

Влияние инноваций на конкурентные преимущества предприятий

(Глава монографии Инновационное развитие звеньев экономики/под ред А.А.Быкова и М.И. Ноздрина-Плотницкого. Опубликовано - Мн., Мисанта, 2009.)

Во второй половине двадцатого века конкурентный механизм стал испытывать влияние процессов, соединивших в себе последствия глобализации, реиндустриализации, «новой экономики», в результате которых конкуренция приобретает глобальный характер и ее интенсивность повышается. А это, в свою очередь, усиливает внешние конкурентные угрозы для любой страны и, следовательно, обостряет проблему внутренней и внешней национальной конкурентоспособности.

Мировая экономика последних десятилетий демонстрирует, что в развитии конкурентных преимуществ предприятий и стран инновации сыграли значительную роль, обеспечив стратегическую конкурентоспособность лидерам инновационных процессов. Поэтому актуальной задачей для любой страны является выбор приоритетных направлений инновационной деятельности.

Мировой рынок инноваций эксперты оценивают примерно в 1 трлн долл. В середине первого десятилетия XXI века США поставляла инновационной продукции на сумму 690 млрд долл, Япония – на 680 млрд долл., Китай – на 138 млрд долл, в то время как страны с трансформационной экономикой значительно отставали, например Россия поставляла инновационной продукции всего на 3,9 млрд долл [1]

Как следует из нормативных документов, основная идея текущей пятилетки в Республике Беларусь – это повышение уровня конкурентоспособности на основе модернизации экономики. А модернизация предполагает развитие человеческого потенциала и инноваций. В рамках Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006 - 2010 годы принята Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007 - 2010 годы. В соответствии с данной программой планируется довести

уровень инновационно активных предприятий реального сектора экономики практически до 100 %, повысить уровень наукоёмкости производства продукции до 1,7 - 2 % , увеличить удельный вес сертифицированной по международным стандартам промышленной продукции до 70 %, внедрить в производство около 900 новых и высоких технологий, из них 11% - на основе отечественных разработок. Основная цель программы - создание инновационной, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой, ресурсо- и энергосберегающей, экологобезопасной, социально ориентированной экономики Республики Беларусь, обеспечивающей устойчивое социально-экономическое развитие страны и повышение качества жизни белорусского народа [2]. В соответствии с этими документами в 2006–2010 годах в стране будет создано 367 наименований машин, оборудования, приборов, 288 наименований материалов, веществ и инструментов, 371 технологический процесс. За предстоящие пять лет только на базе вновь разрабатываемых технологий планируется создать 220 новых производств по выпуску конкурентоспособной продукции. И это будет ярким доказательством перехода национальной экономики в режим интенсивного инновационного развития, способного обеспечить устойчивый рост страны и благосостояния ее граждан[3].

Государственные инновационные программы служат фундаментом для формирования инновационной политики предприятий и призваны обеспечить встраивание большинства субъектов хозяйствования в национальную инновационную систему. В настоящее время эффективность инновационной деятельности предприятия определяется, прежде всего, наличием отлаженной системы инвестирования, кредитования, налогообложения, функционирующих применительно к инновационной сфере научных разработок.

Зависимость конкурентоспособности от инноваций часто декларируется, однако связь между ними не является простой и однозначной. Исследования этой зависимости показывают, что, несмотря на тесную организационную и экономическую связь управленческих, технологических и продуктовых инноваций, как экономических целевых функций предпринимательской

деятельности, до конца не установлено взаимовлияние элементов в цепи: инновация - инновационная активность – конкурентоспособность предпринимательской структуры[4].

Инновации часто определяются как результат НИОКР, хотя сегодня это понятие трактуется гораздо шире. М. Портер в своих известных работах по теории конкуренции отмечает, что большая часть изменений в производстве носит скорее эволюционный, чем радикальный характер. При этом накопление небольших изменений дает больше, чем крупный технологический прорыв. Нововведение – это результат НИОКР, но также и результат совершенствования организационной структуры. Нововведения предполагают капиталовложения в исследования, разработки, маркетинг. Нововведения ведут к смене лидерства в конкуренции, обеспечивают конкурентное преимущество фирмы. Среди основных причин инноваций Портер выделяет: новые технологии; новые или изменившиеся запросы покупателей; появление нового сегмента в отрасли; изменение стоимости или наличия определенных ресурсов; изменения в государственном регулировании и др.

Изменение технологии может создать новые возможности для разработки товара, новые способы маркетинга, производства или послепродажного обслуживания. Изменение технологии предшествует появлению новых отраслей. Часто конкурентное преимущество переходит из рук в руки, когда прежние лидеры не улавливают изменившиеся запросы покупателей и поэтому не успевают создать новую цепочку ценностей. Появление нового сегмента может застать врасплох прежних лидеров, которые не могут быстро и значительно изменить прежнюю цепочку ценностей, а этим пользуются другие конкуренты. Изменение цен на энергию, сырье, транспорт, связь, оборудование может стать причиной падения конкурентоспособности прежних лидеров и получения конкурентного преимущества новыми лидерами. Существующие лидеры рынка приспособились к определенным формам правительственного регулирования и не всегда успевают своевременно реагировать на изменение регулирования. Новая политика в области охраны окружающей среды, торговых ограничений,

требований к новым отраслям и др. может вызвать новации, влекущие за собой новые конкурентные преимущества фирм, которые успели приспособиться к этой новой политике.

