

И.И. Фазрахманов

**Возможности
и условия
инновационного
развития
предприятий
сахарной отрасли**

Монография



ПАЛЕОТИП

Москва

2005

УДК 338.242(470)

ББК 65.262.1

Ф16

Рецензенты:

А.Ю. Егоров, доктор экономических наук, профессор,

Ю.Ф. Воробьев, доктор экономических наук, профессор

Фазрахманов, И.И.

Ф16 Возможности и условия инновационного развития предприятий сахарной отрасли : монография / И.И. Фазрахманов. — М.: Издательство «Палеотип», 2005. — 76 с.

ISBN 5-94727-232-6

В монографии рассмотрены теоретические аспекты инновационного развития предприятий, критерии инновационного развития в системе управления предприятием, разработан механизм инновационного развития предприятий сахарной отрасли.

Отдельные главы посвящены проблемам и предпосылкам инновационного развития предприятий сахарной отрасли Российской Федерации и Республики Башкортостан, а также международному опыту инновационного развития предприятий сахарной промышленности.

Для студентов экономических вузов, а также для аспирантов и преподавателей.

УДК 338.242(470)

ББК 65.262.1

ISBN 5-94727-232-6

978-5-94727-232 -1

© Фазрахманов И.И., 2005

© Издательство «Палеотип», 2005

Содержание

Введение	4
1. Инновационное развитие предприятия с позиции системного подхода	5
2. Проблемы и предпосылки инновационного развития предприятий сахарной отрасли	17
3. Международный опыт инновационного развития предприятий сахарной отрасли	40
4. Критерии инновационного развития в системе управления предприятием	47
5. Механизм инновационного развития предприятия	58
Заключение	72
Литература	73

Введение

Предстоящее вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию, активизация сотрудничества с лидерами мировой экономики определяют необходимость перехода экономики страны на инновационный путь развития, который позволит отечественным предприятиям обеспечить устойчивое функционирование за счет эффективного использования собственных потенциальных возможностей, повышения роста продуктивности производственных ресурсов, сосредоточения усилий на развитии науки, техники и др.

Необходимость перехода на инновационный путь развития предприятий, прежде всего, вызвана жесткой конкуренцией, с которой приходится сталкиваться практически каждому предприятию, выпускающему продукцию, оказывающему какие-либо услуги. Предприятие обязано заботиться о сохранении конкурентоспособности и увеличении собственной стоимости.

Особенно остро это касается российских предприятий, производящих и перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию. Учитывая, что предприятия продовольственного сектора экономики развитых западных стран уже давно динамично развиваются в инновационном русле, в ближайшем будущем, они могут полностью завоевать и рынок белого сахара, тем самым вызвав необратимые последствия и ослабление продовольственной безопасности Российской Федерации.

Таким образом, переход к экономике нового типа невозможен без кардинального изменения условий инновационного развития. Возникает необходимость в методическом инструментарии оценки возможностей и перспектив, разработки механизма инновационного развития предприятий, позволяющего определять и управлять перспективными изменениями экономики, повышать конкурентоспособность, эффективнее внедрять современные технологии, а главное увеличивать стоимость предприятия.

1. Инновационное развитие предприятия с позиции системного подхода

Опыт развитых стран показывает, что эффективное и устойчивое развитие предприятий в различных сферах экономики достигаются за счет использования инноваций. Динамично развивающиеся компании относят к числу своих приоритетов внедрение новейших технологий не только в производстве, но и в системе управления предприятием [1].

Основной характеристикой любой социально-экономической системы развитие, т.е. существенное, необходимое движение, изменение чего-либо во времени. Данное понятие характеризует качественное изменение объектов, появление новых форм бытия, преобразование их внутренних и внешних связей [2].

В развитии техники и технологии периодически происходят революционные переходы к качественно новому уровню. Эти циклы представляют собой периодическую смену революционных и эволюционных этапов в развитии: количественное накопление усовершенствований и опыта приводит к серьезным качественным изменениям — скачкам и материализации человеческих знаний, повышению производительности труда.

Такие формы развития, как экзогенное и эндогенное, в развитии социально-экономических систем присутствуют вместе. Экзогенную (внешнюю) форму представляют следующие источники: заимствование «чужих» идей, приобретение патентов и лицензий, бюджетное финансирование целевых программ, действие которых распространяется на предприятия, налоговые льготы и т.д. К эндогенным (внутренним) источникам развития относятся собственные финансовые средства организации, результаты собственных разработок, внутрифирменное обучение по передаче опыта и др.

Экстенсивное развитие в экономике — это расширение поля производства: увеличение численности работающих, прирост производственных площадей, оборудования и т.д. Интенсивное развитие связано с применением более эффективных средств производства: новой техники и технологии, обучения персонала новым методам работы и т.д.

¹ См.: Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А., Ефимова Н.Ф. Инновационный менеджмент. – СПб.: «Вектор», 2005, с. 10—12.

