УДК 338.342

АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

Емельянов О.О.

ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет им. Я. Мудрого», Великий Новгород, e-mail: eoo68@yandex.ru

Показаны конкурентные преимущества субъекта предпринимательской деятельности при выводе инновационного продукта на рынок. Развитие инновационной стратегии в настоящей работе рассматривается в плоскостях: внедрение инновационного механизма проведения собственных исследовательских и опытно-конструкторских работ; превращение предпринимательской структуры в самообучающуюся, саморазвивающуюся систему; построение открытой инновационной системы и организационной структуры управления, направленной на заимствование внешних инновационных технологий и продуктов. В качестве движущихся сил обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательства рассматриваются внутрикорпоративные факторы. Рассмотрены операционные и стратегические цели при выводе инновационной продукции на рынок. Приведены основные источники инноваций и критерии коммерциализации новшеств. В качестве инструментального обеспечения вывода инновационной продукции на рынок предложен механизм коммерциализации инновационной продукции. Предложен разработанный автором алгоритм реализации инновационной стратегии субъекта предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: инновационная стратегия, инновации, новшества, предпринимательские структуры, цели, конкурентные преимущества

ALGORITHM OF REALIZATION OF INNOVATIVE STRATEGY ENTERPRISE STRUCTURE

Emelyanov O.O.

Federal State-Funded Educational Institution of Higher Vocational Education «Yaroslav-the-Wise Novgorod State University», Veliky Novgorod, e-mail: eoo68@yandex.ru

Competitive advantages of the subject of business activity are shown while outputting an innovative product to the market. Development of innovative strategy in the real work are considered in the planes: introduction of the innovative mechanism of carrying out own research and developmental works; transformation of enterprise structure into self-training, self-developing system; creation of open innovative system and organizational structure of management directed on loan of external innovative technologies and products. As moving forces of ensuring competitiveness of business subjects intra corporate factors are considered. Operational and strategic objectives are considered while outputting an innovative production to the market. The main sources of innovations and criteria of commercialization of innovations are given. As a tool providing outputting an innovative production to the market the mechanism of commercialization of innovative production is offered. The algorithm of realization of innovative strategy of the subject of business activity developed by the author is offered.

Keywords: innovative strategy, innovations, innovations, enterprise structures, purposes, competitive advantages

Исследования показывают, что важными движущими силами обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности являются внутрикорпоративные факторы (см. [1,5,9]). При этом более 2/3 российских предпринимательских структур понимают важность этого фактора инновационного развития и стараются обеспечить эффективность за счет его активизации [2, 4]. В стратегическом плане важным фактором для эффективного ведения предпринимательской деятельности является обеспечение конкурентных преимуществ предпринимательских структур (рис. 1), в которых всегда на контроле ключевые факторы успеха, являющие наиболее значимыми для субъектов предпринимательства.

Предпринимательским структурам недостаточно обеспечить только одно конкурентное преимущество, им необходимо работать по нескольким направлениям. К таким направлениям часто относят высокое качество товаров и услуг, ориентацию на потребителя, опыт работников, марку товара, а также индивидуальные контакты с клиентами. В отдельных случаях субъекты предпринимательства обеспечивают конкурентные преимущества эффективной рекламой и благоприятными условиями для продажи, развитием сети филиалов, выгодным местоположением, хорошей материальной базой, а также комплексом дополнительных услуг. Изменение конкурентных позиций на рынке в условиях сложившейся конкуренции возможно только при постоянном мониторинге изменений потребительских предпочтений и анализе конкурентов. На практике легче реализовать инновационные стратегии, когда конкурентные преимущества основываются на лидирующем их положении на товарном рынке. При этом рыночным

лидерам конъюнктура рынка позволяет реализовать инновационный продукт с меньшими затратами, за счет конкурентных преимуществ более высокого ранга [10].

Рис. 1. Конкурентные преимущества предпринимательской структуры при коммерциализации инновационного продукта

Инновационный процесс позволяет переходить к реализации конкурентных преимуществ более высокого ранга и увеличить число их источников. По сложившемуся мнению российских экономистов (Архипова, [6, 8]), инновация выступает как внешний фактор повышения конкурентоспособности. Такой подход трактовки инноваций является частным случаем и не дает полной картины формирования новой инновационной стратегии предпринимательской структуры.

В работе предлагается рассматривать развитие инновационной стратегии в следующих плоскостях:

– внедрение инновационного механизма проведения собственных исследовательских и опытно–конструкторских работ;

– превращения предпринимательской структуры в самообучающуюся, саморазвивающуюся систему;

– построение открытой инновационной системы и организационной структуры управления, направленной на заимствование внешних инновационных технологий и продуктов.

