

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНБАССА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Обоснована потребность в развитии новых научных подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия, а также необходимость формирования конкурентных преимуществ промышленных предприятий Донбасса в условиях глобализационных вызовов.

Ключевые слова: *инновации, инновационная деятельность, конкурентоспособность предприятия, формирование инновационных конкурентных преимуществ, глобализация.*

Постановка проблемы. Значительное усиление конкурентной борьбы является характерной чертой нынешнего времени. В современных условиях все большую актуальность приобретает вопрос обеспечения конкурентоспособности отечественных предприятий как внутри страны и на международной арене. На основании данных тенденций в ведущих странах мира происходит внедрение современных моделей управления конкурентоспособностью предприятий.

Ключевая роль в повышении конкурентоспособности промышленных предприятий Донбасса в условиях глобализации принадлежит процессам формирования конкурентных преимуществ, поскольку именно они обеспечивают их передовые позиции в отрасли и на рынке, а также являются рычагами воздействия на соотношение конкурентных сил. Как результат, возникает необходимость в формировании именно инновационных конкурентных преимуществ, как одного из важнейших факторов повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Формирование инновационных конкурентных преимуществ в современной рыночной среде обеспечивает предприятие возможностью участвовать в глобальной экономической системе посредством достижения инновационной конкурентоспособности на национальном и международном уровнях. При этом неспособность к осуществлению инноваций станет причиной возникновения риска оказаться на отстающих позициях, поскольку, в конечном итоге, это приведет к невозможности развития и использования существующего потенциала.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятий всесторонне исследуют зарубежные и отечественные ученые. Значительный научный вклад в исследование теоретических и практических проблем конкуренции, конкурентных стратегий, конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий сделали такие ученые, как Г. Азов, Н. Портер, В. Чан Ким, Ш. Хант, Г. Морган, Г. Фатхутдинов и др. Вопросам инновационной деятельности уделяют внимание такие ученые, как С. Д. Энтони, М. Эйринг и Л. Гибсон, Г. Моборн, Г. Чесборо, Л. Федулова и др., однако несмотря на значительный и всесторонний объем исследований, проводимых в данном направлении, по-прежнему остаются не решенными вопросы касательно необходимости формирования конкурентных преимуществ предприятий в условиях глобализации.

Цель. Обосновать необходимость формирования инновационных конкурентных преимуществ предприятий в условиях глобализации.

Изложение основного материала. Проведенные исследования инновационного развития промышленных предприятий нашего региона позволили сформировать основные проблемы и перспективы в сфере инновационной деятельности и ее совершенствования как необходимой предпосылки экономического роста.

Инновационное развитие отечественных промышленных предприятий по сравнению с зарубежными предприятиями является недостаточным и требует дальнейшего стимулирова-

ния и поддержки, поэтому необходимым является определение инновационных конкурентных преимуществ отечественных промышленных предприятий для достижения предприятиями зарубежного уровня инновационного развития в условиях глобализации.

К конкурентным преимуществам, связанным с инновационной деятельностью, можно отнести:

- предложение уникального товара или услуги, уникальных методов их производства или реализации;
- предложение лицензированных продуктов;
- способность изменять характер конкуренции;
- новую концепцию продукции, услуги, процесса или метода осуществления деятельности;
- изменение методов взаимодействия между элементами системы с повышением эффективности менеджмента, логистики и прочее [4].

Сбалансированная внутренняя деятельность предприятия, обеспечение гибкости управленческих действий и решений, нейтрализация негативных факторов воздействия, использование ключевых факторов успеха являются основой формирования и реализации инновационных конкурентных преимуществ.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия является системой комплексных мероприятий, адаптированных к условиям деятельности конкретного предприятия: целей, ценностей, ресурсов, персонала, производства, продукции и проблем, стоящих перед субъектами хозяйствования, и базируется на этапах, представленных на рисунке 1.



Рисунок 1 — Основные этапы обеспечения конкурентоспособности предприятия

Достижение и обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на рынке определяется его способностью развивать существующие и формировать новые конкурентные преимущества, на их основе разрабатывать и реализовать эффективную конкурентную стратегию, которая позволит достичь желаемого уровня конкурентоспособности. Основой конкурентной стратегии предприятия должен стать переход предприятия или отдельного продукта из существующего конкурентного состояния в желаемое за счет реализации инновационных конкурентных преимуществ.

На начальном этапе необходимо определить цели и сформировать задачи по обеспечению конкурентоспособности предприятия. В условиях рынка для повышения уровня конкурентоспособности и достижения поставленных целей предприятие должно постоянно создавать новые преимущества.

