

**КУЛЬТУРА БЕЗОПАСНОСТИ И
СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
ТЕРРИТОРИЙ РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ
АТОМНОЙ ОТРАСЛИ**

УДК 338.24 : 351.862.6

**ФОРМИРОВАНИЕ РЕЛЯЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КАК ФАКТОР
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
АТОМНОЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ Г. ВОЛГОДОНСКА)**

© 2020 М.В. Головки*, А.Н. Сетраков**, Ж.С. Рогачева***, А.В. Анцибор***

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ», Краснодар, Россия*

***Волгодонский филиал ФГКОУ ВО «Ростовский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации, Волгодонск, Ростовская обл., Россия*

****Волгодонский инженерно-технический институт – филиал Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ», Волгодонск, Ростовская обл., Россия*

В данной статье рассматриваются преимущества разработки и реализации реляционной стратегии промышленными предприятиями. Реляцию авторы трактуют как необходимую в современных условиях «соконкурентность». Это дает возможность добиваться долгосрочных преимуществ как хозяйствующим субъектам, испытывающим дефицит какого-либо вида ресурсов, так и тем, кто занимает достаточно устойчивые позиции на рынке. Приведены отдельные результаты апробации авторской методики на примере предприятий г. Волгодонска, производящих продукцию для сферы энергетического машиностроения, но не входящим в контур ГК «Росатом».

Ключевые слова: реляционная стратегия, промышленные предприятия, атомная отрасль, экономическая эффективность, альянс, соконкурентность.

Поступила в редакцию 01.09.2020

После доработки 03.09. 2020

Принята к публикации 07.09.2020

Турбулентность внешней среды, ужесточение конкуренции, территориальные диспропорции и смена национальных приоритетов предъявляют повышенные требования к стратегическому планированию деятельности промышленных предприятий. Развитие экономического потенциала отдельного экономического субъекта зависит уже не столько от способности побеждать в конкурентной борьбе, сколько от правильно выбранной стратегии взаимодействия и сотрудничества с основными конкурентами. В современной экономической теории эти процессы трактуются как «соконкурентность», «предпринимательские экосистемы» [1-3]. Интеграционные процессы всегда обладают достаточно серьезным потенциалом укрепления рыночных позиций их участников, что отмечается многими учеными и экспертами, в частности, Г. Клейнером [4], хотя и предполагают наличие некоторых рисков, связанных с потерей самостоятельности и независимости. Достаточно часто для снижения неопределенности внешней среды, например, при отсутствии возможности самостоятельного привлечения дополнительных активов, предприятия используют реляционные стратегии, предполагающие формирование взаимовыгодных отношений с участниками реляционного пространства [5, 6].

Реляционные взаимодействия направлены на формирование кооперационных хозяйственных связей на долгосрочной основе – с поставщиками и потребителями, конкурентами, торговыми посредниками, финансово-кредитными организациями, государственными органами и пр. Их преимуществами являются: получение реляционной ренты [7], формирование специфичной области взаимодействия, характеризующейся большей экономической безопасностью для ее субъектов, снижение затрат и рисков. Подобное «реляционное» пространство предполагает трансформации в стратегии предприятия, в постановке целей, определении задач и т.п. На рисунке 1 представлено сравнение двух видов стратегий – традиционного и нового, «соконкурентного» форматов.

Традиционная стратегия	Факторы / характеристики	Реляционная стратегия
Локальные, ограниченные внутренними ресурсными возможностями предприятия	Конкурентные преимущества, ключевые компетенции	Соконкурентные, интеграционные
Максимизация, высокий риск, нестабильность получения	Прибыль (доходность)	Приемлемая, большая вероятность, стабилизация
Приемлемая	Экономическая безопасность предприятия	Высокая
Мониторинг состояния внешней среды	Неопределенность рынка	Снижение флуктуаций за счет стабилизации конкурентного положения на рынке
Экономическая	Рациональность действий	Инструментальная

Рисунок 1 – Сравнение основных реляционных и традиционных стратегических факторов (авторская разработка) [Comparison of the main relational and traditional strategic factors (authoring)]

Реализация реляционных взаимодействий осуществляется путем создания стратегических альянсов. Принципиальное значение для участников данных альянсов имеет тот факт, что они сохраняют свою самостоятельность, не лишаются активов, не проводят реструктуризацию, не теряют клиентскую базу и не несут аналогичные «сопутствующие» другим формам интеграции риски. Альянс представляет договор между несколькими независимыми компаниями, без образования других организационно-правовых форм [8].

