

УДК 338
ББК 65.05

Shamray Lydia Viktorovna,
candidate of economic sciences, associate professor,
head of the department of economics and management
of Volgograd institute of business,
Volgograd,
e-mail: shamraylv@yandex.ru

Ushakov Alexander Mikhailovich,
graduate student of the master's program:
«Economics of a firm and industrial markets»,
Volgograd institute of business,
Volgograd,
e-mail: cdo-spo@yandex.ru

Шамрай Лидия Викторовна,
канд. экон. наук, доцент, заведующая
кафедрой экономики и управления
Волгоградского института бизнеса,
г. Волгоград,
e-mail: shamraylv@yandex.ru

Ушаков Александр Михайлович
магистрант магистерской программы:
«Экономика фирмы и отраслевых рынков»
Волгоградского института бизнеса,
г. Волгоград,
e-mail: cdo-spo@yandex.ru

ПРОИЗВОДСТВО – СОВРЕМЕННЫЕ ПУТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

PRODUCTION – MODERN WAYS OF INNOVATION DEVELOPMENT

В статье рассмотрены различные стратегии диверсификационного и интеграционного развития. Выявлено что одной из главных проблем функционирования предприятия является выбор вида используемого производства: бережливое, активное или оба. При этом предполагается, что на высоко конкурентных рынках с высокими темпами технологических инноваций и короткими жизненными циклами продуктов ключевое значение имеет способность к быстрому обновлению всего производственного процесса. Таким образом, инновационное развитие связано с реализацией инновационных проектов, нацеленных на разработку и вывод на рынок новых продуктов, создание и трансфер новых технологий и усовершенствование бизнес-процессов, а способность к инновационному развитию, как системному обновлению бизнеса на развитых рынках, является практически безальтернативным способом развития бизнеса.

The article discusses various strategies of diversification and integration development. It has been revealed that one of the main issues of the company functioning is selection of the type of the used production: economical, active, or both. It is assumed that the ability to prompt renewal of the entire production process has the key importance at the highly competitive markets with rapid rates of process innovations and short life-cycles of products. Thus, the innovation development is connected with implementation of innovation projects aimed at development and bringing to the market of new products, creation and transfer of new technologies and improvement of business processes; the ability to innovative development as the systematic business upgrade at the developed markets is practically the only method of business development.

Ключевые слова: инновации, бизнес-модель, конкуренция, внешняя среда, активы, предприятие, факторы внешнего окружения, конгломерат, инновационные стратегии.

Keywords: innovations, business model, competition, external environment, assets, enterprise, factors of the external environment, conglomerate, innovation strategies.

В любом бизнесе фундаментальную роль играет создание и обмен ценностями (ценностных предложении) между

фирмой, которая является определенной системой ресурсов (компетенций) и целевым потребителем (группой потребителей или рынком) по цене, превышающей затраты на величину прибыли.

Разумеется, создание и обмен товара происходит при наличии существенного влияния факторов ближнего внешнего окружения: конкурентов, предлагающих потребителям альтернативные ценностные предложения; других потребителей, также интересующихся ценностным предложением фирмы; поставщиков и комплементоров (создателей дополнительной ценности), участвующих в создании ценностного предложения фирмы и обмене; влиятельных регулирующих (например государственных) органов, а также факторов дальнего внешнего окружения (макрофакторов): политических, правовых, экономических, социальных, технологических, экологических, на которые фирма влияния оказать не может.

Поэтому модель бизнеса – это модель создания стоимости во времени для конкретного целевого рынка (целевых потребителей) на основе создания конкретного ценностного предложения с использованием конкретной целевой цепочки создания стоимости с учетом всех факторов внешнего окружения.

