

Чжун Юань

магистрант, 38.04.02
ИСГО МПГУ, Москва, Россия

Чжао Синь

магистрант, 38.04.02
ИСГО МПГУ, Москва, Россия

Пэн Яньжу

магистрант, 38.04.02
ИСГО МПГУ, Москва, Россия

Чжан Кай

магистрант, 38.04.02
ИСГО МПГУ, Москва, Россия

Нин Цзыцин

магистрант, 38.04.02
ИСГО МПГУ, Москва, Россия

Хань Юй

магистрант, 38.04.02
ИСГО МПГУ, Москва, Россия

ПОТЕНЦИАЛ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ

Potential and directions of spatial development of an international company

Ключевые слова: *пространственное развитие; потенциал; компоненты; ограничения; переменные.*

Keywords: *spatial development; potential; Components; limits; variables.*

Аннотация. Многие международные компании в условиях пандемии ищут новые направления, стратегии количественного роста и качественного развития. Авторы статьи исследуют потенциал пространственного развития компаний на имеющихся и новых, в том числе иностранных, рынках. В статье предложена новая дефиниция потенциала пространственного развития, формирующая основу для моделирования этого процесса. Авторы исследуют систему ограничений, внешних и внутренних переменных процесса пространственного развития, выявляют эндогенные приоритеты подсистем управления.

Abstract. In the face of a pandemic, many international companies are looking for new directions, strategies for quantitative growth and qualitative development. The authors of the article investigate the potential for spatial development of companies in existing and new, including foreign, markets. The article proposes a new definition of the potential for spatial development, which forms the basis for modeling this process. The authors investigate the system of constraints, external and internal variables of the process of spatial development, identify the endogenous priorities of control subsystems.

В сложных условиях пандемии международные компании стремятся, с одной стороны, уменьшить риски функционирования, с другой – найти новые варианты и стратегии своего развития [1].

Одним из вариантов роста является пространственное развитие компании.

Ограниченность платежеспособного спроса на освоенных компанией рынках приводит к обострению ценовой конкуренции, в то время как выход на новый иностранный рынок, хотя и сопряжен с серьезными усилиями, способен масштабировать производственный или торговый бизнес.

Позиция авторов этого доклада состоит в том, что процесс пространственного развития затрагивает не только новые, но и старые рынки, на которых компания уже работает (рис.1).

Рисунок 1 – Направления пространственного развития компании на прежних и новых рынках.

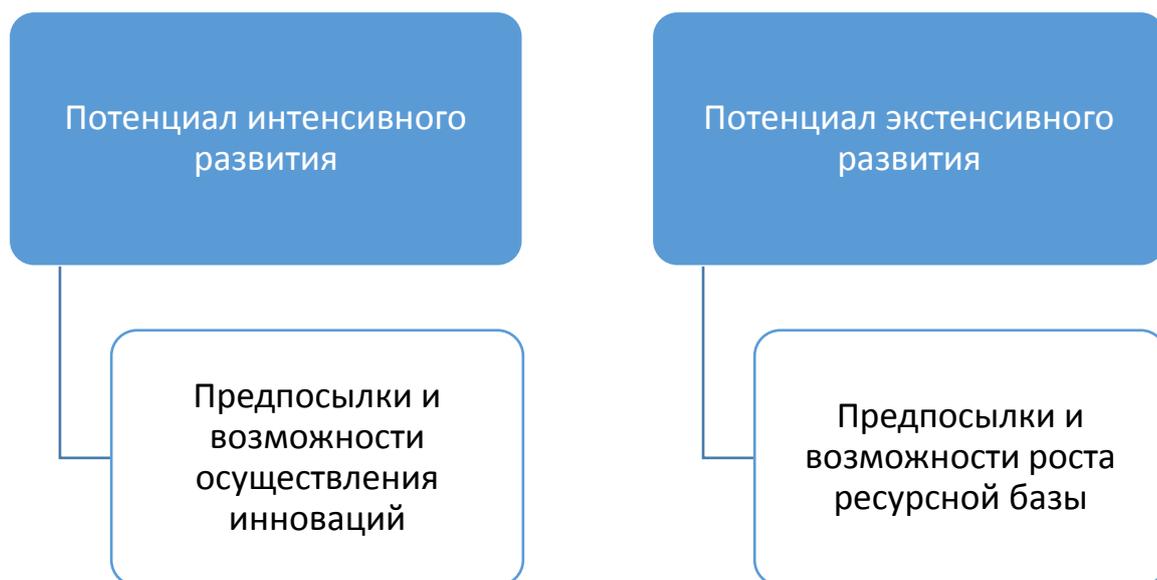


(Разработано авторами)

Направления пространственного развития компании на прежних рынках в основном связаны с экстенсивным ростом бизнес-единиц компании и логистических центров [2]. Такой рост способен повысить долю рынка компании, однако требует инвестиций, которые не всегда доступны в условиях экономической стагнации.

Если инвестиционные источники компании скудны, остается вариант инновационного развития – интенсификации маркетинга, сбыта, продаж, за счет новых управленческих методов, технологий, цифровых платформ на существующем рынке, и при неизменном составе целевой аудитории компании.

