении, занимает относительно устойчивую конкурентную позицию и сохраняет сложившийся уровень экономического потенциала в течение года. Предприятие, конкурентоспособное в оперативном отношении, занимает высокую или среднюю конкурентоспособную позицию внутри года (квартал, месяц).

В то же время стратегическую конкурентоспособность предприятия целесообразно подразделить на стратегическую конкурентоспо-

собность на основе эффективного функционирования и стратегическую конкурентоспособность на основе эффективного развития.

Важно определить соотношение понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентная позиция». Ю.Б. Рубин считает, что некорректно использовать понятие «конкурентная позиция». Справедливо полагая, что о конкурентной позиции судят по доле на рынке определенного уровня (местного, национального, международного), он обращает внимание на то, что «размер доли рынка субъектов предпринимательства» никогда не складывается в результате механического суммирования соответствующих долей рынка по направлениям и предметам деятельности». В то же время Ю.Б. Рубин рассматривает эти доли на рынках как интегральные, а не частные оценки конкурентных позиций предприятия [6, с. 127–128]. Данный взгляд, по-видимому, обусловлен традициями в оценке конкурентной позиции предприятия на основе сравнительного анализа. Так, А.И. Пригожин определяет место предприятия среди конкурентов, используя меняющуюся систему частных показателей [7, с. 457, 462]. Очевидно, что автор ставит в один ряд несопоставимые показатели – наряду с долей на рынке и ее динамикой присутствует большое количество показателей-факторов, что неизбежно ведет к дублированию составляющих интегрального показателя конкурентной позиции и искажению его величины. Не исправляет ситуацию учет весов частных показателей (методики И.В. Максимовой [8], А.А. Чурсина [9], Е.В. Белоноговой, Т.И. Берг и А.В. Чураевой [10], модели комплекса маркетинга «4 Р», «6 Р», «7 Р» и «12 Р» [11]).

В методологическом отношении также важно разделение конкурентоспособности предприятия на фактическую и потенциальную конкурентоспособность. Нельзя согласиться с С.П. Бараненко и В.В. Шеметовым в том, что отношение между конкурентоспособностью предприятия и конкуренцией есть отношение его потенциала и его использования, конкурентоспособность – потенциальное качество предприятия [1, с. 26, 28]. Такой теоретический подход представляется узким.

Если рассматривать стратегическую конкурентоспособность в контексте инструмента

обеспечения долгосрочного выживания и устойчивого развития, то комплексная оценка ее уровня, по нашему мнению, должна исходить из изменения рыночной доли предприятия как результирующего индикатора влияния разнообразных факторов способности компании конкурировать на рынках.

Корректное измерение прогнозной (ожидаемой и потенциальной) конкурентоспособности предприятия невозможно без системного представления о факторах ее формирования, взаимосвязях этих факторов в текущей и стратегической ситуации. При этом необходимо видеть многоуровневость факторов конкурентоспособности предприятия. Представляется ошибочным подход И.В. Головина к построению интегрального показателя конкурентоспособности, составляющими которого являются результаты оценки стратегических факторов успеха и результаты оценки степени удовлетворенности потребителей [12]. Конкурентоспособность предприятия должна оцениваться через призму удовлетворенности и вовлеченности потребителей, а стратегические факторы успеха нужно рассматривать и изучать как силы влияния на конкурентную позицию (конкурентоспособность предприятия).

Для перевода факторов в ожидаемую или потенциальную долю на рынке необходимы исследования по установлению зависимости между удовлетворенностью потребителей и их вовлеченностью в деятельность предприятия с одной стороны и ожидаемой или потенциальной конкурентной позицией предприятия с другой. Б. Марр, опираясь на исследование центра Гэллапа, определяет полностью вовлеченных клиентов как эмоционально привязанных, сознательно лояльных и наиболее ценных для организации [13, С. 122].

При исследовании удовлетворенности и вовлеченности потребителей определяется конкурентоспособность продукции предприятия с учетом восприятия как ее характеристик (качество товаров, цена, ассортимент), так и деловой репутации предприятия (качество и скорость обслуживания при продажах, качество клиентской базы, качество сервиса и степень его доступности, устойчивость предприятия).

