

УДК 338.242.2



Садыкова Любовь Николаевна
магистрант кафедры экономики предприятия
и предпринимательской деятельности,
Байкальский государственный университет,
Иркутск, Россия,
e-mail: sazhenova_lyubov229111@mail.ru



Константинова Лия Файтуловна
канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры экономики предприятия
и предпринимательской деятельности,
Байкальский государственный университет,
Иркутск, Россия,
e-mail: konstantinovaalf@yandex.ru

ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье представлена характеристика инновационной стратегии развития предприятия, ее роль в стратегическом планировании. По мнению автора, любая стратегия развития должна обладать инновационными признаками. Также определены основные факторы, которыми руководствуется компания при внедрении в свою деятельность инновационных процессов. Такие факторы разделены на внутренние и внешние, и дана их характеристика.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, инновационная стратегия компании, стратегия развития компании, факторы инновационной стратегии.

Статья издана по результатам проведенной II Международной научно-практической конференции «Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе» в рамках Всемирной недели Предпринимательства, кафедра Экономики предприятий и предпринимательской деятельности (ФГБОУ ВО Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация, 20.11.2019 г.).

Lyubov N. Sadykova
Master of the Department of Enterprise
Economics and business activity
Baikal State University,
Irkutsk, Russia

Leah F. Konstantinova
PhD in economics, Associate professor,
Department of business economy and entrepreneurship,
Baikal State University,
Irkutsk, Russia

FACTORS OF INNOVATIVE COMPANY DEVELOPMENT STRATEGY

Abstract. The article ps about the characteristic of the innovative development strategy of the enterprise, its role in strategic planning. According to the author, any development strategy should have innovative features. The main factors that guide the company in implementing innovative processes in its activities are also identified. Such factors are divided into internal and external, and their characteristic is given.

Keywords: innovation, innovative activity, innovative strategy of the company, development strategy of the company, factors of innovative strategy.

Введение. Стратегией развития на сегодняшний день должна обладать любая компания, независимо от ее размеров, т.к. это позволяет формировать основу деятельности и конкурентные преимущества с целью выхода на стабильные позиции на занимаемом рынке [1–4]. Присутствие в стратегии фактора инновационности редкое явление, несмотря на то, что инновация, по своей сути, позволяет компании стать лидером.

Методы исследования. Для проведения исследования использовались различные методы анализа и обработки информации, а также методы обобщения, дедукции и индукции.

Цель статьи – определить факторы инновационной стратегии развития компании. Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

1. Определить роль инновации в стратегии развития компании.
2. Выделить факторы, которыми руководствуется компания при выборе инновационной стратегии развития.

Результаты. Стратегией развития компании является последовательность определенных действий, которые позволяют ей достичь конкретные цели и задачи в долгосрочном периоде, а также формирование последовательности данных действий, позволяющее правильно распределить имеющиеся у компании ресурсы, направленные на конечный результат. Можно назвать данное определение традиционным, так как оно определяет сущность стратегии, перечисляя при этом все ее элементы: цель, задачи, последовательные действия, ресурсы и результат [5, с. 153].

Экономическая наука выделяет множество видов стратегий развития компании, инновационная относится к категории функциональных, что обусловлено тем, что она чаще всего формируется на основании уже существующей в компании базовой или деловой стратегии. Основываясь на этом, можно заметить, что важность инновационной стратегии зачастую принижена, т.к. разработка функционального вида стратегий входит в обязанности низких уровней управления. На наш взгляд формирование данного вида стратегии развития, наоборот, должно быть отдано в руки высших звеньев управления компанией.

Однако в силу первостепенности инновационной стратегии на современном этапе ее следует разрабатывать на самом высоком уровне управления [6, с. 77].

Сформулировать определение инновационной стратегии, учитывая ее важность для долгосрочного положительного развития деятельности компании можно следующим образом, – это средство, которое позволяет компании достигать поставленные цели за счет создания чего-то нового, как в деятельности компании, так и во всей отрасли, а также и для потребителя [7, с. 81].