Исследованию преимуществ стратегических альянсов посвящено достаточно много научных публикаций [9-14]. Можно синтезировать на основе их анализа наиболее актуальные преимущества, которые предприятия-участники рассматривают в качестве целевых ориентиров:

– возможность получения доступа к востребованным, но недоступным по различным причинам (как правило, финансовым) ресурсам, к которым можно отнести не только сырьевые товары, различные виды активов, но и организационные,

информационные, человеческие, интеллектуальные (патенты, авторские права, лицензии), кредитные;

– достижение эффекта масштаба, позволяющего обеспечивать снижение себестоимости продукции, расширять емкость потенциального рынка и тем самым повышать уровень конкурентоспособности предприятия;

– синергетический эффект деятельности предприятий, особенно в сфере инноваций;

– минимизация производственных и коммерческих рисков;

– обеспечение большей устойчивости на рынке за счет интеграции, монополизации рынка, возможностей получения заказов от статусных заказчиков, например, государства, расширение рынка сбыта, рост возможности выхода на международные рынки;

– повышение эффективности закупочной деятельности в силу увеличения объемов закупок и получения более низкой цены;

– совершенствование производственного менеджмента за счет ликвидации дублирующих функций, оптимизации численности персонала, централизации таких функций, как маркетинг, сбыт.

В целом выделяют несколько видов стратегических альянсов [9-11]. В рамках данной статьи авторы останавливаются на первом типе, который основан на кооперации одной или нескольких стадий производственного цикла. Специфические особенности организации производства являются базой для выбора и разработки реляционной стратегии. В результате, например, продукция каждого предприятия, участвующего в реляционных отношениях, может отличаться от продукции соконкурентов, но будет содержать одну или несколько общих деталей, узлов, конструкций.

Для решения потенциальных проблем, которые могут быть обусловлены асинхронностью деятельности предприятий – участников альянса, необходимо осуществлять непрерывный мониторинг ситуации и вести переговорную работу. Правильный выбор типа альянса – это выбор наиболее рентабельного проекта взаимодействия. Методика представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Методика выбора типа альянса на основе анализа стратегических факторов (авторская разработка на основе [Methodology for choosing the type of alliance based on the analysis of strategic factors (based on author's development)])

Стратегические задачи (фактор выбора реляции)		Тип альянса				
		Альянс 1		...	Альянс N	
Содержание фактора	Вес, w	Ранг, r (балл)	Оценка $O = r \times w$		Ранг, r (балл)	Оценка $O = r \times w$
Разработка нового продукта	w_1^1	r_1^1	O_1^1		r_1^N	O_1^N
Новые активы	w_2^1	r_2^1	O_2^1		r_2^N	O_2^N
Доступ (доп.) к финансированию	w_3^1	r_3^1	O_3^1		r_3^N	O_3^N
Синергизм деятельности	...	...	...		...	...
Уровень конкуренции	...	...	...		...	...
Уровень обновления технологий	...	...	...		...	...
Расширение масштабов операций	...	...	...		...	...
Неопределённость и риск	...	...	...		...	...
Торговые барьеры	...	...	...		...	...
Емкость реального рынка сбыта	...	...	...		...	...
Емкость потенциального рынка	...	...	...		...	...
Крупные контракты	...	...	...		...	...
Расходы на НИОКР	...	...	...		...	...
Объединение операций	...	...	...		...	...
Государственное регулирование	w_k^1	r_k^1	O_k^1		r_k^N	O_k^N
Общая оценка альянса			$\sum O_i^1$			$\sum O_i^N$
ВЫБОР ТИПА АЛЬЯНСА			$(\sum O_i^1; \sum O_i^2; \dots \sum O_i^N) \rightarrow \max$			

Далее рассмотрим алгоритм оценки готовности отдельных предприятий к реализации реляционной стратегии в рамках формирования машиностроительного кластера, а также определим факторы сопротивления организационным инновациям, проведем вычисление взвешенной и интегральной оценки уровня сопротивления трансформациям.

