

А.И. Кочина

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Рассматривается метод разработки и обоснования инновационной стратегии развития, определяемой ресурсным и инновационным потенциалом субъекта хозяйствования. Раскрыты сущность и роль инноваций в деятельности хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: инновация; факторы внешней и внутренней среды; инновационный потенциал; инновационная стратегия.

We research a method to develop and validate an innovation development strategy determined by resource and innovation potential of a business entity. The essence and role of innovations in business are revealed.

Keywords: innovation; factors of external and internal environment; innovation capacity; innovation strategy.

В современных условиях хозяйствования инновации, направленные на обновление производственного потенциала субъекта хозяйствования, снижение себестоимости продукции (товаров/услуг), приток инвестиций, последовательное расширение занимаемых сегментов рынка, выступают средством расширения состава конкурентных преимуществ.

Впервые понятие «инновация» появилось в исследованиях культурологов в XIX веке и представляло собой введение некоторых элементов одной культуры в другую.

На протяжении XX века толкование и основные походы к трактовке понятия «инновация» претерпели значительные изменения. Основоположником теории инноваций считают Йозефа Алоиса Шумпетера. По его представлению «радикальные» инновации провоцируют разрушительные изменения, тогда как «инкрементальные» (улучшающие) инновации непрерывно совершенствуют процесс изменений. В своей работе 1934 г. Й. Шумпетер предложил перечень пяти типов инноваций: введение в обращение новых продуктов; введение в обращение новых методов производства; открытие новых рынков; освоение новых источников снабжения сырьем или другими исходными ценностями; создание новых рыночных структур для той или иной отрасли про-

мышленности [2. С. 34–35].

В современной экономической литературе существует множество определенных понятий «инновация». Каждый экономист рассматривает инновации по-своему в зависимости от цели и предмета исследования. Так, например, ряд авторов характеризуют инновации как внедрение нового или значительно усовершенствованного товара/услуги или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода. Данное определение понятия «инновация», на наш взгляд, не отражает специфических особенностей создаваемого новшества и его функционального предназначения.

Некоторые ученые-экономисты рассматривают инновации как объект, введенный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога [4]. В данном трактовании понятия «инновация» отсутствует специфика функционального предназначения и направленности воздействия на субъект хозяйствования.

Определение создаваемого новшества, как нам представляется, можно выразить следующим образом: использование новаций в виде новых технологий, новых видов продукции (товаров/услуг), организационно-технических и социально-экономических решений производственного,

финансового, коммерческого или иного характера с целью изменения объекта управления и получения экономического, экологического, научно-технического или иного вида эффекта.

Необходимо отметить такие особенности инноваций, как инновация – конечный продукт научно-исследовательской и практической деятельности; инновация по отдельным параметрам отличающаяся от предшествующих ей аналогов; инновация, создающаяся с целью получения экономического, научно-технического или иного вида эффекта.

В экономической литературе выделяют следующие основные виды инноваций: создание новых видов продукции (продуктовые); технологических процессов (процессные); организационные; социальные; маркетинговые. Каждому виду новшеств даются конкретные определения. Так, например, продуктовые инновации представляют собой внедрение новых или значительно усовершенствованных (в функциональных или потребительских характеристиках) товаров/услуг.

Инновация продукции направлена на обновление сбытового потенциала субъекта хозяйствования, защиту занимаемых рыночных позиций, последовательное расширение занимаемых сегментов рынка.

Инновация технологических процессов представляет собой комплексный состав мер для обновления производственного потенциала предприятия (изменения в технологии, производственном оборудовании или программном обеспечении), направленный на увеличение производительности труда и снижение себестоимости продукции (товаров/услуг).

Организационная инновация – процесс совершенствования организации производства и управления субъектом хозяйствования.

Социальная инновация направлена на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, создание квалифицированного и профессионального состава работников, обеспечение благоприятных экономических, социальных и психологических условий деятельности работников

хозяйствующего субъекта.

Маркетинговые инновации связаны с удовлетворением нужд потребителей, расширением занимаемых сегментов рынка и занятием новых сегментов, посредством изменений в дизайне или упаковке продукта, его складировании, продвижении на рынок или назначении продажной цены.

Рассмотренные виды инноваций, в конечном итоге, исходя из специфики деятельности субъекта хозяйствования, определяют его текущую деятельность и перспективы развития. Поэтому направления инновационного развития могут быть выражены конкретной стратегией. Основная цель инновационной стратегии – получение максимальной прибыли в условиях высокой конкуренции. На формирование и внедрение инновационной стратегии субъекта хозяйствования непосредственное влияние оказывают факторы внешней и внутренней среды.

