УДК 061.5.001.76

Воронина Наталья Викторовна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления в строительстве ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет» (г. Хабаровск). *E-mail: nat_vnv@mail.ru*

Н.В. Воронина
N.V. Voronina

Влияние результатов инновационной деятельности на конкурентоспособность предприятия

Одним из условий конкурентоспособности предприятия является его способность к изменениям и усовершенствованиям. В связи с этим, в основе оценки уровня его конкурентоспособности положены инновационность, восприимчивость предприятия к инновациям, а также прирост величины его рыночной доли в связи с внедрением новшеств. С учетом этих факторов определены конкурентные преимущества предприятий, на основе которых разрабатывается его инвестиционно-инновационная стратегия.

Innovative activity effect on the enterprises' competitiveness

Enterprises' ability to change and improve is one of the conditions for its competitiveness. Therefore, the assessment of the degree of its competitiveness is based on innovativeness, responsiveness to innovations, as well as on an increase in a market share by introducing the innovations. Taking into account these factors, the enterprises' competitive advantages are determined, based on which their investment and innovation strategy is designed.

Ключевые слова: инновационность, восприимчивость, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, факторы, рыночная доля.

Keywords: innovativeness, responsiveness, competitiveness, competitive advantages, factors, market share.

Для многих российских предприятий, столкнувшихся с проблемой выживания и острой конкурентной борьбой, инновационная деятельность стала главным условием успеха. Поэтому участники рынка для обеспечения своей текущей и перспективной конкурентоспособности обязаны разрабатывать свою инновационную политику. Осознание необходимости постоянного поиска, разработки новых продуктов является делом предприятий, стоящих на передовых позициях научно-технического прогресса и обладающих достаточной величиной ресурсов на осуществление

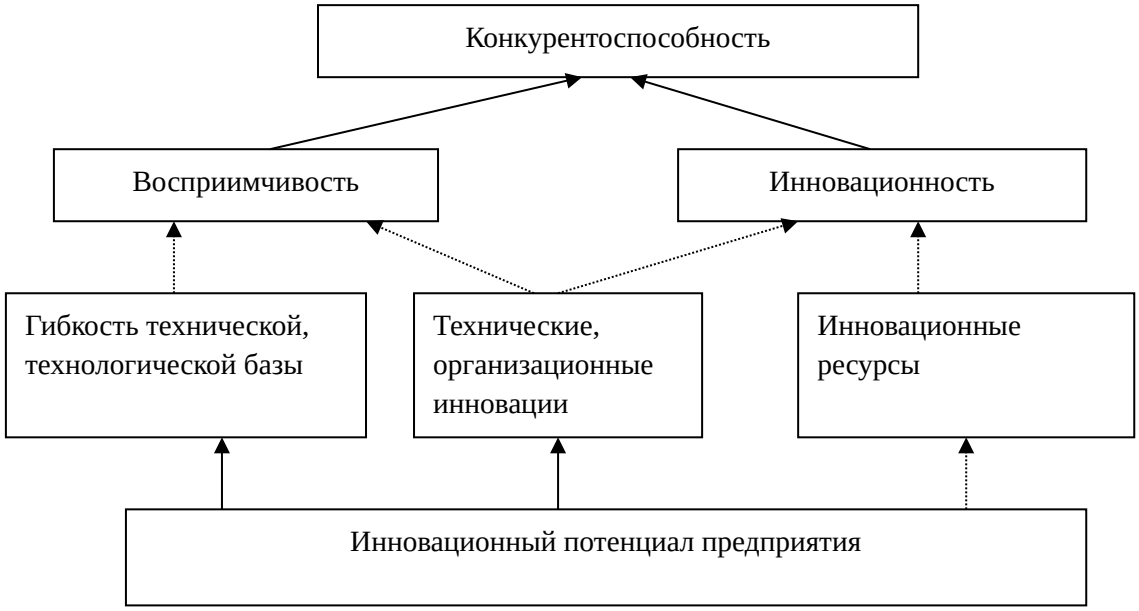
новых исследований и разработок.

