

## 8.2. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Заргарян А.М., к.э.н., кафедра Экономики и управления, Череповецкий государственный университет;

Попкова Л.В., аспирант, кафедра Экономики, Санкт-Петербургский институт управления и права; Хорунжий Д.А., соискатель, кафедра Торгового дела и товароведения, Санкт-Петербургский экономический университет

[Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ](#)

В статье изложены особенности и основные направления обеспечения стратегической конкурентоспособности организации на основе инновационных инструментов. Рассмотрена последовательность инновационных инструментов стратегического управления и показано, что ключевое значение имеет организация информационного обеспечения системы управления предпринимательской структуры. Обосновано, что стратегическая конкурентоспособность компании на региональном уровне может быть обеспечена за счет добавления инновационной составляющей в базовые элементы деятельности организации.

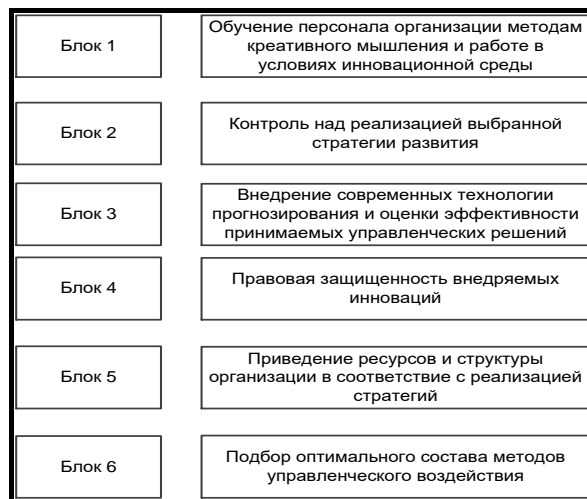
Возрастающая степень глобализации деятельности компаний в современном мире приводит их к необходимости построения и реализации долгосрочных стратегий, направленных на поддержание устойчивой конкурентоспособности и увеличение отдачи на вложенный капитал. Без этих действий компании, испытывающие конкурентное давление со стороны глобальных игроков бизнеса, не вправе рассчитывать не только на развитие и рост, но и на простое удержание завоеванных ранее позиций в соперничестве за потребителя, долю рынка или доступ к передовым технологическим решениям [2].

Стратегические задачи, решаемые фирмами в современной практике бизнеса, сводятся к построению оптимального пути перехода от текущего состояния компании, которое не удовлетворяет ее собственников и высших руководителей, к более привлекательному будущему положению на региональном рынке. В свою очередь региональный рынок характеризуется более высокой долей рыночного присутствия, большей лояльностью со стороны покупателей продукции и большей долей инновационных товаров и услуг в продуктовом ассортименте. Решение указанных задач должно помочь фирме в достижении устойчивой конкурентоспособности и растущих показателей отдачи на инвестиции, что и является целью правильно организованного стратегического процесса.

Однако концепция стратегического управления, широко применяемая многими предпринимательскими структурами, зачастую не позволяет осуществить задуманное. Очень часто причины состоят в неумении менеджмента компании подобрать необходимый механизм реализации выбранной страте-

гии, особенно когда организация является инновационно-ориентированной.

Разные исследователи, в том числе Герасимова Е.А. [1], говорят о том, что для обеспечения долгосрочной конкурентоспособности на региональном уровне организация должна стремиться к внедрению новшеств на постоянной основе. В свою очередь для обеспечения эффективности внедрения новшеств необходим механизм реализации стратегии, направленный на обеспечение взаимосвязи прошлого опыта компании с реальностью происходящих событий. Принимая за основу приведенные предположения, в качестве наиболее эффективной выделяется последовательность инновационных инструментов стратегического управления, представленная на рис. 1.



**Рис. 1. Последовательность инновационных инструментов обеспечения стратегической конкурентоспособности**

В рассмотренной схеме инновационных инструментов ключевое значение имеет организация информационного обеспечения системы управления предпринимательской структуры. Это позволяет провести анализ и оценку соответствия ресурсов компании выбранной стратегии, обеспечивать мониторинг внешней среды, а также согласованность действий всех хозяйствующих субъектов.

