

*Павлов А.Ю. , к.э.н., доцент
кафедры экономики предприятия
Кокорев А.А., ассистент
кафедры экономики предприятия
ИУЭС, Южный федеральный университет,
Россия, г. Таганрог*

**ИННОВАЦИИ, КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, И ИХ РОЛЬ В СТРАТЕГИИ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье были рассмотрены особенности и классификация инноваций в промышленности. Выделена их роль как основного фактора повышения конкурентоспособности, место в организационной стратегии промышленного предприятия, а также этапы формирования стратегии инновационного развития.

Ключевые слова: инновации, стратегия промышленного предприятия, конкурентоспособность, инновации в промышленности.

A.Y. Pavlov, A.A. Kokorev

**INNOVATION AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS, AND
THEIR ROLE IN THE STRATEGY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

The article describes the features and classification of innovation in the industry. Highlighted their role as the main factor increasing competitiveness, place in the organizational strategy of industrial enterprises, and the stages of formation a strategy of innovative development.

Keywords: innovation, strategy of the industrial enterprise, competitiveness, innovation in the industry.

В современных условиях развития экономических систем уровень конкурентоспособности предприятия и динамику его развития во многом определяют достижения науки и новые технологии. Прежде всего, под конкурентоспособностью понимается опережение конкурентов при использовании своих преимуществ для реализации поставленных целей. Ключевое значение для обеспечения конкурентоспособности имеет процесс формирования развития и удержания конкурентных преимуществ.

Применительно к промышленному предприятию можно выделить следующие виды конкурентоспособности: производственно-технологическая, экономическая и социальная. Производственно-технологическая заключается в меньших трудовых, материальных, временных, энергетических затратах на производство, большей степени стандартизации и унификации товаров и услуг. Экономическая может рассматриваться в разрезе ценовых и неценовых факторов. Ценовые факторы: цена, издержки, себестоимость; неценовые: технологичность, функциональная пригодность, надежность. Социальная конкурентоспособность характеризуется такими факторами, как экологичность, безопасность, рациональность. [1]

Таким образом, формирование, развитие и поддержание конкурентного преимущества непосредственно затрагивает механизм функционирования предприятия, что связано с разработкой, производством и сбытом продукции. В условиях ужесточения конкурентной борьбы на внутреннем и внешнем рынках наиболее устойчивыми будут являться конкурентные преимущества, которые базируются на использовании инноваций.

Внедрение инноваций на предприятии формирует конкурентные преимущества со средней и высокой степенью устойчивости, что

позволяет их использовать для получения эффекта в долгосрочной перспективе, а также учитывать данный аспект в управлении стратегией предприятия.

Рассмотрим понятие инноваций более подробно и выделим его основные черты. Понятие «инновации» как экономической категории ввел в научный оборот австрийский экономист И. Шумпетер. Он впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций производственных факторов и выделил пять изменений в развитии, т.е. вопросов инноваций:

- использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. [2]

Инновационное развитие промышленности является важнейшей составляющей, которая определяет развитие экономической ситуации в стране в целом. Тем не менее, стоит отметить, что не все видоизменения технологического процесса или выпускаемой продукции можно отнести к данной категории, поэтому детально остановимся на видах инноваций и приведем их классификацию:

1. В зависимости от того, каким образом новшество внедряется в технологический процесс, выделяют инновации: продуктовые; процессные.

В первом случае применяются новые материалы, полуфабрикаты и комплектующие, в результате чего получаются принципиально новые продукты. Процессные инновации предусматривают новые подходы как к организации деятельности на предприятии, так и к внедрению новой высокопроизводительной технологии.

2. В зависимости от новизны для рынка: выделяют научные разработки, появившиеся впервые в мире, в стране и на конкретном предприятии. Очевидно, что наибольшей ценностью обладает первый вид. При этом, в зависимости от охвата ожидаемой доли рынка, они могут быть подразделены на локальные, системные и стратегические.

3. В зависимости от места новой разработки в системе предприятия. Данная научная разработка может вносить изменения в структуру и принцип работы самого предприятия. Здесь выделяют инновации:

- на входе предприятия, которые изменяют применяемое сырье, материалы, машины, оборудование и другие важные моменты на начальном этапе производства;

- на выходе предприятия - оказывают влияние на конечный результат производственной деятельности;

- системной структуры предприятия, видоизменяющие управленческую, производственную и технологическую составляющие.

