

НЕПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены основные подходы к концепции устойчивого развития предприятий. Показана необходимость всех видов инноваций для обеспечения устойчивого развития предприятий, а также в системе взаимоотношений промышленных предприятий с каналами распределения, на примере кондитерской фабрики «Краскон».

Ключевые слова: инновации, развитие предприятий, каналы распределения, кондитерская фабрика «Краскон».

A.V. Rozhkova

NON-PRODUCTION INNOVATIONS AS AN INSTRUMENT TO ACHIEVE THE ENTERPRISE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The basic approaches to the concept of the enterprise sustainable development are considered in the article. The necessity of all kinds of innovations in order to achieve the enterprise sustainable development and the necessity of the system of the industrial enterprise mutual relations with the distribution channels on the example of the confectionery factory "Kraskon" is shown.

Key words: innovations, enterprise development, distribution channels, confectionery factory "Kraskon".

Проблеме устойчивого развития производственных предприятий в условиях обострения конкуренции на отраслевых рынках в последнее время начали уделять достойное внимание. Отметим, что практическому решению данной проблемы в производственной сфере предшествовало формирование теоретической концепции устойчивого развития. Содержание данной работы требует обозначить авторский подход к определению основных категорий концепции, так как отсутствует единый подход не только к категориям, но и названиям концепций. В экономической литературе встречаются работы по концепции устойчивого роста [8, с. 35–46], концепции управления, ориентированного на экономическую устойчивость [10], концепции устойчивого развития [11], концепции стратегической устойчивости предприятия [3]. Несмотря на разнообразие названий, можно выделить две основные концепции: концепцию устойчивого роста и концепцию устойчивого развития.

Концепция устойчивого развития экономических систем явилась логическим переходом от экологизации общественного развития к ресурсным проблемам социально-экономического развития, начавшейся в 1970-е годы. Вопросам ограниченности природных ресурсов, а также загрязнения природной среды, которая является основой жизни, экономической и другой деятельности человека, были посвящены научные труды Римского клуба, работа конференций ООН по окружающей среде (Стокгольм, 1972) и по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992) [20].

Понятие «устойчивое развитие» («sustainable development») было введено в мировую науку и политику так называемой комиссией Брутланда – Всемирной комиссией по окружающей среде и развитию (WCED), известной по имени председателя Гру Харлема Брутланда, созданной ООН в 1983 году. Концепция устойчивого развития обозначила связь проблем окружающей среды, человека и природных ресурсов с экономическим и социальным развитием.

Экономическое развитие определяется как экономический процесс, включающий периоды экономического роста, осуществляемого посредством структурных изменений в экономике через индустриализацию и увеличение ВВП и дохода на душу населения, а также экономического спада [12, 13]. Трактовка экономического развития в экономической литературе неоднозначна. Чаще под этим термином понимался экономический рост, являющийся центральной экономической проблемой для всех стран мира.

Несмотря на озабоченность мировой общественности и науки проблемами экологии и ограниченности природных ресурсов, со второй половины прошлого столетия экономическая наука активно развивала концепцию устойчивого роста, которая выступала методологической основой для управления ростом компаний. Концепция применялась и в текущем управлении компанией, и в оценке бизнеса, и в формулировании финансовых стратегий. Как отмечают некоторые авторы, концепция особенно актуальна в периоды неустойчивости экономики, может быть применена как в динамическом моделировании малого бизнеса, так и анализе крупных предприятий [8, с. 36]. В период поглощения и слияния компаний одной из основных целей концеп-

ции устойчивого роста стало обоснование и прогнозирование увеличения рыночной капитализации как основного фактора обеспечения конкурентоспособности.

Между тем современные экономические условия (насыщение многих товарных рынков, изменение предпочтений потребителей и, как следствие, гиперконкуренция) стали приводить к кризисным ситуациям. Некоторые авторы считают, что мировой экономический кризис сам явился следствием развития эйфории от длительного экономического роста [19].

Реальная практика функционирования производственных предприятий потребовала смены экономической парадигмы, различающей категории «рост» как увеличение количественных показателей и «развитие» как качественное изменение объектов. Как образно сказал В. Андрианов: «Когда что-то «растет», оно становится больше количественно, когда что-то «развивается», оно становится качественно иным» [2].