Целью проводимого исследования является рассмотрение модели бизнеса на основе стратегического анализа факторов внешнего окружения и ресурсного потенциала фирмы (вместе с потенциальными поставщиками и комплементорами). Такая динамическая модель бизнеса, позволяющая достичь его стратегические цели, по существу, определяет содержание бизнес-стратегии фирмы на конкретном рынке. При этом развитие бизнеса осуществляется как в направлении поиска наиболее привлекательных рынков, с целью формирования ценностных предложений, обладающих максимальной конкурентной силой, так и в направлении поиска способа использования ресурсов и компетенций, обладающего наибольшей эффективностью и экономичностью. Существенным отличием представленной бизнес-модели от известных точек зрения на бизнес-модель (например, Johnson-ChristensenKagermann, Osterwalder-Pigneur), является явное включение фактора времени в качестве четвертой координаты, а также учет влияния внешних факторов [1].

Задачи исследования:

1. Рассмотреть маркетинговую составляющую бизнес-планирования, посвященную выбору целевых рынков (групп потребителей) и обоснованию параметров ценностного предложения, отражающего стратегическую позицию в выбранном сегменте рынка (например с использованием параметров комплекса маркетинга).

2. Рассмотреть операционную составляющую бизнес-планирования, содержанием которой является оптимизация цепочки создания стоимости с учетом аутсорсинга и альянсов.

3. Рассмотреть финансовую составляющую, содержащую модель образования прибыли, структуру затрат и, в конечном счете, модель денежных потоков. Обоснованный бизнес-план должен отражать все описанные выше элементы бизнес-модели. Развитие бизнеса во времени, таким образом, может быть рассмотрено на основе изменения бизнеса в рассмотренных координатах.

Методология проведенного исследования основана на работах зарубежных и российских ученых-экономистов. Впервые системно разные стратегии развития бизнеса были описаны в классических трудах Игоря Ансоффа, заложившего основу современной типологии стратегий развития бизнеса. Более или менее полная система стратегий роста рассмотрена, например, в работах Ж.-Ж. Ламбена и И. Б. Гуркова [2].

Научная новизна исследования заключается в том, что обычно различают разные стратегии диверсификационного и интеграционного развития. В первом случае фирма развивает бизнес путем выхода на новые рынки с новыми продуктами. При этом различают связанную, или концентрическую диверсификацию, при которой фирма выходит в ближние смежные зоны, осваивая бизнесы с использованием имеющихся компетенций, и несвязанную, или чистую диверсификацию, когда фирма осваивает бизнесы, требующие совершенно иных компетенций.

Среди стратегий интеграционного роста обычно различают вертикальную интеграцию, связанную с включением в границы фирмы элементов цепочки создания стоимости, например, поставщиков сырья (вертикальная интеграция назад) или сбытовые подразделения (вертикальная интеграция вперед), и горизонтальную интеграцию, связанную с присоединением (поглощением) других цепочек создания стоимости в этой отрасли (например, конкурирующей цепочки или дополняющей цепочки). Однако в реальности бизнес-система развивается чаще всего во всех трех направлениях. Например, одним из наиболее популярных вариантов развития, особенно на растущих рынках (например в России), является диверсификация бизнеса путем слияния или поглощения, причем не обязательно «смежного» бизнеса, но и совершенно «далекого» от исходной системы компетенций (конгломератная диверсификация).

Сегодня российские предприятия усиленно пытаются внедрить и использовать методики бережливого производства в своих организациях, которые уже на протяжении 30 лет применяют за рубежом. Напомним, что бережливое производство (lean-production) представляет собой подход к управлению организацией, направленный на повышение качества работы за счет сокращения потерь. Цель системы Lean – сократить действия, которые не добавляют ценности продукту.

Но в мире зреет новая технология, способная вызвать ажиотаж в кругах отечественных производителей – активное

производство (agile manufacturing). С его помощью можно легко перестроить любое производство на вид изделий совершенно отличных от начальных с минимальными потерями.