На этапе диагностики текущего состояния конкурентоспособности осуществляется анализ конкурентной среды, анализ конкурентного состояния предприятия, определяются факторы внешнего и внутреннего влияния, способы повышения уровня конкурентоспособности.

На этапе определения ключевых факторов успеха необходимо выявить рыночные факторы успеха, ключевые компетенции, использовать инновационные возможности предприятия (внутренние идеи, собственные лаборатории, рекомендации клиентов, маркетинговые исследования) по критериям эффективности и устойчивости.

Одним из важнейших этапов проведения работ можно назвать совокупность действий по формированию конкурентных преимуществ за счет инноваций, а именно:

- выявление возможных источников конкурентных преимуществ;
- использование инновационного потенциала;
- управление знаниями;
- формирование банка идей и изобретений;
- применение современных средств обмена информацией.

Инновационная система управления знаниями предприятия является логически построенной базой знаний, простых во внедрении и адаптации, с возможностью оперативного реагирования, с различными уровнями доступа и мотивации сотрудников.

Принятие окончательного решения по разработке стратегии конкурентного поведения происходит на следующем этапе, на котором проводится активная инновационная деятельность путем создания собственных и использования внешних инноваций и проведения имитационного моделирования для анализа и прогнозирования поведения предприятия в условиях неопределенности.

На этапе реализации мероприятий по поддержке и созданию новых конкурентных преимуществ определяются приоритеты, происходит оптимизация организационно-ресурсного обеспечения, выбирается инструментарий осуществления мероприятий.

На этапе оценки эффективности управления конкурентоспособностью предприятия выполняют аналитические расчеты оценочных показателей изменения состояния относительно достижения желаемого уровня конкурентоспособности предприятия и его отдельных подразделений, дают рекомендации по обеспечению конкурентоспособности предприятия.

Удержание устойчивой конкурентной позиции на рынке зависит от определения и поддержания ключевых факторов успеха. Это требует постоянного внимания к внутренним инновационным процессам и факторам рыночной ориентации.

Долгосрочную конкурентоспособность предприятия можно обеспечить путем формирования определенного набора уникальных, сложных для воспроизведения конкурентных преимуществ в сочетании с оптимальной стратегией их развития, что позволит хозяйствующему субъекту адаптивно реагировать на рыночные изменения. Итак, основой конкурентных преимуществ промышленных предприятий является процесс постоянного стимулирования обновления и совершенствования — процесс стимулирования инноваций.

Предприятие, достигнув конкурентных преимуществ, может удерживать их только с помощью постоянного отслеживания динамики их изменений.

Источником инноваций являются знания, которые приобретает компания в ходе своей деятельности. Именно приобретенные в ходе НИОКР знания воплощаются в виде инноваций, нововведений, регистрируются в виде патентов, изобретений и авторских свидетельств. Обладание знаниями является отправной точкой для предприятий в развитии инновационных возможностей. Считаем, что одним из приоритетных направлений инновационного развития промышленных предприятий Донбасса выступает адаптация инновационной деятельности предприятий к условиям глобализации и повышение их конкурентоспособности путем формирования инновационных конкурентных преимуществ.

Принимая во внимание результаты ранее проведенных исследований, сформирован перечень конкурентных преимуществ промышленных предприятий нашего региона с учетом специфики их деятельности и отдельного аспекта — инновационной деятельности. В результате чего конкурентные преимущества разделены на четыре группы — рыночные, экономические, инновационные и социально-экологические преимущества [7] (рис. 2).



Рисунок 2 — Группировка конкурентных преимуществ промышленных предприятий Донбасса

Таким образом, промышленные предприятия имеют значительные конкурентные преимущества как на внутреннем, так и внешнем рынках в условиях глобализации, среди которых существенное место занимают инновационные конкурентные преимущества, которые характеризуются достаточным уровнем технологий, используемых на предприятиях, современностью продукции, внедренной инновационной политикой, научно-исследовательскими работами.

Современные инновационные конкурентные преимущества промышленных предприятий разделены на два типа, в частности: преимущества высокого и низкого ранга.

К преимуществам высокого ранга можно отнести высокую репутацию предприятия, квалифицированный персонал, наличие значительного количества патентов, развитого маркетинга, основанного на использовании современных технологий, современный менеджмент, долговременные связи с покупателями.

Перечисленные конкурентные преимущества долго хранятся и дают возможность предприятию достичь высокой доходности на основе использования инноваций.

К преимуществам низкого ранга относятся: использование дешевой рабочей силы для разработки и внедрения инновационной политики, доступность источников сырья для производства, высокая рыночная доля. Эти инновационные преимущества недостаточно устойчивы и могут быть скопированы конкурентами.