Некоторые экономисты отмечают, что наиболее важным влиянием инноваций на конкурентоспособность является повышение длительности удержания конкурентных преимуществ.

Степень устойчивости конкурентного преимущества обуславливается источниками конкурентного преимущества и возможностями их постоянно совершенствования и расширения. В этой связи по степени устойчивости конкурентных преимуществ предприятия (КПП) можно выделить:

1) КПП с низкой степенью устойчивости. Этот вид конкурентного преимущества является легко доступным конкурентам. Например, конкурентное преимущество в стоимости рабочей силы или сырья, эффект масштаба от применения технологий, оборудования и т.п.

2) КПП со средней степенью устойчивости. К этому виду целесообразно относить удерживаемые более длительное время конкурентные преимущества. Например, запатентованная технология, дифференциация на основе уникальных товаров или услуг, репутация фирмы, налаженные каналы сбыта продукции. Для достижения подобных преимуществ необходимы интенсивные и долговременные капиталовложения в производственные мощности, проведение НИОКР и маркетинговые исследования, в специализированное обучение персонала.

3) КПП с высокой степенью устойчивости. Этот вид конкурентного преимущества требует сочетания крупных капиталовложений в инновационные проекты с высоким качеством их реализации[5].

Известно, что получить доступ к инновациям в рыночной экономике можно путем приобретения их на рынке. Однако такой путь обрекает на так называемое догоняющее развитие, так как в коммерческий оборот, как правило, поступают не самые передовые новинки. Покупатель новой технологии получает ряд преимуществ: не тратит средства на разработку открытия, избегает риска внедрения НИОКР, сокращает время на внедрение изобретения в производство. В

то же время такой подход, как было отмечено выше, сокращает время удержания конкурентоспособности и не обеспечивает высокой прибыли.

Наибольшие преимущества получают предприятия, которые выбирают путь финансирования собственных внутрифирменных разработок либо устанавливают контроль над разработками за пределами фирмы (договоры с НИИ, университетами, финансирование «вентюрных фирм» и др.).

Собственные разработки могут финансировать немногие фирмы, причем западный рынок отличается высокой концентрацией затрат фирм на НИОКР. Различаются цели НИОКР. Это может быть разработка нового продукта; разработка новой технологии или улучшение производимого продукта. Основную долю затрат на НИОКР фирмы тратят на первое направление, но существуют национальные и отраслевые особенности по отдельным целям.

Для предприятий трансформационной экономики источники финансирования НИОКР ограничены. Западные фирмы тратят на исследования несколько процентов от оборота, но их оборот составляет миллиарды долларов. Объемы собственных средств отечественных фирм не позволяют в достаточной мере финансировать инновационную деятельность. Поэтому, большее распространение получает приобретение лицензий на новые для нашего рынка товары, лизинговые сделки по приобретению оборудования. Значительным источником финансирования предприятий в реализации их инновационной деятельности являются также заемные средства, кредиты банков.

Разрабатывая инновационную политику, предприятие должно исходить из того, что инновация - это не столько передовая научная разработка, сколько передовое внедрение в массовое производство. В связи с этим объектом научного анализа становится инновационная активность предприятия. Финансирование создания инноваций не гарантирует инновационной активности. Финансирование НИОКР – скорее, превентивная мера. В экономической литературе много примеров того, что известные фирмы, имеющие прочное положение на рынке, занимают оборонительные позиции в научно-техническом соперничестве. Часто более активную научно-техническую политику проводят фирмы, затраты на

НИОКР у которых достаточно скромные. Высокой активностью во внедрении нововведений отличаются мелкие фирмы по сравнению с крупными, новые конкуренты по сравнению с уже известными, так как для них такая активность часто является единственной возможностью проникновения на рынок, создания и удержания конкурентных преимуществ. Причиной низкой активности является, прежде всего, риск внедрения инноваций. По данным американских исследователей, на рынке товаров широкого потребления терпит неудачу 40% всех предлагаемых новинок, на рынке товаров промышленного назначения — 20%, а на рынке услуг — 18%. Другой причиной является объем финансирования внедрения. Общепринятым считается соотношение 1:10:100. 1 - это затраты на научные исследования. В 10 раз больше нужно затратить на создание опытного образца и в 100 раз больше средств уходит на организацию массового производства товара[6]. Отсюда понятно, почему у нас большинство исследований не выходит за рамки первой стадии, лишь небольшое количество доходит до второй.

В условиях изменчивости предпочтений, свойственной постиндустриальному обществу, предприятие не может полагаться только на существующие товары. Экономисты подчеркивают, что если фирма не ограничивается краткосрочным выживанием, а строит долгосрочную стратегию, то у нее нет альтернативы разработке новых товаров. В организационной структуре фирмы должно быть закреплено распределение усилий между созданием оригинальных товаров, модификацией существующих товаров и, возможно, имитацией товаров конкурентов.

