

УДК 65.01

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

© 2010 г. Лозовская Т. А., Калайда И. Н

*Южно-Российский государственный технический университет
(Новочеркасский политехнический институт)*

Рассматриваются проблемы функционирования машиностроительных предприятий в условиях экономического кризиса, и предлагается использовать инновационность и конкурентоспособность предприятий в качестве основных резервов для обеспечения их экономической устойчивости и дальнейшей стабильной работы; разработана модель управления инвестиционно-инновационным комплексом.

Ключевые слова: инновационная стратегия развития, конкурентоспособность, экономическая устойчивость, инновационный потенциал предприятия.

Some problems of machine-building enterprises' functioning in a period of economic crisis are considered in the article. It's offered to use enterprises' innovativeness and competitiveness as basic reserves to secure their economic stability, and stable work in future. A model of investment and innovative complex's managing is also worked out.

Key words: innovative strategy of development; competitiveness; economic stability; enterprise's innovative potential.

Стратегия предприятия формируется в следующих основных направлениях: товарно-рыночная стратегия, включая стратегию проникновения и охвата определенных рынков; маркетинговая стратегия; конкурентная стратегия; ресурсно-рыночная стратегия; стратегия поведения предприятия на товарных, ресурсных, фондовых рынках; финансово-инвестиционная стратегия; инновационная стратегия, и т. д. [1].

В своей деятельности руководители предприятий должны ориентироваться на приоритетность стратегических решений по отношению к тактическим решениям. На предприятии должна быть создана, осознана и принята к неукоснительному исполнению на всех иерархических уровнях комплексная стратегия развития, определяющая приоритетность и значимость принимаемых взаимосвязанных стратегических, тактических и оперативных решений.

Формирование стратегической линии

предприятия по достижению стратегических целей должно базироваться на основных важных характеристиках, которые определяют:

- степень диверсификации номенклатуры продукции, потребителей и поставщиков;
- долю предприятия на региональном и отраслевом рынках;
- соотношение между внутренними и внешними стимулами обновления продукции и технологии;
- место, занимаемое предприятием в конкурентной группе.

Инновационная стратегия – это стратегия, определяющая процесс возникновения, разработки и реализации нововведений в организационных системах (ОС). Основы инновационной стратегии – плановая и систематическая ликвидация старого, умирающего, устаревшего с целью высвобождения ресурсов, особенно способных людей, ко-

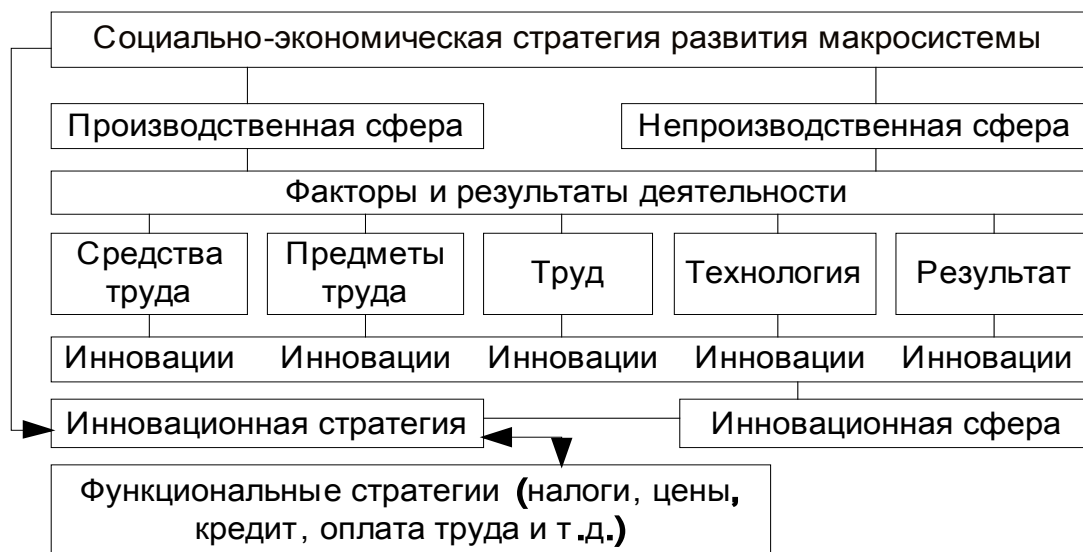


Рис. 1. Место инновационной стратегии в общей системе стратегий

торых всегда недостаточно, для работы над новым проектом.

На рис. 1 представлено место инновационной стратегии в общей системе стратегий. Дальнейшее ужесточение конкуренции, рост неопределенности ситуации в современном мире, и складывающейся на рынке выдвинули на первый план способность фирм быстро адаптироваться к изменениям рыночной конъюнктуры. Эта способность в значительной степени базируется на принятых ОС инновационных стратегиях.