Следовательно, инновационные конкурентные преимущества не являются вечными, они завоевываются и удерживаются благодаря постоянному совершенствованию инновационной сферы деятельности.

Основными направлениями защиты инновационных конкурентных преимуществ могут быть монополии на рынке, патенты, ноу-хау, постоянный доступ к источникам информации, сырья, коммуникаций.

Управление инновационными конкурентными преимуществами промышленных предприятий Донбасса и их развитие — это сложный процесс, который требует постоянного контроля и совершенствования как в рамках отдельного предприятия, так и на уровне Республики.

Формирование инновационных конкурентных преимуществ и обеспечение на их основе конкурентоспособности промышленных предприятий предполагается в рамках выполнения основных функций менеджмента [5] (рис. 3).

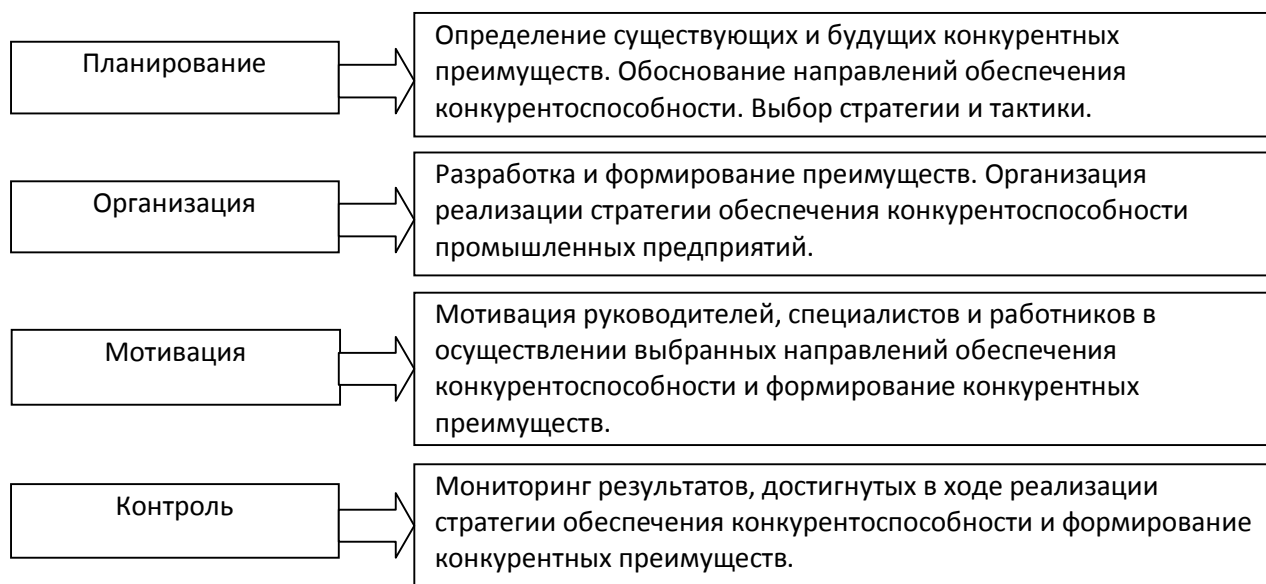


Рисунок 3 — Управление инновационными конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью промышленных предприятий Донбасса в рамках реализации основных функций менеджмента

Кроме предложенных подходов к управлению, необходимо рассмотреть традиционные методы управления промышленным предприятием.

В таблице 1 приведены основные объекты управления конкурентоспособностью промышленного предприятия, основные цели управления в отношении каждого объекта, определен перечень управляемых параметров, а также указаны основные методы и инструменты управления, направленные на повышение и поддержание уровня конкурентоспособности современного промышленного предприятия [5].

Таблица 1 — Современные объекты и методы в системе управления конкурентоспособностью наукоемкого промышленного предприятия Донбасса

Объекты и цель управления	Управляемые параметры и показатели	Современные методы и инструменты управления
1. Наука. Цель — разрабатывать конкурентоспособную научную продукцию.	Количество фундаментальных и прикладных НИР; фондовооруженность; расходы на НИОКР; привлечение инвестиций в науку; качество информационной системы предприятия; объем госзаказа; количество патентов; экологические показатели.	Оценка эффективности инвестиций в научные разработки; лицензионная и патентная политика; методы реинжиниринга; методы ценообразования; CALS-технологии; CASE-технологии и CASE-средства; интернет-технологии; планирование.
2. Производство. Цель — обеспечить выпуск наукоемкой продукции.	Совокупность нормативных, технических, организационно-экономических показателей; производственные мощности; производственные технологии; экологические показатели; затраты на производство.	Методы реинжиниринга; оценка эффективности инвестиций в новые технологии; статистические методы контроля; методы функционально-стоимостного анализа; планирование; методы оптимизации.

