

Н.А. Сучкова, М.М. Федорищенко

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Актуальным на сегодняшний день можно считать разработку стратегий развития интеграционных образований с учетом инновационной составляющей. Разработка соответствующей стратегии развития бизнеса является довольно трудоемким и методически непростым вопросом. Основным принципом функционирования современной промышленной структуры должна стать нацеленность на стратегическое планирование, понимание сущности и значимости стратегии. Вначале осуществляется оценка текущего состояния бизнеса и его перспектив.

Ключевые слова: методы, интеграции, инвестиции, инновации, методики, стратегии, реформирование.

N.A. Suchkova, M.M. Fedorishchenko

INNOVATIVE METHODS OF INVESTMENT ACTIVITY AS THE FACTOR OF STEADY ECONOMIC DEVELOPMENT

It is possible to consider the working out of development strategy of integration formations taking into account innovative component actual for today. Working out of corresponding development strategy of business is laborious enough and methodically complicated question. Orientation on strategic planning, understanding the essence and importance of strategy should become the main principle of modern industrial structure functioning. In the beginning estimation of current state of business and its prospects is carried out.

Keywords: methods, integration, investment, an innovation, a technique, strategy, reforming.

Приоритетным направлением устойчивого конкурентоспособного функционирования современных экономических структур (фирм, предприятий и их объединений) в настоящее время становится их инновационная активность.

Практическое исчерпание действовавших ранее факторов роста и возрастающая рыночная конкуренция предопределяют необходимость сочетания собственных инновационных усилий отдельно взятой фирмы (внедрение технологических и продуктовых инноваций на основе обновления оборудования и технологий, выстраивание активной маркетинговой политики и др.) с кооперацией внутри складывающегося отраслевого или регионального кластера. В связи с этим можно утверждать, что формирование и реализация инновационного потенциала отечественных экономических структур возможны на основе расширения интеграционных процессов в экономике.

В условиях глобализации экономики инновационный потенциал российских предприятий взаимосвязан с интеграцией российских предприятий. Способность интеграционных образований аккумулировать инновационные идеи становится методом повышения эффективности функционирования регионов. Малые и средние предприятия не обладают достаточным инвестиционным потенциалом ввиду ограниченности у них различного рода возможностей, в частности, ресурсных. В то же время присутствие в экономике значительного числа крупных структур способно привести к торможению процесса выработки предпринимательских идей, как это происходило в советские времена.

Ввиду этого оптимальным считается наличие в регионе малых субъектов экономики, способных выдвигать инновационные идеи, и крупных субъектов, способных аккумулировать эти идеи и выработать объективные предпринимательские решения.

В связи с этим актуальным на сегодняшний день можно считать разработку стратегий развития интеграционных образований с учетом инновационной составляющей. Разработка соответствующей стратегии развития бизнеса является довольно трудоемким и методически непростым вопросом.

Основным принципом функционирования современной промышленной структуры должна стать нацеленность на стратегическое планирование, понимание сущности и значимости стратегии. Если долгосрочный и годовой планы организации предполагают планированием выбранных направлений развития организации, то в рамках стратегического планирования решаются вопросы о том, какие новые направления следует развивать, а какие из существующих ликвидировать.

Стратегическое планирование направлено на адаптацию деятельности организации к постоянно меняющимся условиям внешней среды и на извлечение выгод из новых возможностей.

Можно выделить три основные задачи разработки стратегического плана организации:

1. Анализ состояния, в котором находится организация в настоящее время (определение ключевых факторов окружающей среды, экономических, коммерческих, научно-технических и других тенденций развития организации).

2. Определение основных целей и задач развития организации с точки зрения эффективного использования капитала и обеспечения окупаемости инвестиций.

3. Определение стратегии мобилизации ресурсов организации для достижения основных целей и задач ее развития.

Эти три задачи определяют логическую последовательность разработки стратегического плана организации в целом. Вначале осуществляется оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития. Далее формулируются миссия организации, ее стратегические цели и выбираются стратегии ее развития.