Однако конкурентоспособность организации в долгосрочной перспективе не может быть обеспечена только за счет правильно подобранных механизмов реализации инновационных стратегий, в первую очередь, необходимо обеспечить конкурентоспособность производимых ею товаров и услуг в конкретном регионе. Выбирая стратегию новатора, компания не только может претендовать на лидерство в отрасли, но также рассчитывать на стратегическую конкурентоспособность производимой продукции.

Жизненный цикл инновационного товара / услуги в значительной степени отличается от жизненного цикла стандартного товара / услуги, требуя проведения постоянных мероприятий по внедрению изменений в потребительские свойства товара / услуги. Особенно сложной является структура рынка инновационного товара, характеризующаяся наличием

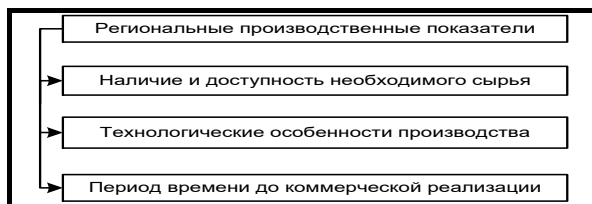
множества последователей, реализующих стратегию имитации [3].

Для достижения исключительных характеристик нового товара с дальнейшим приращением положительных свойств в стратегическую конкурентоспособность организации, рекомендуется реализовать схему производства инновационной продукции на основе системы региональных производственных и рыночных показателей (см. рис. 2 и рис. 3).



**Рис. 2. Региональные рыночные показатели производства инновационного продукта**

Представленные показатели характеризуют региональные рыночные и производственные аспекты превращения новшества в товар, способные обеспечить получение стратегических конкурентных преимуществ компании на рынке.



**Рис. 3. Региональные производственные показатели производства инновационного продукта**

Таким образом, стратегическая конкурентоспособность компании на региональном уровне может быть обеспечена за счет добавления инновационной составляющей в базовые элементы деятельности организации. При этом наиболее важными составляющими являются показатели оценки степени конкурентоспособности производимой инновационной продукции, механизмы ее реализации и обеспечения стратегической конкурентоспособности.

**Литература**

1. Герасимова Е.А. Механизм реализации стратегии инновационного развития предпринимательских структур [Текст] / Е.А. Герасимова // Российское предпринимательство. – 2013. – №7. – С. 12-17.
2. Ляско А.К. Стратегический менеджмент [Текст] : современный учеб. / А.К. Ляско. – М.: Дело, 2013. – 488 с.
3. Понетайкина Л. Разработка нового продукта: обоснование, стадии, цены [Текст] / Л. Понетайкина // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – №1. – С. 104-108.

**Ключевые слова**

Развитие; инновации; конкурентоспособность; организации; стратегия.

*Заргарян Аршак Месропович*

*Попкова Любовь Валерьевна*

*Хорунжий Дмитрий Александрович*

**РЕЦЕНЗИЯ**

Актуальность содержания статьи объясняется необходимостью построения для всех хозяйствующих субъектов долгосрочных стратегий развития. Без этих инструментов их жизненный путь в рыночной экономике ограничен и даже чреват банкротством.

Действительно, для обеспечения действенной и скоординированной реализации конкурентных преимуществ организация должна становиться в равной степени маневренной и инновационной, обеспечивающей развитие передовых средств и методов информационного обеспечения системы управления предпринимательской структуры и оснащенной высокотехнологичной инфраструктурой, в полной мере соответствующими требованиям изменяющейся рыночной конъюнктуры.

Авторы систематизировали современные инструменты, применение которых обеспечивает устойчивость и конкурентоспособность этих субъектов на региональном рынке, что придает статье не только научное, но и прикладное значение.

Статья отвечает всем требованиям и может быть опубликована в журнале «Аудит и финансовый анализ».

*Новиков Ю.В., д.э.н., профессор, кафедры Торгового дела и товароведения, Санкт-Петербургский экономический университет, г. Санкт-Петербург.*

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