4. В зависимости от степени изменения продукта выделяют инновации:

- радикальные (базовые), которые коренным образом видоизменяют качество оказываемых услуг или выпускаемого товара. В данном случае на практике внедряются открытия и крупные изобретения, позволяющие

наладить выпуск нового поколения техники или внедрить новейшую технологию;

- улучшающие, для реализации которых задействуются изобретения среднего уровня;

- модификационные (частные) лишь незначительно улучшают отдельные параметры изделия или организации производства.

5. Классификация инноваций в зависимости от степени распространенности нововведения. В частности выделяют единичные и диффузные научные разработки.

6. В зависимости от преемственности инновации могут быть замещающими, отменяющими, возвратными, открывающими, ретровведениями.

Безусловно, перечисленные виды инноваций и их классификация не являются окончательными и будут постоянно с течением времени расширяться и дополняться. Однако, можно отметить, что в какой бы области не работало предприятие, для него всегда можно будет подобрать наукоемкий продукт, который позволит повысить эффективность и рентабельность его работы. [3]

Развитие промышленного предприятия, переход на качественно новый уровень будет зависеть от того, насколько эффективно произойдет встраивание инновационной деятельности в стратегию предприятия, как изменятся с учетом фактора инноваций организация и управление на всех уровнях, а также как это повлияет на конкурентоспособность.

Ключевая задача разработки стратегии промышленного предприятия состоит в создании на основе имеющихся или перспективных ресурсов эффективного стратегического потенциала развития с использованием стратегических факторов успеха. Это может быть обеспечено полной

сбалансированностью и согласованным взаимодействием следующих структурных элементов стратегии:

- стратегический анализ;
- стратегическая оценка;
- стратегический учет;
- стратегическое планирование;
- стратегический выбор;
- реализация стратегии;
- стратегический контроль (стратегический контроллинг и аудит).

При рассмотрении стратегии промышленного предприятия стоит отметить, что важной составной частью общей организационной стратегии является ряд функциональных стратегий. Как правило, они определяются через иерархичность своего положения по отношению к организационной стратегии. В основу деления стратегий на организационные, деловые, функциональные закладывается уровень принимаемых решений. Стратегия высшего иерархического уровня рассматривается как цель для стратегии более низкого уровня.

Организационная стратегия показывает направление развития организации в целом. На этом уровне принимается решение о совокупности форм и видов экономической деятельности хозяйствующего субъекта. Деловая (конкурентная) стратегия описывает способ достижения конкурентных преимуществ на выбранном товарном рынке, она направлена на улучшение конкурентной позиции отдельных товаров и услуг, производимых той или иной компанией. Функциональные стратегии конкретизируют действия отделов и служб на уровне производственных подразделений предприятия. Каждая функциональная структура планирует свой способ достижения корпоративной и деловой стратегий, а значит, миссии и целей организации.

Функциональная стратегия действует в рамках общепроизводственной стратегии и способствует достижению поставленной цели. В зависимости от особенностей функционирования на промышленном предприятии разрабатываются следующие функциональные стратегии: [4]

- маркетинговая стратегия (продуктовый портфель, ассортиментная политика, ценовая политика, сбытовая политика, коммуникационная политика);

- производственная стратегия (производственные мощности, производственная инфраструктура, управление производством, технологические процессы, управление качеством, ресурсное обеспечение, взаимоотношения с поставщиками);

- финансовая стратегия (управление капиталом, оптимизация оборотных средств, налоговая политика, распределение прибыли, кредитная политика, инвестиционная политика);

- стратегия управления персоналом (подбор, обучение, развитие, продвижение, карьерный рост, мотивация, стимулирование, аттестация);

- инновационная стратегия (цели и критерии отбора проектов, распределение ресурсов).

Список предлагаемых функциональных стратегий может быть расширен за счет учета факторов влияния конкретной отрасли хозяйствования, специфики предприятия и т.д.

Точное определение объекта управленческого воздействия будет способствовать адекватному выбору, как организационной стратегии, так и методологии стратегии любого уровня иерархии.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности необходимо сформировать стратегию инновационного развития с учетом данного

аспекта по всем уровням иерархии управления промышленным предприятием.