По М. Портеру, стратегия бизнеса представляет собой процесс создания «уникальной и выгодной позиции, включающей ряд направлений деятельности» [4]. В процессе разработки стратегии возникает представление о том, как можно добиться устойчивого конкурентного превосходства. В связи с этим инновационная стратегия хозяйствующего субъекта показывает общее направление поиска и развития нововведений, а также способы использования средств для достижения выбранной цели инновации, поиска эффективной идеи инновационных изменений и технико-экономическое обоснование инновации [6]. Основной целью разработки инновационной стратегии является быстрое внедрение нововведений и обеспечение долгосрочной конкурентоспособности системы предприятий (интеграционного образования).

Ключевую роль в управлении инновациями играет выбор стратегии поведения предприятия на рынке. В этой связи для интеграционного образования, как правило, характерны стратегия лидера и стратегия следования за лидером.

Стратегия лидера означает постановку цели стать первым, ведущим предприятием, с точки зрения инноваций, на определённом сегменте и в определённой области сбыта. Вместе с тем следует отметить, что для крупного интеграционного образования, выпускающего различные виды продукции, указанная стратегия может быть недостаточно эффективной, так как для точного следования стратегии лидера необходимо концентрировать усилия на ключевых направлениях бизнеса, а не рассредоточивать усилия на развитие различных бизнес-единиц. Данная стратегия достаточно сложна в плане завоевания и поддержания рыночных позиций. Существует значительный риск ее использования в рамках широкого круга выпускаемых видов продукции. Стратегия лидера может быть достаточно эффективна, когда промышленное объединение ее применяет в отношении незначительного числа бизнес-продуктов.

В связи с этим особое внимание следует уделить выбору наиболее перспективной области деятельности, где стратегия лидера даст наибольший экономический эффект от внедрения. Правильный выбор направления, продукта, рынка его сбыта позволяет стратегически запланировать выход с новой продукцией и преодолеть высокие расходы на реализацию инноваций. В течение относительно короткого периода времени необходимо доминировать, удерживать передовые позиции. В последующие периоды, когда конкуренты начнут вырабатывать стратегии завоевания потребителей данных товаров, необходимо или переориентироваться на другие возможные инновации, или бороться за сбыт в условиях жёсткой конкуренции.

Стратегия следования за лидером обеспечивает позиции «второго самого лучшего производителя», следующего за ведущей фирмой. Осуществление данной стратегии обходится недёшево. Она сложна с точки зрения управления, поскольку необходимо постоянно удерживаться на втором месте, проводить эффективную инновационную политику. Предприятие стремится избежать большого риска, которому подвержен ведущий инноватор. Данная стратегия ориентирована на широкого потребителя (массовая продажа, в результате этого – большой доход), в то время как стратегия следования за лидером направлена на передовых потребителей, которые могут оплатить сложные инновации.

Если же интеграционное образование имеет в своей структуре научно-исследовательское и опытно-конструкторское предприятие (подразделение), то оно может применять наступательную стратегию. Данное направление деятельности характеризуется постоянным выпуском новой продукции, использованием новой техники и технологии. Однако ее использование сопряжено с необходимостью наличия достаточных инвестиционных ресурсов, что, как известно, является затруднительным для средних и малых предприятий.

В развитии деятельности интеграционного образования можно выделить также стратегию создания рынка. Данная стратегия характеризуется нацеленностью на выпуск принципиально новой продукции, не замещающей ранее выпускавшуюся, а создающую новый рынок. Инструментом реализации стратегии создания рынка является реализация базисных инноваций.

Одной из наиболее перспективных стратегий развития интеграционных образований в современной отечественной экономике можно считать кооперативную стратегию, предполагающую, что НИОКР ведутся в той или иной кооперации с НИОКР других фирм. В качестве контрагентов могут выступать как научные, так и производственные организации.

Организационными механизмами осуществления интеграционных процессов в регионе являются региональные инновационные структуры (технопарки и технополисы) и региональные финансово-промышленные образования (концерны, холдинги и пр.).

Исходя из цели данного исследования, актуальным является рассмотрение специализированных инновационных организаций, так как именно они являются главными носителями и хозяйствующими субъектами, ко-

торые осуществляют реальное обновление производства.

Термин «инновация» впервые был употреблен еще в начале XX века известным австрийским экономистом Й. Шумпетером при исследовании влияния научно-технических, технологических и организационных изменений (нововведений) на динамику экономического роста в рамках теории цикличности развития. Сегодня очевидно, что инновации посредством влияния на жизненный цикл продукта приводят к эволюции отраслей, регионов, рыночных структур, их выживаемости при международной конкуренции. Начиная с середины XX века, состояние научно-технического потенциала уже превратилось в основной фактор развития общества в целом, залог его экономического благосостояния и социального благополучия. [2].