Инновационные стратегии фирмы и их формирование тесно связаны с типом предприятия, с типом его технологической динамики, со степенью восприимчивости к инновациям.

Й. Шумпетер [2], пишет что нововведения, определяющие формирование инновационных стратегий, охватывают практически все сферы производственно-хозяйственной деятельности ОС, устойчивых в современных изменчивых и рискованных условиях функционирования. Понятие нововведений, кроме напрямую связанных с новыми достижениями НТП, распространяется также и на другие процессы деятельности ОС:

- введение на рынок нового товара, в том числе не знакомого потребителям;
- внедрение новой технологии, в том числе известной, но новой для данной отрасли;
- открытие нового для данной корпорации рынка;

- завоевание нового для данной корпорации источника сырья или полуфабрикатов;
- внедрение новой организационной структуры и др.

Процесс осуществления деятельности предприятия для повышения его конкурентоспособности основывается на подчинении всех этапов ее разработки и реализации единой целевой установке, миссии компании. Первым шагом при планировании ее деятельности является постановка ее целей, вытекающая из задач предприятия. Она осуществляется, исходя из основной миссии, которая определяет общий смысл существования предприятия и оказывает важное влияние на форму планирования. Цели организации становятся критериями для оценки всей ее деятельности и принятия управленческих решений.

На основании сформулированных целей, анализа внешней среды, делового имиджа фирмы, потенциала предприятия, степени риска, приемлемой для предприятия, а также цикла его развития принимается базовая стратегия развития предприятия, отражающая общее направление его деятельности.

Следует отметить, что деловой имидж предприятия должен создаваться на основе стратегии развития предприятия, однако на большинстве российских предприятий имидж предприятия и стратегия его развития существуют обособленно друг от друга. Поэтому мы сознательно выделили такую характеристику предприятия, как его деловой

имидж. Это позволит предприятию обратить внимание на возможные несоответствия между стратегией и имиджем, и заставит руководство предприятия пересмотреть деловой имидж и скорректировать его в зависимости от созданной стратегии развития.

На основе базовой стратегии разрабатываются все функциональные стратегии, цели которых (цели нижнего уровня) выступают в качестве средств для реализации целей предприятия (целей высшего уровня).

Говоря об инвестиционной деятельности предприятия, а также о присущих ей признаках, рассмотрим модель управления (рис. 2).

Если рассуждать о функционировании предприятия с позиции его устойчивости, можно выделить четыре ключевых аспек-

та деятельности: финансовая деятельность, отношения с потребителями, организация внутренних бизнес-процессов, рост и развитие. Каждый из этих аспектов является, с одной стороны, сферой влияния самого предприятия, а, с другой – сферой влияния внешней среды. Поэтому необходимо рассматривать взаимодействие и взаимовлияние этих сфер при определении для каждой из них параметров, при которых производственно-финансовая деятельность предприятия будет иметь максимальную устойчивость. По каждому ключевому аспекту деятельности предприятия необходимо определить конкретные стратегические цели и выявить наиболее существенные с точки зрения миссии факторы, способствующие достижению поставленных целей. Для оп-



Рис. 2. Модель управления инвестиционно-инновационным комплексом

ределения влияния факторов на достижение поставленных целей по каждому фактору разрабатывается система сбалансированных показателей, и определяются их значения, при которых производственно-финансовая деятельность предприятия будет иметь максимальную устойчивость. Для выявления интегрального показателя устойчивости предприятия необходимо проранжировать факторы, установить причинно-следственные связи между факторами и характеризующими их показателями.

Установление факторов и характеризующих их показателей является базой для определения показателей устойчивости.

Таким образом, под устойчивостью предприятия следует понимать наличие инновационного потенциала устойчивого развития и его эффективное использование для нейтрализации внешних воздействий и факторов дестабилизации. Такое определение устойчивости предприятия

позволяет оценить ее количественно, что, в свою очередь, дает возможность управлять ее уровнем.

Трактовка термина «инновационный потенциал» различна. И, как следствие, отсутствует единый подход к анализу инновационного потенциала и его структуры. Инновационный потенциал – есть характеристика плотности потока нововведений, эффективности корпоративных НИОКР, скорости доведения новшеств до рынка, уровня технологического лидерства (или возможности следования за отраслевым или продуктовым лидером), обуславливающая «синергию» инновационной деятельности разных структурных подразделений. Инновационный потенциал – это совокупность кадровых, материально-технических, информационных и финансовых ресурсов, обслуживаемых соответствующей инфраструктурой, предназначенной для реализации нововведений [3]. Инновационным потенциалом называют предполагаемые или уже мобилизованные на достижение инновационной цели (реализацию инновационной стратегии) ресурсы и организационный механизм (технология деятельности и организационная структура) [4]. Инновационный потенциал есть стратегия поведения субъекта хозяйствования по отношению к процессу инноваций [5].

