

УДК 330.3

Ю.В. Ерыгин, Д.В. Еремеев

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика
М.Ф. Решетнева, Красноярск, email: eremeev.dmitriy@gmail.com

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Ключевые слова: инновационный потенциал, предельный потенциал, коммерческая организация, элементы и компоненты экономического потенциала.

В работе авторы исходят из предложенного ими содержания понятия экономического потенциала как результата взаимодействия ресурсно-производственного и рыночного потенциалов через их предельные величины. Таким образом, авторы полагают, что на изменение экономического потенциала оказывают влияние (как положительное, так и отрицательное) предельные величины ресурсно-производственного и рыночного потенциалов продукта. При этом положительные предельные величины могут быть обусловлены влиянием, как экстенсивных, так и интенсивных факторов, к числу которых, в первую очередь, относят инновации. Общеизвестно, что развитие предприятия, как правило, отождествляется с инновациями, которые осуществляются за счет использования инновационного потенциала, а также участвуют в его формировании. Таким образом, инновации обуславливают предельные изменения, как ресурсно-производственного, так и рыночного потенциалов. В этих условиях потребовались дополнительные исследования, позволяющие установить тип и направленность инноваций, оказывающих влияние на предельные изменения выделенных элементов экономического потенциала, а также уточнения содержания понятий исследуемых типов инноваций. В результате установлена взаимосвязь исследуемых типов инноваций с выделенными элементами экономического потенциала, а также предложены уточнения содержания понятий управленческой и технологической инновации применительно к процессу формирования предельных изменений рыночного потенциала продукта.

Y.V. Erygin, D.V. Ereemeev

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk,
email: eremeev.dmitriy@gmail.com

INNOVATION AS A FACTOR OF ECONOMIC POTENTIAL DEVELOPMENT

Keywords: innovative potential, marginal potential, commercial organization, elements and components of economic boundaries.

In the presented work, the authors proceed from the content of the concept of economic potential proposed by them as a result of the interaction of resource-production and market potentials through their limiting values. Thus, the authors believe that the change in economic potential is influenced (both positive and negative) by the limiting values of the resource-production and market potentials of the product. At the same time, positive limit values may be due to the influence of both extensive and intensive factors, which, first of all, include innovations. This means that innovations cause marginal changes in both resource-production and market potentials. Under these conditions, additional research was required to establish the type and direction of innovations that affect the marginal changes in the selected elements of economic potential, as well as to clarify the content of the concepts of the types of innovations under study. As a result, the relationship of the studied types of innovations with the identified elements of economic potential is established, and clarifications of the content of the concepts of managerial and technological innovation are proposed in relation to the process of forming marginal changes in the market potential of the product.

По своей сути экономический потенциал предприятия и продукта является предметом множества исследований, связанных с вопросами инновационного управления. Зачастую многие авторы в своих трудах [1, 2] предлагают его отождествлять с ресурсно-производственным потенциалом (РПП). При таком подходе получается, что составные элементы экономического и ресурсно-производственного потенциала тождественны.

В представленной работе авторы исходят из предложенного ими содержания понятия экономического потенциала как результата взаимодействия ресурсно-производственного и рыночного потенциалов через их предельные величины. Таким образом, в своем исследовании авторы согласны с мнением Колмыкова В.А. и Улицкой Т.Р. [3] о том, что экономический потенциал можно разделить на достигнутый и предельный.