Рисунок 2. – Потенциал интенсивного и экстенсивного развития компании



Диверсификация деятельности, как и выход на новые для компании локальные и национальные рынки, способны минимизировать ее риски (в том числе операционный и кредитный), и приобрести новый импульс развития.

Мы акцентируем два направления пространственного развития на новых рынках: а) проникновение на новые локальные рынки внутри страны происхождения компании, б) экспансия на новые иностранные рынки.

Среди специфических для международной компании ограничений развития целесообразно выделить барьеры входа в новый рынок, и барьеры вывода капитала из страны (для инвестиций за рубежом).

Рисунок 3. – Ресурсная база и потенциал развития с позиций управления



(Разработано авторами)

Важную роль в структуре ограничений играет консерватизм систем управления, кадров, которые не способны обеспечить необходимую гибкость для новых проектов территориальной экспансии [3]. В то время как это важная характеристика степени (и даже императив) адаптивности существующей системы управления.

Важные внутренние ограничения, которые следует учесть при формировании модели: ресурсная база; низкий уровень развития внутрифирменных институтов, слабость управленческих технологий для решения новых задач.

Потенциал пространственного развития международной компании, помимо системы ограничений, обусловлен внешними и внутренними резервами.

В числе таких резервов следует выделить наличие свободных средств для инвестиций, и/или возможностей привлечения капитала по удовлетворительной цене; кадровый и интеллектуальный потенциал для новых проектов; наличие тиражируемых технологий / бизнес-моделей, для масштабирования бизнеса.

Следует отметить диалектический характер такой взаимосвязи: чем выше достигнутая степень использования ресурсов, компании, тем меньше ее потенциал, и наоборот. Это означает, что компании с низкой степенью использования технологических мощностей (продуктивностью факторов производства) располагают большими внутренними резервами роста. Но с позиций менеджмента эта зависимость выглядит иначе: если компания не способна обеспечить высокую продуктивность использования имеющихся ресурсов, то вряд ли она может претендовать на успех новых проектов пространственного развития.

Мы предлагаем следующую дефиницию. *Потенциал пространственного развития компании – это совокупность ограничений и переменных (условий, резервов, барьеров, ресурсов), обуславливающих возможности и темпы ее экстенсивного и интензивного роста на прежних и новых рынках.*

Такой подход представляется нам потенциально плодотворным, так он позволяет формировать и практически использовать прикладные модели развития компании.

Управленческий приоритет в условиях сложной и подвижной среды, на наш взгляд, должен принадлежать эндогенным переменным, поддающимся управленческим воздействиям внутри компании (рис.4). Внешние ограничения и переменные следует адекватно оценивать (в том числе количественно) – но изменить их компания не в состоянии, может только приспособливаться – с разной степенью успеха.

Рисунок 4 – Эндогенные компоненты потенциала развития международной компании



(Разработано авторами)

Мы предлагаем исследовать два ряда компонентов потенциала пространственного развития компании: функциональные и организационно-управленческие, в их взаимосвязи.

В частности, производственный (шире – операционный) и финансовый потенциал компании, безусловно, следует отнести к функциональным компонентам, которые нуждаются в управлении по обособленной технологической цепочке.

Кадровый (человеческий) и маркетинговый потенциал во многом интегрируют функциональную и организационно-управленческую «цепочку», обеспечивая синергетический эффект.

Среди компонентов организационно-управленческого характера особую важность в деле пространственного развития компании имеют формальные институты (оргструктура, нормативные акты, и т.п.). Именно они определяют силу и действенность подсистемы управления в целом.

Нельзя недооценивать роль коммуникаций и координации. Если связи между структурами, работниками налажены слабо, функция координации деятельности, управленческих решений срывается с опозданием, неэффективно – весь потенциал развития компании может оказаться избыточным.

Это справедливо и в отношении неформальных институтов. Их роль, как и роль корпоративной культуры, с позиций укрепления экономического потенциала развития компании зачастую недооценивается, хотя консерватизм и неповоротливость подсистемы управления преимущественно определяют именно они.

Рассмотренные компоненты потенциала пространственного развития компании служат базой для выработки соответствующих процедур. Подобный

алгоритм включает в себя разработку и утверждение стратегии развития рынков; отбор новых рынков и тайминг входа; выбор способа входа в рынок, реализацию конкретных инвестиционных проектов. Это будет предметом следующего этапа нашего исследования.

1.Игумнов О.А. Международная экономическая интеграция: теоретические аспекты // Пространственная экономика: проблемы региональных экономических объединений : Материалы XIII Международной научной конференции – Москва : МПГУ, 2015. – С.27-49

2.Платонова Е.Д. Об общенаучных подходах к исследованию конкуренции и конкурентных отношений // Современная конкуренция, 2007. №4. С.104-113.

3.Современное предпринимательство в инновационной экономике: теория и практика (монография). М.: Издательство «Перо», 2015. – 330 с. Под ред. М.А.Эскиндарова.