

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Меленькина С.А.

*Уральский социально-экономический институт (филиал) Образовательного учреждения профсоюзов Высшего образования «Академия труда и социальных отношений», Россия, 454091, г. Челябинск, ул. Свободы, 155, golovanovanp@mail.ru*

Статья посвящена анализу взаимодействия инновационной культуры предприятия и его конкурентоспособности, а также исследованию влияния инновационной культуры на формирование и развитие конкурентных преимуществ промышленных предприятий. В статье дается анализ существующих определений понятий «инновационная культура» и «конкурентоспособность». Актуальность темы статьи определяется тем, что обеспечение конкурентоспособности и укрепление рыночных позиций в современных условиях развития экономики невозможно без создания уникальных, воспроизводимых конкурентных преимуществ. На сегодняшний день инновационная культура становится основой формирования и развития эффективных конкурентных преимуществ промышленного предприятия и позволяет создавать конкурентную стратегию на базе имеющегося инновационного потенциала. Кроме того, развитие инновационной культуры способствует повышению жизненного цикла конкурентных преимуществ, а также росту числа уникальных и труднодоступных для воспроизводства конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: инновационная культура, конкурентоспособность промышленного предприятия, конкурентное преимущество, факторы конкурентоспособности предприятия, стратегия инновационного развития

## CURRENT STATUS OF INTERACTION INNOVATIVE CULTURE AND COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Melenkina S.A.

*Ural Social-Economic Institute (branch) of Educational Institution of Trade Unions of the Higher Training «Academy of Work and Social Relations», Russia, 454091, Chelyabinsk, Svobody str., 155, golovanovanp@mail.ru*

This article analyzes the interaction between innovation culture of the enterprise and its competitiveness, as well as the study of the influence of innovative culture on the formation and development of competitive advantages of the industrial enterprises. The article analyzes the existing definition of "innovation culture" and "competitiveness". Relevance of the topic article by the fact that competitiveness and strengthen market positions in modern conditions of economic development is not possible without creating a unique, competitive advantages of renewable. To date, the innovative culture is the basis for the formation and development of effective competitive advantages of the industrial enterprise and allows you to create a competitive strategy based on existing innovative potential. Besides the development of innovative culture contributes to the life cycle of competitive advantage, as well as the increase in the number of unique and hard to reproduce a competitive advantage.

Keywords: innovation culture, industrial competitiveness, competitive advantage, competitive factors of the enterprise, the strategy of innovative development.

В экономической литературе «культура» как важнейшее понятие и категория человеческого существования определяется как система норм и правил классического поведения человека. В данном случае имеется в виду хозяйственное поведение человека экономического.

Таким образом, термин «культура» следует интерпретировать в узком смысле как владение нормами, а в широком смысле — как общее состояние народа в материальном и духовном отношениях.

Инновационная культура широко рассматривается отечественными авторами, однако на сегодняшний день имеет место отсутствие единого подхода к определению ее понятия. Так, А.И. Николаев считает, что «инновационная культура отражает целостную ориентацию человека, закрепленную в мотивах, знаниях, умениях и навыках, а также образах и нормах поведения» [6].

С позиции Л.А. Холодковой «инновационная культура человека — это область его духовной жизни, отражающая его ценностную ориентацию, закрепленную в мотивах, знаниях, умениях, навыках, образцах и нормах поведения, и обеспечивающая восприимчивость им новых идей, его готовность и способность к поддержке и реализации новшеств во всех сферах жизни» [10].

По мнению Ю.А. Карповой, «инновационная культура общества — это плод создания некой инновационной инфраструктуры, института инновационной деятельности», в то время как «инновационная культура отдельного человека — это умение личности приспособляться к постоянно изменяющемуся миру, творить новое, умение правильно оценить и принять новшество» [4].

Николаев А.М. и Лисин Б.К. определяют инновационную культуру как «область общекультурного процесса, характеризующая степень восприимчивости личностью, группой, обществом различных новшеств в диапазоне от толерантного отношения до готовности и способности превращения их в инновации» [7].

По определению академика Ф.Т. Михайлова, «вся человеческая культура по происхождению и по самой сути своей креативна, следовательно — инновационна».

Таким образом, можно отметить отсутствие единого мнения о том, что считать инновационной культурой. Кроме того, существующие понятия не отражают особенностей современной экономики, в которых проявляется инновационная культура. Поэтому предлагается считать, что инновационная культура – это комплексное понятие, отражающее образовательный, научно-технический, физиологический потенциал и, следовательно, готовность индивида или предприятия к созданию и освоению новшеств для обеспечения его конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.

Инновационная культура работника формируется на основе его творческого потенциала, приобретенных навыков и умений. Однако с целью осуществления эффективной инновационной политики предприятию следует учитывать ряд факторов формирования и развития инновационной культуры.