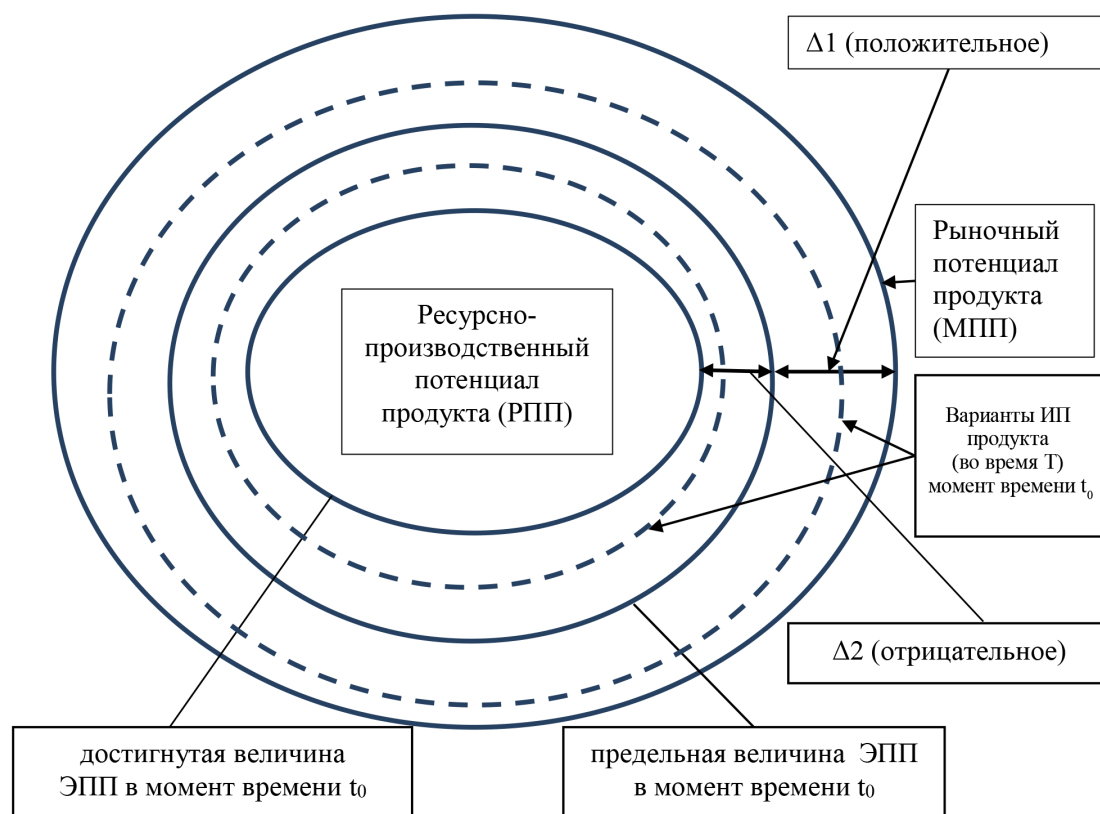


Рис. 1. Взаимосвязь экономического потенциала продукта с ресурсно-производственным и рыночными потенциалами

Примечание: $\Delta 1$ и $\Delta 2$ – возможное изменение ЭПП за период времени T ; ИП – инновационный потенциал продукта.

Однако авторы вкладывают несколько иной смысл в сущность формирования экономического и предельного потенциала продукта. Авторы считают, что его можно рассматривать через призму взаимодействия и изменения ресурсно-производственного и рыночного потенциалов продукта (МПП). Данная взаимосвязь, характеризующая влияние ресурсно-производственного и рыночного потенциала на экономический потенциал продукта (ЭПП), представлена на рисунке 1.

Рассматривая далее получившуюся величину $РПП_T$ имеем два возможных варианта:

1.1 Если ресурсно-производственный потенциал достигает величины рыночного потенциала в конечный момент времени T , то тогда имеем результат, представленный в формулах 1, 2.

$$РПП_T = МПП_T \quad (1)$$

Следовательно,

$$ЭПП_T = МПП_T = РПП_T \quad (2)$$

где $ЭПП_T$, $МПП_T$, $РПП_T$ экономический, рыночный и ресурсно-производственный потенциалы в момент времени T .

1.2 Если ресурсно-производственный потенциал не достигает величины рыночного потенциала в конечный момент времени T , тогда имеем результат по формулам 3, 4.

$$РПП_T \leq МПП_T \quad (3)$$

Следовательно,

$$ЭПП_T = РПП_T \quad (4)$$

Негативное изменение ресурсно-производственного потенциала продукта, представлено на рисунке 1 движение в диапазоне $\Delta 2$.

