

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

В.Ю. Шевров, И.Ю. Окольнишникова

Анализируется стратегическая составляющая ресурсного потенциала предприятия, основу которой в условиях инновационной модели развития экономики формируют интеллектуальные ресурсы; рассматриваются основные причины низкой инновационной активности российских предпринимательских структур; анализируются объективные предпосылки разработки и реализации инновационной стратегии предприятия, ориентированного на формирование рыночных конкурентных преимуществ в условиях нестабильной среды.

Ключевые слова: ресурсный потенциал организации; стратегический актив ресурсного потенциала предпринимательской структуры; стратегия инновационного развития; инновационно-креативная основа; конкурентные преимущества; рыночная и ресурсная составляющая системного подхода в управлении организацией.

Особое место в устойчивом и поступательном развитии организации в условиях нестабильной среды функционирования отводится проблемам формирования и эффективного использования ее ресурсного потенциала. В целом категория «потенциал» довольно широко используется в научной литературе в качестве оценки и выступает как производственный, финансовый, инвестиционный, интеллектуальный, экономический, трудовой, информационный и т. д.

В самом общем виде «потенциал» представляет собой совокупность средств, запасов, источников, имеющихся в наличии, которые могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения цели [1, 10]. Иногда термин потенциал трактуется как «возможности» или «способность», но в каждый определенный момент времени можно обозначить совокупность средств, определяющих данную способность [2].

Под ресурсным потенциалом предприятия в данной работе понимается совокупность имеющихся и сопряженных между собой ресурсов, обеспечивающих реализацию производственной деятельности, эффективное использование которых позволяет достигнуть устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

Анализируя субъект предпринимательской деятельности как реально функционирующий хозяйственный механизм, следует учитывать, что одни виды ресурсов нацелены на достижение стратегических задач, а другие на решение оперативно-тактических. Основная направленность их системного взаимодействия определяется конкретной социально-экономической ситуацией, решаемой текущей задачей или стратегическим направлением развития предпринимательской структуры.

Основные структурные составляющие ресурсного потенциала субъекта хозяйствования носят организационный характер, поскольку они мобилизуются и стратегически используются при осуществлении предпринимательской деятельности. При этом весьма значимой является роль управляющего фактора, посредством которого происходит стратегическое планирование и использование определенного вида ресурсов для достижения конкурентных преимуществ предпринимательской структуры.

Стратегическая ориентация устойчивого развития предприятия обуславливает необходимость структурирования ресурсного потенциала на подсистемы, организационно-экономическое взаимодействие которых определяют возможности реализации как оперативно-тактических, так и стратегических задач развития бизнес-структуры.

Механизм организационно-экономического взаимодействия процессов использования структурных составляющих ресурсного потенциала определяет, по сути, и стратегическую ориентацию субъекта хозяйствования и тем самым устанавливая необходимый уровень его экономической эффективности функционирования на рынке.

В данном аспекте возникает объективно-необходимая потребность в определении стратегии формирования ресурсного потенциала предприятия, использование которого составит основу его концепции развития в условиях нестабильной среды.

В условиях усиления конкурентной борьбы основная задача, которую должна решать такая стратегия, состоит во внедрении инноваций и прогрессивных технологий в производственный процесс. Разработка и реализация концепции должна базироваться на стратегическом активе ресурсного потенциала предприятия, основу которого, в усло-

виях перехода к инновационной экономике, составляют интеллектуальные ресурсы.

Следует подчеркнуть, что устойчивое развитие экономик ведущих стран определяется инновационными процессами, выполняющими роль механизма стратегического развития. Это явилось определяющим фактором их перехода от индустриальной эпохи к инновационной. Экономическая система развитых стран мира становится все более интеллектуальной и все в меньшей степени зависит от сырьевых ресурсов.

Мировой опыт показывает, что наибольших успехов в хозяйственном развитии в последнее десятилетие добиваются инновационно-ориентированные предприятия. К таким структурам в первую очередь можно отнести многие корпорации и фирмы США, Японии, Великобритании, Германии; в этих государствах стержнем экономической стратегии является не просто развитие высокотехнологических производств, а достижение инновационной сбалансированности – оптимизации роли и величины инновационного компонента [3–5].