В целях сохранения конфиденциальности названия предприятий-участников не указываются, а нумеруются. Для оценки реляционного потенциала воспользуемся методикой, разработанной авторами и предложенной в [8], составим необходимые результирующие таблицу 2 и рисунок 2.

Таблица 2 – Исходные данные для оценки реляционного потенциала. Сотрудничества предприятий №№ 1, 2, 3 (составлено авторами по данным предприятий за 2019 г.) [Initial data for assessing relational potential. Enterprise cooperation No. 1, 2, 3 (compiled by the authors based on data from enterprises for 2019)]

Показатели	Затраты на руб. реализованной продукции	Удельные затраты на НИОКР в объеме продаж, %	Загрузка производственных мощностей, %	Доля рынка*, %
Показатели предприятия №1 A_i	0,93	3,6	58	—
Показатели предприятия №1 B_i	0,91	19,6	61,7	0
Собственные показатели предприятия №1	0,85	5,8	48	7,48
$N_i = A_i / B_i$	1,02	0,18	0,94	—
$M_i = C_i / A_i$	0,91	1,61	0,83	2,49

* рынок машиностроения в атомной промышленности России

Наиболее крупный производитель машиностроительной продукции на территории определен «собственным предприятием» и ему присвоен №1. Показатель «удельные затраты на производство определенного вида продукции» заменен на показатель «затраты на рубль реализованной продукции».

N_2 – удельные затраты на НИОКР в объеме продаж, %				N_3 – Загрузка производственных мощностей, %			
Индикаторы	$N_2 > 1$	$N_2 = 1$	$N_2 < 1$	Индикаторы	$N_3 > 1$	$N_3 = 1$	$N_3 < 1$
$M_2 > 1$	—	—	$N_2 (0,18) < 1$ $M_2 (1,61) > 1$ Собственные инвестиции выше, чем у предприятия №2 при минимальном у него показателе	$M_3 > 1$	—	—	—
$M_2 = 1$	—	—	—	$M_3 = 1$	—	—	—
$M_2 < 1$	—	—	—	$M_3 < 1$	—	—	$N_3 (0,94) < 1$ $M_3 (0,83) < 1$ Загрузка производственных мощностей предприятия №3, чем предприятия №2 и собственные
N_4 Доля рынка, %				N_3 – Загрузка производственных мощностей, %			
Индикаторы	$N_4 > 1$	$N_4 = 1$	$N_4 < 1$	Индикаторы	$N_3 > 1$	$N_3 = 1$	$N_3 < 1$
$M_4 > 1$	$N_4 (10,71) > 1$ $M_4 (2,49) > 1$ Доля рынка собственного предприятия шире, чем у предприятия №3 и №2 при min у последней.	—	—	$M_3 > 1$	—	—	—
$M_4 = 1$	—	—	—	$M_3 = 1$	—	—	—
$M_4 < 1$	—	—	—	$M_3 < 1$	—	—	$N_3 (0,94) < 1$ $M_3 (0,83) < 1$ Загрузка производственных мощностей предприятия №3, чем предприятия №2 и собственные

Рисунок 2 – Матрица оценки реляционного потенциала предприятий №№1, 2, 3 (рассчитано авторами) [Matrix for assessing the relational potential of enterprises No. 1, 2, 3 (calculated by the authors)]

Полученные результаты свидетельствуют о том, что в определенных реляционных отношениях предприятие №1 следует производить своими силами узлы и

детали, поскольку показатель удельных затрат на производство определенного вида продукции находится в 7 квадранте. Согласно показателю удельных затрат на НИОКР, предприятие №1 инвестирует в НИОКР интенсивнее, чем предприятие №2, но меньше, чем предприятие №3, следовательно, предприятие №3 может в реляционном альянсе осуществлять НИОКР с больше рентабельностью. Использование собственного оборудования предприятия №1 для производства общей продукции предприятий-участников реляционного альянса является экономически эффективным, поскольку производственные мощности в данный момент недозагружены, но показатель доли рынка и стабильность партнерских отношений с заказчиками значительно превосходит аналогичные показатели предприятий №2 и №3.