Отсутствие достаточных средств на финансирование НИОКР, нетребовательность покупателей (ненасыщенность рынка многими известными в других странах товарами), а также высокий риск инноваций делает проблематичным возрастание конкурентоспособности белорусских предприятий на основе инновационной активности. Для нормального функционирования в компании инновационного цикла от поиска идеи до изготовления необходимо, чтобы доход от реализации новой продукции, как минимум, покрывал затраты на

проведение дальнейших разработок. Поэтому стоящая перед предприятиями дилемма – разрабатывать ли новинку или получать невысокую, но относительно гарантированную прибыль за счет использования уже известных на мировом рынке товаров и технологий, часто решается в пользу последнего. Среди факторов сдерживающих инновационные процессы белорусские исследователи отмечают:

- слабый уровень научно исследовательской базы, неготовность предприятий к освоению новейших научно-технических достижений, недостаток информации о новых технологиях, рынках сбыта;
- недостаток собственных денежных средств, высокие экономические риски, длительные сроки окупаемости инновационных проектов;
- недостаточный уровень проработки регламентирующих законодательных и нормативно-правовых документов;
- недостаточную инновационную развитость рынка технологий»[7].

Инновационная активность в трансформационной экономике осложняется еще одной проблемой. В связи с возрастанием роли инноваций в обеспечении конкурентоспособности увеличивается потребность фирмы в специалистах. Для обеспечения себя конкурентоспособным персоналом западные фирмы заключают контракты с университетами и специализированными колледжами, открывают собственные курсы по переподготовке и повышению квалификации, используют новые методы мотивации и оплаты труда и др. Одной из форм является привлечение специалистов из других стран, в частности, из стран с переходной экономикой, что создает угрозы для конкурентоспособности последних.

Среди конкурентных преимуществ нашей страны принято называть кадровый потенциал, научно-техническую и образовательную базу. Так, А.Бондарь отмечает, что Республика Беларусь, не обладая значительными природно-сырьевыми и кредитными ресурсами, которые она могла бы продвигать на различные сегменты мировых товарных или финансовых рынков, имеет нечто не менее, а, возможно, и более ценное — высокий уровень развития человеческого капитала, который с успехом может

конкурировать на МРТ[8]. С этой точки зрения ясно, что «утечка умов» является важной проблемой для белорусских фирм, которым достаточно сложно удержать наиболее квалифицированных специалистов. С одной стороны, есть проблема недоиспользования трудовых и предпринимательских способностей граждан нашей страны, возможность его деградации. С другой стороны, усиление открытости национальной экономики втягивает национальный рынок труда в мировой, предопределяя его функционирование в качестве сегмента последнего и более эффективное его использование за границами белорусской экономики. Из этого вытекает опасность неконтролируемой и зачастую безвозвратной миграции рабочей силы за границу, потери человеческого капитала, а, значит, и национальной конкурентоспособности»[8].

В ряде исследований отмечается недостаточное внимание к такому фактору конкурентоспособности, как персонал. В условиях инновационной экономики инновационная активность персонала организации становится ядром, определяющим инновационное развитие и конкурентоспособность организации. Отсюда следует вывод, что для управления конкурентоспособностью, организации следует отказаться от устаревших методов и показателей и оценивать, прежде всего, основной интеллектуально-креативный потенциал фирмы, от которого зависит дальнейшее формирование уровней конкурентоспособности предпринимательской структуры: технологий (второй уровень), товаров (третий уровень) и финансов (четвертый уровень) »[9].

Используемая литература:

1. Внешнеэкономические аспекты развития инновационных секторов российской экономики/ Доклад руководителя ЭКЦ МКПП, Генерального директора Института экономики и комплексных проблем связи (ЭКОС), д.э.н. Егорова Г. Н. на Международном Конгрессе промышленников и предпринимателей//

http://www.icie.ru/activity/conferences/konferencia1/publications_3.html

2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010 гг.// <http://www.belisa.org.by/ru/nis/gospr/documgospr/b787894fcb05f289.html/>.
3. Знания – инновации – благосостояние// Экономика Беларуси: итоги, тенденции, прогнозы. 2006. №3
4. Шувалов В.Н. Интеллектуально-креативные ресурсы конкурентоспособности предпринимательской структуры/Автореферат канд. диссерт. – Спб.,2007.С.3
5. Туманов К.М. Инновационные конкурентные преимущества в формировании конкурентоспособности предприятия/http://www.pharminindex.ru/navigator/FMARKET_212.html
6. Пшеник Ю. Пора крутить педали //Экономическая газета// http://neg.by/publication/2004_06_25_4178.html
7. Белых Ю.Э., Шишко В.И. Инновационная деятельность – средство повышения конкурентоспособности предприятия// <http://uecs.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=18/>.
8. Бондарь А.В. Международная миграция населения и проблемы сохранения и накопления человеческого капитала// Белорусский журнал международного права и международных отношений. 2002. №3.
9. Шувалов В.Н. Интеллектуально-креативные ресурсы конкурентоспособности предпринимательской структуры/Автореферат канд. диссерт. – Спб.,2007.С.6-7.