Технопарком называется компактно расположенный комплекс, включающий в себя научные учреждения, вузы и предприятия промышленности, а также учреждения инновационной инфраструктуры (информационно-выставочные комплексы, службы сервиса и т.п.). Первый технопарк в России создан в 1990 г. в Томске. В его инкубаторе функционируют 50 малых фирм города. Технопарки в том понимании, которое сложилось в России, представляют научно-технические организации, работающие на коммерческой основе. Их основная функция — быстрое внедрение новых научно-технических достижений в производство, содействие освоению новой техники. Подобная организационная структура наиболее приспособлена для инновационной деятельности в рыночных условиях, поскольку ориентирована на конечный результат. Однако технопарком должно называться не любая коммерческая научно-техническая организация, а только специализированные в определенной области техники центры, обладающие достаточным научным и техническим потенциалом.

Среди главных факторов, определяющих возможности размещения технопарков в регионах можно выделить [2]:

- сосредоточение и соответствие современным и перспективным направлениям научно-технического прогресса профиля научно-технического потенциала региона и его сочетание с образовательной сферой;
- наличие и высокий технический уровень инфраструктуры, способной обеспечить не только внутренние потребности технополиса, но и его активные связи с внешним миром (транспорт, связь и информационные системы и т.п.);
- наличие производственных мощностей высокого технического уровня по предполагаемому профилю технопарка;
- удобное географическое положение и благоприятные условия ареалов (пунктов) предполагаемого размещения технопарка.

Инкубатор представляет собой структуру, специализирующуюся на создании благоприятных условий для возникновения эффективных венчурных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи:

- предоставление материальных, информационных, консультационных и других услуг;
- экспертиза инновационных проектов, их технико-экономическое обоснование, оценка риска;
- поиск инвесторов;
- оказание правовой помощи.

Технополис представляет собой город, специализирующийся на научно-технической и проектно-конструкторской деятельности. В России пионером в этой сфере следует считать Новосибирский академгородок, представляющий собой типичный технополис с научной инфраструктурой, где наряду с академическими институтами и университетом, создан пояс прикладных научно-исследовательских и опытно-конструкторских организаций.

Процесс разработки инновационной стратегии можно рассмотреть на примере базовых моделей стратегического планирования, которые представлены Гарвардской школой бизнеса, И. Ансоффом и Г. Стейнером. Как показывает анализ литературы по данному направлению, большинство из предлагаемых моделей в своей основе имеют принципиальные подходы перечисленных выше исследователей. Обобщив классические модели стратегического планирования, а также подход, предложенный сотрудниками Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, выделив следующие этапы процесса разработки стратегии предприятий, в том числе инновационной стратегии.

1. Разработка миссии, цели и задач развития предприятия. В данном случае цели должны быть достижимы и не отрицать друг друга. Цели предприятия делят на количественные и качественные. Количественные цели: доля рынка, прибыль, рентабельность, структура капитала, ликвидность. Качественные цели: стандарт качества продукции, уровень управления фирмой, человеческие ресурсы (их использование, движение, обучение).

2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия. Данный этап предполагает оценку возможностей и угроз, сильных и слабых сторон предприятий. К факторам, связанным с внешней средой относят экономическую и политическую ситуацию, ситуацию на рынке, социальные и экологические факторы, конкуренция. Особенно важным фактором является конкуренция. Поэтому необходимо выявить основных конкурентов, выяснить их рыночные позиции и оценить текущую стратегию конкурентов. Анализ внутренней среды проводится с целью выявления сильных и слабых сторон в деятельности предприятия. Анализ внешней и внутренней среды предприятия может быть проведен с помощью SWOT анализа. Это анализ сильных и слабых сторон фирмы, оценка её возможностей и потенциальных угроз. На первом этапе анализа изучаются сильные стороны фирмы, её конкурентные преимущества. На втором этапе анализа изучаются слабые стороны. Затем переходят к анализу внешней среды, целью которого является прогнозирование возможных угроз фирме, и выявление её потен-

циальных возможностей. В результате SWOT анализа необходимо наметить мероприятия, позволяющие слабые стороны превратить в сильные за счёт использования возможностей внешней среды, угрозы нейтрализовать за счёт использования сильных сторон.