Затем необходимо перейти на следующий уровень исследования и изучить связь между

конкурентоспособностью продукции (результативный признак) и комплексом технических, организационно-управленческих, экономических, маркетинговых, трудовых, социальных, экологических и цифровых факторов. В процессе прогнозирования и оценки наличного и будущего потенциалов конкурентоспособности предприятия в современных условиях чрезвычайно важно учесть качество логистики и управления цепями поставок. В решении этой задачи помощь могут оказать работы Й. Берга [14], Г. Ричардса и С. Гринстед [15].

Показатель доли на рынке выполняет двойственную роль – он не только характеризует конкурентную позицию предприятия, но и в виде фактической (базисной) доли является фактором низового (третьего) порядка, влияющим на цены предприятия как непосредственно, так и опосредованно через воздействие на поведение текущих затрат.

Следует отметить, что между долей на рынке и прибылью предприятия существуют сложные взаимосвязи. В условиях ценовой и смешанной конкуренции (ценовой – неценовой) максимизация текущей доли на рынке обеспечивается за счет понижения прибыльности (вплоть до использования демпинга – продажи товаров и услуг ниже себестоимости). Очевидно, что в определенных ситуациях предприятие вынуждено предлагать потребителям товары и услуги по ценам ниже, чем у конкурентов, нести дополнительные затраты для привлечения новых клиентов и формирования базы постоянных покупателей. Однако оно не должно выходить за «красные линии», подвергая риску свое выживание на рынке. В условиях инфляционной экономики при отсутствии чистой прибыли предприятие не способно осуществить не только расширенное, но и простое воспроизводство. Таким образом, предприятие вынуждено балансировать между удовлетворением запросов потребителей и удовлетворительным или предпочтительным размерами прибыли.

Широко известно мнение П. Друкера о предназначении бизнеса – создание клиента [16]. Л. Шерман квалифицирует эту позицию как узкую. Любая компания в состоянии привлечь клиентов, установив на свои товары и услуги заведомо низкие цены (или в край-

нем случае раздавая их бесплатно). Поэтому он уточняет формулировку П. Друкера, считая, что предназначение бизнеса – создавать и удерживать удовлетворенного клиента с прибылью для компании [17, с. 100–101].

Достижение удовлетворительного размера чистой прибыли и ее дальнейший рост до предпочтительного (максимально возможного размера в условиях неопределенности) – важнейшая цель предприятия. В долгосрочной перспективе желательно придание этому росту характеристики устойчивости.

Не целесообразно противопоставлять устойчивое и временное конкурентные преимущества предприятия [18]. Данное положение нуждается в уточнении. Устойчивое конкурентное преимущество предприятия возможно, но в результате последовательной смены временных конкурентных преимуществ (при допустимости временного отставания от ведущих конкурентов). Данные устойчивые конкурентные преимущества должны иметь непосредственную связь с показателем стратегических долей предприятия на рынке. При этом рынок рассматривается укрупненно (консолидированно) и может включать локальный, внутренний национальный и зарубежные рынки. Под стратегической долей предприятия на рынке следует понимать удельный вес продаж предприятия по товарной категории на рынке, сохраняющийся в течение длительного времени при допустимых негативных вариациях и позволяющий предприятию в сочетании с аналогичными долями по другим товарным категориям занимать устойчивую конкурентную позицию.

Занятие стратегической доли на рынке под силу только конкурентоспособным и экономически эффективным промышленным предприятиям. Только они могут расти и развиваться в условиях экономического кризиса и в условиях экономического роста. В то же время значительная часть промышленных предприятий независимо от размера, возраста, организационно-правовой формы в стратегической перспективе являются экономически неустойчивыми.

Наряду с достижением стратегических долей на рынке следует ставить и другую стратегическую цель – сохранение стратегических

уровней прибыли (стратегического уровня прибыли в проекции выживания предприятия и стратегического уровня прибыли в проекции развития предприятия).

Для выживания и развития компании стратегическая доля на рынке и стратегическая прибыль нуждаются в балансировании между собой. Стратегические доли на рынке и разновидности стратегической прибыли должны быть обоснованы путем определения экономического потенциала предприятия.