Эксперты из «Harvard Business Review» [8] утверждают, что инновация не всегда представляет собой стратегию, но стратегия всегда обязана быть инновационной. Исходя из сущности стратегии, можно сказать, что она за счет распределения сегодняшних ресурсов компании создает ее будущее. Эксперты также указывают на сложность понимания инноваций в аспекте их взаимодействия со стратегией, обращая внимание на следующее:

1. Каждая отрасль бизнеса имеет свою динамику развития, кто-то развивается быстрее, кто-то медленнее. Например, развитие индустрии производства мобильной техники происходит каждый год, а развитие тяжело промышленности, в лучшем случае, раз в несколько десятилетий.

2. Не все создаваемые инновации равны, и их можно разделить на две большие категории: линейные инновации, которые создаются по уже имеющейся в компании технологии и нелинейные, которые представляют собой совершенно новый бизнес-процесс. Также можно выделить еще одно деление на подрывные и постепенные инновации.

3. Инновация и стратегия имеет общий вопрос – как ее осуществить? Инновация зачастую представляет собой творческий процесс, который направлен на формирование компанией нового канала прибыли. Если инновация не приносит финансовой результат, то ее существование не имеет смысла. Путь прохождения инновационной идеи до внедрения ее в бизнес зачастую достаточно длительный. Необходимо понимать, что инновация – это не обязательно создание нового продукта, на сегодняшний день инновация – это изменение бизнес-модели, систем управления, системы производства, либо внедрение новых технологий производства.

4. Инновация и стратегия не должны разрабатываться исключительно топ-менеджером компании, так как это приводит к следующим проблемам [9, с. 14]:

□ так как суть инновационной стратегии – это перемены в деятельности компании, то в ее разработке должны участвовать и те, кто ближе взаимодействует с конечным потребителем продукта.

□ стратегия – это всегда некое изменение курса деятельности, сложившегося, а протяжении существования компании, следовательно, одному руководителю такое решение дается сложнее.

И.Б. Гурков в своем исследовании приводит следующие аспекты, связывающие инновацию и стратегию [10, с. 208]:

1. Одинаковые приемы, методы и модели управления стратегическими инновациями в организациях в условиях непрерывных изменений в технологиях и на рынках;

2. Схожая система отбора рынков и отраслей для функционирования организаций, в создании новых инструментов для анализа оптимального уровня диверсификации и вертикальной интеграции.

3. Новая роль корпоративного центра как генератора стоимости.

4. Вопросы ответственности организации перед различными группами заинтересованных субъектов ее внешней и внутренней среды.

Сложность выбора инструмента управления основана на различных факторах микро и макросреды компании, но при этом, следует обратить внимание, что любое стратегическое решение относительно деятельности компании должно быть основано на учете его влияния на инновационную активность организаций и в целом на механизмы развития инновационной экономики [11, с. 14].

Можно сказать, что инновационная стратегия должна быть базовой и определять процесс содержания и стратегии деятельности в каждой конкретной компании. Автор считает инновационную стратегию, основываясь на всех ее специфических чертах, драйвером всей стратегии развития компании. На любом уровне управления деятельностью предприятия должно быть четкое осознание того, что, если в компании не внедряются какие-либо инновации, ее функционирование на современном рынке, которому свойственна динамичность, не будет положительным.

На рис. 1 представлен факторы, влияющие на выбор инновационного направления.