Наряду с мировыми тенденциями российская экономика пока не становится инновационной и продолжает терять свою конкурентоспособность. Так, в рейтинге 133 стран по конкурентоспособности на 2009–2010 гг. Россия опустилась с 51-го на 63-е место. В условиях мирового экономического кризиса в очередной раз подтвердились факты низкой конкурентоспособности российских предпринимательских структур [6].

Можно полагать, что это происходит из-за того, что многие субъекты хозяйствования, составляющие в каждой развитой стране мира экономическую основу, давно уже лишились притока инвестиций и инновационного обеспечения.

Анализ показывает, что в отечественном реальном секторе экономики преобладают в основном морально и физически изношенные машины и оборудование, что не позволяет осваивать и вне-

дирать передовые инновационные технологии. Вследствие этого увеличивается технологическое отставание от зарубежных конкурентов.

Так, вследствие падения инновационной активности отечественных предприятий доля России на мировом рынке наукоемкой продукции в 2009 г. составила менее 0,3 %, тогда как в США – 36, Японии – 30, Германии – 17 %. Из года в год растет приток в нашу страну импортных товаров в основном широкого потребления [6].

Это в свою очередь свидетельствует о достаточно низкой инновационной активности предпринимательского сектора экономики, об отсутствии эффективного механизма формирования и реализации государственной инновационной стратегии.

Эксперты полагают, что сохранение нынешней технологической структуры неизбежно приведет к дальнейшему ускоренному падению конкурентоспособности национальной хозяйственной системы.

Статистические данные (рис. 1) свидетельствуют о замедлении темпов роста промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации. За период 2000–2011 гг. удельный вес промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации, колеблется в пределах 9,3–10,6 %. Это по существу означает застой в освоении инноваций предпринимательскими структурами (рис. 2).

В данном контексте призывы правительства РФ по модернизации хозяйственной системы России остаются нереализованными в практической деятельности субъектов хозяйствования. Сохранение в обозримом будущем сложившейся тенденции приведет к дальнейшему снижению конкурентоспособности промышленных предприятий, что весьма негативно отразится в целом на реальном секторе экономики.

Причем отечественные предприятия теряют

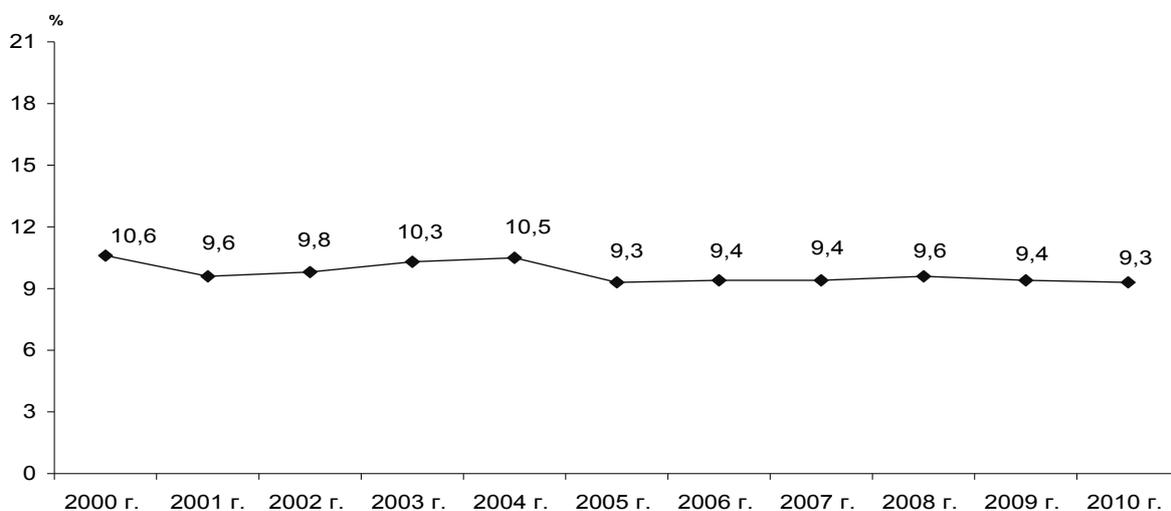


Рис. 1. Інноваційна активність організацій промислового виробництва [7]

Предпринимательская деятельность

позиции не только на мировом рынке, сегодня постепенно происходит утрата экономических позиций, и что особенно досадно, по большой товарной группе, и на внутреннем рынке.