Авторы данной статьи шли к созданию методики измерения экономического потенциала предприятия или его отдельных составляющих разными путями.

Р.С. Ибрагимовой и Д.С. Головкиным сформирована концепция экономического потенциала предприятия, учитывающая 6 основных элементов (инновационный, производственный, трудовой, финансовый, маркетинговый и организационно-управленческий) и 3 аспекта управления (ресурсы, возможности и компетенции), а также обеспечивающая долговременное функционирование, развитие и достижение стратегических целей. Классификация видов экономического потенциала представляется обоснованной и полезной как в теоретическом, так и в практическом отношении. Несомненный интерес вызывает рассмотрение структуры частных видов экономического потенциала как единства ресурсов, компетенций и возможностей. По своей сути компетенции характеризуют экономическую эффективность использования ресурсов на предпочтительном или оптимальном уровне, возможности – резервы роста экономической эффективности и конкурентоспособности предприятия. Авторы данной концепции разработали сбалансированную систему показателей для целей управления экономическим потенциалом предприятия и повышения его конкурентоспособности [19].

А.С. Лифшиц в основу измерения и оценки производственного и коммерческого потенциала предприятия положил синтез ресурсно-целевого и результатного (целевого) подходов [20]. В рамках реализации ресурсно-целевого подхода по критерию «значимость влияния на реализацию цели» различаются критические факторы и ограничения.

**Методы и результаты прогнозирования производственного и коммерческого потенциала  
ООО «Профессионал» на 2024 г.**

№ п/п	Целевые показатели	Вид целевого показателя	Метод оценки потенциала	Параметры детерминистско-лимитирующего метода		Значение потенциала, тыс. руб.
				критический фактор	узкие места	
Производственный потенциал						
1	Увеличение выпуска продукции в натуральном выражении: ковши для отечественного рынка; кузова для карьерных самосвалов (рынок РФ)	Условно-пределельный	ЭММАИ ДЛМ	Производственная мощность предприятия	Дефицит рабочих по отдельным профессиям, специальностям, квалификациям	32 424
2	Увеличение выпуска продукции в натуральном выражении: ковши для зарубежного рынка; кузова для карьерных самосвалов (зарубежный рынок)	Условно-пределельный	ЭММАИ ДЛМ	Производственная мощность предприятия	Дефицит рабочих по отдельным профессиям, специальностям, квалификациям	27 547
3	Снижение выпуска бракованной продукции	Постоянный	ДЛМ	Качество стали	Техническое состояние оборудования на отдельных участках производства	4836,7
4	Прирост выпуска продукции мирового уровня	Постоянный	ДЛМ	Наличие легированной стали с особыми свойствами	Дефицит высококвалифицированных рабочих и инженеров; барьеры для входа на зарубежные рынки	28 426
5	Экономия стали	Условно-постоянный	ДЛМ	Новые технологии и конструкторские решения	—	6615
6	Снижение удельных энергозатрат	Постоянный	Учетный	—	—	27 409
Итого производственный потенциал:						98 831,7
Коммерческий потенциал						
7	Увеличение объема реализованной продукции	Постоянный	ЭММАИ ДЛМ	—	—	62 771
8	Снижение дебиторской задолженности	Постоянный	Учетный	—	—	2597,3
Итого коммерческий потенциал:						65 368,3
Условные обозначения: ЭММАИ — экономическая модификация метода анализа иерархий; ДЛМ — детерминистско-лимитирующий метод.						



Критические факторы – ресурсы, механизмы и процессы, определяющие возможность реализации конкретной цели. Если критический фактор позитивный, то при его отсутствии реализация цели невозможна, а если негативный, то – при его наличии. В отличие от критических факторов ограничения только сдерживают реализацию целей.

Подходы А.С. Лифшица, Р.С. Ибрагимовой и Д.С. Головкина могут быть синтезированы. Компетенции и возможности без особых затруднений могут быть рассмотрены в рамках критических факторов и ограничений при четком фокусировании на максимально возможной степени достижения целей, что отражает сущность экономического потенциала.

