УДК 339.137.2:001.895

Дрягина И.В.,

соискатель кафедры «Менеджмент и управление народным хозяйством» Орловского филиала ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»

ПОВЫШЕНИЕ ИННОВАТИВНОСТИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье анализируется инновативность как способ повышения конкурентоспособности, оцениваются основные проблемы и тенденции развития инновативности организаций в современной России. Автор акцентирует внимание на том, что внедрение инноваций является единственным способом повышения конкурентоспособности и экономического развития российских компаний.

Ключевые слова: инновационная активность, инновативность организаций, конкурентоспособность, инновации, инновационные процессы.

В 1990-х годах экономика вышла на новый этап своего развития, сформировалась новая экономика, глобальная по своим масштабам. Это экономика, в которой основным капиталом становится интеллектуальный капитал. Новая экономика поставила под сомнение многие фундаментальные идеи, связанные с бизнесом и действующими в нем организациями. Стратегией развития большинства компаний, как и в целом современного общества, становится производство конкурентоспособной, высокотехнологичной, наукоемкой продукции.

Основным фактором обеспечения конкурентоспособности предприятий и экономики в целом становятся инновации. Инновации — такие результаты научных исследований и разработок, которые способны улучшить стоимостные и потребительские характеристики существующих продукции, работ, услуг и стать основой увеличения прибыли для хозяйствующих субъектов, их использующих. Инновации способны удовлетворять меняющиеся общественные потреб-

ности и формировать принципиально новые объекты спроса.

Швейцарская организация «European management forum» определяет конкурентоспособность предприятия как реальную и потенциальную способность компаний. Также имеющиеся у них для этого возможности проектировать, изготавливать и сбывать в тех условиях, в каких им приходится действовать, товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары фирм-конкурентов.

Известны две фирмы конкуренции: продуктовая и ценовая. Продуктовая конкуренция — это конкуренция посредством предложения нового для потребителя товара (услуги), частично или радикально обновленного.

Ценовая конкуренция — это конкуренция за долю на рынке за счет снижения цен на стандартизированный или привычный потребителю продукт. Особое место в совокупности факторов конкурентоспособности занимают инновационные параметры продукции (научно-технический уровень) как результат реализации достижений НТП, как стратегическое средство прорыва на новые рынки и сокращение издержек.

Инновации начали интенсивно применять в таких отраслях, как электроника, разработка программного обеспечения, телекоммуникации, химия, биология, и многих других во всем мире. Если раньше для предприятий существовало правило «не осуществляй инноваций до тех пор, пока не будешь вынужден это сделать», то сейчас все отчетливее звучит новое правило — «инновации или гибель».

Ведущие компании на Западе тратят на исследования и разработки, которые являются источниками инноваций, от 5% прибыли и больше. Характеристика инновационной активности — понятие «инновативность». Инновативность в самом общем виде — это способность, готовность предприятий к инновационной деятельности, восприимчивость к инновациям.

Существенной оказывается способность предприятия как к продуктовым, как и к процессным инновациям. Особую роль инновативности в обеспечении конкурентоспособности организации обосновал самый известный на сегодня исследователь в области стратегического менеджмента Майкл Портер в своей «концепции бриллианта» (Diamond Concept).

К сожалению, промышленные предприятия России до сих пор не оценили всех преимуществ инновационного развития. Конкурентоспособность российского бизнеса значительно отстала от промышленно развитых стран мира. Современное состояние и тенденции развития экономики России можно охарактеризовать как экономический рост в сочетании с предельно низкой инновационной составляющей. Основные механизмы управления ориентированы на экстенсивное развитие.

Лишь 10% предприятий в нашей стране являются инновационно активными (для сравнения: в конце 1980-х их было 60 — 70%). Более того, для малых фирм этот показатель еще меньше — лишь 3%, при том что малый бизнес в развитых странах принято считать основой высокотехнологического производства. В сфере услуг только 2,4% предприятий занимаются инновациями.

По оценкам Торгово-промышленной палаты РФ, в соответствии с критическими пороговыми показателями национальной безопасности доля инновационных предприятий промышленности должна быть не менее 25%, а доля инновационной продукции в объеме промышленной продукции — 15% (на сегодняшний день — только 3,5%).

Объективное отличие западного и российского подходов в оценке значения инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий обусловлено значимым разрывом в уровнях развития наших экономик и, как следствие, качественными отличиями в поведении предприятий.

Инновационная активность для западных производственных предприятий, восприимчивость к технологическим инновациям — это вопрос выживания в острейшей конкурентной борьбе. Инновационная деятельность обеспечивает им значимые конкурентные преимущества, большую устойчивость, способствует упрочению и расширению положения предприятий на рынке. Снижение технологического по-

тенциала, потеря способности к адаптации новых технологических разработок с неизбежностью ведут к ухудшению позиций на рынке и в стратегическом плане — к снижению объемов продаж с очевидным неблагоприятным исходом. Такая сильная заинтересованность предприятий в инновациях, с одной стороны, и зависимость от них — с другой, сформировали и обеспечили функционирование системы непрерывного воспроизводства инноваций, теснейшую и эффективную связь между сферами производства и научно-технической деятельности.