В рамках современной концепции развития под ростом понимается количественное расширение масштабов экономики обычно с сохранением сложившихся пропорций между рядом основных показателей экономики, под развитием – необратимый, направленный процесс, сопровождаемый качественным изменением состояния объекта [6]. Таким образом, экономический рост обратим, что проявляется в периодически возникающих экономических спадах, следуя законам цикличности. Развитие необратимо. И положительное и отрицательное развитие невозможно вернуть, так как ведет к качественным изменениям социально-экономических систем.

Кризисные ситуации в экономике, приведшие к кризису многих производственных предприятий, функционирующих на высококонкурентных рынках, привело к изменению взглядов на развитие социально-экономических систем. Чаще стали высказываться предложения не о максимизации прибыли или роста эффективности деятельности, а о необходимости сохранить свое присутствие на рынке и не допустить банкротства. Это обусловило обращение ученых к теории устойчивости применительно к коммерческим социально-экономическим системам. Отметим, что эффективность и устойчивость проявили себя как противоречивые стороны процесса развития компаний.

Анализ работ по проблемам поведения предприятий в условиях риска и неопределенности внешней среды показал, что часть работ посвящена экономической устойчивости функционирования предприятий, под которой некоторые авторы понимают способность сохранить объемы реализации продукции длительный период времени при различных изменениях потребительского спроса [9].

Всплеск внимания к практической проблеме обеспечения устойчивого функционирования организаций в последнее время обусловлен экономическим кризисом и нахождением путей выхода из него. Как следствие, актуальным вектором научных исследований становится концепция устойчивого развития. Отметим, что существует два направления концепции: устойчивое экономическое развитие, устойчивое социальное развитие. В контексте наших исследований будут рассмотрены подходы к определению сущности концепции устойчивого экономического развития.

Одни авторы определяют, что в основе устойчивого экономического развития лежит экосбалансированная экономика, основное отличие которой заключается в построении взаимоотношений между экологическими и экономическими системами разного уровня с учетом долгосрочных последствий таких взаимоотношений [18]. В основе традиционной экономики лежат интересы потребителей, реализация которых является доминирующим фактором развития. Экосбалансированная экономика рассматривает потребности человека как один из факторов развития социально-экономических систем. Однако развитие потребностей должно происходить в рамках естественных возможностей окружающей среды. То есть концепция устойчивого экономического развития имеет в своей теоретической основе ресурсный подход.

Другие авторы считают, что с точки зрения теории экономической устойчивости главное в концепции устойчивого развития то, что впервые были связаны термины «устойчивость» и «развитие» и использованы не в противопоставлении, а совместно. Была прервана традиционная логическая цепь – устойчивость суть неизменность суть противоположность изменениям, суть которых необходимое условие развития [10]. Концепция устойчивого развития акцентировала внимание на динамическом характере отношений этих терминов и привнесла в формирование теории устойчивого развития следующее:

- устойчивость приобрела выраженный стратегический характер как необходимое условие долговременного развития социально-экономических систем;
- долговременная устойчивость формируется с опорой на собственные ресурсы, в то время как использование ресурсов из внешних источников должно иметь целью текущую устойчивость, рост оборота, прибыли и рентабельности.

Анализ литературы по концепции устойчивого развития показал ее использование как методологической основы исследования развития экономики на разных уровнях – макро-, мезо- и микроуровне. Одним из актуальных направлений исследований становится уровень организаций [1,15,16,21]. Отметим, что концеп-

ция устойчивого развития предприятий строится на методическом подходе, рассматривающем их как открытые социально-экономические системы.

Контент-анализ научных работ по данной теме показал, что авторами признается динамичность устойчивости предприятий, стратегическая направленность на долговременное функционирование, разнообразие факторов, влияющих на устойчивое развитие предприятий, которые классифицируются на эндогенные и экзогенные факторы. Разнообразие эндогенных факторов и условий устойчивого развития предприятий позволили выделить целые группы: финансовая устойчивость, технологическая (инновационная) устойчивость, организационная устойчивость [3].

Принимая всё разнообразие предложений авторов по экзогенным факторам устойчивого развития предприятий, отметим, что мы поддерживаем точку зрения тех, кто одним из основных экзогенных факторов влияния на устойчивое развитие предприятий определяет отраслевую конкуренцию [14].