За счет внутренних факторов и/или внешних негативных воздействий на предприятии происходит коррекция

ресурсно-производственного потенциала. Получившуюся величину $РПП_T$ можно охарактеризовать следующим образом (формулы 5 и 6).

$$РПП_T \geq МПП_T \quad (5)$$

следовательно,

$$ЭПП_T = МПП_T \quad (6)$$

Подводя итог вышесказанному хотелось бы ещё раз подчеркнуть, что величина предельного потенциала ($ПП_T$) в конечный момент времени T может быть:

а) $ПП_T = \Delta РПП = \Delta 1$ – таким образом, характеризуются потери.

б) $ПП_T = ИП_{СТПУ} + ПЭ = \Delta 2$ таким образом, характеризуется прирост. Под $ИП_{СТПУ}$ – понимаем инновационный потенциал продукта, имеющий прирост под влиянием следующих типов инноваций: сырьевые, технологические, продукто-вые, управленческие.

В первом случае предельный потенциал зависит от изменений $РПП$, как в отрицательную сторону (за счет износа и старения основных производственных фондов, технологий или самого продукта), так и в положительную, при наличии благоприятной внешней среды и/или при его развитии, которое идентифицируется за счет внедрения инноваций, которые формируют инновационный потенциал.

Во втором случае изменение рыночного потенциала продукта (под которым понимаем возможности рыночной и институциональной инфраструктуры), как положительное, так и отрицательное также оказывает существенное влияние на величину предельного потенциала. При этом рост рыночного потенциала может осуществляться как за счет внешних позитивных условий, так и являться результатом рыночных и/или управленческих инноваций. Именно они и будут формировать инновационный потенциал, который, в свою очередь, обуславливает изменение предельного потенциала продукта в сторону увеличения.

Таким образом, можно сказать, что с точки зрения принятия решения в области управления экономическим потенциалом продукта следует выделить как самостоятельный объект управления инновационный потенциал, от изменения которого зависят предельные значения $РПП$ и $МПП$.

Объекты и методы исследования

Объектом исследования в представленной работе выступает инновационный потенциал продукта и формирующие его инновации. Необходимость его исследования вызвана пересмотром авторами роли инноваций и инновационного потенциала в формировании основных составляющих экономического потенциала.

К числу методов исследования можно отнести следующие: системный, абстрактно-логический и диалектический.

Результаты и их обсуждение

В целом считаем, что инновационный потенциал продукта складывается из двух частей:

1. $ИП_r$ – инновационный потенциал $РПП$;
2. $ИП_m$ – инновационный потенциал $МПП$.

Иными словами, эффективный рост экономического потенциала продукта преимущественно происходит за счёт инноваций. Для того, чтобы сбалансировать затраты на инновации, которые обеспечивают рост как $МПП$, так и $РПП$ следует определиться с типами инноваций, направленных на их предельные изменения. Подчеркиваем, что данные инновации оказывают влияние на повышение рыночного и ресурсно-производственного потенциалов. В таблице 1 представлен авторский взгляд на распределение инноваций, формирующих инновационный потенциал.

Как видно из представленной информации в таблице 1 управленческие инновации могут быть, как внутренними – направленными на управление процессом разработки, производства и реализации инновационного продукта, так и внешними, оказывающими управляющие воздействия на рынок продукта.

Понятие инновационного потенциала, направленного на развитие ресурсно-производственного потенциала достаточно полно представлено в экономической литературе [1, 2, 3]. Однако считаем, что содержание понятия инновационный потенциал, рассматриваемого как элемент рыночного потенциала раскрыто не полностью. В связи с этим авторы предлагают подробнее рассмотреть рыночные инновации как источник формирования инновационного и, как следствие, рыночного потенциала.