Объективно для российских предприятий необходимость обновления не менее, а может быть, даже более актуальна, чем для западных, поскольку речь идет не о выживании государства. У России просто нет иной альтернативы, чем реализация стратегии инновационного прорыва, кардинальное обогащение производственного сегмента новейшими техническими достижениями. Одна из главных проблем российской промышленности — крайняя степень изношенности основных фондов, поэтому важнейшая задача промышленной политики сегодня состоит в техническом перевооружении производства. В более широком плане главной задачей экономического развития на среднесрочную и долгосрочную перспективы является кардинальное изменение структуры экономического потенциала: снижение доли в ВВП ресурсной составляющей и увеличение доли продукции с высокой степенью переработки. Однако при решении этой проблемы существуют трудности:

во-первых, состояние выживания, в котором уже в течение нескольких лет находится масса предприятий, приводит к противоречию между стратегическими и текущими задачами предприятий, снижает их восприимчивость к инновациям;

во-вторых, нарушен процесс воспроизводства инноваций. Старая система финансирования НИОКР разрушена, новая — не сформировалась;

в-третьих, не преодолен бюрократический подход в управлении экономикой в целом. Об инновациях рассуждают все — от СМИ до домохозяек. Представители государства также говорят об инновационном развитии, инновационном обновлении и даже инновационном прорыве России. Но фактически реальной работы по активизации инновационной деятельности в стране не проводится. Современные наука и техника чрезвычайно сложны и дорогостоящи, для их развития требуются ресурсы, которых нет даже у крупных компаний. Поэтому необходимо выстраивать стратегическое партнерство государства и бизнеса для придания интенсивного динамизма инновационно-предпринимательской деятельности в России. Фундаментальные исследования на современном этапе развития — основа инновационной деятельности, поскольку мир усложнился и, при всей важности, возможности имперического поиска сужаются. Государство во всех странах является важнейшим субъектом финансирования фундаментальных исследований. Все это свидетельствует о возрастании роли государства в регулировании инновационной деятельности и повышении инновативности предприятий.

С проблемой инновативности организации тесно связан вопрос о движущих силах инновационной деятельности.

Основные двигатели инновационных процессов в рыночной экономике:

- производители в лице хозяйствующих субъектов. Получение конкурентного преимущества, чтобы обойти своих конкурентов хотя бы ненадолго;
- государство, инициирующее и регулирующее инновационные процессы;
- потребители, у которых появляются потребности, которые невозможно удовлетворить на базе старых возможностей.

В практической управленческой деятельности используют показатели, характеризующие инновативность хозяйствующего объекта:

- интенсивность осуществления инноваций — степень инновационности, которая равна числу инноваций, используемых за определенный период времени;
- скорость осуществления инноваций — скорость, с которой вводится инновация, после того как она впервые была реализована в каком-то другом месте. Этот

показатель характеризует способность быстро реагировать на инновации;

- коэффициент инновационности — доля затрат на разработку инноваций (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в годовом объеме реализации предприятия или доля занятых в НИОКР в общем числе занятых в организации).

Опыт функционирования успешных предприятий на Западе в режиме инновационной деятельности, а также некоторый российский опыт позволяют сформулировать определенные косвенные характеристики инновативности организации:

- Средний возраст научного оборудования — не более 7 лет.
- Преобладание технологий 5-го и 6-го технологических укладов.
- Численность инженерно-технических работников с высшим образованием в структуре инженерно-технического персонала организации должна достигать более 15%.
- Доля затрат на разработку инноваций в годовом объеме реализованной промышленной продукции не меньше 4,5% (критерий министерства торговли в США). Ведущие 20 высокотехнологичных компаний США показывают значение коэффициента инновационности, варьирующегося от 18,8% (Farmacia and Upjoin Inc. — фармацевтика) до 1,7% у «General Electric». Есть мнение, что этот последний уровень можно признать как достаточно хороший показатель инновационности для развивающегося промышленного предприятия.
- На одного ученого-разработчика должно приходиться 9 человек, занимающихся продвижением новшества на рынок (в России обратная ситуация).
- Доля нематериальных активов должна составлять половину стоимости компании.

Все перечисленные характеристики инновативности являются экстенсивными, они характеризуют увеличение ресурсов, вовлеченных в инновационную деятельность и в НИОКР, как важную составляющую инновационного процесса.

К факторам инновативности предприятий, относящихся к наукоемким (высокотехнологичным) отраслям промышленности, отдельные исследователи относят:

- гарантированный доступ предприятия к новым технологиям или к возможностям их разработки в сжатые сроки;
- обеспеченный доступ к ресурсам финансирования значительных капиталовложений в создание (приобретение) новых технологий и их освоение.

Гарантированный доступ предприятия к новым технологиям или к возможностям их разработки в сжатые сроки позволяет ему быстро и при небольших затратах реагировать на изменение потребностей на рынке, если фирма придерживается наступательной инновационной стратегии, или на коммерческий успех предприятий-пионеров в радикальных продуктовых или процессных инновациях, если фирма ориентируется на оборонительную инновационную стратегию.