Как видно на рис. 2, наибольший удельный вес организаций промышленного производства, осуществлявших технологические инновации, принадлежат предприятиям крупного бизнеса. На предприятиях малого и среднего бизнеса удельный вес организаций промышленного производства, осуществлявших технологические инновации, остается довольно скромным и составляет порядка 5,9–11,9 %.

Внутри системы малого предпринимательства (рис. 3) также отчетливо видна тенденция, согласно которой наибольший удельный вес субъектов малого предпринимательства промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, имеют малые предприятия (МП) с численностью 80 и более человек. Хотя процент малых предприятий, использующих технологические нововведения в предпринимательской деятельности, все же остается довольно скромным и составляет порядка 5,8–7,8 %.

С данной аналитической позиции можно сделать вывод, что важнейшей отличительной чертой российского малого бизнеса является неинновационный характер его развития.

Основной причиной низкого уровня развития инновационной деятельности сферы малого предпринимательства в России до последнего времени было отсутствие сколько-нибудь серьезного внутреннего спроса и, как следствие, низкая доходность этой деятельности.

Необходимо отметить, что на научно-технические разработки должен быть эффективный спрос. На практике в кризисной российской экономике (в первую очередь – в промышленности) 1990-х годов его практически не было. Для сравнения – по данным Фонда «Бюро экономического анализа» внедрением инноваций в Германии, США, Франции и Японии занимается от 70 до 82 % субъектов предпринимательской деятельности.

Дело заключается в том, что в отечественном малом бизнесе доминируют предприятия, создающие относительно незначительную добавленную стоимость – торговля, общественное питание и т. п. Наиболее рентабельными оказываются, судя по результатам опросов, оптовая торговля и общественное питание, тогда как инновационная деятельность является второстепенной, причем здесь наблюдается абсолютное превышение убыточных малых предприятий над прибыльными субъектами хозяйствования.

Прибыльность в торговле и общественном питании превышает средние значения отраслевой прибыльности, судя по самооценкам предпринимателей, примерно в три раза. То есть сравнительная «простота» отраслевого приложения сил и капитала оказывается залогом прибыльности малого бизнеса.

Ко всему прочему следует добавить, что неопределенность в хозяйственной деятельности, как и топливно-сырьевая ориентация национальной экономики, во многом предопределяет низкий уровень формирования инновационной стратегии развития отечественных бизнес-структур.

Еще одна проблема, связанная с осуществлением технологических инноваций, связана с про-

