

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЕГО ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Павлова Е.А., Смирнова Л.А.

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия (197101, Санкт-Петербург, Кронверкский проспект, 49), e-mail:lud.koryagina@yandex.ru

В данной статье проведено исследование механизма оценки конкурентных преимуществ предприятия на основе анализа его инновационного потенциала. Анализ структуры инновационного потенциала позволил выделить следующие составляющие: научно-технический, производственно-технологический, кадровый, финансовый, маркетинговый и организационно-управленческий потенциал. Была выявлена взаимосвязь между каждой из вышеперечисленных составляющих и конкурентными позициями предприятия. Согласно исследованию, высокий уровень инновационного потенциала способствует формированию двух основных видов конкурентных преимуществ: преимущество в цене и дифференциация продукта. Он влияет на качественные характеристики производимой продукции, ее уникальность, формирует защиту преимуществ от конкурентов через механизмы лицензирования и патентования. Резервы инновационного потенциала, включающие в себя различные «ноу-хау», источники финансового и кадрового обеспечения инновационной деятельности, контакты с потребителями по вопросам разработки новшеств – все это может положительно влиять на формирование конкурентных преимуществ и способствовать выходу предприятия на лидирующие позиции.

Ключевые слова: инновационный потенциал, конкурентное преимущество, «ноу-хау», новшество.

EVALUATION OF THE ENTERPRISE'S COMPETITIVE ADVANTAGES ON THE BASE OF ITS INNOVATION POTENTIAL

Pavlova E.A., Smirnova L.A.

ITMO University, Saint-Petersburg, Russia (197101, Saint-Petersburg, Kronverksky Avenue, 49), e-mail:lud.koryagina@yandex.ru

This article provides the research of the mechanism of assessment of the enterprise's competitive advantages on the base of its innovation potential. The analysis of structure of innovation potential allowed to identify the following components: scientific-technical, production-technological, personnel, financial, marketing and organizational-managerial potential. The interrelation between each of the above-listed components and company's competitive positions was revealed. According to the research, the high level of innovation potential promotes formation of two main types of competitive advantages: advantage in price and product differentiation. It affects the quality characteristics of products, its uniqueness, forms protection of advantages from competitors via mechanisms of licensing and patenting. The reserves of innovation potential including various «know-how», sources of financial and personnel support of innovation activity, contacts with consumers concerning development of innovation – all this can positively influence formation of competitive advantages and promote company in a leading position.

Keywords: innovation potential, competitive advantage, «know-how», innovation.

Одной из главных отличительных черт рынка сегодня является высокий уровень конкуренции, при этом российским производителям приходится соперничать с иностранными компаниями, которые занимают опережающие позиции, а их продукция зачастую является более качественной и дешевой. В таких условиях предприятию необходимо обладать определенным набором конкурентных преимуществ для того, чтобы осуществлять свою деятельность успешно и эффективно.

Конкурентное преимущество – это те характеристики предприятия как системы, которые определяют его превосходство над конкурентами, причем всё большее значение

среди этих характеристик, по мнению авторов, приобретает уникальность, то есть все, что связано с особенными, наиболее актуальными свойствами производимых товаров, различными «ноу-хау». Конкурентные преимущества формируются за счет уникальных осязаемых и нематериальных активов предприятия, или же особой компетентностью в сферах деятельности, решающих для данной области бизнеса. По-прежнему большое значение имеют также такие виды преимущества, как низкие издержки и дифференциация продукции.

На данный момент не существует общепринятой системы классификации факторов конкурентных преимуществ. Различные исследователи [3,7] выделяют такие группы факторов, как ресурсные, технологические, культурные, организационно-структурные, экономические, информационные и прочие. Но с развитием технологий производства, сбыта, ростом уровня конкуренции на рынке на передний план выходит такой фактор обеспечения конкурентных преимуществ, как инновационный потенциал предприятия.