Таблица 1

Взаимосвязь типа инноваций и инновационного потенциала

	Инновационный потенциал МПП (ИПМ)	Инновационный потенциал РПП (ИПр)
Типы инноваций	рыночные	сырьевые
		технологические
	управленческие	продуктовые
		управленческие

Таблица 2

Основные понятия термина «рыночные инновации»

№ п/п	Автор (Источник)	Определение
1	Инновационный менеджмент (Учебник) [4]	Рыночная инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, пользующийся спросом потенциальных потребителей [4]
2	Гончаренко Л.П. [5]	Рыночные инновации – это инновации, открывающие новые сферы применения продукта, а также инновации, позволяющие реализовать продукт на новых рынках [5]
3	Инновационный менеджмент (Учебник КНИТУ) [6]	Рыночные инновации (инновации, открывающие новые сферы применения продукта, инновации позволяющие реализовать продукт на новых рынках) [6]
4	Э.А. Уткин, Г. И. Морозова, Н. И. Морозова [7]	Рыночные инновации – открытие новых сфер применения продукта, также позволяющих реализовать услугу на новых рынках [7]

Таблица 3

Основные понятия термина «технологические инновации»

№ п/п	Автор/Источник	Определение
1	Приказ Росстата от 06.09.2012 N 481	Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности [8]
2	Энциклопедия статистических терминов [8]	Технологические инновации – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности [8]
3	Мальцева С.В. [9]	Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности [9]
4	Руководство Осло [10]	Инновации, направленные на получение и применение новых знаний для решения технологических и инженерных задач в области обеспечения функционирования техники и производства в организации как единой системе [10]

Таблица 4

Основные понятия термина «управленческие инновации»

№ п/п	Автор (Источник)	Определение
1	Колесникова О.Н., Локтионова Ю.Н. [11]	Управленческие инновации – это то новое знание, которое воплощено в новых управленческих технологиях, в новых административных процессах и организационных структурах (например, введение новых методов организации работы, структурирования задач, распределения ресурсов, определения вознаграждения и т. п.) [11]
2	Омельченко М.А. [12]	Под управленческой инновацией понимается особая форма изменений существующих принципов, структуры, процедур, методов, техник и/или любых элементов систему управления организацией на кардинально новые, являющиеся результатами творческой деятельности [12]
3	Руководство Осло [10]	Организационные и управленческие инновации относятся к нетехнологическим инновациям, включающим все виды инновационной деятельности фирмы, которые не относятся к продуктовым и технологическим инновациям [10]
4	Безруких Ю. А., Мельникова Е. В., Рубинская А. В. [13]	Управленческая инновация – это переход от традиционных принципов управления, процессов и методик к новым принципам и подходам в управлении, значительно меняющим видение функционала менеджера [13]
5	Инновационный менеджмент (Учебник для вузов)	Управленческие инновации – новое знание, воплощенное в новых управленческих технологиях, административных процессах, организационных структурах [14]

Изменение рыночного потенциала под влиянием рыночных инноваций предлагаем разделить на две части. Первая часть – это выход на новые рынки под влияние рыночных, технологических и управленческих инноваций. Под второй частью понимаем возможность роста спроса на продукт с учетом сложившихся фактических потребительских характеристик, в результате внедрения рыночных и управленческих инноваций.

Как видно в обеих частях звучат технологические, рыночные и управленческие инновации. С авторской точки зрения разница между ними существует относительно объекта приложения (продукт и рынок продукта), что в свою очередь отражается на понятийном аппарате для их идентификации.

Рассмотрим более подробно содержание понятий рыночных, технологических и управленческих инноваций, предложенных различными авторами (таблицы 2, 3, 4).

Анализируя вышеприведенные определения, авторы считают, что в соответствии с логикой изложения материала под рыночными инновациями

следует понимать определение, данное Гончаренко Л.П. – «при рассмотрении рыночных инноваций считаем, что это инновации, открывающие новые сферы применения продукта, а также инновации, позволяющие реализовать продукт на новых рынках» [5].

Далее рассмотрим понятие «технологической инновации» (таблица 3)

С учетом представленных выше определений, считаем, что в рамках проводимого исследования под технологическими инновациями в сфере продвижения продукта следует понимать формы организации торговли. По нашему мнению, к ним можно отнести: электронные площадки, электронную коммерцию, аукционные и биржевые площадки, информационное обеспечение в продвижении товара и т.п.

Далее рассмотрим понятийный аппарат, характеризующий управленческие инновации при продвижении продукта (таблица 4).