Конкурентное соперничество при формировании и развитии инновационной культуры ведет зачастую к непрогнозируемым результатам, которые требуют решения научно-технических, социально-экономических и прочих задач. Для получения положительного

экономического эффекта предприятиям следует применять в конкурентной борьбе основные инструменты инновационного подхода. Кроме того, реализация системного подхода через применение имеющихся ресурсов, элементов, механизмов, включение их в контур интеграции и кооперации технологической структуры, модернизированной техники, технологических укладов, используемого производственного потенциала, производительных сил работников, базовых нововведений в экономике позволяет установить результативный воспроизводственный инновационный цикл предприятия.

Для дальнейшего исследования категории конкурентоспособности считаем необходимым остановиться на понятийном аппарате. В экономической литературе можно встретить весьма разнородные определения конкурентоспособности предприятия.

Профессор Портер М.Э. определяет конкурентоспособность как «свойство субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там конкурирующими субъектами рыночных отношений» [8].

По мнению Ершовой И. В., «в основе конкурентоспособности лежит производство пользующейся спросом продукции при эффективном использовании производственного, кадрового и финансового потенциалов» [3].

С точки зрения профессора Фатхутдинова Р. А., под конкурентоспособностью следует понимать «преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами» [9].

Гельвановский М. определяет конкурентоспособность как «обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования» [2].

С понятием «конкурентоспособность» тесно связан термин «конкурентное преимущество». Конкурентное преимущество с позиции фирмы – это ее активы и различные характеристики (например, технология, позволяющая экономить энергию, топливо; патенты на изготовление продукции и т.д.), которые дают преимущества над соперниками в конкуренции [8].

В рамках настоящей статьи будем придерживаться определения конкурентоспособности как способности предприятия эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами и на основе этого создавать такие конкурентные преимущества, которые позволят сохранить свою финансовую устойчивость и положительную динамику стоимости своего бизнеса в настоящем и будущем.

Конкурентные преимущества фирмы во многом зависят от конкурентной среды (существующих и потенциальных конкурентов, поставщиков и потребителей продукции, государственной политики в области регулирования экономики и др.), но создаются самой фирмой в процессе проектирования, производства и реализации продукции. Система

управления предприятием в этих условиях, создавая конкурентные преимущества, направлена на активный поиск способов адаптации предприятия к колебаниям рыночных условий и конкурентной среды. Однако для достижения эффективности управления и получения положительных экономических результатов необходимо применение требуемых технологий управления. При этом основными целями технологической работы должны явиться: выявление конкурентных преимуществ, анализ факторов и условий их формирования, разработка конкурентной стратегии, основанной на всестороннем анализе рыночной ситуации, и ее применение в деятельности компании.

Инновационная культура видоизменяет характер конкуренции на различных уровнях: как внутри предприятия, корпорации (между подразделениями, цехами), так и на региональном уровне. Субъекты конкуренции зачастую объединяют свои усилия (через трансфер инноваций) для эффективной инновационной деятельности, так как развитие инновационной культуры требует значительных материальных и интеллектуальных ресурсов. Достижение необходимого уровня ресурсов возможно получить, объединив усилия субъектов рынка. На сегодняшний день обеспечение конкурентоспособности промышленного предприятия невозможно без интеграции экономики предприятия в отраслевые инновационные процессы, а также без наличия соответствующей научно-технической базы и механизмов создания и освоения новшеств.

Конкурентоспособность предприятия, в отличие от конкурентоспособности товара, имеет более высокую инерционность и не может повышаться или понижаться в относительно короткие сроки. Это определяет рассмотрение конкурентоспособности предприятия как важного параметра производственной системы с позиции стратегического менеджмента.

Каждое промышленное предприятие обладает своими отличительными параметрами, связанными с историей создания и развития, индивидуальными особенностями персонала, окружающей среды, используемых технологий и т.п. Формирование и развитие инновационной культуры осуществляется на основе имеющегося уровня инновационной активности предприятия, который определяет экономическую целесообразность внедрения тех или иных инноваций.

Волкова Е.А. среди основных факторов конкурентоспособности промышленного предприятия выделяет «обеспеченность квалифицированной рабочей силой». По мнению автора, уровень мотивации, система распределения ответственности определяют эффективность использования этого фактора [1]. Действительно, на сегодняшний день основная производительная сила и фактор развития производства – это инновационная культура персонала предприятия, включающая готовность и желание работников внедрять и осваивать инновации, повышать квалификацию, работать в сплоченном коллективе на

достижение целей предприятия. В этих условиях разработка конкурентной стратегии должна основываться на повышении мотивации труда, совершенствовании кадровой политики, развитии организационной культуры, росте инициативности работников.