В таблице приведены результаты прикладной апробации комплекса методов (включающего детерминистско-лимитирующий метод, экономическую модификацию метода анализа иерархий и учетный метод) для прогнозирования целевых показателей производственного и коммерческого потенциалов машиностроительной компании ООО «Профессионал» на 2024 г.

При измерении производственного потенциала 2024 г. определены потенциальные приросты продаж вследствие производства ковшей, кузовов для самосвалов и других видов продукции и услуг. Потенциальные приросты продаж сгруппированы в разрезе отечественного и зарубежного рынков. В качестве базы для расчета приростов продаж и прибыли предприятия выбран 2021 г. Потенциальный прирост продаж на отечественном рынке от производства продукции (оказания услуг) составил 117 753 тыс. руб. (14,7%). Потенциальный прирост продаж на зарубежных рынках от производства экспортной продукции равен 103 148 тыс. руб. (8,6%). Интегральный потенциальный прирост прибыли на отечественном и зарубежных рынках определен в размере 59 971 тыс. руб. (25%).

Прогноз потенциального прироста продаж и прибыли учитывает сложности работы на зарубежных рынках в условиях проведения специальной военной операции в Украине. После 24 февраля 2022 г. два крупнейших производителя строительной техники – американская компания Caterpillar и япон-

ская компания Komatsu приостановили поставки продукции в Россию (спецтехника и запчасти) и местное производство (г. Тосно Ленинградской области и г. Ярославль). В результате уровень конкурентной борьбы и искусственные барьеры для продаж навесного оборудования и кузовов для карьерных самосвалов значительно выросли. ООО «Профессионал» в связи с этим имеет и будет иметь финансовые потери, которые лишь частично будут компенсированы активностью на внутреннем рынке.

Несмотря на возможности поддержания стратегической доли на рынке (в пределах 20–22%), предприятие не в состоянии обеспечить стратегический уровень прибыли, необходимый для ускоренного развития.

Проведенные расчеты показали дефицит текущей прибыли и амортизационного фонда ООО «Профессионал» на цели развития (обновление оборудования при темпе замены – 20% в год и передовой норме затрат на исследования и разработки – 3% в год) за период 2022–2024 гг. в размере 243,75 млн руб. Размер дефицита определен с учетом необходимости использования части прибыли на компенсацию ущерба от опережающего роста цен на материалы и оборудование по сравнению с ростом цен на готовую продукцию и товары для перепродажи. Покрытие дефицита текущей прибыли возможно за счет нераспределенной прибыли предприятия (по данным финансовой отчетности ООО «Профессионал», размер нераспределенной прибыли на 31 декабря 2021 г. составлял 955,46 млн руб.). Такая ситуация свидетельствует об ограниченных возможностях предприятия в области корпоративной социальной ответственности. Тем не менее по результатам оценки дефицита средств можно констатировать отсутствие явного финансового кризиса. Однако существует риск перейти от стадии антикризисного развития (этап медленного развития) к формирующемуся предкризисному развитию.

### Обсуждение

Проведенное исследование показало необходимость баланса показателей стратегических долей на рынках и стратегической прибыли для выживания и развития предприятия.

Теоретические и методические предпосылки для решения этой важнейшей научно-практической задачи раскрыты в данной статье.

Между тем многочисленные методики оценки конкурентоспособности предприятия не в состоянии обосновать и определить не только стратегическую, но и текущую конкурентоспособность предприятия из-за отсутствия четкого представления о ее видах и уровнях, критериях и факторах, возможностях измерения потенциала конкурентоспособности предприятия.

Количественно-качественное обоснование стратегической устойчивости предприятий на основе показателей стратегических долей на рынке и стратегической прибыли с учетом взаимосвязанных и взаимообусловленных факторов конкурентоспособности рассматривается нами как направление будущих исследований и совершенствования оценочного инструментария степени достижения главных целей промышленного предприятия – выживания и развития.

### **Заключение**

Обеспечение стратегической конкурентоспособности предприятия тождественно достижению цели его выживания в долгосрочной перспективе. В силу этого исследование конкурентоспособности предприятия должно ве-

стись совместно с изучением его жизненного цикла (жизненного пути).