Количественно, инновационный потенциал предлагается оценивать, используя систему базовых показателей:

- интеллектуальный потенциал, определяемый количеством специалистов, занятых инновационной деятельностью в общей численности трудящихся;

- научно-технический задел по инновациям (патенты, ноу-хау и т. д.);

- удельный вес нового оборудования и инструмента, новых технологий в общем их количестве;

- наличие сервисных услуг, пользующихся платежеспособным спросом;

- удельный вес новых видов деятельности в общем объеме выполняемых работ.

Инновационная восприимчивость или инновативность фирмы зависит от различных внешних и внутренних факторов. К внутренним факторам относится наличие благоприятных экономических, организационных, психологических, кадровых и технических условий для инноваций. Важным звеном в поддержке инновационных инициатив на предприятии является и информационный аспект, то есть место взаимодействия информации о нововведениях в системе принятия решений на предприятии. Важную роль играют внешние факторы, связанные с развитостью рыночных отношений; состоянием финансово-экономической системы; социально-экономическим и политическими факторами; наличием или отсутствием благоприятного инновационного климата и поддержки со стороны государства; позиционированием предприятия в отрасли; характеристики самой отрасли; развитостью соответствующей инфраструктуры местоположения предприятия.

Таким образом, инновационная восприимчивость есть составная часть инновационного потенциала, отражающая способность предприятия реализовать и применять новации. Инновационная восприимчивость российских предприятий невысока. По данным Росстата процент промышленных предприятий в России, использующих объекты интеллектуальной собственности крайне невелик и составляет в настоящее время менее 3% [6].

Инновационная восприимчивость и научный потенциал фирмы не исчерпывают перечень структурных составляющих ин-

новационного потенциала. Непременными свойствами инноваций является их рыночная востребованность. Следовательно, инновации должны обладать не только новизной как ко всему обществу, так и по отношению к конкретной организации, но и удовлетворять рыночному спросу, т. е. обладать рыночным потенциалом как показателем эффективности работы предприятия, реализации его инновационного потенциала.

Таким образом, повышение устойчивости отечественных промышленных предприятий может быть достигнуто за счет реализации программ активной адаптации, которые охватывают все необходимые мероприятия, содержат планы финансовой санации, ликвидации убыточных производств, создания гибкой производственной структуры, реорганизации систем снабжения и реализации продукции, эффективного использования кадро-

вого потенциала.

Литература.

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ., под ред. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 2002. – 225 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.
3. Агаев Г. С. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. – М., 1996. – 384 с.
4. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы. / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Типография»Новости», 2001. – 256 с.
5. Альберт М. Основы менеджмента / Альберт М., Мескон М., Хедоури Ф. – М.: Дело, 2002. – 345 с.
6. Российский статистический ежегодник. 2008: Стат. Сб. / Росстат. – М., 2009. – 819 с.

Поступила в редакцию

20 февраля 2010 г.



Татьяна Александровна Лозовская – к.т.н., доцент кафедры «Экономика и управление предприятием» ЮРГТУ (НПИ), автор исследований в области технологии и организации электрохимических производств, менеджмента.

Tatiana Aleksandrovna Lozovskaya – Ph.D., candidate of engineering, docent of SRSTU (NPI) «Economics and Management of Enterprise» department. Author of numerous researches dedicated to electrochemical productions' technology and organizing and management.

346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132
132 Prosveshcheniya st., 346428, Novocherkassk, Rostov reg., Russia
Тел.: (8635) 25-51-54, факс: (8635) 25-56-66; e-mail: eiup@npi-tu.ru



Ирина Николаевна Калайда – к.т.н., ст. преподаватель кафедры «Экономика и управление предприятием» ЮРГТУ (НПИ), автор исследований в области технологии электрохимических производств, экономики и управления промышленными предприятиями.

Irina Nikolaevna Kalayda – Ph.D., candidate of engineering, senior teacher of SRSTU (NPI) «Economics and Management of Enterprise» department. Author of numerous researches dedicated to electrochemical productions' technology, economics and management of production enterprises.

346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132
132 Prosveshcheniya st., 346428, Novocherkassk, Rostov reg., Russia
Тел.: (8635) 25-51-54, факс: (8635) 25-56-66; e-mail: eiup@npi-tu.ru

Диссертационный совет Д 212.304.07 при ГОУ ВПО ЮРГТУ (НПИ), 346428, ул. Просвещения, 132, г. Новочеркасск, Ростовская область, (8635) 255-5-14 объявляет, что Переяслова Ольга Геннадьевна представила диссертацию на соискание ученой степени кандидата наук «Социальное содержание экономической деятельности российских интегрированных бизнес-групп» по специальности 22.00.03 – Экономическая социология и демография, социологические науки.

Защита диссертации планируется: 20 мая 2010 г.

Председатель диссертационного совета: В. А. Чуланов

Объявление о защите кандидатской диссертации и автореферат диссертации размещены на официальном сайте ГОУ ВПО ЮРГТУ (НПИ) 19 апреля 2010 г.