Возможны следующие формы гарантированного доступа:

во-первых, крупное предприятие может иметь собственный исследовательский центр, который проводит исследования и разработки без доведения их до дорогостоящих стадий рабочего проектирования и опытного производства. В случае же, когда результаты маркетинговых исследований показывают актуальность создания и освоения соответствующих инноваций, такой центр может доводить разработки и до стадии изготовления и испытания опытного образца;

во-вторых, фирма может приобретать лицензии, в которых продавцом лицензии гарантируется передача всех последующих усовершенствований к закупленным технологиям;

в-третьих, предприятие может входить в кооперацию в сфере исследований и разработок с конкурентами и иметь с ними в этой области долгосрочные кооперационные соглашения;

в-четвертых, предприятие может на экономически выгодных условиях размещать сторонним научно-исследовательским организациям подряды на выполнение исследований и разработок по

созданию коммерчески перспективных технологий.

Получить доступ к ресурсам финансирования значительных капиталовложений в создание или приобретение новых технологий возможно при следующих условиях:

- формировать самим фонд технологического развития на основе нормированных отчислений в процентах от прибыли или общих издержек. Например, корпорация «Sony» (Япония) отчисляет в подобный фонд 13% прибыли от налогообложения, а «Texas Instruments» (США) — 11%;
- предприятия стремятся поддерживать свой высокий кредитный рейтинг, рассчитывая на возможность получения инвестиционных кредитов.

Все отмеченное в меньшей степени, но могут использовать и менее наукоемкие, традиционные отрасли.

На инновативность организации могут влиять следующие факторы.

Назначение новшества для потребительских целей или для нужд промышленности. Предприятия, выпускающие предметы потребления, вынуждены быть более инновационными, поскольку потребности современного потребителя отличаются высокой динамичностью.

Источники финансирования разработок. Инновационная деятельность, как правило, характеризуется достаточно высокой степенью неопределенности и риска, поэтому важным принципом системы финансирования инноваций на предприятии является множественность источников. Возможность привлечь внешние источники финансирования, в том числе и возможность работать по государственным контрактам, повышает инновационную активность предприятия.

Отраслевые ориентиры. Большинство исследователей считают, что обычно отраслевые лидеры, стремясь сохранить статус-кво, уменьшить турбулентность отраслевой среды, осуществляют главным образом улучшающие инновации, в то время как отраслевые новички и аутсайдеры, пытаясь нарушить сложившуюся расстановку сил в отрасли, повысить турбулентность отраслевой среды, нередко являются инициаторами базисных инноваций.

На динамику базисных (радикальных) и улучшающих (приростных) инноваций существенно влияет и этап отраслевого жизненного цикла. В молодых отраслях (электроника, программное обеспечение, кабельная промышленность), то есть на ранних стадиях отраслевого жизненного цикла, превалируют базисные (радикальные) инновации. На поздних стадиях, то есть в старых отраслях (легкая, угольная, лесная промышленность), подавляющее большинство составляют улучшающие приростные инновации.

Повышение инновативности организации связано с эффективным использованием инновационных ресурсов и инновационного потенциала предприятия.

Литература

1. Федеральная целевая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технического комплекса России на 2007—2012 годы» (утв. Постановлением Правительства РФ от 17 октября 2006 г. № 613).

2. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Гардарики, 2005.

3. Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие. — М.: Омега-Л., 2006.

4. Государственно-частное партнерство в научно-инновационной сфере / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А.К. Казанцева, канд. экон. наук Д.А. Рубвальтера. — М.: ИНФРА-М, 2009.

5. Государственное регулирование рыночной экономики: Учебник. Изд. 3-е, доп. и перераб. / Под общ. ред. В.И. Кушлина. — М.: Изд-во РАГС, 2008.

6. Ермасов С.В., Ермасова Н.Б. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. — М.: Высшее образование. 2007.

7. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. С.Д. Ильенковой. 3-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

8. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособие / Под ред. В.М. Аньшина,

А.А. Дагаева. 2-е изд. перераб., доп. — М.: Дело, 2006.

9. Мерцалов А.А., Ажлуни А.М., Анненкова, А.А. Петрище В.И. Малое инновационное предпринимательство: управление и институционализация поддержки в регионе. — Орел: Издательство ОРАГС, 2005. — 212 с. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации» // А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. — 3-е изд., стер. — М.: Издательство «Омега-Л», 2009.

10. Кузнецова О.В., Кузнецов А.В. Системная диагностика экономики региона. Изд. 2-е. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.

Dryagina I.V., e-mail: vestnik.gmu@yandex.ru
Applicant of the department of "Management and control of the national economy" of the Orel branch of FSBEE HPE "Russian Academy of National Economy and Civil Service under the President of the Russian Federation".

INNOVATIVENESS INCREASE AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS

Innovativeness as a way to increase competitiveness is analyzed in the article, major problems and tendencies of the development of innovativeness of organizations in modern Russia are evaluated. The author emphasizes that innovation is the only way to improve competitiveness and economic development of Russian companies.

Key words: innovation activity, innovativeness of organizations, competitiveness, innovations, innovation processes.