

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ – ПУТЬ К ПОВЫШЕНИЮ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Кардинальные преобразования, происходящие в настоящее время в России, затрагивают все сферы деятельности, не исключая, разумеется, и такую важнейшую, как научно-техническая политика. Проблеме эффективного использования достижений науки и техники (инноваций) уделяется особое внимание в ходе проведения рыночной реформы. Так, в «Концепции национальной безопасности РФ» от 10.01.2000г. было отмечено, что первостепенной задачей для России является опережающее развитие конкурентоспособных отраслей и производств, расширение рынка наукоемкой продукции. Действительно, для многих российских предприятий, столкнувшихся с новым для них вопросом выживаемости в жестких условиях рынка, именно инновационная деятельность и ее результаты являются главным условием успеха. Поэтому участники рыночных отношений для обеспечения своей текущей и перспективной конкурентоспособности обязаны целенаправленно осуществлять научно-техническую политику.

Первые подходы к объяснению феномена научно-технического прогресса и его роли в определении сущности конкуренции сделал в начале XX века австро-американский экономист Й. Шумпетер. В рамках своей теории экономического развития он определил конкуренцию как соперничество старого с новым, четко разграничив две стороны хозяйственной жизни: рутинный кругооборот и развитие или инновацию. Предприятия, участвующие в рутинном кругообороте, связанном с постоянным повторением и возобновлением производства, из прошлого опыта знают «рецепты правильного поведения» и скептически относятся ко всему новому. Новатору для внедрения своего предложения необходимо преодолеть сопротивление рынка, заставить его субъектов отказаться от прибыльного применения ресурсов, перераспределив их в пользу нового, авантюрного проекта. Вырвав ресурсы из рутинного кругооборота, новатор использует их совершенно иным способом. Й. Шумпетер называет это новыми комбинациями ресурсов и выделяет 5 разновидностей таких комбинаций:

- производство нового товара или услуги;
- создание нового метода производства;
- открытие нового рынка сбыта;
- применение нового источника или вида сырья;
- введение новых принципов организации деятельности предприятия.

И если новатору удастся преодолеть сопротивление рынка и осуществить подобные нововведения, то механизм конкуренции вытесняет с рынка предприятия, использующие устаревшие технологии.

Таким образом, инновационная деятельность предприятия выступает

решающим фактором его прогресса и выживания на рынке, являя собой процесс постоянного обновления во всех сферах, включая производственную, организационную, научно-исследовательскую, финансовую, и относится ко всем новшествам и усовершенствованиям, обеспечивающим экономию затрат и дополнительную прибыль.

Для успешного управления инновационной деятельностью необходимо тщательное изучение инноваций, начиная с определения этого понятия и построения их классификации. Прежде всего необходимо различать понятия «новшество» и «нововведение» (собственно инновацию, с англ. «innovation»). Новшество представляет собой оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности (открытия, изобретения, патенты, товарные знаки, рационализаторские предложения, технологии, «ноу-хау» и пр.), тогда как инновация является собой конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

В зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на продуктовые (включают применение новых материалов, полуфабрикатов, комплектующих и получение принципиально новых продуктов) и процессные (внедрение новых методов организации производства, новых технологий и создание новых организационных структур в составе предприятия). По типу новизны для рынка инновации делятся на новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для данного предприятия (группы предприятий). В зависимости от глубины вносимых изменений выделяют инновации: радикальные (базовые), улучшающие и модификационные (частные). По отношению к определенной сфере деятельности предприятия различают технологические, производственные, экономические, торговые, социальные инновации и инновации в области управления.

Инновации позволяют предприятию преодолеть прежде казавшиеся неразрешимыми проблемы потребителей, открывая принципиально новые возможности, поскольку инновационная деятельность подчинена достижению главной цели: поддержанию устойчивой конкурентоспособности предприятия при условии максимально полного удовлетворения потребностей по количеству и качеству предлагаемых товаров и услуг при минимально возможных затратах на их разработку, внедрение и реализацию.