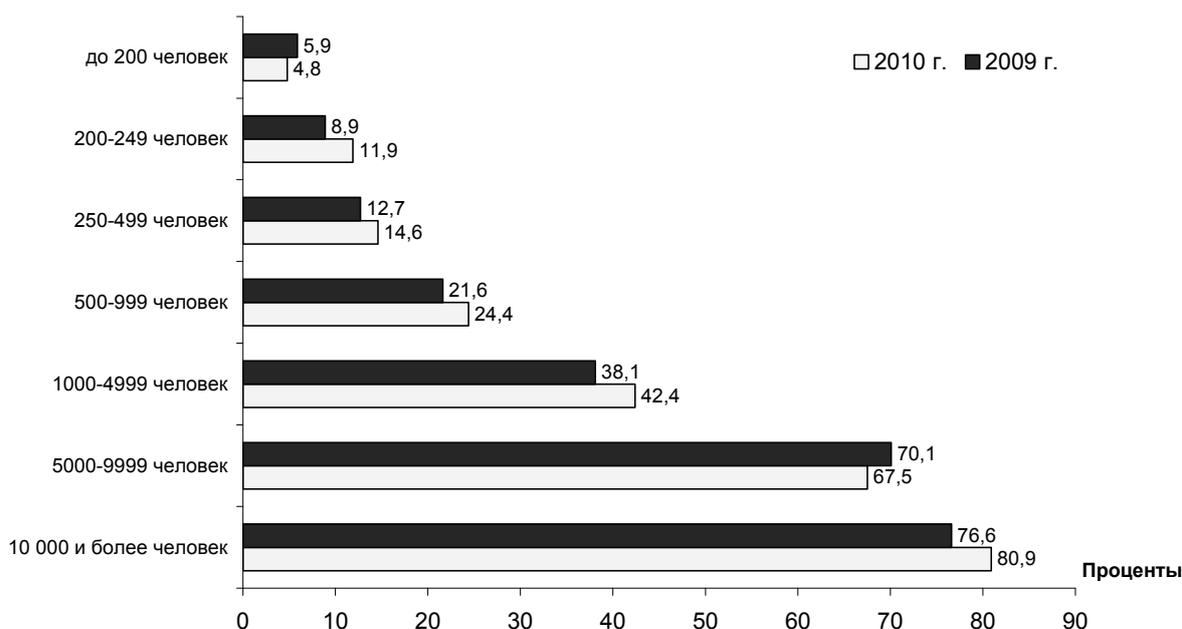


Рис. 2. Удельный вес организаций промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в группах организаций по численности работников: 2009, 2010 гг. [7]

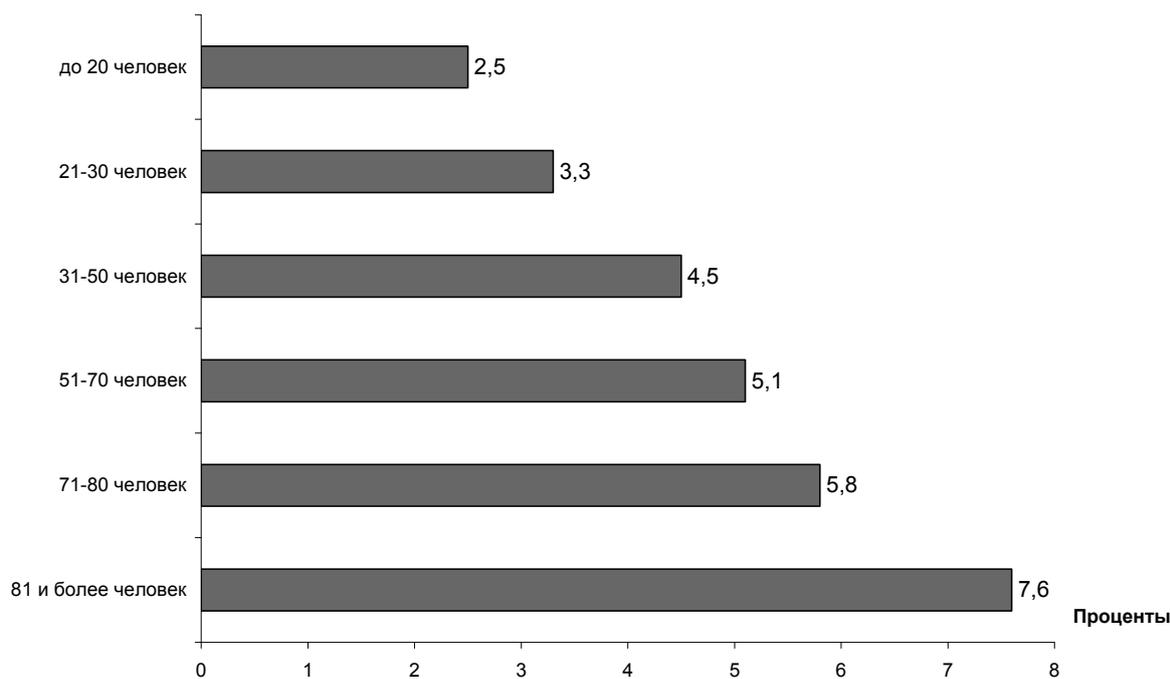


Рис. 3. Удельный вес субъектов малого предпринимательства промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в группах организаций по численности работников: 2009, 2010 гг. [7]

блемой квалификации трудовых ресурсов. Острее всего, по словам специалистов по найму, на высокотехнологических предприятиях сегодня ощущается проблема квалифицированных рабочих кадров.