Дискуссионным остается один из важных вопросов, имеющий не только теоретическое, но и практическое значение: каковы показатели, позволяющие проводить оценку устойчивого развития производственных предприятий. В литературе рассматриваются разные показатели, которые можно разделить на эндогенные и экзогенные. К эндогенным показателям устойчивого развития относят продажи, показатели финансовой устойчивости, текучесть кадров и прочее, к экзогенным показателям – рыночную позицию как долю рынка и потребительскую позицию как устойчивое восприятие потребителями образа марки, репутации и имиджа компании. Отметим, что не всегда отмечается корреляция между известностью торговой марки и уровнем продаж. Проводимые авторами исследования известности торговой марки «Краскон» показали ее высокую известность у населения г. Красноярск (почти у 90 % респондентов), но невысокий уровень покупок (покупают кондитерские изделия около 75 %, макаронные – около 40 %).

Учитывая необходимость обеспечения менеджмента простыми и прозрачными показателями устойчивого развития предприятий в конкурентной рыночной среде, авторы предлагают использовать экономические показатели, которые бы позволили оценить динамику спроса, то есть динамику продаж продукции предприятий как интегрированного показателя результата функционирования и конкурентоспособности предприятий. Показатель финансовой устойчивости, на наш взгляд, усложняет определение рыночного поведения предприятий, так как на финансовую устойчивость влияют не только продажи, но и эффективность управления затратами.

Используя методический подход к исследованию устойчивого развития предприятий, автором были проведены прикладные исследования устойчивого развития местных предприятий пищевой промышленности. Конкуренция на региональных рынках кондитерско-макаронных изделий обострила проблемы устойчивого развития местных товаропроизводителей. Так, Красноярская кондитерская фабрика «Краскон» ощутила результаты обострения конкуренции – динамика объемов продаж основной товарной группы «кондитерские изделия» с 2005 г. иллюстрирует неустойчивость, а с 2007 г. – тенденцию к снижению. Таким образом, в 2010 г. продажи кондитерских изделий компании «Краскон» снизились по сравнению с 2005 г. на 16,7 % (рис.1).



Рис. 1. Динамика объемов продаж кондитерских изделий компании «Краскон» за 2005–2010 гг.

Анализ проведенного в фирменных магазинах компании «Краскон» опроса покупателей позволил выявить причины снижения спроса на продукцию как следствие снижения ее конкурентоспособности, главными

из которых являются высокие цены на кондитерские изделия (указали 33 % респондентов) и качество продукции (указали 26 % респондентов).

Интервьюирование специалистов компании позволило выявить, что в кондитерской промышленности удельный вес сырья в себестоимости продукции составляет 84 %. Использование компанией «Краскон» экологически чистого сырья для производства конфет приводит к повышению цен. Несмотря на такую проблему, руководство компании не собирается менять сырье и, таким образом, цены. Поэтому компании следует искать другие инструменты для повышения конкурентоспособности кондитерских изделий. Одним из важнейших факторов, обеспечивающих удовлетворенность потребителей кондитерскими изделиями, является качество и вкусовые характеристики. Специалисты кондитерской промышленности утверждают, что потребители обращают внимание, прежде всего, на качество продукции, а затем – на цены [4]. Однако компании «Краскон» следует повышать конкурентоспособность продукции для увеличения спроса, обеспечивая тем самым устойчивое развитие не только за счет улучшения качества продукции, но и используя другие инструменты.

Одним из главных инструментов обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях новой экономики являются инновации [17]. Существуют исследования, доказывающие, что активная инновационная деятельность предприятий является важнейшим условием устойчивого развития предприятий [5].

Анализ литературы по проблемам инновационной активности предприятий показывает, что достаточно часто инновации для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития рассматриваются узко, в основном как производственные или технологические инновации, обеспечивающие выпуск новых продуктов и услуг. Между тем сфера применения инноваций в промышленных предприятиях значительно шире и может распространяться не только на производство, но и сбытовую и маркетинговую деятельность. В последнее время достаточно активно развиваются исследования в области управления взаимоотношениями. Некоторые авторы полагают, что инновации в отношениях с потребителями, поставщиками, посредниками и партнерами обеспечивают устойчивое функционирование предприятий на высококонкурентных рынках [7].

Анализ производственной деятельности компании «Краскон» показал, что она регулярно занимается выпуском новых кондитерских изделий. Так, за период с 2007 по 2010 г. в среднем в год выпускалось по 8 наименований конфет. В 2011 г. уже выпущено 8 наименований. Их анализ показал, что инновации затронули не только группу «конфеты», но и «вафли» и «мармелад». Выведение новых товаров фабрики «Краскон» объясняется необходимостью расширения предложения продукции компании для обеспечения устойчивого спроса на продукцию компании.