² См.: Бовин А.А. Управление инновациями в организации. – М.: Омега-Л, 2006, с. 10—32.

Данные формы развития в той или иной мере всегда присутствуют в реальной жизни и выполняют свою роль в преобразовании жизни, как в целом общества, так и отдельного взятого предприятия.

В свою очередь, развитие предприятия можно определить как переход одного состояния в другое, которое более эффективное и качественное, т.е. это перемена состояния. Под переменной понимается достигнутое улучшение, когда руководители оценивают как более успешную, чем ранее, что в свою очередь дает всем работникам предприятия важное ощущение успеха. Основная трудность в осуществлении изменений на предприятии — совмещение и определение оптимального соотношения между поддержанием стабильности производственной системы и проведением необходимых преобразований. Инновационное и обычное развитие предприятий имеют принципиальные отличия, которые усложняют задачу их совместимости.

Вместе с тем, исследование инновационного развития предприятия в целом требует более подробного изучения основных понятий, таких как инновация, инновационный процесс, инновационный потенциал. Всего 10—15 лет назад термин «инновация» употребляли лишь ученые и специалисты, занимающиеся проблемами научно-технического прогресса. Инженеры и управленцы промышленных предприятий использовали понятия «новая техника» или просто «новшество».

Термин «инновация» впервые был введен австрийским экономистом Й. Шумпетером в 1912 г. в работе «Теория экономического развития». Под инновацией он понимал новшество, которое применено в области технологии производства или управления некоторой хозяйственной единицы. Согласно Шумпетеру, инновация является одним из главных двигателей, генераторов прибыли. Чаще всего инновация генерируется научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работками, изменением перспектив рынка [3].

В свою очередь, Б. Твисс определяет инновацию как процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание. Ф.Никсон считает, что инновация — это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. По мнению Б.Санто, инновация — это такой общественно-техничко-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и, в случае если инновация ориентиро-

³ См.: Кулагин А.С. Немного о термине «инновация» // Инновации, 2004, №7.

вана на экономическую выгоду, прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход [4].

В отечественной и зарубежной экономической литературе встречаются различные трактовки таких категорий, как «новшество», «нововведения» и «инновация». Эти понятия нередко используются в качестве синонимов, но различия между ними существует и необходимо разграничить понятия «новшество» и «инновация».

Новшество — оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Новшества могут оформляться в виде: открытий; изобретении; патентов; товарных знаков; рационализаторских предложений; документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс; организационной, производственной или другой структуры; ноу-хау; понятий; научных подходов или принципов; документа (стандарта, рекомендации, методики, инструкции и т.п.); результатов маркетинговых исследований и т.д. Вложение инвестиции в разработку новшества — половина дела. Главное — внедрить новшество, превратить новшество в форму инновации, т.е. завершить инновационную деятельность и получить положительный результат, затем продолжить диффузию инновации. Для разработки новшества необходимо провести маркетинговые исследования, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, организационно-технологическую подготовку производства, производство и оформить результаты. Инновация — это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта [5].

Как видно из обзора отечественной и зарубежной литературы часто в определении инноваций основное ударение ставится на процесс разработки или внедрения результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, а совершенствование системы внутренних связей и управления предприятием практически оставляется без внимания.

Понятие «инновация» тесно связано с понятиями «изменения» и «развитие». Непрерывное создание новшеств образует в своей совокупности бесконечный поток потенциальных изменений. Реальные изме-

⁴ См.: Ильенкова С.Д. и др. Инновационный менеджмент. Учебник. 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004, с. 9—10.

⁵ Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник, 5-е изд. – СПб.: Питер, 2005, с. 14—15.

нения обеспечивает только часть из всех созданных новшеств. Изменения определяются объемом и направлением, длительностью и скоростью. Понятие «развитие» обычно связывают с позитивными изменениями, с прогрессом. Однако известный философ Б.Рассел считает, что «изменение — это одно, а прогресс — это другое. «Изменение» — понятие научное, а «прогресс» — этическое. Изменение бесспорно, и то время как прогресс является предметом спора. Под инновацией, или нововведением, понимается не только внедрение новой технологии и выпуск новой продукции, но и изменения в организации бизнеса, в управлении фирмой, во взаимоотношениях с потребителями и т.д.[6].

Таким образом, за основу определения «инновация», применимо при исследовании инновационного развития предприятия, предлагаем следующее: «Инновация — это результат совокупных взаимодействий, изменяющих систему предприятия, как в управлении, так и в производстве с целью обеспечения экономической выгоды, а также достижения долгосрочной эффективности функционирования предприятия».

Теперь рассмотрим, на основе обзора научной литературы, различные подходы к классификации инноваций. По глубине вносимых изменений выделяются следующие инновации.