В то же время конкурентоспособность может быть определена как стремление предприятия максимизировать свою прибыль благодаря завоеванию широкого круга потребителей путем наиболее эффективного использования имеющихся ограниченных ресурсов в сравнении с другими предприятиями, функционирующими на рынке. Таким образом, ныне ни у кого не вызывает сомнения тесная связь между конкурентными позициями предприятия и его инновационным потенциалом.

Поскольку российским предприятиям в условиях рынка для поддержания своей конкурентоспособности следует постоянно заботиться о техническом,

технологическом и организационном совершенствовании производства, то выделение хозяйствующим субъектом ресурсов для инновационной деятельности не только целесообразно, но и крайне необходимо в качестве основы для достижения больших конкурентных преимуществ в будущем. В зависимости от масштабов и видов производства различных предприятий, а также сложившегося технологического уклада, уровень их инновационной деятельности и приоритетность затрат на инновации существенно различаются. Вместе с тем можно выделить ключевые направления инновационных затрат, которые характерны практически для любого предприятия:

- расходы на исследования и разработку новых видов продуктов, услуг и методов их производства, новых технологических процессов (т.е. затраты на НИОКР);
- средства на приобретение машин, оборудования, установок и прочих основных фондов, необходимых при внедрении нововведений;
- расходы на обучение и подготовку персонала;
- затраты на проведение маркетинговых исследований.

Причем необходимо учитывать, что подобные расходы могут достигать значительных величин, уменьшая тем самым текущую рентабельность предприятия. Тем более, что временной разрыв между моментом осуществления таких затрат и моментом получения эффекта от внедрения инноваций может быть достаточно большим, а в ряде случаев такие затраты могут вообще не привести к ожидаемому результату. Таким образом, очевидна необходимость постоянного мониторинга расходования средств на инновации и их учета с помощью конкретных показателей.

Наиболее простым в расчете и в то же время достаточно полно характеризующим инновационные процессы, протекающие на предприятии, является показатель, отражающий долю затрат на разработку и внедрение инновационных проектов в общей совокупности затрат хозяйствующего субъекта. Этот показатель определяет важнейший фактор повышения конкурентоспособности предприятия и непременно должен учитываться при ее оценке.

Оценка конкурентоспособности предприятия должна носить системный, комплексный характер, по возможности вбирая в себя ключевые составляющие роста конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта рыночных отношений. Но это вовсе не означает, что методика оценки конкурентоспособности предприятия должна быть ориентирована на выявление исчерпывающего списка факторов, так или иначе влияющих на рассматриваемую экономическую категорию. Хотя, справедливости ради, нужно отметить, что некоторые экономисты придерживаются именно такой точки зрения. В их работах предлагаются целые группы оценочных показателей, многие из которых являются либо результатом анализа экспертов, либо представляют собой вновь вводимые интегральные характеристики деятельности хозяйствующих субъектов. Подобные обстоятельства приводят к тому, что оценка конкурентоспособности предприятия становится весьма сложной и подчас крайне трудоемкой процедурой.

В отличие от приверженцев подхода, упомянутого выше, авторы статьи считают, что правильность и точность оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта зависит не от обилия оценочных критериев, а от их принадлежности к источникам и основополагающим факторам, определяющим конкурентоспособность предприятия.

К источникам конкурентоспособности, вне сомнений, относятся операционная эффективность деятельности хозяйствующего субъекта, отражающая прибыльность его производства, и стратегическое позиционирование, характеризующее успешность усилий предприятия в рамках его функционирования на рынке. Отмеченные источники охватывают главные факторы формирования конкурентоспособности предприятия, учитывающие конкурентную среду, условия базирования и инновационные воздействия. Следовательно, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта может быть сведена, в конечном счете, к оценке операционной эффективности его действий и путей стратегического позиционирования на рынке.