Проведенный согласно методике SWOT-анализ всех предполагаемых участников реляционного альянса дал возможность сделать заключение, что выбранное в качестве собственного предприятие №1 испытывает проблему загрузки производственных мощностей при сравнительно низкой инновационности продукции. Именно поэтому в качестве объекта реляции для данного предприятия может быть выбрана общая продукция и интеллектуальные активы. Наиболее интересным партнером в реляционном альянсе для предприятия №1 будет предприятие №3, т.к. обладает мощным инновационным потенциалом в области проектирования и изготовления электронных приборов. Проведенная в рамках совместной деятельности проектная работа по разработке, производству и изготовлению востребованного оборудования для предприятий атомной отрасли, в частности, атомных электростанций, позволит всем участникам выйти на совершенно новый уровень конкурентоспособности настолько специфичным рынке. В таблице 3 представлена оценка предполагаемого реляционного эффекта.

Таблица 3 – Оценка предполагаемого эффекта реляции предприятий №1 и №3 (авторские расчеты)
[Assessment of the expected effect of the relativity of enterprises No. 1 and No. 3 (author's calculations)]

Общие направления эффективности функционирования предприятия		Производственная деятельность			Инновационно-технологическая деятельность			Рыночная деятельность			Эффекты реляции	
Функциональная область	Симметричные эффекты	Удельные издержки на ед. прод.	Транзакционные издержки	Время	Доля инвестиций в НИОКР в прибыли, %	Транзакционные издержки	Время	Прирост объема продаж	Транзакционные издержки	Время	Новые товары и рыночные возможности	Общий реляционный эффект
Общий менеджмент и финансы	Вклад предприятия №1	+	+	+	–	+	+	+	+	+	+	+
	Вклад предприятия №3	–	+	+	+	+	+	–	–	+	+	+
	Совместные возможности	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Исследования и разработки	Вклад предприятия №1	–	–	–	–	–	+	+	+	+	+	+
	Вклад предприятия №3	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Совместные возможности	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Маркетинг	Вклад предприятия №1	–	+	+	–	+	+	+	+	+	+	+
	Вклад предприятия №3	–	–	–	+	+	+	+	+	+	+	+
	Совместные возможности	–	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Операции	Вклад предприятия №1	+	+	+	–	+	+	+	+	+	+	+
	Вклад предприятия №3	+	+	+	+	+	+	–	+	+	+	+
	Совместные возможности	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Как видно из таблицы 2, в рамках каждой функциональной области есть возможность получения положительных эффектов, и по рыночным, и по производственным аспектам. Эффект от НИОКР будет обеспечен за счет вклада предприятия №3. Апробация авторского подхода позволяет заключить, что формирование реляционной стратегии для машиностроительных предприятий г.Волгодонска является целесообразным. На первоначальных этапах необходимо осуществлять работу с сопротивлениями изменениям, что является объективным следствием любых трансформаций, но при грамотно выстроенном менеджменте процессов можно свести к минимуму все негативные последствия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Рохчин, В. Е.* Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития его потенциала / В. Е. Рохин, Е. Н. Ветрова,