Представители малого и среднего бизнеса отмечают: самая сильная конкуренция сегодня – не за потребителя, а за хороших сотрудников. По данным исследования компании HeadHunter, в Петербурге и других регионах Северо-Западного федерального округа 9 из 10 компаний испытывают трудности в подборе персонала. Люди на рынке есть, но их знания часто не соответствуют потребностям современного промышленного производства.

Впрочем, это беда не только малого предпринимательства – крупные предприятия испытывают аналогичные проблемы. Сейчас, когда престиж работы в промышленности подорван, поиск персонала еще более усложнился; 44 % крупных предприятий не могут полноценно закрыть существующие вакансии.

По данным статистики, на одну открытую вакансию в Петербурге в настоящее время приходится в среднем всего 1,5 резюме. Выбор у работодателя крайне ограничен. На практике это означает, что рынок квалифицированных специалистов (а именно такие нужны предприятиям высоких технологий) фактически пуст. Опытные работники, как правило, заняты, а основную массу соискателей составляют либо кандидаты без опыта (вчерашие выпускники вузов), либо специалисты с какими-то недостатками.

Как утверждают специалисты по найму крупных предприятий, чтобы найти подходящего ин-

женера или квалифицированного рабочего, им придется «перелопачивать» сотни резюме. А по некоторым вакансиям – например, станочника 5–6 разряда – достойных соискателей и вовсе нет. Объясняется это просто: готовить этих профессионалов перестали 10 лет назад. Поэтому нет молодых специалистов, и профессия просто «вымирает» [8].

Как было отмечено выше, стратегическая составляющая ресурсного потенциала предпринимательских структур в условиях усиления конкурентной борьбы приобретает особую значимость. С данной позиции становится очевидным, что определяющую роль в формировании устойчивых конкурентных преимуществ предприятия играют не столько материальные активы, сколько интеллектуальные ресурсы, или знания. Стратегический характер знаний, как системообразующего элемента ресурсного потенциала предпринимательской структуры, особенно очевиден в период формирования экономики инновационного типа.

Специфическими признаками постиндустриальной экономики являются следующие характерные черты:

- а) высокий уровень значимости деятельности, связанной с производством, хранением, передачей и производством знаний;
- б) увеличение удельного веса инновационных продуктов и услуг;
- в) широкое использование инновационных технологий, обеспечивающих устойчивое функционирование на рынке;

г) усиление процессов глобализации мировой хозяйственной системы и конкуренции, которые в совокупности сокращают жизненный цикл продукции и приводят к необходимости разработки, внедрения и реализации инноваций.

Интеллектуальные ресурсы представляют собой совокупность материальных и нематериальных объектов в виде специального оборудования, квалификации и базового образования персонала, системы организации и стимулирования инновационной деятельности и т. п. [9].

Вместе с тем следует отметить, что социально-экономическая эффективность интеллектуальных ресурсов реализуется в контексте конкретной инновационной стратегии развития бизнеса. Вне определенного контекста данные ресурсы могут быть практически не использованными, а следовательно, их эффективность имеют значение близкое к нулю. Поэтому наиболее рациональным является использование интеллектуальных ресурсов в процессе реализации стратегической концепции по созданию новых технологий, инновационных видов продукции и т. д.

Таким образом, конечный результат деятельности предпринимательской структуры будет тем больше, чем выше уровень организации научных исследований и разработок, концентрации необходимых интеллектуальных и других видов ресурсов для достижения стратегических целей бизнеса.

С данной позиции знания представляют стратегический ресурс современного предприятия и по существу являются креативной основой его ресурсного потенциала. Именно знания, интеллектуальные ресурсы предприятия в современных условиях представляют собой механизм инновационного обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ.

В целом следует отметить, что согласно классическому подходу ресурсного обеспечения инновационной активности хозяйствующий субъект, вставший на инновационный путь развития, должен самостоятельно определять оптимальную величину средств, направляемых на разработку и создание инновационного продукта. При этом спрос на нововведение уже существует или спрогнозирован с определенной долей вероятности. Следовательно, помимо ресурсообеспеченности инновационного процесса, не менее важным критерием, определяющим возможное направление инновационного развития, является рыночный спрос на результаты инновационной деятельности. Оба указанных укрупненных критерия выступают и как ограничители инновационной активности предприятия, лимитируют рамки и масштабы научно-технического поиска.