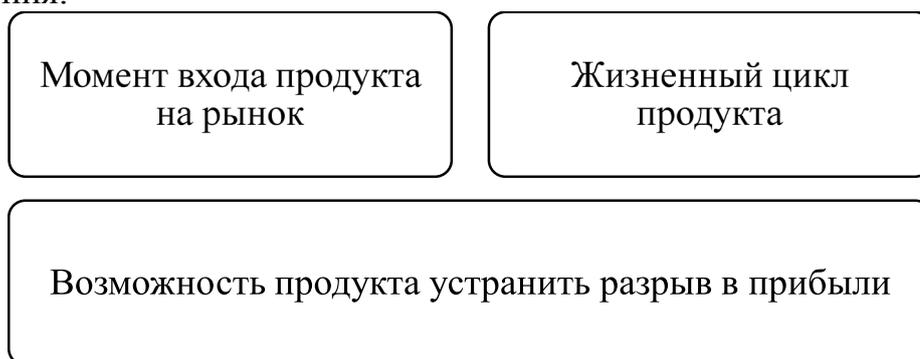


Рис. 1. Факторы выбора инновационного проекта*

*Составлено автором

Перечень рассмотренных факторов, влияющих на отбор проектов, не является исчерпывающим, так как руководство предприятия при использовании инновационной стратегии должно само определить их.

Факторы – это то, что влияет на выбор стратегии.

К факторам внутренней среды организации, которые определяют процесс реализации инноваций, относятся [12, с. 41]: технико-технологический потенциал; обеспеченность машиностроительных предприятий финансовыми, материальными, информационными, трудовыми и интеллектуальными ресурсами, а также надлежащими правовыми положениями: уставами, разрешениями, лицензиями и т.п.

К внешним факторам влияния, которые не подвергаются диверсификации, т.е. тех, что предопределяют рискованность реализации инноваций, принадлежат:

1. Поддержка инновационного развития со стороны государства.
2. Условия налогообложения.
3. Законодательная база инновационной деятельности.
4. Развитость всех видов инфраструктур: производственной, транспортной, социальной, рыночной, инвестиционной, инновационной и иных.
5. Наличие платежеспособных потребителей.
6. Инфляция в стране. Чем выше уровень инфляции, тем сложнее реализовать инновационный проект, и наоборот, низкий уровень инфляции позволяет достичь хороших результатов.
7. Наличие конкуренции, которая заставляет субъектов инновационной деятельности следить за качеством реализации проекта, повышать его технологический и научно-исследовательский уровень.
8. Определенная фаза инновационного развития экономики. Последний новый цикл инновационного реформирования в развитых странах начался еще в 1990 г. и именовался пятым технологическим укладом [4, с. 80]. Влияние данного фактора заключается в том, что он устанавливает ключевые требования в процессе подготовки реализации инвестиций, в случае невыполнения которых инновации признаются неэффективными.
9. Нехватка трудовых ресурсов на предприятии, перебои с поставками сырья и т.п.
10. Изменение рыночных цен на сырье, материалы, энергию и другие ресурсы. Этот фактор практически не подвергается регулированию со стороны отдельного субъекта инновационной деятельности, за исключением разве, что крупных государственных предприятий, которым принадлежит ведущее место в отрасли. Так, крупные машиностроительные предприятия имеют возможность влиять на ценообразование. Уровень развития системы защиты прав интеллектуальной собственности. Действенность системы защиты прав интеллектуальной собственности является одной из основных условий улучшения инвестиционного и инновационного климата. Формирование этой системы лежит в основе мероприятий инновационно-технологической безопасности каждой экономически развитой страны.

11. Отлаженность кооперации научной и производственной сфер. Разработчикам инновационных идей, как правило, не хватает финансовых ресурсов, опыта, материально-технической базы для реализации и эффективного использования инноваций. В развитых странах благодаря существованию широкого перечня форм сотрудничества разработчиков и реализаторов инноваций эффективно и быстро возрастает доля введенных инновационных идей. Этому оказывают содействие разнообразные бизнес-инкубаторы, технополисы, технопарки и т.п.

12. Ограниченность материально-финансовых ресурсов.