Так как составляющие инновационного потенциала предприятия непосредственно связаны со всеми видами его ресурсов, то изменение того или иного вида ресурса в непосредственной взаимосвязи с другими может способствовать повышению конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность предприятия может быть определена как его сравнительное преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Победа в конкурентной борьбе будет означать реализацию таких преимуществ.

Конкурентные преимущества предприятий, в основном, обусловлены нововведениями и изменениями [1]. Конкурентные преимущества могут быть устойчивыми только при условии постоянных усовершенствований.

Конкурентоспособность предприятия за счет внедрения и использования результатов инновационной деятельности можно рассматривать с учетом двух сторон – восприимчивости и инновационности.

Восприимчивость – это свойство предприятия приспосабливаться к изменениям внешней среды посредством внутриорганизационной перестройки. Инновационность – это способность обновляться, осуществлять изменения в своей деятельности на основе освоения новых элементов. Зависимость данных свойств, формирующих конкурентоспособность предприятия, а также роль инновационных ресурсов представлены на рисунке 1.



Условные обозначения:

ситуационное управление

использование свойств

Рис. 1. Схема формирования конкурентоспособности предприятия

В соответствии с вышеизложенными положениями и рисунком 1 уровень использования инновационного потенциала предприятия определяет его конкурентоспособность [2]. В этом случае конкурентоспособность (К) может быть определена как:

$$К = К_в + К_и ; \quad (1)$$

где $К_в$ – коэффициент восприимчивости предприятия;

$К_и$ – коэффициент инновационности предприятия.

Коэффициент восприимчивости может быть рассчитан в соответствии со следующей формулой:

$$К_в = В_и / В_о ; \quad (2)$$

где $В_и$ – количество инновационных видов продукции, выпускаемых предприятием;

$В_о$ – общее количество видов продукции, выпускаемых предприятием.

Коэффициент инновационности может быть рассчитан:

$$К_и = Р_{исп} / Р_о ; \quad (3)$$

где $Р_{исп}$ – величина ресурсов, вовлеченных в оборот для разработки и

реализации продуктовых и процессных инноваций;

$Р_о$ – общая величина ресурсов, которыми располагает предприятие.

Чем выше инновационность и восприимчивость предприятия, тем выше уровень его конкурентоспособности (К→2). Предприятия обращаются к инновациям в силу необходимости не только поддержать достаточный уровень рентабельности, но и получить конкурентные преимущества на рынке. В связи с этим, разработка стратегий, основанных на внедрении нововведений, позволит предприятию повысить свою конкурентоспособность и укрепить позицию на рынке путем расширения рыночной доли.

Для конкретного расчета и анализа рыночной доли принципиально важными являются следующие обстоятельства:

- продукция, по которой определяется доля предприятий-конкурентов, должна относиться к одной классификационной группе общероссийского классификатора продукции;
- рассматриваемая географическая граница рынка должна быть одна для всех анализируемых предприятий;
- расчет должен производиться для фиксированного интервала времени.

Рыночная доля предприятия определяется по формуле:

$$Д_i^k = \frac{K_i}{\sum_{i=1}^{n} K_i}; \quad (4)$$

$$Д_i^в = \frac{K_i \bullet Ц_i}{\sum_{i=1}^{n} (K_i \bullet Ц_i)}; \quad (5)$$

где $Д_i^к$ ($Д_i^в$) – рыночная доля i-го предприятия по количеству реализованной продукции (по объему реализованной продукции);

$К_i$ – количество продукции i-го предприятия;

$Ц_i$ – цена продукции i-го предприятия;

n – количество предприятий, работающих на анализируемом рынке.

На основании вышеприведенных формул можно рассчитать рыночную долю инновационно-активного предприятия:

$$Д_i^{ku} = \frac{K_i + K_i^u}{\sum_{i=1}^{n} (K_i + K_i^u)}; \quad (6)$$

$$Д_i^{ви} = \frac{K_i \bullet Ц_i + K_i^u \bullet Ц_i^u}{\sum_{i=1}^{n} (K_i \bullet Ц_i + K_i^u \bullet Ц_i^u)}; \quad (7)$$

где $Д_i^{ки}$ ($Д_i^{ви}$) – рыночная доля i-го инновационно-активного

предприятия по количеству реализованной продукции (по объему реализованной продукции);

$К_i^и$ – количество инновационной продукции предприятия;

$Ц_i^и$ – цена инновационной продукции предприятия за единицу.