К факторам внешней среды (макросреды) хозяйствующего субъекта, опосредованно влияющим на достижение поставленных экономических результатов, относятся политические, экономические, социально-культурные и технологические факторы.

Факторами, непосредственно оказывающими влияние на эффективность функционирования субъекта хозяйствования, являются такие как поставщики, потребители, конкуренты, законы и государственные органы, профсоюзы и торговые ассоциации.

Влияние факторов внешней среды (макро- и микросреды) на отдельные субъекты хозяйствования различно, что следует объяснить как различными областями деятельности хозяйствующих субъектов, так и различиями во внутреннем потенциале.

Общемировая экономическая ситуация свидетельствует о нестабильном положении производителей потребительских товаров. Объяснить данный факт следует тем, что по мере насыщения потребительского спроса возрастают требования как к качеству и разнообразию товаров, так и к увеличению экологической

безопасности товаров и технологий производства. Развитие технологии, использование высокопроизводительного оборудования и новых материалов позволяет быстро удовлетворить потребительский спрос на основные товары. Вместе с тем, снижается производство стандартных товаров широкого потребления. В настоящее время все чаще встречается реклама товаров индивидуального производства. По мере роста благосостояния повышается доля товаров с отличительными свойствами, что, с одной стороны, требует снижения массовости производства, сокращает жизненный цикл продукции, а с другой – повышает риск неэффективного решения в маркетинговой, производственной, финансовой и других сферах [1. С. 358].

Таким образом, субъектам хозяйствования для обеспечения конкурентоспособности необходимо постоянно обновлять или совершенствовать производимую продукцию и предоставляемые услуги, разрабатывать новые технические решения.

Следует отметить, что инновационная деятельность хозяйствующих субъектов обеспечивается инновационным потенциалом, характеризующим совокупностью таких показателей, как квалификационный уровень персонала, осуществляющего инновационную деятельность; объем ресурсов и инновационный уровень, определяемый ресурсными возможностями субъекта хозяйствования (финансирование из средств федерального бюджета; внутренние затраты на исследования и разработки; структура внутренних затрат на исследования и разработки по источникам финансирования; внутренние затраты на исследования и разработки по секторам деятельности, по видам затрат, по видам работ; поступление и выдача патентных заявок и патентов); структурные характеристики инновационного процесса (особенности структуры субъекта хозяйствования и управления инновационной деятельностью); результаты инновационных усилий (количество созданных передовых технологий по уровню новизны и видам деятельности; количество исполь-

зованных передовых технологий по годам внедрения; объем инновационной продукции по уровню новизны и видам экономической деятельности).

Состояние инновационного потенциала в значительной степени определяет инновационную активность и эффективность инновационной деятельности хозяйствующего субъекта. Следует отметить, что инновационный потенциал не свидетельствует об обеспечении высоких темпов инновационного развития и конкурентоспособности субъекта хозяйствования. Данный факт следует объяснить тем, что современные условия хозяйствования характеризуются повышенным риском и неопределенностью в процессе принятия решений. Следовательно, максимизации прибыли и расширения занимаемых сегментов рынка невозможно достичь только посредством оптимизации распределения и экономии производственных ресурсов.

Таким образом, в условиях изменений и неопределенности внешней среды предприятия возникает необходимость в стратегическом управлении, формирующем рациональный механизм управления субъектом хозяйствования на основании анализа внешней среды и ресурсного потенциала.

Среди различных факторов, определяющих выбор инновационной стратегии субъекта хозяйствования, следует выделить основные: рыночная стратегия хозяйствующего субъекта; научно-технический уровень производства; технический уровень производимой продукции (работ/услуг); темпы обновления продукции (работ/услуг); уровень квалификации персонала; размер и эффективность использования капитала; финансово-экономическое состояние предприятия.

Выделим основные цели инновационной деятельности, которые хозяйствующий субъект может использовать в текущей действительности: обеспечение конкурентной позиции субъекта хозяйствования; увеличение объемов производства продукции (работ/услуг); занятие новых сегментов рынка; последовательное расширение занимаемых сегментов рынка;

минимизация отрицательных факторов внешней среды предприятия.

Наиболее часто применяемым методом разработки и обоснования инновационной стратегии субъекта хозяйствования является многоэтапный подход, включающий в себя такой ряд логически упорядоченных, последовательно выполняемых этапов, как анализ инновационной ситуации; выявление возможностей и недостатков в инновационном развитии; формулирование основных задач и проблем инновационного развития; инновационная стратегия; программа инновационной деятельности; контроль инновационной деятельности.