3. Разработка стратегических альтернатив и оценка каждой из них. Данный этап подразумевает разработку программ инновационного поведения предприятия.

4. Выбор наиболее подходящей альтернативы и реализация стратегии. Любая стратегия будет признана успешной, если полученные в процессе её реализации результаты окажутся максимально приближёнными к запланированной цели. Реализация выбранной инновационной стратегии предприятия возможна посредством выбора определённой инновационной политики (политика стабилизации, политика модификации, политика вариации и политика диверсификации).

По отметкам исследователей [3], большинство промышленных предприятий не имеют формализованной стратегии, а руководители испытывают определенные затруднения при попытках выразить стратегию своего предприятия через систему целей, норм, правил. Однако это не означает, что стратегии не существует. Именно инновационная составляющая функционирования предприятий позволяет предполагать не только существование некоторой стратегии, но и с определенной степенью вероятности судить о будущем возможном состоянии предприятия.

Реформирование деятельности предприятий, передача управления частным собственникам предполагали изменение основных целей и моделей поведения предприятий, формирование стратегий деятельности, ориентированных на получение прибыли за счет удовлетворения потребительского спроса. Такие стратегии опираются на самостоятельное осуществление инновационных решений, поддерживающих их достижение.

В отличие от классических форм интеграции, ставших традиционными для большинства стран, современные формы объединения хозяйствующих субъектов основываются на двух тенденциях:

- на обособлении функций управления и сосредоточении их в «штаб-квартире»;
- на развитии межсекторной интеграции.

Результатом этих тенденций является создание холдингов (финансовых и промышленных) и финансовых (финансово-промышленных) групп.

Холдинги сами не занимаются производственной деятельностью, а только осуществляют путем системы участия контроль за деятельностью входящих в них хозяйствующих субъектов. Компании, входящие в холдинг, обладают юридической и хозяйственной самостоятельностью и заключают сделки от своего имени. Однако решение основных вопросов, относящихся к их деятельности, принадлежит холдинговой компании.

Финансовая (финансово-промышленная) группа – интеграционная структура, которая объединяет юридически и хозяйственно самостоятельные предприятия различных отраслей хозяйства – промышленные, торговые, транспортные, кредитные и др. В отличие от концерна во главе финансовой группы стоит один или несколько банков, которые распоряжаются денежным капиталом входящих в него компаний, а также координируют все сферы их деятельности. По сравнению с объединениями других видов финансовая группа обладает меньшей степенью организованной оформленности. Каждая фирма, входящая в финансовую группу, выступает самостоятельно в сделках. Однако, так же как и в холдинге, головная компания, составляющая ядро финансовой группы, превращается в своего рода центр по принятию наиболее важных решений, касающихся их хозяйственной деятельности.

Промышленные компании, входящие в финансовые группы, как правило, делят между собой рынки, договариваются о ценах, координируют выступления на рынках и занимаются всем тем, чем обычно занимается картель. Различие состоит в том, что если в картелях это происходит на основе формального или негласного соглашения между двумя или несколькими фирмами, то в финансовой группе - в порядке повседневной обычной практики, иногда в порядке решения, принимаемого руководителями финансовой группы.

При интеграции предприятий в финансово-промышленные группы весьма существенную роль играют имущественные (акционерные) связи. Управляемость развития финансово-промышленных групп поддерживается тем, что контрольный пакет акций участников группы либо распределен между ними, либо принадлежит ведущей компании в ФПГ холдингового типа. Однако в последние годы группирование предприятий нередко происходит и без опоры на эти связи. Имеется в виду интеграция в форме индустриальных сетей или сетевых индустриальных организаций [1].

Как и финансово-промышленные группы, сетевые индустриальные организации представляют собой нечто среднее («гибридное») между рыночной и иерархической координацией действий. На первый план в этих организациях выходят кооперационные и информационные связи. Особый случай сетевых индустриальных организаций – стратегические альянсы и консорциумы, формируемые для совместного создания стратегических дефицитных активов. Имущественные связи в таких структурах присутствуют в форме долевого участия.