Вместе с тем при всей своей весомости обеспечение стратегической конкурентоспособности не в состоянии охватить весь процесс и результаты развития предприятия. К стратегическим целям предприятия относятся не только достижение стратегической конкурентоспособности, но и рост его стоимости, повышение качества трудовой жизни персонала.

Критерием стратегической конкурентоспособности предприятия является вектор долей на рынках, позволяющий решить задачу выживания предприятия на разных стадиях его жизненного цикла.

Стратегическая экономическая устойчивость предприятия может быть обеспечена только при высоком уровне потенциала конкурентоспособности предприятия и высоком уровне потенциала роста прибыли предприятия (а в определенных стратегических ситуациях и при эффективном формировании и использовании иных внутренних и внешних источников финансирования).

При оценке потенциалов стратегических долей на рынках и потенциалов роста прибыли на микроэкономическом уровне национальной экономики целесообразен совместный учет критических факторов и ограничений, компетенций и возможностей предприятия.

### **Список источников**

1. Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. Москва : Центрполиграф, 2004. 493 с.
2. Управление устойчивым развитием / под ред. А.В. Трачука. Санкт-Петербург : Реальная экономика, 2015. 480 с.
3. Бобрышев А.Д., Тумин В.М., Витушкина М.Г. Мониторинг устойчивости предприятий с длительным производственным циклом : монография. Москва : Инфра-М, 2021. 201 с.
4. Саати Т.Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях. Аналитические сети : пер. с англ. 4-е изд. Москва : Ленанд, 2015. 360 с.
5. Кочетков Е.П. Трансформация антикризисного управления в условиях цифровой экономики: обеспечение финансово-экономической устойчивости высокотехнологичного бизнеса : монография. Москва : Проспект, 2020. 328 с.
6. Рубин Ю.Б. Конкурентные позиции участников рынка в конкурентной среде // Современная конкуренция. 2014. № 2 (44). С. 121–143.
7. Пригожин А.И. Методы развития организаций. Организации: природа (цели, стадии развития, патологии). Профессии консультанта по управлению. Организационная диагностика. Методы выработки решений. Управленческое консультирование нововведений. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Ленанд, 2017. 848 с.
8. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. 1996. № 3. С. 33–39.

9. Чурсин А.А. Теоретические основы управления конкурентоспособностью. Теория и практика : монография. Москва : Спектр, 2012. 521 с.

10. Белоногова Е.В., Берг Т.И., Чураева А.В. Методика оценки конкурентоспособности торговых предприятий // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2022. № 7 (23). С. 19–32.

11. Васильева А.В. Методики оценки конкурентоспособности предприятия : учеб.-метод. пособие / Амурский государственный университет. Благовещенск : Изд-во АмГУ, 2013. 114 с.

12. Головин И.В. Карта конкуренции // Практический маркетинг. 2004. № 5. С. 26–34.

13. Марр Б. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер / пер. с англ. А.В. Шаврина. 4-е изд. Москва : Лаборатория знаний, 2019. 340 с.

14. Ван ден Берг Й.П. Склад как конкурентное преимущество : пер. с англ. Москва : Интеллектуальная литература, 2020. 343 с.

15. Ричард Г., Гринстед С. Инструментарий логистики и управления цепями поставок: более 100 инструментов для управления цепями поставок, транспортом, складированием и запасами : пер. с англ. Москва : Интеллектуальная литература, 2020. 376 с.

16. Друкер П. Практика менеджмента : пер. с англ. Москва : Вильямс, 2003. 398 с.

17. Шерман Л. Пока псы лают, коты побеждают: Менеджмент без догм : пер. с англ. Москва : Альпина Паблишер, 2020. 400 с.

18. Макграт Р.Г. Конец конкурентного преимущества / пер. с англ. В.Н. Егорова. Москва : Лаборатория знаний, 2018. 248 с.

19. Ибрагимова Р.С., Головкин Д.С. Экономический потенциал как концепция стратегического управления промышленным предприятием // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2022. Т. 17, № 4. С. 474–486. doi:10.17072/1994-9960-2022-4-474-486.