Продолжение таблицы 1

Объекты и цель управления	Управляемые параметры и показатели	Современные методы и инструменты управления
3. Финансовая деятельность. Цель — улучшение финансовых и коммерческих показателей.	Выручка от коммерческой деятельности; выручка от выполнения бюджетных работ и госзаказа; выручка от оказания научно-технических услуг; фондоотдача основных средств; прибыль предприятия; себестоимость изделий; рентабельность предприятия.	Методы ценообразования; учетная политика предприятия; методы оптимизации затрат; методы функционально-стоимостного анализа; финансовое планирование, бюджетирование; мониторинг и прогнозирование потребностей потребителей.
4. Качество. Цель — совершенствование системы качества менеджмента.	Уровень охвата подразделений предприятия в системе качества; совокупность нормативно-технической документации; затраты на качество.	Методы реинжиниринга; статистические методы контроля; методы менеджмента качества; CASE-технологии; мониторинг качества корпоративного управления; методы организационного моделирования.
5. Маркетинг. Цель — улучшение рыночных позиций предприятия.	Расходы на маркетинг; полнота информационной базы маркетинга; расходы на рекламу; доля рынка; уровень связей с общественностью; показатели эффективности маркетинговых исследований; уровень продвижения продукции.	SWOT-анализ; анализ отрасли; сегментный анализ рынка; мониторинг и прогнозирование потребностей потребителей; методы и средства продвижения продукции; реклама.
6. Кадры. Цель — повышение квалификации работников предприятия.	Количество работников; количество научных сотрудников; квалификация персонала.	Методы рекрутинга; CASE-технологии; методы моделирования; создание баз данных по персоналу; методы психологии; методы мотивации персонала.

Выводы. Чтобы обеспечить на практике конкурентоспособность, следует разработать действенные меры для достижения или повышения уровня конкурентоспособности различных объектов (менеджмента, персонала, производства, продукции, предприятия в целом и т. д.), которые, согласно стратегическим целям предприятия, способствовали бы реализации определенного уровня конкурентоспособности промышленных предприятий.

Необходимость адаптации предприятия к внешним условиям, усиление конкурентной борьбы, с одной стороны, высокая скорость старения рыночной информации, с другой, обуславливают потребность в формировании новых научных подходов к обеспечению конкурентоспособности промышленного предприятия.

Следовательно, инновацию можно рассматривать как ключ к конкурентным преимуществам, а предприятие, если хочет быть конкурентоспособным на рынке, должно быть ориентированным на нее. Обеспечение конкурентоспособности предприятия должно базироваться на разработке эффективной конкурентной стратегии путем широкого использования инновационных решений на основе знаний.

Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий Донбасса на основе формирования и обоснования инновационных конкурентных преимуществ и стимулирования инновационной деятельности предприятий целесообразно в первую очередь проводить в рамках самого предприятия. Современное управление инновационной деятельностью промышленных предприятий на всех стадиях менеджмента позволит повысить инновационную активность, стимулировать инновационное развитие предприятий, повысить конкурентоспособность предприятий в условиях глобализации.

Список литературы

1. Буркинский Б. В. Активизация инвестиционной деятельности в регионе / Б. В. Буркинский, Е. В. Молина. — О. : ИПРЭЭИ НАНУ, 2003. — 494 с.
2. Матросова Л. Н. Проблемы инновационного развития экономики / Л. Н. Матросова // Економічний вісник Донбасу. — 2012. — № 2. — С. 72–75.
3. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент : учеб. пособ. для вузов / Ю. П. Морозов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 446 с.
4. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве : теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И. В. Пилипенко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. — Смоленск : Ойкумена, 2005. — 493 с.
5. Теория и методология эффективного развития промышленных предприятий в конкурентных условиях / В. В. Жариков, С. Е. Белова и др. — М. : Издательство «Машиностроение-1», 2002. — 96 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р. А. Фатхутдинов. — [2-е изд., испр. и доп.]. — М. : Изд-во Эксмо, 2005. — 544 с.
7. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. — Харьков : ХНАДУ, 2003. — 186 с.

© Шабельникова Е. А.

Shabelnykova Ye. A. (Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance SEI HPE LPR "Donbass State Technical University", Alchevsk)

FORMATION OF INNOVATIVE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF DONBASS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

The necessity of development of new scientific approaches to ensuring competitiveness of the enterprise, and also need of formation of competitive advantages of the industrial enterprises of Donbass in the context of problems of globalization is proved.

Key words: *innovation, innovation activity, enterprise competitiveness, formation of innovative competitive advantages, globalization.*