Сущность и структура инновационного потенциала предприятия

Существуют различные научные подходы к определению инновационного потенциала. Так, по мнению В.Н. Гунина [1], инновационный потенциал предприятия – это мера его готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленных инновационных целей, то есть мера готовности к реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и внедрения инноваций. А.А. Трифилова [5] считает, что инновационный потенциал – это способность хозяйствующего субъекта наиболее эффективно реализовывать ту или иную функциональную задачу при максимальном использовании имеющихся экономических ресурсов. С точки зрения авторов, инновационный потенциал целесообразно определять как совокупность научно-технических, технологических, кадровых, финансовых и иных ресурсов, которые определяют способность предприятия обеспечить создание, восприятие и использование новшеств, а также обеспечивают устойчивость развития предприятия к влиянию факторов внешней среды. Именно развитие инновационного потенциала способно обеспечить выход предприятия на достойные конкурентные позиции и решить производственные проблемы, связанные с существующим сегодня отставанием отечественных производителей от зарубежных. Исходя из всего вышесказанного, можно сказать, что на сегодняшний день оценку конкурентных преимуществ предприятия имеет смысл проводить на основе анализа его инновационного потенциала.

Так как инновационный потенциал предприятия характеризуется сложной структурой, представляется целесообразным разделить его на отдельные структурные единицы.

В данной статье представлен анализ данных структурных сегментов и отдельных показателей оценки инновационного потенциала, изучение которых предоставляет возможность адекватной оценки конкурентных преимуществ предприятия.

Отличительные особенности составляющих инновационного потенциала предприятия

Итак, **первый сегмент инновационного потенциала предприятия – это научно-технический потенциал.** Он характеризует непосредственно научный задел, то есть совокупность различных изобретений, «ноу-хау», а также интенсивность разработки и внедрения новшеств в производство. В рамках данного сегмента, на наш взгляд, наибольший вес имеют следующие показатели:

- 1) количество запатентованных технологий и выданных предприятию лицензий;
- 2) вес инновационной продукции в общем объеме производства;
- 3) средняя продолжительность разработки новшеств;
- 4) результативность внедрения новшеств;
- 5) состояние опытно-конструкторской базы.

Очевидно, что значение показателей оценки научно-технического потенциала влияет как на размер издержек производства, и соответственно формирование конкурентных преимуществ в цене, так и на дифференциацию продукта, то есть обеспечение конкурентного преимущества в качестве. Так, количество имеющихся у предприятия лицензий и патентов характеризует уникальность производимой продукции, ее отличительные особенности по сравнению с продукцией конкурентов. При этом запатентованной может также быть особая технология производства, влияющая на снижение его себестоимости. Патенты и лицензии также представляют собой механизм защиты преимуществ от конкурентов.

Доля инновационной продукции характеризует позицию предприятия в целом – большой удельный вес относительно фирм-конкурентов способствует выходу на передовые позиции. Средняя продолжительность разработки новшества – показатель, значение которого также целесообразно сравнивать с показателями конкурентов. Более высокая скорость разработок новшеств создает стратегический задел, преимущество, способствует ускоренному выходу инновационной продукции на рынок. Однако не каждая разработка внедряется в производство и доходит до конечного потребителя, согласно некоторым исследованиям [6] лишь 10–30 % идей могут стать изобретениями. Поэтому важно также оценивать результативность внедрения этих разработок, то есть процент внедренных в производство новшеств в общей сумме. Состояние опытно-конструкторской базы характеризует условия, в которых осуществляются исследования; современная, технически

оснащенная база повышает качество инновационной деятельности, напрямую влияя на ее результат.

Таким образом, показатели, характеризующие научно-технический потенциал, в значительной мере определяют возможность достижения конкурентных преимуществ, оценивая перспективные уникальные качества продукции, а также возможную скорость её разработки и внедрения.

Второй сегмент инновационного потенциала предприятия – это производственно-технологический потенциал. Он характеризует состояние основных производственных фондов предприятия и степень автоматизации производства. Для оценки данного сегмента возможно использование следующих показателей:

- 1) оснащенность производственных участков современным оборудованием (которая может оцениваться через коэффициент прогрессивности оборудования);
- 2) удельный вес морально и физически устаревшего оборудования;
- 3) уровень автоматизации производства.