Отметим, что инновационная активность компании распространяется только на производственные инновации. Между тем состояние спроса на продукцию фабрики «Краскон» показывает, что возможности экономического роста компании за счет эндогенных производственных инноваций исчерпаны. Компании требуются непроизводственные инновации.

Поиск непроизводственных инноваций для роста конкурентоспособности продукции компании «Краскон» показал, что приоритетными являются инновации в системе распределения, касающиеся фирменной торговли.

Компания «Краскон» имеет собственную фирменную торговлю, представленную в г. Красноярске тремя магазинами, что дает ей определенные конкурентные преимущества. Во-первых, цены на продукцию компании «Краскон» в магазинах фирменной торговли ниже в среднем на 25 % по сравнению с ценами на эту же продукцию в других магазинах. Во-вторых, фирменная торговля обеспечивает продвижение товаров компании «Краскон» в сегменте кондитерских изделий регионального рынка.

Между тем анализ взаимодействия компании с фирменными магазинами показал, что существующая практика требует оперативных инноваций, так как интеграционный потенциал взаимодействия используется неэффективно. Во-первых, они осуществляются только в рамках распределения продукции, то есть магазины используются как места продажи продукции фабрики. Во-вторых, осуществляются в рамках договоров трансакций, по сути, являясь контрактными взаимоотношениями. Наш взгляд, существующее взаимодействие является долгосрочным, но не является партнерским, сущность которого заключается в совместном использовании ресурсов [1,15,16,21].

Функции фирменной торговли компании «Краскон» ничем не отличаются от функций розничной торговли. Существующая технология взаимодействия компании «Краскон» с фирменными магазинами не позволяет использовать всю систему маркетинговых инструментов. Это снижает эффективность взаимодействия и приводит к снижению продаж продукции не только фабрики, но и фирменных магазинов (рис. 2).

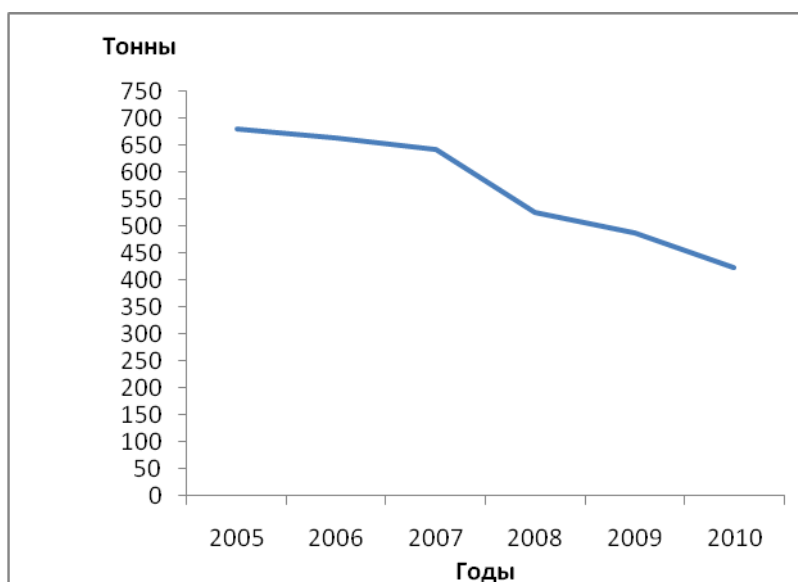


Рис. 2. Динамика объемов продаж кондитерских изделий фирменных магазинов компании «Краскон» за 2005–2010 гг.

Инновации взаимодействия компании «Краскон» с фирменной торговлей, на наш взгляд, должны осуществляться на основе интегрированного подхода, заключающегося в использовании всех маркетинговых инструментов: маркетинговых исследований и комплекса маркетинга. Это позволит компании решить проблемы конкурентоспособности продукции, снизить затраты на проведение маркетинговых исследований и улучшить уровень обслуживания в фирменных магазинах.

Инновация во взаимодействии компании «Краскон» и фирменной торговли, на наш взгляд, заключается в трансформации фирменной торговли в лабораторию маркетинга компании «Краскон» с функциями продажи.

В рамках лаборатории может быть сформирована система взаимодействий в области внедрения товарных инноваций, в области распределения и продвижения продукции компании.

