

КОНКУРЕНТНЫЙ ВЕКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Дальнейшее развитие рыночной экономики в Украине особенно остро становится ставит вопрос конкурентоспособности отечественной продукции. Именно в конкурентоспособности концентрируются основные экономические категории – качество продукции и цена, товарная политика и маркетинг, научно-технический и производственно-технологический потенциал предприятия и уровень его производства.

При создании конкурентоспособной производственной базы предпринимательства необходимо перейти к таким приоритетам инновационного и технологического развития отраслей, как ресурсо- и энергосбережение; увеличение доли продукции высокой степени переработки; обеспечение необходимой динамики обновления технологий через сокращение инновационно-производственного цикла за счет применения современных информационных технологий. Особое место в построении конкурентоспособной экономики страны занимает производственное предприятие. Здесь формируется технический уровень продукции, определяются ее стоимостные показатели, и в конечном итоге – ее качество.

Изучению конкуренции как активного процесса соперничества и взаимодействия посвящены работы Й. Шумпетера [1], Ф. Хайека [3], Дж.М. Кларка [2], И. Кирцнера [4]. Проблемы теории конкуренции анализируются ими с позиции функциональной трактовки её сущности, предполагающей развитие конкуренции под воздействием новых форм организации производства, открытий, знаний, инноваций а также использования предпринимательского потенциала. С учетом существующих технических и технологических тенденций в современной экономике наиболее адекватной представляется конкурентная стратегия предприятия, основанная на воспроизводственно-эволюционном подходе. Он ориентирован на постоянное возобновление производства продукции для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими (по сравнению с лучшей аналогичной продукцией на данном рынке) совокупными затратами на единицу полезного эффекта (рис. 1).

Его элементами являются: выбор базы сравнения (показатели лучшего образца конкурентов, скорректированные к началу освоения нового образца продукции предприятия) при планировании частных показателей качества и ресурсоемкости продукции, базы, отвечающей достижениям научно-технического прогресса в данной области на момент приобретения продукции потребителем, базы, удовлетворяющей требования потребителей не к моменту планирования или разработки продукции, а к моменту приобретения продукции потребителем; трактовка закона экономии времени как экономии суммы прошлого и будущего труда за жизненный цикл продукции на единицу ее полезного эффекта; рассмотрение во взаимосвязи воспроизводственного цикла выпускаемой, проектируемой и перспективной модели продукции в координатах времени и программы выпуска; обеспечение по возможности пропорционального по качеству и количеству развития элементов внешней среды (макросреды, инфраструктуры региона, микросреды предприятия).

ВО – выпускаемый образец товара предприятия; ЛО – лучший образец конкурентов на данном рынке; П1 – показатель качества выпускаемого образца; П2 – показатель качества лучшего образца конкурентов; П3 – показатель лучшего образца, скорректированного к началу освоения нового образца; П4 – показатель качества нового образца товара предприятия на данном рынке в соответствии со стратегической сегментацией и прогнозированием; $T_M + T_{НИОКР} + T_{отпп} + T_{и} + T_{в}$ – соответственно продолжительность маркетинговых исследований, НИОКР, организационно-технологической подготовки производства, изготовления нового образца товара и внедрения его у потребителя.

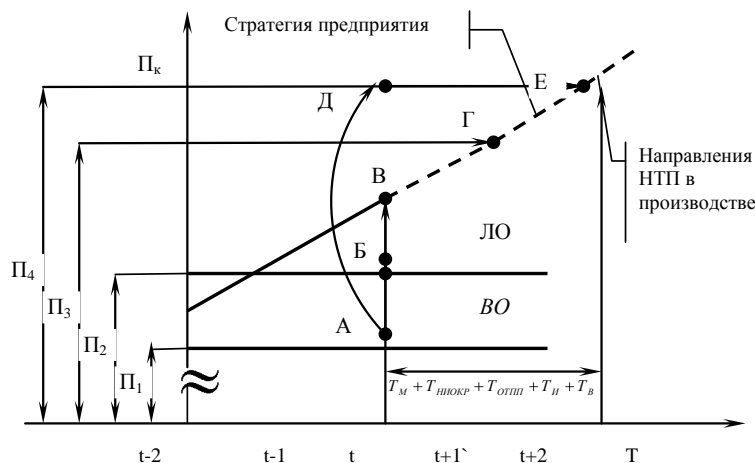


Рис. 1. Графическое отображение процесса формирования стратегии предприятия на основе повышения качества продукции

Выпускаемый образец в текущем году t в точке А имеет параметр качества, равный $P1$, лучший образец конкурентов в точке Б – $P2$. Значит, в году t отставание выпускаемого образца от лучшего составляет $P2-P1$. Однако лучший образец проектировался примерно в году $t-2$, поэтому его параметры уже отстают от лучших мировых достижений в данной области, зафиксированных в изобретениях, патентах, научных отчетах и других источниках (точка В на рис. 1). Еще нужно время для реализации плановых параметров будущего товара в конструкторской, технологической документации, для его изготовления и внедрения у потребителя.

Некоторые предприятия при построении конкурентной стратегии ориентируют производство на использование последних достижений научно-технического прогресса (НТП) в данной области, особенно в случае начала освоения нового образца в серийном производстве (точка Г, $t+1$). Эта стратегия приемлема при отсутствии качественной информации и высокой неопределенности решения, экспериментальной базы и средств для коренного улучшения продукции. Предприятия, ставящие целью выход в лидеры на целевом рынке с новой продукцией, применяют опережающую стратегию, делая попытку прогнозировать развитие НТП на период привыкания потребителя к продукции (точка Е). В год составления конкурентной стратегии (t) за ориентир следует принимать точку Д.

Процесс конкретной стратегии предприятия требует проведения экономических исследований с целью определения отставания продукции предприятия от аналогичной продукции конкурентов на данном рынке по важнейшим параметрам качества P_k . На рис. 1 продолжительность изготовления продукции определяется периодом начала выпуска нового образца, то есть динамикой сменяемости моделей в соответствии с воспроизводственным циклом продукции.

1. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия : монография [Текст] / Й. Шумпетер / Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова . – М. : Экономика, 1995. – 359 с.
2. Кларк Дж.М. Конкуренция как динамический процесс [Текст] / Дж.М. Кларк / Всемирная история экономической мысли. В 6-ти тт. Т.5. гл. редкол.: В.Н. Черковец и др. – М. : Мысль, 1994. – 259 с.
3. Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода [Текст] / Ф. Хайек. – СПб. : Пневма, 1999. – 278 с.
4. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство [Текст] / И. Кирцнер. –М. : ЮНИТИ, 2001. – 302 с.
5. Левшина О.Н. Современные методы обеспечения конкурентоспособности в предпринимательстве : монография [Текст]/ О.Н. Левшина. - М. : ИД «Юриспруденция», 2008. – 245 с.