Анализируя значения каждого из вышеуказанных показателей, необходимо иметь в виду следующее: во-первых, на настоящий момент отсутствуют как таковые критерии их оценки. Допускается, например, сравнение с ведущими предприятиями по отрасли. Во-вторых, ситуация такова, что большая часть российских предприятий сегодня имеет крайне устаревшее оборудование и низкий уровень автоматизации. Несмотря на это, оценивать данные показатели необходимо, так как они непосредственно влияют на саму возможность производства инновационной продукции. Новым разработкам требуется соответствующее, новое оборудование, которое способно будет воплотить в жизнь все задуманные качественные характеристики продукции. От качества оборудования и степени автоматизации напрямую зависит и скорость производственного процесса. В рамках данного исследования стоит также отметить, что анализу может подлежать такой показатель, как доля импортного оборудования в общем объеме основных производственных фондов предприятия. Это связано с ситуацией на валютном рынке, когда зависимость от импорта оборудования, комплектующих и необходимость ведения расчетов в валюте становится экономически невыгодной, а предприятия, которые модернизируют производство за счет отечественного оснащения, могут оказаться в более выгодной позиции.

Третий сегмент инновационного потенциала – это финансовый потенциал, который характеризует объем и структуру финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия. Анализ финансового потенциала целесообразно проводить по следующим направлениям:

- 1) наличие финансовых средств, необходимых для производства новых или улучшенных технологий и продуктов;
- 2) структура финансирования инновационной деятельности предприятия;
- 3) инвестиционная привлекательность предприятия;
- 4) кредитоспособность предприятия.

В данном случае необходимо проанализировать, имеет ли предприятие достаточно денежных средств для того, чтобы не только покрывать расходы на производство текущих видов продукции, но и выделять дополнительные средства на разработку, внедрение в производство и вывод на рынок новых или улучшенных продуктов. Предприятие должно обладать определенным резервом собственных средств, либо привлекать их из внешних источников. Важно выбрать правильный источник финансирования, который максимально соответствует поставленным производственным задачам. Предприятие с высокой инвестиционной привлекательностью, имеющее опыт работы с инвесторами, всегда будет обладать серьезным конкурентным преимуществом, тогда как небольшая организация с низкой инвестиционной привлекательностью и небольшим резервом финансовых ресурсов не сможет позволить себе наращивать инновационный потенциал. Именно поэтому конкурентные позиции предприятия находятся в сильной зависимости от его финансового потенциала.

Четвертый сегмент инновационного потенциала – это кадровый потенциал. Он определяет обеспеченность инновационного процесса человеческими ресурсами и их квалификационный состав. В рамках данного сегмента анализу подлежат:

- 1) доля персонала, задействованного в инновационной деятельности предприятия;
- 2) уровень квалификации специалистов;
- 3) наличие системы повышения квалификации на предприятии;
- 4) наличие системы мотивации персонала.

Сотрудники предприятия являются носителями определенных знаний, умений, навыков и компетенций, позволяющих им заниматься разработкой новых и модификацией существующих продуктов и технологий. Они непосредственно создают инновационный продукт, поэтому в большой степени влияют на его качественные характеристики. Высокий уровень квалификации персонала, поддерживаемый через систему повышения квалификации, его активная вовлеченность в инновационную деятельность, стимулируемая с помощью различных методик мотивации, повышают итоговое качество продукции, создавая конкурентное преимущество.

Пятый сегмент инновационного потенциала, подлежащий анализу – это организационно-управленческий потенциал, который представляет собой систему

организации, управления и контроля за инновационной деятельностью на предприятии, создания информационных потоков внутри него, а также механизмов интеграции с другими инновационными структурами. Он включает в себя следующие показатели:

- 1) эффективность построения организационной структуры в целях реализации инновационного процесса;
- 2) уровень взаимодействия подразделений предприятия в рамках осуществления инновационной деятельности;
- 3) уровень обеспечения подразделений предприятия информацией, необходимой для ведения инновационной деятельности;
- 4) уровень интеграции с другими инновационно активными структурами.