Причина стремления к поиску новых концепций заключается в изменчивости рыночных отношений, постоянном обострении конкуренции предприятий, росте «избалованности» клиентов. Кризисные экономические явления требуют от производителей все более оперативной реакции на перечисленные показатели. Бережливое производство не способно сохранить стабильность рабочих процессов организации в условиях высокой изменчивости внешних факторов. Именно активное производство стало той методикой, которая позволяет очень быстро перестраивать производство как на другой вид изделий, так и на другие объемы выпуска на фоне высокой вариативности рыночных отношений с поставщиками и потребителями [3].

Для определения того, что следует использовать в процессах предприятия, бережливое, активное или оба производства, необходимо опираться на два понятия: периодичность заказов потребителей и задержка доставки поставщиком.

При быстром выполнении заявки на поставку сырья поставщиком можно использовать бережливое производство. В обратной ситуации, когда поступление заказов от потребителя незначительно, то предпочтительнее активное производство. Следует заметить, что обе концепции основываются на одинаковых базовых принципах с различием в достижении предельно возможной скорости перенастройки оборудования на другой вид продукции без ущерба для ее качества. Несмотря на то, что в рамках бережливого производства имеются инструменты сокращения времени переналадки оборудования, основной целью методики является устранение потерь. Однако сокращение потерь не гарантирует сокращение времени перенастройки оборудования, сделать это можно только тогда, когда оборудование изначально приспособлено к этой цели.

К такому оборудованию можно отнести гибкие производственные системы и всевозможные роботизированные комплексы. Использование роботов позволяет избавиться от работы человека, причем автоматизированные системы гораздо быстрее оператора справятся с задачей. Достаточно лишь запрограммировать робота, и предприятие уже имеет возможность выпускать другую продукцию. Для решения проблем с качеством выпускаемой продукции, роботизированные производственные линии оснащаются специальными сенсорами, датчиками и даже системами искусственного зрения для того, чтобы автоматизировать процесс контроля и принятия решений о качестве выпускаемой продукции. Для внедрения активного производства, необходимы следующие достижения робототехники:

1. Высокая степень развития имитационного моделирования (быстрая перенастройка производственных линий).

2. Роботы, автоматически умеющие менять рабочие инструменты (это позволит одному и тому же роботу выполнять различную работу).

3. Активное использование компьютерных систем искусственного зрения.

4. Манипуляторы роботов должны обладать высокой точностью позиционирования в пространстве [4].

Российский рынок находится в стадии формирования. В условиях незначительной конкуренции быстрота покрытия рынка и масштабирование успешной бизнес-модели

здесь играют принципиальное значение. В этом случае нет необходимости существенно менять саму бизнес-модель. Можно ограничиться усовершенствованиями ценностного предложения и сосредоточиться на минимизации затрат. Эффекты экономии масштаба и «объемные показатели» продаж, являются основными драйверами в создании стоимости. Рынки в отраслевом и географическом измерениях формируются и изменяются на основе использования и небольшого усовершенствования определенных достаточно устойчивых бизнес-моделей. Развитие бизнес-систем на формирующихся рынках (и Россия – не исключение) обычно идет по сценарию стремительного создания конгломератов путем экспериментирования и приобретения разнородных активов в разных отраслях. В России в ключевых отраслях экономики определяющее значение имеет наличие государственных монополий, консервативно применяющих вполне определенные бизнес-модели и ориентированных скорее на экстенсивное развитие (об этом свидетельствуют, например, невысокие относительные показатели производительности труда).

Однако современная экономика является глобальной. В условиях глобализации мировые компании-лидеры, быстро масштабируя свои бизнес-модели, активно осваивают и развивающиеся рынки, фундаментально меняя их структуру. Поэтому в настоящее время у российских компаний в большинстве отраслей уже практически нет шансов на «спокойное» экстенсивное развитие вне общемирового экономического процесса, характеризующегося стремительным обновлением применяемых бизнес-моделей и переходом к инновационному способу развития [5].