В целом влияние инновационной культуры на конкурентные преимущества позволяет достичь прочности стратегических позиций промышленного предприятия, основной из которых является доля рынка. Инновационная культура позволяет повысить число уникальных, труднодоступных для воспроизводства конкурентных преимуществ (наличие квалифицированного персонала, получение лицензий и патентов, использование уникальных энергосберегающих технологий и т.п.), а также увеличить длительность их жизненного цикла (рис. 1).

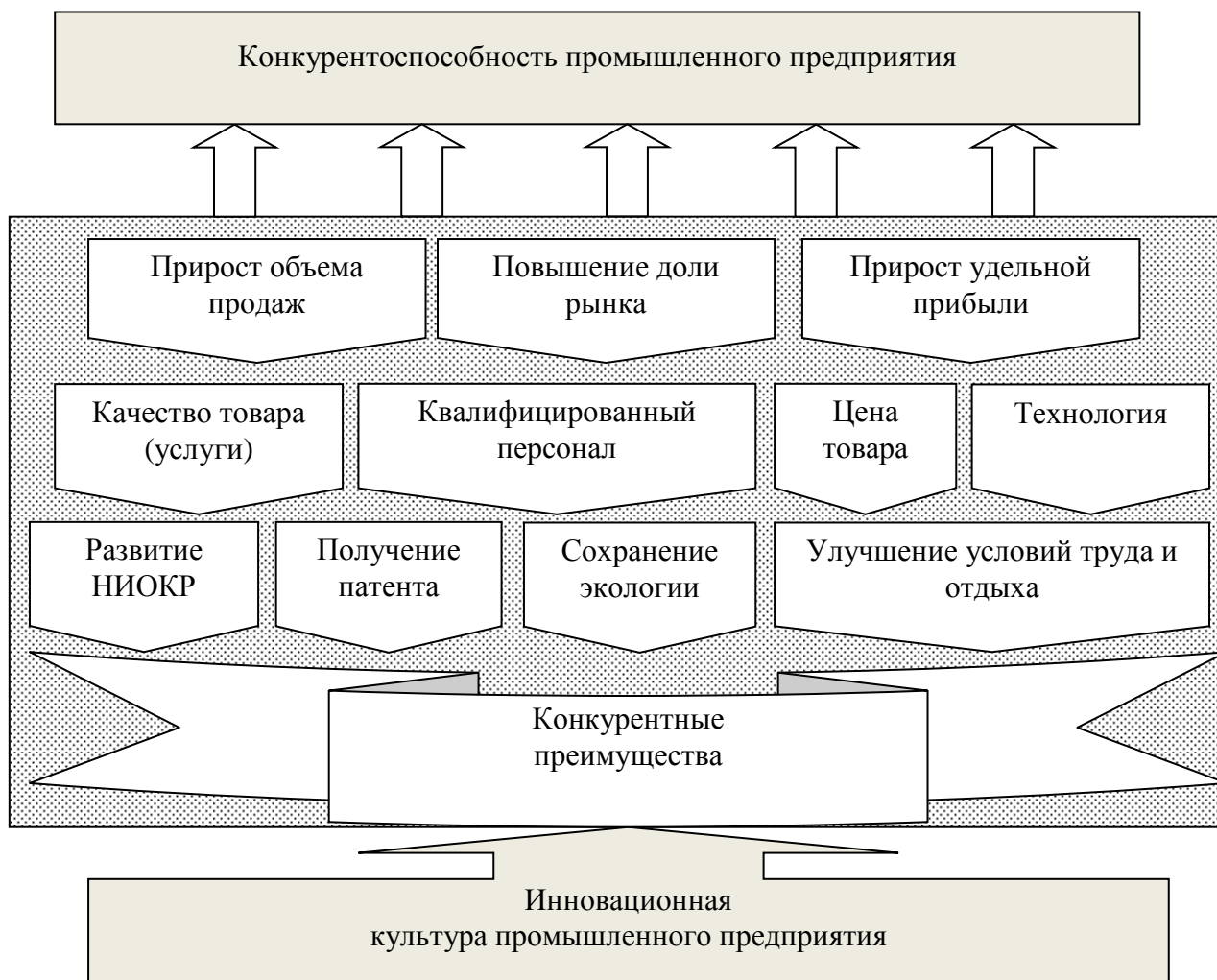
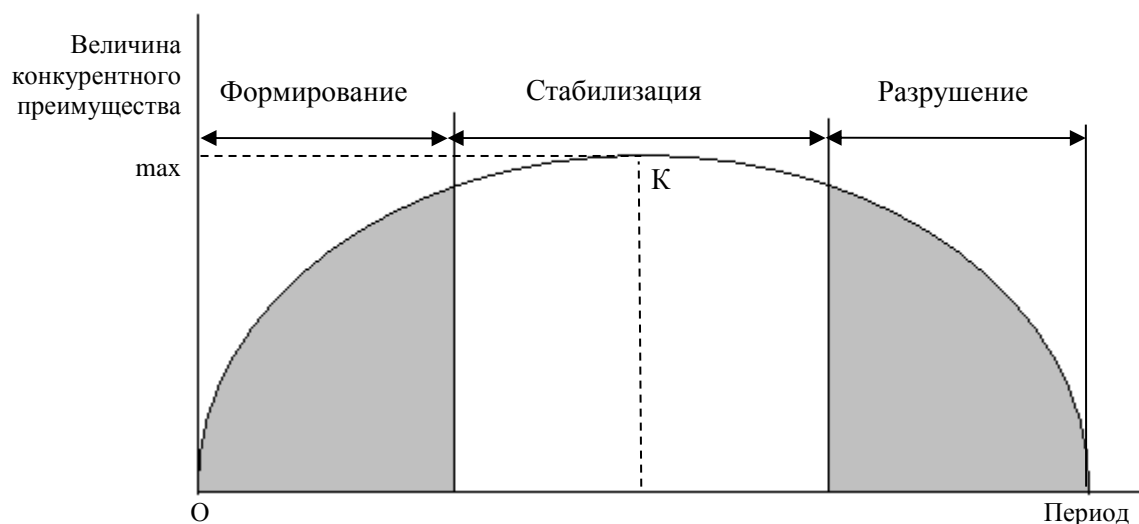