Кроме того, это дает возможность формирования маркетинга партнерских взаимоотношений, предусматривающих использование ресурсов каждого из участников взаимодействий в производстве и сбыте продукции компании «Краскон».

Внедрение технологий маркетинга партнерских взаимоотношений в рамках лаборатории маркетинга позволит увеличить объем продаж и компании и фирменных магазинов за счет технологий интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Интегрированные маркетинговые коммуникации как инновационные инструменты маркетинга позволят кондитерской фабрике «Краскон» и магазинам фирменной торговли:

- формировать у потребителей знания о выводимых на рынок новых продуктах за счет информационного обеспечения технологических инноваций;
- стимулировать рост продаж продукции фабрики «Краскон» за счет информационного обеспечения сбытовой функции;
- обеспечить комплексную оценку удовлетворенности покупателей качеством продукции компании и качеством обслуживания покупателей фирменных магазинов за счет интеграции маркетинговых исследований.

Таким образом, нетехнологические инновации компании «Краскон», заключающиеся в интеграции функций участников цепочки в системе «производство – фирменная торговля», могут обеспечить устойчивое развитие в условиях высококонкурентного рынка кондитерских изделий.

Литература

1. *Алексеевко Н.В.* Устойчивое развитие предприятий мясной промышленности и роли органов внутренних дел в его обеспечении: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2007.
2. *Андреанов В.* Административная реформа: Мировой исторический опыт и российские реалии // Маркетинг. – 2004. – № 5. – С. 11.
3. *Бараненко С.П., Шеметов В.В.* Стратегическая устойчивость предприятия. – М.: Центрполиграф, 2004.
4. *Грацесул К.* Опыт построения партнерских взаимоотношений с разными типами магазинов (на примере кондитерской фабрики «Красный Октябрь») // Маркетинговые коммуникации. Продвижение товаров в местах продаж [Электронный ресурс] // www. Grebennikov.
5. *Калюжный В.Д.* Формирование стратегий устойчивого развития предприятия в условиях освоения инноваций: на примере предприятий пищевой промышленности: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 2009.
6. *Клейнер Г.* Микроэкономические факторы и ограничения экономического роста // Вопросы экономики. – 2004. – № 6. – С. 29.
7. *Куц С.П., Смирнова М.М.* Управление взаимоотношениями с ключевыми поставщиками: можно ли анализировать взаимодействие через распределение ответственности? // Новые направления развития маркетинга взаимодействия и партнерские отношения: докл. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2008. – С. 25–60.
8. *Лимитовский М.А.* Устойчивый рост компании и эффекты леввериджа // Российский журнал менеджмента. – 2010. – № 2. – С. 35–46.
9. *Медведев В.А.* Глобализация экономики: тенденции и противоречия // Мировая экономика и международные отношения. – 2004. – № 2. – С. 13–120.
10. *Михалев О.В.* Экономическая устойчивость хозяйственных систем: методика и практика научных исследований и прикладной анализ. – СПб., 2010.
11. *Морковина С.С.* Обеспечение устойчивого развития малого предпринимательства в сфере промышленного производства: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Воронеж, 2008.
12. *Нуреев Р.* Теории развития: Новые модели экономического роста // Вопросы экономики. – 2000. – № 9. – С. 136–157.
13. *Нуреев Р.* Теории развития: Новые модели экономического роста // Вопросы экономики. – 2000. – № 10. – С. 134–154.
14. *Ревазов Б.В.* Формирование механизма устойчивого развития предприятий сахарной промышленности региона в условиях конкуренции: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Краснодар, 2010.
15. *Рукин Б.П.* Управление экономически устойчивым развитием организаций и корпоративных объединений: монография. – Воронеж: Истоки, 2007.
16. *Сафин Ф.М.* Экономическая устойчивость как доминирующая парадигма развития организаций промышленности: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Воронеж, 2008.
17. *Сорокин Д.Е.* Национальная конкурентоспособность российской экономики // Конкуренция: стратегии, тактика, модели, обучение: мат-лы конф. – М., 2008.
18. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации: монография / под ред. *В.В. Попова.* – М.: Наука, 2004.
19. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления/ под ред. *В.В. Полкова.* – М.: Экономика, 2007.
20. Электронный ресурс: www.cosd.ru.
21. *Яруллина Г.Р.* Управление устойчивым экономическим развитием предприятий промышленного комплекса: теория и методология: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Казань, 2011.