Инновационное развитие (в широком смысле этого термина) связано с реализацией инновационных проектов, нацеленных на разработку и вывод на рынок новых продуктов, создание и трансфер новых технологий и усовершенствование бизнес-процессов, а также формирование инновационной инфраструктуры и «культуры инноваций». Однако, системное представление об инновационном развитии связано с целенаправленным изменением (обновлением) модели бизнеса и всех ее ключевых элементов. Наиболее выдающиеся результаты демонстрируют сегодня компании, реализующие инновационные стратегии (обновляющие модели бизнеса) путем выпуска инновационных продуктов, создающихся на основе инновационных процессов (технологий). Дальнейшее рассмотрение мы посвятим именно такому системному обновлению бизнеса на всех уровнях. Например, компания Apple перешла от производства и продажи компьютеров к созданию новой модели использования информационного контента с помощью компактных и мобильных устройств (портативных коммуникационных устройств и компьютеров), предлагая потребителям целую линейку изящных устройств (iPod, iPhone, iPad), подключенных к удобным хранилищам Интернет-контента (iTunes), использующих уникальные инновационные решения и дизайн Apple и производимых с помощью экономичной сети OEM производителей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Горбунова Е. Г., Матушкин М. А. Стратегическое управление конкурентоспособностью производства в турбулентной среде // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 4 (25). С. 91–94.
2. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с французского. СПб.: Наука, 2012. 468 с.
3. Васильев Е. С., Харьковская Н. Н. Инновационная парадигма: современная философия или основа предпринимательства? // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 5. С. 138–142.

Крупные компании (GE, IBM, GM, DuPont и другие) активно использовали диверсификационные стратегии и были достаточно успешны сразу в нескольких отраслях экономики, успевая осуществлять соответствующие технологические и продуктовые инновации. Успешные модели бизнеса были относительно устойчивы, и победителями в конкурентной борьбе обычно становились фирмы, демонстрирующие лучшие результаты в показателях роста и масштабирования [6].

Совершенно иная ситуация наблюдается сегодня на конкурентных рынках с высокими темпами технологических инноваций и короткими жизненными циклами продуктов. Теперь ключевое значение имеет способность к быстрому обновлению всей бизнес-модели, а не ее отдельных элементов. Стремительные темпы технологических инноваций представляют собой все чаще не линейные усовершенствования продуктов, а сложные комбинации элементов ценности, ранее предлагавшихся фирмами из разных отраслей (например, смартфоны, являющиеся комбинацией компьютеров, телефонов, музыкальных плееров и фотокамер). Поэтому такие темпы привели к необходимости столь же стремительного освоения передовых бизнес-моделей, их масштабирования и изменения. Высокие показатели роста бизнеса и доли рынка теперь все меньше коррелируют со способностью бизнеса обеспечивать высокую отдачу на инвестиции, особенно в долгосрочной перспективе. Огромное количество компаний работают в условиях быстро уменьшающейся прибыльности отрасли в целом. Эпоха экстенсивного развития «вширь по прямой» преимущественно путем расширения и масштабирования бизнеса, на наш взгляд, подошла к концу [7].

Таким образом, под инновационным развитием (в более узком смысле этого термина) будем понимать развитие бизнеса, преимущественно на основе системного обновления модели бизнеса, то есть освоения новых рынков, создания инновационных продуктов для них с помощью инновационных технологий (процессов использования ресурсов для создания ценности).

Около 30 лет назад, в условиях относительно стабильных рынков и длинных жизненных циклов продуктов фирмы, которым удалось сформировать эффективную стратегическую позицию, чаще всего развивали бизнес путем усовершенствования продукта или освоения новых географических рынков с имеющимся успешным продуктом. Для производителей массовых продуктов ключевое значение имела борьба за долю рынка.

Подводя итог, можно сказать, что в настоящий момент активное производство рассматривается как новый этап совершенствования бережливого производства при использовании современных технологий.