Зарубежный опыт управления предпринимательскими структурами показывает, что основной упор при внедрении нововведений делается на усовершенствование механизма принятия управ-

ленческих решений: информатизацию, мониторинг и прогнозирование рынка, разработки по совершенствованию процессов продвижения продукции и оптимизации товародвижения. В данном аспекте маркетинг является одной из важнейших стадий инновационного процесса, определяющий его социально-экономическую эффективность.

При формировании стратегии инновационного развития предприятию необходимо использовать системный подход, включающий, с одной стороны, рыночную составляющую, а с другой – ресурсную.

Рыночная составляющая предполагает структурный анализ основных факторов внешней среды, который позволяет определить целевые рынки сбыта своей продукции, выявить наиболее перспективные рыночные сегменты. Ресурсная составляющая направлена на оптимизацию и эффективное использование всех видов ресурсов организации.

Комплексное использование материальных и нематериальных активов предприятия позволяет сформировать конкурентные преимущества на целевых рыночных сегментах и тем самым повысить экономическую устойчивость бизнес-структуры. По существу рассматриваемые структурные составляющие являются основными компонентами инновационной стратегии. При осуществлении практической деятельности необходимо их рациональное сочетание, которое позволит обеспечить предприятию устойчивое развитие на инновационной основе.

Исследование стратегической составляющей ресурсного потенциала предпринимательских структур приобретает особую актуальность в связи с тем, что для эффективной реализации инновационной деятельности необходима достоверная информация не только о закономерностях развития экономики страны, но и о сущности процессов, протекающих непосредственно на предприятиях, осуществляющих технологические нововведения.

Литература

1. *Предпринимательство как стратегический ресурс развития хозяйственной системы / под ред. В.А. Гневко. – СПб.: Изд-во АУЭ, 2010.*
2. *Большая советская энциклопедия. – М., 1977. – Т. 20.*
3. *Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики / под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: Наука, 2007.*
4. *Интернет ресурсы: <http://www.bishelp.ru>.*
5. *Формирование новых экономических отношений в России: государственные и рыночные механизмы регулирования / под ред. В.А. Гневко. – СПб.: Изд-во АУЭ, 2008.*
6. *Хубиев, К. Инновационная экономика и генезис новых отношений / К. Хубиев // Экономист. – 2012. – № 3.*
7. *Статистика инноваций в России. –*

http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/nauka/priO.pdf.

8. Блохин, А.А. Институциональные условия и факторы модернизации российской экономики / А.А. Блохин. – М: Макс-Пресс, 2007.

9. Лесина, Т. Люди есть, работать некому / Т. Лесина // Еженедельник «МК» в ПИТЕРЕ». – 31.11.2012.

10. Багиев, Г.Л. Маркетинг взаимодействия: учебник для вузов / Г.Л. Багиев. – СПб.: Астерион, 2011.

Поступила в редакцию 26 ноября 2012 г.

Шевров Влад Юрьевич. Аспирант очной формы обучения Торгово-экономического факультета, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговые коммуникации, брендинг, экономика предпринимательства. Тел. 89068925540, e-mail: 15958@mail.ru.

Vlad Yurievich Shevrov. Full-time post-graduate student of Trade and Economic Faculty of South Ural state University (Chelyabinsk). Research interests: marketing, marketing communications, branding, business economics. Tel.: 89068925540, e-mail: 15958@mail.ru.

Околнишникова Ирина Юрьевна. Доктор экономических наук, декан торгово-экономического факультета, заведующий кафедрой «Маркетинговые коммуникации», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – маркетинг, маркетинговые коммуникации, брендинг, экономика предпринимательства. Контактные телефоны: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.

Irina Yurievna Okolnishnikova, Doctor of Science (Economics), Head of Marketing Communications Department, the dean of Trade and Economic Faculty of South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: marketing, marketing communications, branding, business economics. Contact phone number: 89080812355, (8-351) 267-92-88, 267-97-36, e-mail: okolnishnikova@yandex.ru.