На настоящий момент существуют различные подходы к исследованию конкурентоспособности предпринимательских структур, рассматривающих его со стороны: адаптивности к изменениям внешней среды и инновационности – как способность обновляться, внедряя не только технические и технологические, но и организационно–экономические, управленческие и социальные инновации [3]. Сам процесс

обновления инновационной продукции обеспечивает инновационную активность предпринимательской деятельности в конкурентной среде.

В обеспечении конкурентоспособности товаров в рыночной среде роль инновационной продукции в предпринимательских структурах заключается в реализации новшеств в производстве и выпуске более высокого уровня инновационной продукции. А успех коммерциализации инновационной продукции зависит от инструментального обеспечения по выводу инновационной продукции на рынок, угроз технологического и функционального замещения, детального анализа инновационной деятельности конкурентов по технологиям и товарам способов производства (рис. 2).

В своей инновационной деятельности более 75 % предпринимательских структур нацелены на увеличение доли рынка за счет завоевания новых сегментов рынка, расширения ассортимента продукции, и только 50 % из них направлены на снижение затрат на производство продукции [7].

Исследования показали, что внедренческая работа новшеств в предпринимательских структурах осуществляются с учетом следующих критериев:

– прогноз прибыли превышает финансовые затраты и другие инвестиционные ресурсы за определенный период времени;