Сегодня способность к инновационному развитию, как системному обновлению бизнеса на развитых рынках, является практически безальтернативным способом развития бизнеса.

4. Сажина М. А. Фирма: управление кризисом. Учебное пособие. М.: Деловая литература, 2014. 38 с.
5. Копылов А. В., Молодоженова В. Н., Цыганкова В. Н. Перспективы использования инновационной активности в кластерных структурах как средство адаптации к кризису // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 2 (31). С. 71–75.
6. Беликова Е. В., Сырбу А. Н. Комплексная оценка факторов формирования ресурсов Волгоградской области // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 2(27). С. 131–134.
7. Беликова Е. В. Теоретические аспекты категории «Экономика народонаселения» // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2009. № 9. С. 152–156.

REFERENCES

1. Gorbunova E. G., Matushkin A. M. Strategic management of competitiveness of production in a turbulent environment // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd business institute. 2015. No.4 (25). P. 91–94.
2. Lamben Jean-Jacques. Strategic marketing. European perspective. Translation from French. SPb.: Science, 2012. P. 468.
3. Vasiliev E. S., Kharkov N. N. An innovative paradigm: modern philosophy or the foundation of entrepreneurship? // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. No. 5. P. 138–142.
4. Sazhina M. A. Company: management of the crisis. Training manual. M.: Business books, 2014. 38 p.
5. Kopylov A. V., Molodozhenova V. N., Tsygankova V. N. Prospects of innovative activity application in the cluster structures as a means of adaptation to the crisis // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd business institute. 2015. No. 2 (31). P. 71–75.
6. Belikova, E. V., Syrbu A. N. Complex assessment of the factors of resources formation of the Volgograd region // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd business institute. 2014. No. 2 (27). P. 131–134.
7. Belikova E. V. Theoretical aspects of the category «Economics of population» // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd business institute. 2009. No. 9. P. 152–156.

Как цитировать статью: Шамрай Л. В., Ушаков А. М. Производство – современные пути инновационного развития // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 1 (34). С. 145–148.

For citation: Shamray L. V., Ushakov A. M. Production – modern ways of innovation development // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2016. No. 1 (34). P. 145–148.

УДК 330.322
ББК 65-56-18

Shulgina Alla Valeryevna,
candidate of economic sciences, associate professor of
the department of finance and credit of
Kurgan state University,
Kurgan,
e-mail: Schulgina@yandex.ru

Шульгина Алла Валерьевна,
канд. экон. наук, доцент
кафедры финансов и кредита
Курганского государственного университета,
г. Курган,
e-mail: Schulgina@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

ISSUES OF DEVELOPMENT OF INVESTMENT AND INNOVATIVE ACTIVITY IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC CRISIS

В статье рассмотрены основные проблемы развития инвестиционно-инновационной деятельности в современных условиях. Исследована динамика инвестиционной привлекательности России по оценкам международных рейтинговых агентств и Всемирного банка, инвестиционная привлекательность Курганской области, состояние инвестиционной и инновационной деятельности, развитие малого бизнеса. Изучены возможности развития инвестиционно-инновационной деятельности в условиях экономического кризиса, в частности малого инновационного бизнеса. Обоснована необходимость государственной поддержки развития малого бизнеса, рассмотрены основные формы поддержки развития инвестиционно-инновационной деятельности.

The article describes the main problems of development of investment and innovative activity in the modern conditions.

Dynamics of the Russia's investment attractiveness is examined based on assessments of the international rating agencies and the world Bank, as well as the investment attractiveness of the Kurgan region, the state of investment and innovation activity, and small business development. The opportunities for development of investment and innovative activity in the conditions of economic crisis are studied, in particular, of the small innovative business. The necessity of the state support of small business development is justified; the main forms of support of the investment and innovation activity development are analyzed.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, инновационная деятельность, инвестиционная привлекательность, инновационный бизнес, малый бизнес, источники инвестиций, государственная поддержка, экономический рост.