Анализ инновационной ситуации необходимо начинать с краткой характеристики целей и задач, стоящих перед хозяйствующим субъектом в данной сфере деятельности. Менеджменту предприятия следует провести комплексное исследование внешней и внутренней среды хозяйствующего субъекта, идентифицируя отличительные компетенции субъекта хозяйствования и определяя ключевые факторы успеха, посредством ССВУ-анализа. Следует отметить, что в зависимости от специализации и сегментов рынка, на которых субъект хозяйствования осуществляет экономическую деятельность, ССВУ-анализ может проводиться с акцентом на его различные потенциальные составляющие.

На основании данных, полученных в результате проведения ССВУ-анализа, выявляются инновационные возможности и недостатки в инновационном развитии хозяйствующего субъекта. Данный этап формирования инновационной стратегии способствует осуществлению процессов предвидения изменений экономической ситуации субъекта хозяйствования в процессе реализации инновационного планирования.

Под инновационной возможностью следует понимать направление усилий хозяйствующего субъекта, способствующих достижению индивидуализированного, лидирующего или монопольного положения на рынках определенных товаров.

Опасности в инновационной сфере деятельности можно определить как ос-

ложнения, возникающие в связи с неблагоприятной тенденцией или конкретным событием, которое при отсутствии целенаправленных инновационных усилий может привести к вытеснению товара/услуги с рынка или ограничению его доступа на рынок [3. С. 273].

Третий этап обоснования и разработки инновационной стратегии хозяйствующего субъекта предполагает формулирование основных задач и проблем инновационного развития на планируемую перспективу.

В общем виде инновационную стратегию предприятия (стратегию инновационной деятельности) можно охарактеризовать как определенное логическое построение, на основе которого предприятие решает основные задачи, стоящие перед ним в инновационной сфере деятельности. Следует учитывать, что как для каждого отдельного нововведения, так и для каждого производимого товара/услуги существуют строго индивидуальные стратегии и тактики. Вместе с тем, комплексное видение инновационной деятельности предприятия включает как конкретные стратегии, так и различные аспекты производства и реализации нововведения. Кроме того, следует давать реальную оценку затрат и результатов от осуществления инновационной деятельности на предприятии [3. С. 273].

Программа инновационной деятельности предполагает конкретизацию общих стратегических положений инновационной деятельности субъекта хозяйствования.

Основными элементами стратегического контроля инновационной деятельности являются: контроль реализации годовых инновационных планов; контроль инновационной деятельности; стратегический контроль инновационной деятельности.

Контроль инновационной деятельности хозяйствующего субъекта предполагает оценку степени выполнения, выявление причин и последствий возникающих отклонений, на основании чего менеджментом предприятия осуществляется разработка и внедрение системы мер, на-

правленных на устранение выявленных негативных проявлений, корректировка инновационной стратегии.

Стратегический менеджмент выработал такие инновационные стратегии, как стратегия технологического лидерства (наступательная инновационная стратегия); стратегия следования за лидером (защитная инновационная стратегия).

Стратегия технологического лидерства направлена на разработку технологических (продукт- и процесс-) инноваций для реализации стратегии роста в форме проникновения на рынок или диверсификации (усовершенствование продукции, расширение модификационного ряда, развитие комплексных инноваций в технологии, маркетинге, финансах, сбыте, организационной структуре, переработке информации, социальной и экологической областях, использование новых принципов и методов формирования ценовой политики, создание новых целевых сегментов).

Стратегия следования за лидером направлена на сохранение определенной доли рынка, которую занимает хозяйствующий субъект, и поддержание жизненного цикла выпускаемой продукции.

Таким образом, стратегия инновационного развития субъекта хозяйствования,

включающая в себя такой состав инноваций, как продуктовые, процессные, организационные, социальные, маркетинговые, определяемая ресурсным и инновационным потенциалом, позволяет менеджменту предприятия достигать экономических и финансовых результатов в условиях нестабильной внешней среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационный менеджмент / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2011.

2. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям // Министерство образования и науки Российской Федерации: [сайт]. URL: <http://mon.gov.ru/dok/akt/7766> (дата обращения: 22.03.2012)

3. Стратегический менеджмент / под ред. А.Н. Петрова. СПб.: Питер, 2010.

4. Сущность, классификация инноваций и их специфика в аграрном секторе // Инновационные проекты малого бизнеса. Портал информационной поддержки инновационных проектов. URL: http://www.projects.innovbusiness.ru/content/document_r_69E47218-819A-4F45-8D48-27A0BA49A5E5.html (дата обращения: 22.03.2012)