Рис. 1. Влияние инновационной культуры на конкурентоспособность промышленного предприятия

Каждое конкурентное преимущество предприятия имеет свои восполняемые ресурсы. Количество конкурентных преимуществ, их доступность, длительность их жизненного цикла определяют рыночные позиции предприятия. В частности, повышение инновационной культуры персонала увеличивает жизненный цикл такого конкурентного преимущества, как

«квалифицированный персонал», что создает прочную базу для развития производительных сил и роста производства.

Жизненный цикл конкурентного преимущества проходит ряд стадий: формирование, стабилизация и разрушение. Динамика создания и утраты конкурентного преимущества представлена на рисунке 2.



*Рис. 2. Стадии жизненного цикла конкурентного преимущества*

На стадии формирования важны успешные стратегические шаги по созданию конкурентного преимущества. На стадии стабилизации величина конкурентного преимущества достигает своего максимума (точка К), фирма получает положительный экономический эффект. Стадия разрушения сопровождается снижением конкурентного преимущества в результате имитации, дублирования и атак со стороны конкурентов.

Разработка стратегии инновационного развития промышленного предприятия должна базироваться на развитии инновационной культуры как основы создания долговременных конкурентных преимуществ, способных не только удержать, но и увеличить рыночную долю предприятия. Формирование и развитие инновационной культуры как фактора конкурентоспособности предприятия позволяет, с одной стороны, максимально удовлетворить существующие потребности рынка, а с другой — эффективно использовать возможности производства, инновационные, научно-технические и интеллектуальные ресурсы предприятия. Механизм управления инновационной культурой промышленного предприятия определяется в первую очередь потребностями рынка и возможностями предприятия, их спецификой, интенсивностью и уровнем развития.

### Список литературы

1. Волкова Е. А. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе совершенствования качества рабочей силы / Е. А. Волкова, Е. В. Калининкова. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 229 с. С. 36
2. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность национальной экономики и задачи государственной статистики // Вопросы статистики. — 2006. — № 3. — С. 3–13
3. Ершова И.В., Подоляк О.О. Организационные формы создания конкурентоспособных инновационных производств на базе малых промышленных предприятий // Организатор производства. — 2010. — Т. 44. — № 1. — С. 29–33.
4. Исаев В.В. Круглый стол в Институте стратегических инноваций // Инновации. — 2009. — № 5–6.
5. Мансуров Р. Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 91–94.
6. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука и наукознание. – 2001. – № 2. – С. 54–65.
7. Николаев А.М., Лисин Б.К. Инновационная культура как культура перемен (проблемы, задачи, дефиниции, предложения) // Инновации. — 2007. — № 2–3. С. 49–50.
8. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер. – М.: Вильямс, 2002. – 496 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник. — Изд. 2-е. М.: Эксмо, 2005, 544 с.
10. Холодкова Л.А. Инновационная культура субъектов профессионального образования: концепция, условия формирования//Инновации. — 2005. — № 7.

**Рецензенты:**

Вайсман Е.Д., д.э.н., профессор, ГФБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет)», г. Челябинск;  
Зубкова О.В., д.э.н., доцент, УрСЭИ (филиал) ОУП ВО «АТ и СО», г. Челябинск.