Рыночная доля инновационно-активных предприятий больше на величину объема выпускаемой инновационной продукции:

$$\Delta Д_и^в = Д_i^{ви} – Д_i^в ; \quad (8)$$

$$\Delta Д_и^к = Д_i^{ки} - Д_i^к. \quad (9)$$

Конкурентные преимущества предприятия проявляются в процессе взаимодействия, взаимосвязи и борьбы на рынке с другими хозяйствующими субъектами за признание лучшей потребительской стоимости своего товара и получение наибольшей прибыли.

Теория конкурентных преимуществ исходит из того, что каждый субъект конкуренции имеет определенный индивидуальный набор конкурентных преимуществ. Если конкурентные преимущества достигаются за счет природных ресурсов и дешевой рабочей силы, то экономика имеет примитивную структуру и относительно низкую эффективность. В современных условиях такое преимущество обречено в скором времени на превращение из преимущества как такового в сырьевую зависимость, что характерно для российской экономики конца прошлого века.

Конкурентные преимущества достигаются за счет одновременного использования ресурсных, инвестиционных возможностей и накопленного богатства. Следовательно, существуют модели инновационности конкурентных факторов как основной качественной характеристики уровня конкурентоспособности.

Инновационные изменения в любой экономической системе разрушают сбалансированность и равновесие, но создают внутренний стимул роста конкурентоспособности, возможности перехода системы в новое качество. Поэтому предприятия в целях повышения своей конкурентоспособности должны формировать долгосрочные программы своего инновационного развития [3].

Схема формирования инвестиционно-инновационной стратегии предприятия представлена на рисунке 2.

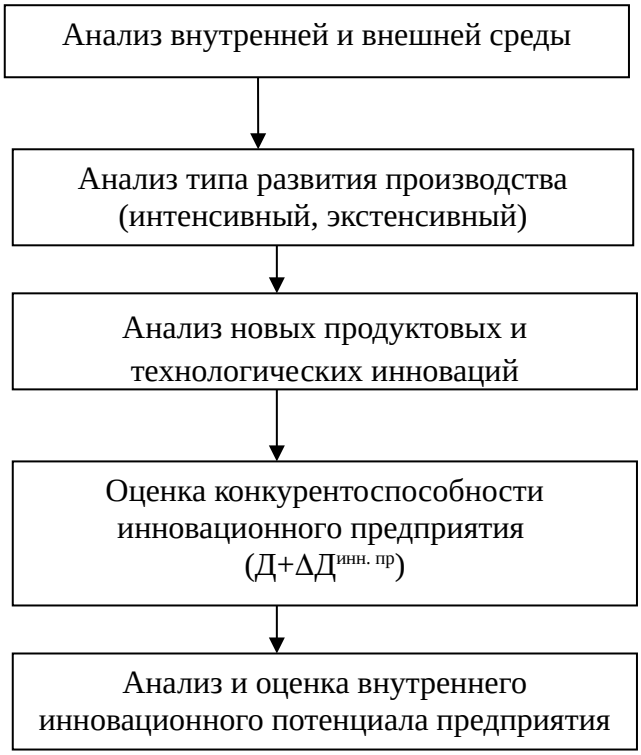


Рис. 2. Формирование инвестиционно-инновационной стратегии

На основе проведенного анализа разрабатывается перечень мероприятий по совершенствованию инновационной деятельности. Данные мероприятия должны обеспечивать:

- наилучшее использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов при выполнении работ по разработке, внедрению и освоению инноваций;
- сокращение времени выполнения работ на всех этапах инновационного цикла;
- приобретение конкурентных преимуществ после внедрения инновации;
- расширение рыночной доли предприятия.

Литература и источники:

1. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития / Санто Борис, общ. ред. Б. В. Сазонова ; пер. с венг. – М. : Прогресс, 1990. – 269 с.

2. Управление инновационными ресурсами предприятий / Н. В. Воронина. – Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2010. – 255 с.

3. Трифилова, А. А. Управление инновационным развитием предприятия / А. А. Трифилова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.