- A. В. Полянский; под ред. А. Е. Карлика. – Санкт-Петербург : Издательство СПбГУЭФ, 2012. – 262 с.
2. *Mintzberg, H.* The pitfalls of strategic planning. *Calif. Manag. rev.* 1993. Т.36. № 1. P. 32-47.
3. *Dyer, J.H.* The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage / Dyer J. H., Singh H. // *Academy of Management Review.* 1998. 23 (4). P. 660-679.
4. *Уильямсон, О.* Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация / О. Уильямсон. – Санкт-Петербург : Лениздат, СЕУ Пресс, 1996.
5. *Гребешкова, Е. Н.* Источники устойчивых преимуществ предприятия постиндустриальной эпохи: взгляд сквозь призму ресурсной теории / Е. Н. Гребешкова // *Экономика и управление.* – 2013. – № 2(34). – С. 94-97.
6. *Williamson, O. E.* The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract. *Journal of Economic Perspectives*, 2002 16(3): 171-195.
7. *Cardozo R., McLaughlin K., Harmon B., Reynolds P., Miller B.* Product-market choices and growth of new businesses. *J. Prod. Innov. Manag.* 1993. Т.10. № 4. P. 338-340.
8. *Рогачева, Ж. С.* Факторы и условия стратегического планирования промышленных предприятий: реляционный аспект // Ж. С. Рогачева. – Предпринимательство. – 2014. – №1. – С. 157-162.
9. *Кузнецова, С. Ю.* Формирование стратегических альянсов компаний в условиях интенсификации развития реального сектора экономики // *Проблемы современной экономики.* – 2011. – № 4(40).
10. *Крымов, С. М.* Инструменты и методы менеджмента предприятий промышленности и сферы услуг при формировании реляционных стратегий / С. М. Крымов, Ж. С. Рогачева // *Экономика и предпринимательство.* – 2013. – № 12. – Ч. 4. – С. 422-429.
11. *Клейнер, Г. Б.* Ресурсная теория системной организации экономики / Г. Б. Клейнер // *Российский журнал менеджмента.* – 2011. – № 3. – Т. 9. – С. 3-28.
12. *Golovko M. V., Rudenko V. A., Krivosheikov N. I.* Influence of institutional transformations on the choice of mechanisms for ensuring economic development and security of nuclear power engineering enterprises // *Espacios.* 2018. Т. 39. № 31. P. 28-42.
13. *Golovko M. V., Ancibor A. V.* The influence of the collaboration of enterprises «Rosatom» and the university on innovative development of the territory of the presence of nuclear power plant / *Global economy in the XXI century: dialectics of confrontation and solidarity.* London, 2018. P. 224-236
14. *Golovko M. V., Kuznetsova V. P.* Compliance risks of industrial enterprises as a result of inefficiency of the institutional environment of the macro-region // *Proceedings of the international scientific conference competitive, sustainable and secure development of the regional economy: response to global challenges (CSSDRE 2018) / AEBMR-Advances in Economics Business and Management Research.* 2018. Т. 39. P. 36-41.

REFERENCES

- [1] Rokhchin V.Ye., Vetrova Ye.N., Polyanskiy A.V.; pod red. A.Ye. Karlika Upravleniye strategicheskoy konkurentosposobnost'yu promyshlennogo predpriyatiya na osnove razvitiya yego potentsiala [Management of Strategic Competitiveness of Industrial Enterprise Based on the Development of its Potential]. Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo SPbGUEF [St. Petersburg: SPbGUEF Publishing House]. 2012. 262 p. (in Russian).
- [2] Mintzberg, H. The Pitfalls of Strategic Planning. *Calif. Manag. rev.* 1993. Т.36. № 1. P. 32-47.
- [3] Dyer J.H. The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage / Dyer J. H., Singh H. // *Academy of Management Review.* 1998. 23 (4). P. 660-679.
- [4] Uil'yamson O. Ekonomicheskiye instituty kapitalizma: firmy, rynki, «otnoshencheskaya» kontraktatsiya [Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, «Relational2 Contracting]. Sankt-Peterburg: Lenizdat, SEU Press [St. Petersburg: Lenizdat, SEU Press]. 1996 (in Russian).
- [5] Grebeshkova Ye.N. Istochniki ustoychivyykh preimushchestv predpriyatiya postindustrial'noy epokhi: vzglyad skvoz' prizmu resursnoy teorii [Sources of Sustainable Advantages of Post-Industrial Era Enterprise: a View Through the Prism of resource Theory]. *Ekonomika i upravleniye [Economics and Management]*. 2013. № 2(34). P. 94-97 (in Russian).
- [6] Williamson O. E. The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract. *Journal of Economic Perspectives*, 2002 16(3): 171-195.
- [7] Cardozo R., McLaughlin K., Harmon B., Reynolds P., Miller B. Product-Market Choices and Growth of New Businesses. *J. Prod. Innov. Manag.* 1993. Т.10. № 4. P. 338-340.
- [8] Rogacheva Zh.S. Faktory i usloviya strategicheskogo planirovaniya promyshlennykh predpriyatiy: relyatsionnyy aspect [Factors and Conditions of Strategic Planning of Industrial Enterprises: the Relational Aspect]. *Predprinimatel'stvo [Entrepreneurship]*. 2014. №1. P. 157-162 (in Russian).