Анализ представленных понятий позволяет сделать вывод, что они не в полной мере характеризуют управленческие инновации в части продвижения инновационного продукта на рынке. Вследствие

чего, под управленческими инновациями предлагаем понимать целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, процессов, системы мотивации и т.п., в ответ на трансформацию условий функционирования организаций или с целью обеспечения процессов, являющихся реакцией на изменение факторов внешней среды, а также инновационного развития. В первом случае управленческие инновации рассматриваются как самостоятельное действие, а во втором они являются опосредованными по отношению, как к продуктовым, технологическим и сырьевым инновациям, направленным на изменение ресурсно-производственного потенциала, так и к рыночным, ориентированным на преобразование рыночного потенциала.

Выводы

В результате проведенного исследования авторы видят наиболее эффективный вариант развития экономического потенциала через осуществление инноваций,

обеспечивающих рост ресурсно-производственного потенциала продукта, с одной стороны, и рост рыночного потенциала продукта с другой стороны. В такой ситуации для роста инновационного потенциала МПП следует сосредоточиться на рыночных и управленческих инновациях. Для обеспечения роста инновационного потенциала РПП необходимы эффективные управленческие воздействия на сырьевые, технологические, продуктовые, управленческие инновации. При этом наиболее эффективное управление инновационной деятельностью достигается в случае сбалансированности предельных изменений ресурсно-производственного и рыночного потенциалов в результате осуществления соответствующих типов инноваций. На основании представленной взаимосвязи типа инноваций и инновационного потенциала в работе уточнены понятия управленческой и технологической инновации применительно к процессу формирования предельных изменений рыночного потенциала продукта.

Библиографический список

1. Шаповалова Т.А. Оценка инновационного потенциала организации и пути повышения эффективности его использования: дис. ... канд. экон. наук. Белгород: БГТУ, 2010. 213 с.
2. Беляков Г.П., Еремеева С.В. Понятие и сущность инновационного потенциала наукоемкого предприятия ракетно-космической промышленности // Теория и практика общественного развития. 2013. № 11. С. 474-477.
3. Колмыков В.А., Улицкая Т.Р. Инструменты стратегического планирования инновационного развития конверсионных производств предприятий ракетно-космической отрасли: монография. Красноярск: СибГАУ, 2009. 156 с.
4. Инновационный менеджмент. [Электронный ресурс]. URL: https://www.distanz.ru/feed/lectures/ponyatie-rynochnykh-innovatsiy-i-ikh-rol-v-razviti-biznesa_2620/ (дата обращения: 20.05.2023).
5. Гончаренко Л.П. Инновационный менеджмент. [Электронный ресурс]. URL: https://studme.org/91173/investirovanie/klassifikatsiya_innovatsiy (дата обращения: 20.05.2023).
6. Инновационный менеджмент. [Электронный ресурс]. URL: <https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php?id=15433> MOODLE (дата обращения: 20.05.2023).
7. Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика: монография. Издательство: Академия Естествознания, 2011. 143 с.
8. Энциклопедия статистических терминов. М.: Федеральная служба государственной статистики, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://econwiki.ru/content/технологические-инновации> (дата обращения: 20.05.2023).
9. Мальцева С.В. Инновационный менеджмент, 2014. [Электронный ресурс]. URL: https://studme.org/1796060226248/menedzhment/tehnologicheskie_innovatsii (дата обращения: 20.05.2023).
10. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. [Электронный ресурс]. URL: https://mgimo.ru/upload/docs_6/ruk.oslo.pdf (дата обращения: 20.05.2023).

11. Колесникова О.Н., Локтионова Ю.Н. Управленческие инновации и инструменты их внедрения в управление организацией // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2009. № 6. С. 40-43.
12. Омельченко М.А. Управленческие инновации: сущность, виды, особенности внедрения // Вестник ГУУ. 2017. № 3. С. 154-157.
13. Безруких Ю.А., Мельникова Е.В., Рубинская А.В. Управленческие инновации как фактор внедрения новых технологий: монография / под общ. ред. Е.В. Мельниковой. Красноярск: СибГУ им. М. Ф. Решетнева 2020. 168 с.
14. Абрамешин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под редакцией д-ра экон. наук, проф. О.П. Молчановой. М.: Вита-Пресс, 2001. 272 с.