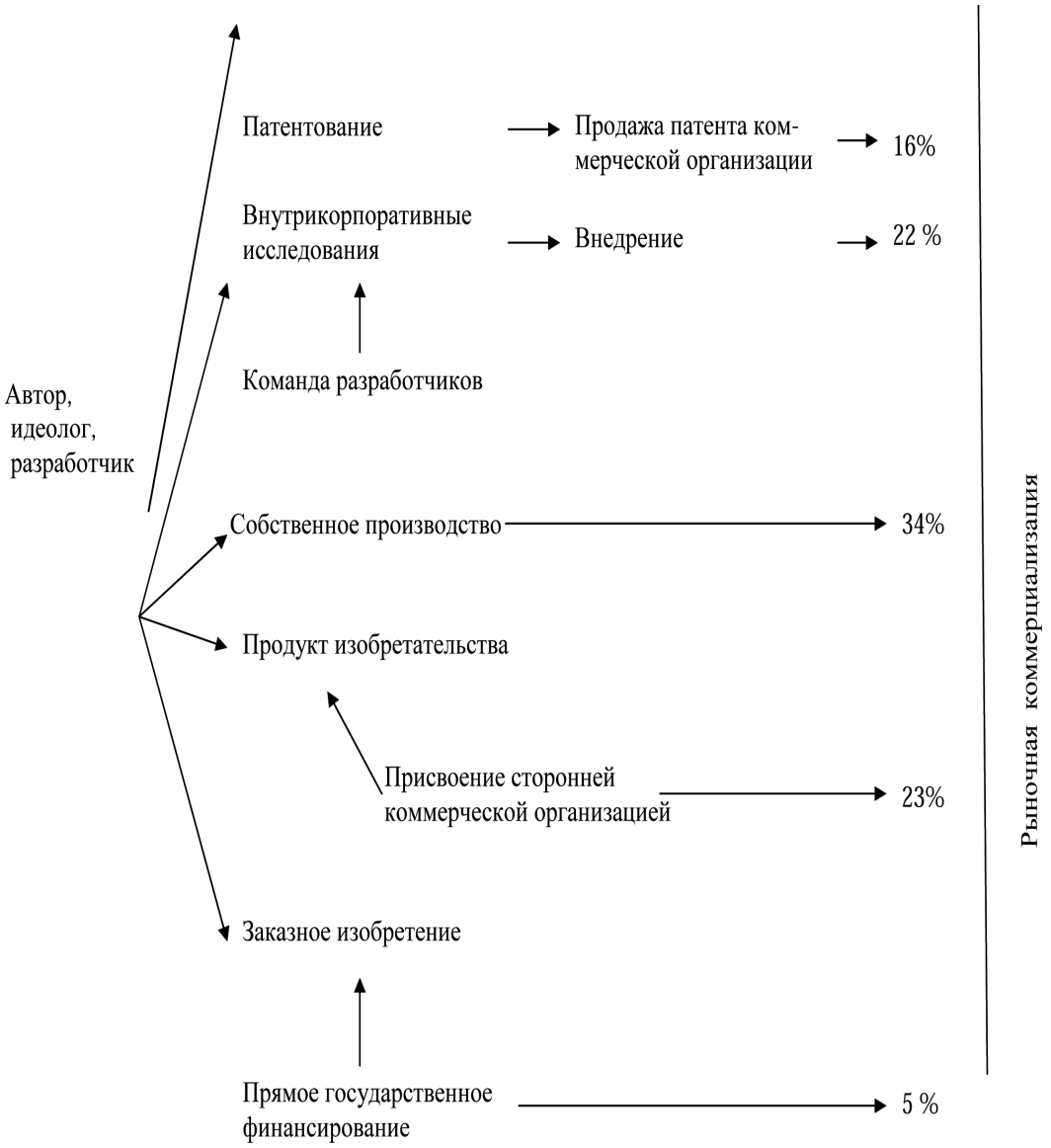

Рис. 2. Механизм коммерциализации инноваций предпринимательскими структурами

– скорость роста рынка позволяет увеличить долю рынка предпринимательской структуры или обеспечивает устойчивую работу на новых, более эффективных сегментах;

– прибыль предпринимательской структуры выше среднеотраслевого уровня за счет коммерциализации инновационной продукции на рынке;

– с целью обеспечить стратегические перспективы и устойчивость на рынке в кризисных условиях.

Источниками инноваций в системе предпринимательства часто выступают:

– предпринимательские структуры в системе управления, которые отвечают за разработку и коммерциализацию инновационной продукции;

– потребители со своими характеристиками и устойчивой структурой требований к товару;

– партнеры, лидирующие в области инновационных разработок по отраслевому признаку;

– конкуренты, занимающиеся производством и реализацией однородной инновационной продукции на рынке.

Предпринимательские структуры реализуют инновационную продукцию на рынке по следующим операционным и стратегическим целям:

– замена товаров на стадиях жизненного цикла насыщения и спада;

– разработка ассортиментной политики предпринимательской структуры;

– сохранение присутствия на традиционных старых рынках сбыта за счет совершенствования сбытовой системы и других маркетинговых инструментариев;

– применение стратегии проникновения на новые рынки сбыта «новый товар на новые рынки»;

– применение ценовой стратегии со снижением затрат на производство продукции в т.ч. материальных и энергетических затрат);

– разработка стратегии повышения качества товара и услуг до уровня международных стандартов;

– применение инновационной стратегии дифференциации товара;

– применение концепции социально–этического маркетинга в целях формирования имиджа предпринимательских структур.

Реализация инновационной стратегии в настоящей работе осуществлена по следующему алгоритму:

1) формирование инновационных целей стратегического развития, обеспечивающее динамическое развитие и эффективность, а также лидирующее положение субъекта предпринимательства на рынке;

2) выбор стратегических подходов инновационного развития продуктов и бизнес–процессов с целью максимизации потребностей потребителей;

3) изучение потребительских требований в процессе поиска новых идей для реализации в производственных условиях;

4) подготовка персонала к реализации новой инновационной идеи, планирование операционных стратегий и конкретизирующих планов, обеспечивающих конкурентные преимущества и эффективность производственно-сбытовой деятельности.

При этом основными задачами процесса управления инновациями в предпринима–тельских структурах являются:

а) создание более высокого уровня потребительской ценности товара с ориентацией инновационной политики на потребителя;

б) сокращение сроков вывода инновационной продукции на рынок;

в) достижение конкурентных преимуществ за счет выпуска инновационной продукции одновременно по нескольким направлениям деятельности субъекта предпринимательства;

г) оптимизация рисков в инновационном процессе, связанных с технологической осуществимостью и неопределенностью сроков их коммерциализации;

д) поиск методов привлечения крупных инноваций, способных обеспечить ускоренный рост рыночных показателей предпринимательских структур.

Список литературы

1. Асаул А.Н. Сценарии социально–экономического развития России // Экономическое возрождение России.– 2007. – № 4. – С. 3–7.

2. Асаул А.Н. Модернизация России на основе собственной идентичности // Экономическое возрождение России. – 2011. – № 1. С. 4–7.

3. Асаул А.Н. Введение в инноватику / А.Н. Асаул, В.В. Асаул., Н.А. Асаул, Р.А. Фалтинский: АНО «ИПЭВ», 2010. – 280 с.

4. Грахов В.П., Лекомцева Е.Ю. Стратегическое планирование инновационных проектов //Вестник Ижевского государственного технического университета. – 2012. – № 2. – С. 75–77.