Началом формирования стратегии является анализ внутренней и внешней среды предприятия, направленный на макро- и микроокружение, для определения направлений инновационного развития. При этом важно проанализировать текущие условия хозяйствования и оценить перспективные изменения от внедрения тех или иных инноваций. Выбрав наиболее полно отвечающую требованиям внешней эффективности развития хозяйственной деятельности инновацию, необходимо приступить к оценке внутренних сильных и слабых сторон предприятия, а также определить, что непосредственно будет являться стимулом для внедрения инновации.

Так, стимулом инновационной активности промышленного предприятия могут быть как внешние факторы, так и внутренние проблемы предприятия, например, износ оборудования, высокие энергозатраты, недостаток производственных мощностей, высокая трудоемкость и т.д. К внешним относится в основном борьба на рынке конечной продукции за потребителя.

После этого, для выбора типа стратегии производится оценка инновационной активности предприятия. Оценку инновационной активности можно построить на анализе состояния деятельности предприятия непосредственно в сфере НИОКР и взаимосвязанных с ней структурных элементах. В зависимости от уровня текущего технологического и производственно-хозяйственного развития осуществляется выбор либо стратегий «лидера», либо стратегий «последователя».

Стратегия «лидера» выбирается, если у предприятия существует положительный опыт реализации инновационных проектов, особенно в

сфере создания принципиально новых продуктов. К данному типу относятся стратегия исследовательского лидерства, радикального опережения, опережающей наукоёмкости, т.е. наступательные стратегии.

Если же у предприятия превалирует опыт внедрения улучшающих технологий, которые только лишь усовершенствуют и предлагают потребителям модифицированные варианты товаров, то в данном качестве стратегии инновационного развития можно использовать следующие стратегии «последователя»: выжидание лидера, следование за рынком, сохранение технологических позиций, продуктовую имитацию, параллельную разработку, лицензионную стратегию. Следует отметить, что стратегия «последователя» менее опасна, но и доходы будут тоже ниже.

Далее можно осуществить расчет затрат на реализацию альтернативных вариантов продуктовых и технологических нововведений. Завершающим этапом в процессе разработки стратегий инновационного развития является оценка инновационного потенциала предприятия, которая проводится с целью определения достаточности финансово-экономических ресурсов для обеспечения не только стратегической инновационной, но и текущей производственной деятельности.

Инновационный потенциал предприятия представляет собой способность достигать при имеющихся в наличии ресурсах поставленных инновационных целей. Структурными компонентами инновационного потенциала предприятия являются: [5]

- организационно-управленческий потенциал;
- научно-технический потенциал;
- производственно-технологический потенциал;
- финансово-экономический потенциал;
- кадровый потенциал.

Также, при разработке стратегии необходимо учитывать факторы, которые препятствуют или ограничивают инновационную активность промышленного предприятия. К таким факторам можно отнести следующие:

- низкий уровень научно-технического и технологического потенциала;
- недостаток собственных денежных средств;
- недостаток финансовой поддержки государства;
- нехватка квалифицированных кадров;
- высокая стоимость нововведений.

Кроме того, инновациям препятствует низкий уровень взаимодействия и кооперации при разработке технологических инноваций.
[6]

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного развития промышленного предприятия, повышения его конкурентоспособности, необходимо внедрение инноваций и встраивание стратегии инновационного развития в общую организационную стратегию предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Щетинина И.В. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности продукции. Экономинфо. 2012. № 17. С.40-41.
2. Грибов В., Грузинов В. Понятие инноваций.// [электронный ресурс] <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0052/>
3. Классификация инноваций. Агентство по инновациям и развитию. // [электронный ресурс] <http://www.innoros.ru/publications/analytics/12/klassifikatsiya-innovatsii>

4. Мерзликина Г.С., Горелова И.В. Формирование стратегии на промышленном предприятии. Вестник АГТУ, 2007. № 3 (38) Волгоградский государственный технический университет
5. Максимов Ю., Митяков С., Митякова О., Федосеева Т. Инновационное развитие экономической системы: оценка инновационного потенциала // Инновации. 2006. № 6. С. 53–56.
6. Соменкова Н.С. Формирование стратегии инновационного развития промышленного предприятия. Экономика и финансы. Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского, 2008, №1, с.160–162.