Достаточно объективным показателем операционной эффективности предприятия, на наш взгляд, является отношение выручки от всех видов его деятельности к понесенным затратам. Что касается стратегического позиционирования, то для его полной характеристики помимо оговоренной ранее инновационной составляющей необходимо принять во внимание емкость занимаемого предприятием рынка. Доля рынка хозяйствующего субъекта может быть представлена индексом изменения его выручки от реализации продукции и услуг в режиме текущего времени в сравнении с предшествующим периодом. Такой показатель действительно будет отражать положение предприятия на рынке, поскольку его оценка осуществляется в результате сопоставления с аналогичными показателями конкурентов, действующих на том же рынке.

Продолжая эту мысль, заметим, что каждая из описанных выше составляющих конкурентоспособности предприятия, а именно: рентабельность его производственной деятельности, доля занимаемого рынка и эффективность инновационных преобразований - должна быть соотнесена с показателями тех хозяйствующих субъектов, которые составляют репрезентативную базу (выборку), являясь конкурентами рассматриваемого предприятия. Итогом такого сравнения, по мнению авторов, и будет критериальная оценка конкурентоспособности исследуемого хозяйствующего субъекта.

Представленная оценка, претендуя на универсальность, опирается на основные положения определения сущности понятия конкурентоспособности предприятия, изложенные в известных на сегодняшний день подходах: поведенческом, структурном и функциональном. Показатели, лежащие в основе оценки, не только позволяют констатировать существующее состояние предприятия, но и дают картину его потенциального развития. Кроме того, немаловажное преимущество предлагаемого метода оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта состоит в простоте его практической реализации, поскольку все расчеты проводятся с использованием стандартной статистической отчетности предприятия.

Замыкая круг рассуждений, посвященных исследуемому вопросу, выделим неслучайность акцентов, расставленных в пользу инновационной деятельности предприятия как одной из важнейших сторон повышения его конкурентоспособности, ибо, по глубокой убежденности авторов, лишь то предприятие, которое выбирает в качестве одного из приоритетных направлений развития финансирование инновационных процессов, создает для себя возможность расширения занимаемой доли рынка и выхода на новые рубежи.

Фролова Е.Д.
Королева М.А.
Фролов А.А.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЫНКА ЖИЛЬЯ И РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Понятие «ценные бумаги» ассоциируется в первую очередь с областью инвестиций. Строительство дважды связано с инвестициями. Во-первых, в области строительства как сфере бизнеса используются ценные бумаги как таковые (жилищные сертификаты, закладные, векселя и т.д.), во-вторых, строительный процесс сам по себе является инвестиционным (освоение капвложений, инвестиций).

В рыночных условиях, когда резко сократилось бюджетное финансирование, строительно-монтажные организации в области жилищного строительства стали самостоятельно осуществлять поиск инвесторов, формировать инвестиционные потоки для строительства объектов. Реализация жилищных программ требует значительных финансовых ресурсов, поэтому привлечение их с финансового рынка посредством использования определенных механизмов и инструментов рынка ценных бумаг является актуальной задачей. Изучение практического опыта показывает, что для этого используются различные модели: жилищные сертификаты, муниципальные облигационные заём и др. Эти модели достаточно хорошо известны, и глобальных проблем в их реализации не существует. Что же касается классических ценных бумаг в ипотеке, а именно закладных, то эмиссия ценных ипотечных бумаг в отечественном законодательстве не предусмотрена. В соответствии со ст.13 Федерального закона №102-ФЗ от 16 июля 1998 года «Об ипотеке (залоге недвижимости)» права залогодержателя по обеспеченному ипотекой обязательству и по договору об ипотеке могут быть удостоверены закладной, являющейся ценной именной бумагой. А в соответствии с Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» (№ 39-ФЗ от 22.04.96 с изменениями и дополнениями) закладная не является ценной эмиссионной бумагой. Поэтому для введения в хозяйственный оборот ценных эмиссионных именных бумаг необходимо принятие соответствующего федерального закона, проект которого только разрабатывается.

Однако существует и другой вариант, разработанный авторами совместно с ЗАО «Уральский домостроительный комбинат» и ЗАО «Уральский акцептный