20. Лифшиц А.С. Оценка производственного и коммерческого потенциалов промышленного предприятия // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2016. № 3 (47). С. 115–123.

#### References

1. Baranenko S.P., Shemetov V.V. Strategic stability of the enterprise. Moscow : Tsentrpoligraf, 2004. 493 p.

2. Sustainable development management / ed. by A.V. Trachuk. St. Petersburg : Real Economy, 2015. 480 p.

3. Bobryshev A.D., Tumin V.M., Vitushkina M.G. Monitoring the sustainability of enterprises with a long production cycle : monograph. Moscow : Infra-M, 2021. 201 p.

4. Saati T.L. Decision-making with dependencies and feedbacks. Analytical networks : translated from English. 4th ed. Moscow : Lenand, 2015. 360 p.

5. Kochetkov E.P. Transformation of anti-crisis management in the digital economy: ensuring financial and economic stability of high-tech business : monograph. Moscow : Prospect, 2020. 328 p.

6. Rubin Yu.B. Competitive positions of market participants in a competitive environment // Modern competition. 2014. No. 2 (44). Pp. 121–143.

7. Prigozhin A.I. Methods of development of organizations. Organizations: nature (goals, stages of development, pathology). Management consultant professions. Organizational diagnostics. Methods of decision-making. Management consulting of innovations. 2nd ed., reprint. and add. Moscow : Lenand, 2017. 848 p.

8. Maksimova I.V. Assessment of the competitiveness of an industrial enterprise // Marketing. 1996. No. 3. Pp. 33–39.

9. Chursin A.A. Theoretical foundations of competitiveness management. Theory and practice : monograph. Moscow : Spectrum, 2012. 521 p.

10. Belonogova E.V., Berg T.I., Churaeva A.V. Methodology for assessing the competitiveness of trade enterprises // Vestnik of Samara State University of Economics. 2022. No. 7 (23). Pp. 19–32.

11. Vasilyeva A.V. Methods of assessing the competitiveness of an enterprise : educational and methodological manual / Amur State University. Blagoveshchensk : Publishing House of AmSU, 2013. 114 p.

12. Golovin I.V. Competition map // Practical marketing. 2004. No. 5. Pp. 26–34.

13. Marr B. Key performance indicators. 75 indicators that every manager should know / translated from the English by A.V. Shavrin. 4th ed. Moscow : Laboratory of Knowledge, 2019. 340 p.

14. Van den Berg J.P. Warehouse as a competitive advantage : translated from English. Moscow : Intellectual Literature, 2020. 343 p.
15. Richard G., Grinstead S. The logistics and supply chain toolkit: over 100 tools and guides for supply chain, transport, warehousing and inventory management : translated from English. Moscow : Intellectual Literature, 2020. 376 p.
16. Drucker P. Management practice : translated from English. Moscow : Williams, 2003. 398 p.
17. Sherman L. While dogs bark, cats win: Management without dogmas : translated from English. Moscow : Alpina Publisher, 2020. 400 p.
18. McGrath R.G. The end of competitive advantage / translated from the English by V.N. Egorov. Moscow : Laboratory of Knowledge, 2018. 248 p.
19. Ibragimova R.S., Golovkin D.S. Economic potential as a concept of strategic management of an industrial enterprise // Perm University Herald. Economy. 2022. Vol. 17, No. 4. Pp. 474–486. doi:10.17072/1994-9960-2022-4-474-486.
20. Lifshits A.S. Assessment of production and commercial potentials of an industrial enterprise // Modern high-tech technologies. Regional application. 2016. No. 3 (47). Pp. 115–123.

#### **Информация об авторах**

А.С. Лифшиц – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента Ивановского государственного университета;

Р.С. Ибрагимова – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства Ивановского государственного университета.

#### **Information about the authors**

A.S. Lifshits – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management of Ivanovo State University;

R.S. Ibragimova – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship of Ivanovo State University.

Статья поступила в редакцию 25.02.2023; одобрена после рецензирования 13.03.2023; принята к публикации 31.07.2023.

The article was submitted 25.02.2023; approved after reviewing 13.03.2023; accepted for publication 31.07.2023.