Базисные инновации — это инновации, возникшие на базе крупных изобретений, кладущие начало новым, ранее неизвестным продуктам или процессам, основанным на новых научных принципах. Базисные инновации требуют наибольших инвестиций, процесс их разработки является длительным, а их коммерциализация приводит к появлению новых технологических укладов.

Системные инновации представляют собой новые функции посредством объединения составных частей радикальных инноваций новыми способами.

Улучшающие инновации — это малые, но важные улучшения продуктов, процессов, сервиса. Прирастающие инновации продолжают техническое улучшение и распространяются на приложения радикальных и системных инноваций.

Псевдоинновации — это внешние изменения продуктов или процессов, не приводящие к изменению их потребительских характеристик.

Классификация инноваций, предложенная чехословацким экономистом Ф.Валентой [7], [8], по глубине вносимых изменений во многом

⁶ См.: Бовин А.А. Управление инновациями в организации. – М.: Омега-Л, 2006, с. 10—32.

⁷ См.: Аньшин В.М., Дагаева А.А. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. Учебник, 2-е изд. – М.: Дело, 2006, с. 22—25.

позволяет более детально проследить переходы от инноваций низкого уровня к инновациям более высокого уровня.

Инновации нулевого порядка — регенерирование первоначальных свойств системы, сохранение и обновление ее существующих функций.

Инновации первого порядка — изменение количественных свойств системы.

Инновации второго порядка — перегруппировка составных частей системы с целью улучшения ее функционирования.

Инновации третьего порядка — адаптивные изменения элементов производственной системы с целью приспособления друг к другу.

Инновации четвертого порядка — новый вариант, простейшее качественное изменение, выходящее за рамки адаптивных изменений; первоначальные признаки системы не меняются — происходит некоторое улучшение их полезных свойств.

Инновации пятого порядка — новое поколение, меняются все или большинство свойств системы, но базовая структурная концепция сохраняется.

Инновации шестого порядка — новый вид, качественное изменение первоначальных свойств системы, первоначальной концепции без изменения функционального принципа.

Инновации седьмого порядка — новый род, высшее изменение в функциональных свойствах системы или ее части, которое меняет ее функциональный принцип.

Выделенные по причинам возникновения реактивные инновации — это инновации, обеспечивающие выживание предприятия, как реакция на нововведения, осуществленные конкурентом. Стратегические инновации — это инновации, внедрение которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

По характеру удовлетворяемых потребностей инновации могут быть ориентированы на существующие потребности или могут создавать новые. По роли в процессе производства можно выделить основные и дополняющие нововведения. Основные продуктовые нововведения создают новые рынки и лежат в основе новых отраслей; дополняющие продуктовые инновации расширяют рынок в соответствующих областях. Основные технологические инновации составляют базис крупных технологических систем, а дополнительные технологические инновации развивают имеющиеся базисные технологии.

⁸ См.: Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: КНОРУС. 2005, с. 23—24.

По масштабам распространения могут быть выделены инновации, ставшие основой для новой отрасли, производящей однородный продукт, и инновации, которые находят применение во всех отраслях народного хозяйства.

Восходящие инновации создаются на основе новых знаний, нисходящие инновации имеют в своей основе имеющуюся базу знаний и их коммерциализацию.

По области применения выделяются технические, организационные, управленческие, социальные и экологические инновации.

В группе технических инноваций выделяются инновации в производственном процессе (технические) и продуктовые. Инновация в производственном процессе, то есть изменение в применяемых данной производственной системой методах производства, касается правил трансформации факторов производства, находящихся на «входе» системы, а инновация в продукте, представляющая собой совершенствование уже производимого предприятием изделия или же расширение ассортиментной структуры за счет нового продукта, появляется на «выходе» системы.

Технические инновации не возникают в отрыве от других процессов предприятий. Им обычно сопутствуют изменения в организации и управлении, экологии, подготовки персонала, безопасности и гигиены труда, мотивационной системе работников и т.д. При выполнении инноваций в области технических условий, инструментов, технологии важно учитывать финансовые и управленческие факторы в качестве условия достижения намеченных целей.

Продуктовая инновация связана с приданием продукту новых качественных черт, причем они должны восприниматься потребителями как новые. Изменения качественных характеристик могут быть двоякого рода: фактические и фиктивные. Первые порождаются изменением материальных характеристик и приводят к изменению материальной и эмоциональной потребительской стоимости.

Выделение категории новых продуктов (в понимании фактической дифференциации, связанной с применением таких технических инноваций, которые вызывают возбуждение потребностей, создание предпочтения потребителей относительно этого продукта) связано с диапазоном инновационных изменений в продукте. В связи с этим можно выделить: радикальные инновации в продукте (новые виды и новые типы продуктов); совершенствование продукта (новые модели продукта, прежде всего в случае модернизации).

В анализе соотношения «продукт — технология» существенным является то, что большие возможности кроются в лучшем приспособле-