Смысл перехода от финансово-промышленных групп к сетевым индустриальным организациям исследователи видят в том, чтобы через автономность включенных в сеть фирм и их подразделений активизировать появление новых управленческих идей и решений; ослабить сдерживающее влияние межфирменной и внутрифирменной субординации на реализацию таких идей и формирование необходимых для этого связей; без опоры на имущественные связи консолидировать дефицитные активы [1]. В качестве примера успешного функционирования интегрированных объединений в области разработки и внедрения инновационных идей в работе [5] приводится опыт компании «Глория-Джинс». «Глория Джинс» является диверсифицированной компанией с

широкой географией поставок сырья и технологий, сбыта продукции, что позволяет ей внедрять инновации сразу в нескольких направлениях. Основанная в 1988 г. как кооператив с небольшим числом наемных работников, сегодня «Глория Джинс» – это 12 производственных предприятий, на которых работает 12 тыс. чел.; ещё около 12 тыс. заняты сбытом продукции. Компания занимает около 2 % российского рынка одежды и активно осваивая глобальное маркетинговое пространство.

Вместе с тем исследователи отмечают [5], что приоритетом для современных отечественных предприятий являются продуктовые и процессные инновации, причем с преобладанием новой продукции над улучшенной. Среди уровней инновационной активности успешных предприятий и интеграционных образований выделяют следующие:

- 1) освоение принципиально новой продукции в существующей сфере деятельности, освоение производства в новой сфере деятельности, новые формы сбыта продукции осуществляются в значительной степени,
- 2) освоение новой для фирмы технологии (процесса), обретение новых российских хозяйственных партнеров, создание новых структурных подразделений осуществляются в некоторой степени;
- 3) обретение новых зарубежных хозяйственных партнеров, выделение дочерних фирм, покупка новых предприятий (фирм) – практически не осуществляются.

Таким образом, завершение периода реформации российской экономики и ее переход в условия устойчивого инвестиционного развития в существенной мере предопределяются формированием и реализацией инновационного потенциала отечественных предприятий. В данном случае под инновационным потенциалом предприятия (фирмы) понимается его способность генерировать инновации, внедрять методы более эффективного использования имеющихся ресурсов, ориентация на использование нововведений.

Основополагающим моментом стратегии инновационного роста отечественных предприятий является их интеграция, взаимопереплетение с целью достижения наибольшего экономического эффекта. Вместе с тем, основой перехода отечественной экономики к процессу инновационной активности является становление на их ресурсной основе высококонкурентных, высокотехнологичных интеграционных образований, что будет способствовать решению задачи повышению инвестиционной активности субъектов хозяйствования.

Актуальным является разработка механизма наращивания инновационного потенциала российских предприятий. То есть необходима действенная система государственной поддержки, создание необходимой инфраструктуры, интегрированной в структуру созданного промышленного объединения. Необходимо также разработать механизм стартового финансирования инновационных проектов.

Список литературы:

1. Господарчук, Г. Г. Развитие регионов на основе финансовой интеграции [Текст] / Г. Г. Господарчук. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 288 с.
2. Ермакова, Е. А. Инновационная составляющая интеграционных процессов: региональный аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://region.mcnip.ru>. Дата обращения: 24.03.2013.
3. Нуреев, Р. М. Трансформация экономических институтов в постсоветской России (микроэкономический анализ) [Текст] / Р. М. Нуреев, А. В. Алексеев, Е. С. Балабанов и др. – М.: Московский общественный научный фонд, 2000. – 144 с..
4. Петров, А. Н. Стратегический менеджмент [Текст]: учебник для вузов / А. Н. Петров. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.
5. Суева, А. А. Региональная детерминанта инновационно-ориентированного развития фирмы: автореф. Дис. канд. экон. наук / А. А. Суева. – Ростов-на-Дону, 2006. – 23 с.
6. Хомякова, А. А. Управление инновационными процессами [Текст]: учебное пособие / А. А. Хомякова, А. А. Миролюбова. – Иваново: Иван. гос. хим-технол. ун-т, 2005. – 108с.

Сучкова Наталья Анатольевна

*к.э.н., старший преподаватель кафедры математики, анализа и статистики
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: kaf_stat@ogiet.ru*

Федорищенко Мария Михайловна

*студентка 4 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
т. 89307204015*