- [9] Kuznetsova S.Yu. Formirovaniye strategicheskikh al'yansov kompaniy v usloviyakh intensivizatsii razvitiya real'nogo sektora ekonomiki [Formation of Strategic Alliances of Companies in the Context of Intensified Development of the Real Sector of the Economy]. Problemy sovremennoy ekonomiki [Problems of modern economics]. 2011. №4 (40) (in Russian).
- [10] Krymov S.M., Rogacheva Zh.S. Instrumenty i metody menedzhmenta predpriyatiy promyshlennosti i sfery uslug pri formirovanii relyatsionnykh strategiy [Instruments and Methods of Management of Industrial Enterprises and Services in the Formation of Relational Strategies]. Ekonomika i predprinimatel'stvo [Economics and Entrepreneurship]. 2013. №12. T.4. P. 422-429 (in Russian).
- [11] Kleyner G.B. Resursnaya teoriya sistemnoy organizatsii ekonomiki [Resource Theory of the Systemic Organization of the Economy]. Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta [Russian Management Journal]. 2011. № 3. T. 9. P. 3-28 (in Russian).
- [12] Golovko M.V., Rudenko V.A., Krivosheikov N.I. Influence of Institutional Transformations on the Choice of Mechanisms for Ensuring Economic Development and Security of Nuclear Power Engineering Enterprises // Espacios. 2018. T. 39. № 31. P. 28-42.
- [13] Golovko M.V., Antsibor A.V. The Influence of the Collaboration of Enterprises "Rosatom" and the University on Innovative Development of the Territory of the Presence of Nuclear Power Plant / Global economy in the XXI century: dialectics of confrontation and solidarity. London, 2018. P. 224-236.
- [14] Golovko M.V., Kuznetsova V.P. Compliance Risks of Industrial Enterprises as a Result of Inefficiency of the Institutional Environment of the Macro-Region // Proceedings of the International Scientific Conference Competitive, Sustainable and Secure Development of the Regional Economy: Response To Global Challenges (CSSDRE 2018) / AEBMR-Advances in Economics Business and Management Research. 2018. T. 39. P. 36-41.

Formation of Relational Strategy as Economic Security Factor of the Nuclear Industry Enterprises (on the Example of Machine-Building Enterprises in Volgograd)

M.V. Golovko^{*1}, A.N. Setrakov^{2}, J.S. Rogacheva^{***3}, A.V. Antsibor^{***4}**

** Non-state accredited non-profit private educational institution of higher education «Academy of Marketing and Social and Information Technologies – IMSIT, Zipovskaya St.5, Southern Federal District, Krasnodar Region, Krasnodar, Russia 350010*

*** Volgograd Branch of The Federal State Educational Institution of Higher Education «Rostov Law Institute of Internal Affairs Ministry of Russian Federation», Stepnaya St., 40, Volgograd, Rostov region, Russia 347360*

**** Volgograd Engineering Technical Institute the branch of National Research Nuclear University «MEPhI», Lenin St., 73/94, Volgograd, Rostov region, Russia 347360*

¹ORCID iD: 0000-0002-4835-9800

WoS Researcher ID: J-2461-2016

e-mail: MVGolovko@mephi.ru

²ORCID iD: 0000-0001-5599-440X

WoS Researcher ID: AAP-73782020

e-mail: aleksandr-maior@inbox.ru

³ORCID iD: 0000-0002-3363-2691

e-mail: ZSRogacheva@mephi.ru

⁴ORCID iD: 0000-0002-1192-4554

WoS Researcher ID: K-6051-2018

e-mail: AVAntsibor@mephi.ru

Abstract – The paper discusses the benefits of developing and implementing a relational strategy in industrial enterprises. The authors interpret the report as «co-competition» necessary in modern conditions. This makes it possible to achieve long-term benefits both for economic entities experiencing a shortage of any type of resources, and for those who hold a fairly stable position in the market. Some results of approbation of the author's methodology are presented on the example of enterprises in Volgograd that manufacture products for the power engineering industry but are not part of the «Rosatom» State Corporation.

Keywords: relational strategy, industrial enterprises, nuclear industry, economic efficiency, alliance, co-competition.