13. Уровень восприятия обществом необходимости инвестиционных инноваций в разных сферах его деятельности. Инвестиции, как известно, могут осуществляться в денежной, материальной, интеллектуальной и других формах. В случаях, когда связанные с проектами инновации влияют на окружающую среду или противоречат моральным ценностям общества, возникает необходимость гуманитарных инвестиций, помимо реальных инвестиций.

Выводы. На основании изложенного материала, можно определить то, чем компания должна руководствоваться при использовании в своей деятельности инновационных технологий.

Инновация должна рассматриваться как некий процесс нововведения, который должен привести компанию к определенному желаемому результату. Такое смешивание двух направлений, предложенных теоретиками, позволяет под данным термином изложить всю деятельность компании на пути к созданию инновационного проекта.

Факторы проведения инновационных изменений в компании:

1. Устаревание продукта. Замена старого продукта на новый, или просто усовершенствованный дает несравненное конкурентное преимущество.
2. Перенасыщенность рынка одним видом продукции.
3. Научно-технический прогресс, заставляющий компании менять техническую сторону производства.
4. Наличие разрыва в прибыли, но при этом, в тоже время наличие денежных средств для внедрения инноваций.

Список использованной литературы

1. Туренко Б.Г., Туренко Т.А. Перспективы развития малого инновационного предпринимательства / Б.Г. Туренко, Т.А. Туренко // Электронный журнал Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2012. — № 5. — С. 12. — URL : <http://brj-bguerp.ru/reader/article.aspx?id=16813>.

2. Самаруха А.В. Инновационные подходы к прогнозированию социально-экономического развития субъекта федерации / А.В. Самаруха // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2008. — № 2 (58). — С. 49–52. — URL : [http:// http://izvestia.bgu.ru/reader/article.aspx?id=4356](http://izvestia.bgu.ru/reader/article.aspx?id=4356).

3. Чистякова О.В. Венчурный капитал как фактор развития инновационного предпринимательства / О.В. Чистякова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2011. — № 6 (80). — С. 136-139. — URL : <http://izvestia.bgu.ru/reader/article.aspx?id=14595>.

4. Манжигеев А.Ф. Внедрение инноваций в сфере малого и среднего предпринимательства региона / А.Ф. Манжигеев // Электронный журнал Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2010. — № 6. — С. 36. — URL : <http://brj-bgu.ru/reader/article.aspx?id=13970>.

5. Силантьев А.В. Экономическая интерпретация понятия стратегического управления организацией / А.В. Силантьев, Н. Цуй // Логистика в условиях экономической турбулентности: материалы международной научно-практической конференции. Под ред. В.С. Колодина. — 2017. — С. 153–156.

6. Кравцевич С.В. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования / С.В. Кравцевич // Инновационные перспективы развития и совершенствования. — 2016. — № 5 (15). — С. 76–86.

7. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика / под ред. П. Завлина, А. Казанцева, Л. Миндели. — М.: Экономика, 2000. — 518 с.

8. Вагин С.Г. Эффективные инструменты управления, формирующие инновационную стратегию организации / С.Г. Вагин, А.Е. Терпутов // Вестник Самарского муниципального института управления. — 2018. — № 4. — С. 74–79.

9. Сарапулова Л.Н. Стратегические аспекты управления изменениями в организации / Л.Н. Сарапулова. — Иркутск: изд-во ИРНТУ, 2017. — 132 с.

10. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации : учеб. пособие / И.Б. Гурков. — М.: Дело, 2006. — 320 с.

11. Оглоблин В.А. Способы повышения степени инновационности экономики / В.А. Оглоблин, В.Г. Вихорев, М.В. Вихорева // Baikal Research Journal. — 2016. — Т. 7. — № 2. — С. 14.

12. Сергеева С.В. Инновационная составляющая экономического роста / С.В. Сергеева // В сборнике: Факторы роста российской экономики отв. редактор В.П. Горев. — Иркутск, 2013. — С. 40–45.