5. Иванов С.Н. Оценка потенциала конкурентного статуса строительной организации по продуктивности применяемых ресурсов // Вестник гражданских инженеров. – 2012. – № 2. – 2012. – С. 279–285.

6. Иванов Г.А., Грахов В.П. Внедрение инновационных решений по организации подземных стояночных мест в жилых домах с использованием электрогидравлических подъемников // Строительная наука и производство глазами молодых: материалы Всероссийской науч. техн. конференции молодых ученых инженерно–строительного факультета, 2012. – С. 101–106.

7. Иванов С. Н.Управление региональным инвестиционно–строительным комплексом с позиции транс-

акционного подхода / под ред. засл. строителя РФ, д–ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2008. – 300 с.

8. Никифоров П. В., Омаров М.М., Костусенко И. И. Методология развития предпринимательских структур в условиях формирования инновационной экономики / НовГУ им. Я. Мудрого. – Великий Новгород, 2010.

9. Рыбнов Е. И., Асаул М. А. Выбор стратегического взаимодействия коммерческой организации с другими участниками рынка с целью недопущения кризиса // Экономика возрождения России. – 2010. – №2(24). – С. 59–66.

10. Формирование конкурентного преимущества субъектов предпринимательства в строительстве / А.Н. Асаул, Ш.М. Мамедов, Е.И. Рыбнов, Н.В. Чепаченко. – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2014.

References

1. Asaul A. N. Scenarii social'no–jekonomicheskogo razvitija Rossii // Jekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii. 2007. – no. 4. – pp. 3–7.

2. Asaul A. N. Modernizacija Rossii na osnove sobstvennoj identichnosti // Jekono–micheskoe vozrozhdenie Rossii. 2011. – no. 1. pp. 4–7.

3. Asaul A. N. Vvedenie v innovatiku / A. N. Asaul, V. V. Asaul., N. A. Asaul, R.A. Faltinskij //ANO «IPJeV», 2010. – 280 p.

4. Grahov V. P., Lekomceva E. Ju. Strategicheskoe planirovanie innovacionnyh proektov /Vestnik Izhevskogo gosudarstvennogo tehnicheskogo universiteta. 2012. – no. 2. – pp. 75–77.

5. Ivanov S. N. Ocenka potenciala konkurentnogo statusa stroitel'noj organizacii po produktivnosti primenjaemyh resursov // Vestnik grazhdanskih inzhenerov / SPbGASU. Sankt– Peterburg. – no. 2. – 2012. – pp. 279–285.

6. Ivanov G. A., Grahov V. P. Vnedrenie innovacionnyh reshenij po organizacii podzemnyh stojanochnyh mest v zhilyh domah i ispol'zovaniem jelektrogidravlicheskih podemnikov // Stroitel'naja nauka i proizvodstvo glazami molodyh materialy Vserossijskoj nauchnotehnicheskoj konferencii molodyh uchenyh inzhinerno–stroitel'nogo fakul'teta. 2012. – pp. 101–106.

7. Ivanov S. N.Upravlenie regional'nym investicionno–stroitel'nym kompleksom s pozicii transakcionnogo podhoda / S. N. Ivanov; pod red. zasl. stroitelja RF, d–ra jekon. nauk, prof. A. N. Asaula. – SPb.: ANO «IPJeV», 2008. – 300 p.

8. Nikiforov P. V., Omarov M.M., Kostusenko I. I. Metodologija razvitija predprinimatel'skih struktur v uslovijah formirovanija innovacionnoj jekonomiki. NovGU im. Ja. Mudrogo. Velikij Novgorod. – 2010.

9. Rybnov E. I., Asaul M. A. Vybor strategicheskogo vzaimodejstvija kommercheskoj organizacii s drugimi uchastnikami rynka s celju nedopushhenija krizisa // Jekonomika voz–rozhdenija Rossii. 2010. – no. 2(24). – pp. 59–66.

10. Formirovanie konkurentnogo preimushhestva subektov predprinimatel'stva v stroitel'stve / A.N. Asaul, Sh.M. Mamedov, E.I. Rybnov, N.V. Chepachenko. – SPb.: ANO «IPJeV», 2014.

Рецензенты:

Пиковский А.А., д.э.н., профессор кафедры прикладной экономики Новгородского государственного университета, г. Великий Новгород;

Омаров М.М., д.э.н., профессор, Председатель Новгородского регионального отделения ВЭО России, г. Великий Новгород.

Работа поступила в редакцию 04.06.2014.