Чтобы предприятие было конкурентоспособным, крайне важно, чтобы его организационная структура и система внутреннего взаимодействия соответствовали целям и задачам производственной деятельности. В случае инноваций на передний план выходит взаимодействие между опытно-конструкторскими, исследовательскими подразделениями, отделом маркетинга и непосредственно производством. Важно, чтобы выявленный с помощью инструментов маркетинга спрос становился источником исследований и разработок, которые, в свою очередь, затем переходили на стадию производства и последующей реализации. Только такой подход, предполагающий четкие прямые связи, может сделать инновационную деятельность эффективной и обеспечить предприятию конкурентные преимущества за счет создания продукции, свойства и качества которой продумываются на каждой стадии. Важно также обеспечить доступ всех подразделений к необходимой информации, так как обеспеченность актуальными данными, необходимыми для научных исследований и разработок, постоянный анализ публикаций и литературы по исследуемым направлениям, использование этой информации позволит предприятию находиться на передовых позициях. Большое значение, по мнению автора, имеет и интеграция с другими инновационными структурами – различными фондами, консалтинговыми фирмами, научно-исследовательскими институтами. Это поможет решать проблемы с информационным, кадровым, а в некоторых случаях и финансовым обеспечением.

И, наконец, последний сегмент инновационного потенциала, который необходимо исследовать в целях оценки конкурентных преимуществ предприятия – это маркетинговый потенциал. Он характеризует рыночные возможности инноваций предприятия. Известно, что лишь небольшая доля изобретений способна себя окупить, поэтому необходимо проводить тщательное исследование данной структурной единицы для

повышения эффективности инновационной деятельности. Для изучения данного сегмента анализируются:

- 1) наличие системы проведения маркетинговых исследований с целью выявления спроса на инновационную продукцию;
- 2) степень разработанности методик продвижения инновационной продукции на рынок;
- 3) ориентированность предприятия на производство инновационной продукции по приоритетным направлениям.

Условия внешней среды предприятия отличаются высокой степенью динамичности, при этом потребительские предпочтения все больше влияют и на производство инновационной продукции. На сегодняшний день потребители сами зачастую являются инициаторами разработок, потому важно уделять внимание изучению и прогнозированию изменяющихся предпочтений и заниматься производством продукции, которая действительно нужна рынку, так как преимущество является таковым только тогда, когда оно реально ощущается конечными потребителями. Именно они в конечном итоге выделяют одни товары среди других, с ними конкурирующих. Некоторые же предприятия изначально ориентированы на производство продукции по приоритетным направлениям, так как это повышает вероятность привлечения различных государственных субсидий, частных и корпоративных инвестиций. Таким образом, изучение спроса и соответствие потребностям является одним из самых ощутимых конкурентных преимуществ.

Заключение

Подводя итог под всем вышесказанным, можно сделать вывод, что анализ инновационного потенциала является крайне важным аспектом оценки конкурентных преимуществ предприятия. На рынке, где покупатели имеют доступ к огромному разнообразию всевозможных товаров, крайне важно обладать некими уникальными характеристиками, качествами, выделяющими продукцию и ее производителя в целом среди конкурентов. На сегодняшний день именно резервы инновационного потенциала – различные «ноу-хау», научные заделы, разработки и ориентация на инновационную деятельность в целом – могут вывести предприятие на лидирующие позиции за счет формирования у него конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Гунин В.Н., Баранчев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. – М.: Юнити, 1999.
2. Павлова Е.А., Васюхин О.В. Основы мотивации инновационной деятельности промышленного предприятия // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4; URL: <http://www.science-education.ru/110-9477> (дата обращения: 18.01.2015).
3. Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608с.
4. Смирнова Л.А. Условия развития инновационных процессов в российской экономике // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» 2015 – URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/811/9854> (дата обращения 23.01.2015).
5. Трифилова А. Оценка инвестиционного потенциала предприятия с учетом его финансовой устойчивости // Инвестиции в России. – 2004. – № 7. – С.40-43.
6. Шляхто И.В. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pandia.ru/803983.html> (дата обращения: 20.01.2015).
7. Шумпетер Й.А. История экономического анализа: пер. с англ. под ред. В.С. Автономова, в 3 т. СПб.: Экономическая школа, 2001. – Т. 1. – 552 с., Т. 2. – 504 с., Т. 3. – 688 с. Т. 1. – 552 с., Т. 2. – 504 с., Т. 3. – 688 с.

Рецензенты:

Смирнов С. Б., д. э. н., профессор, зав. кафедрой экономической теории и бизнеса университета ИТМО, г. Санкт-Петербург;

Васюхин О. В., д. э. н., профессор, зав. кафедрой прикладной экономики и маркетинга университета ИТМО, г. Санкт-Петербург.