

УДК 658.3(075.8)

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЕЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Д. А. Антипова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 28 марта 2014 г.

Аннотация: *в статье анализируется проблема формирования конкурентных преимуществ организации, в качестве возможного решения проблемы предлагается рассматривать инновационный потенциал персонала.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентные преимущества, инновационный потенциал организации, инновационный потенциал персонала.*

Abstract: *the problem of the competitive advantages formation of organization is analyzed, the innovative potential of staff is proposed to consider as a possible solution to this problem.*

Key words: *competitiveness, competitive advantage, innovation potential of the organization, the innovative potential of staff.*

Влияние глобализации на российскую экономику, вступление в ВТО приводят к необходимости повышать конкурентоспособность предприятий и выпускаемой ими продукции. Сырьевой сектор экономики уже не способен обеспечить долгосрочность конкурентоспособности для страны, в связи с этим, реальный шанс ее формирования – инновационная деятельность, развитие и реализация инновационного потенциала страны. Это является одной из основных идей Стратегии 2020 [1] (концепции долгосрочного развития России до 2020 г.) использования высокого человеческого потенциала для инновационного развития страны.

Для анализа инновационного потенциала и инновационной активности стран существуют экономические показатели, рассчитываемые отечественными и зарубежными экспертами. Так, исходя из значений глобального инновационного индекса 2013 г. (The Global Innovation Index [2]), Россия занимает 62 место из 142 стран, анализируемых в данном исследовании. Исходя из значений индекса развития человеческого потенциала (Human Development Index [3]), Россия занимает 55 место из 186 стран в 2013 г. По значению индекса глобальной конкурентоспособности 2013–2014 г. (The Global Competitiveness Index [4]) Россия занимает 64 место из 148 стран (таблица).

Из таблицы следует, что Россия попадает в группу стран со средним уровнем развития инно-

ваций, человеческого потенциала и конкурентоспособности. Существует большой разрыв между имеющимся у страны потенциалом и его реализацией, что приводит к снижению конкурентоспособности страны.

Конкурентоспособность страны [5] представляет собой способность экономики страны, государства участвовать в международной торговле, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую мировым образцам. Следовательно, конкурентоспособность страны предполагает наличие конкурентоспособных предприятий и выпускаемой ими конкурентоспособной продукции.

Традиционным определением конкурентоспособности является определение, предложенное М. Портером [6], который рассматривает ее как свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений. Конкурентоспособность является необходимым условием для увеличения прибыли организации и длительности ее существования.

Для изучения понятия «конкурентоспособность» характерным является обращение к понятию «конкурентные преимущества».

Конкурентные преимущества [7] – реальные факторы предпринимательской деятельности, которые имеет конкретный хозяйствующий субъект, но которые отсутствуют у его соперников (или

Рейтинг стран по глобальному инновационному индексу [2], индексу глобальной конкурентоспособности [4] и индексу развития человеческого потенциала [3] на 2013 г.

№	Страна	Рейтинг глобального инновационного индекса	Innovation Output (результаты)	Innovation Input (ресурсы и условия)	Рейтин индекса глобальной конкурентоспособности	Рейтинг индекса развития человеческого потенциала
1	Швейцария	1	1	7	1	9
2	Швеция	2	3	5	6	8
3	Великобритания	3	4	4	10	26
4	Нидерланды	4	2	10	8	4
5	США	5	12	3	5	3
6	Финляндия	6	8	6	3	21
7	Гонконг (Китай)	7	15	2	7	13
8	Сингапур	8	18	1	2	18
9	Дания	9	14	8	15	15
10	Ирландия	10	11	12	28	7
11	Германия	15	10	20	4	5
12	Франция	20	17	23	23	20
13	Япония	22	33	14	9	10
14	Австрия	23	27	17	16	18
15	Россия	51	72	52	64	55

являются такими же или лучше, чем у соперников) и благодаря использованию которых он получает возможность предлагать рынку более низкие цены или новые товары, новое качество, новые условия реализации. Главной задачей, исходя из рассмотренного определения, является анализ факторов, способных обеспечить организации конкурентоспособную позицию на рынке.

В рамках ресурсной теории конкурентных преимуществ Р. М. Грант [8] в качестве источника конкурентных преимуществ организации рассматривает способности организации, под которыми понимает потенциал группы ресурсов в осуществлении определенной задачи или деятельности. При этом в качестве ресурсов у него выступают факторы производственного процесса, являющиеся базовой единицей анализа, такие как элементы капитального оборудования, навыки отдельных работников, патенты, бренды, финансы и т.д.

В долгосрочной перспективе конкурентные преимущества и связанные с ними экономические выгоды уменьшаются из-за обесценивания или копирования ресурсов и способностей, которыми обладает организация. Для достижения организацией конкурентных преимуществ и сохранения их в течение длительного времени Б. Вернерфельд [9] предлагает создавать барьеры для попыток сопер-

ников к повторению, имитации или замене ресурса, т.е. найти такой ресурс или способность, которые могут выступать в качестве барьера.

Характеристики ресурсов и способностей, которые являются важными детерминантами устойчивого конкурентного преимущества [8]:

1) долговечность (долговечность конкурентного преимущества зависит от скорости, с которой лежащие в его основе ресурсы и способности обесцениваются или устаревают, причем способности фирмы имеют потенциал большей долговечности, чем ресурсы, так как фирма может поддерживать способности посредством замены отдельных ресурсов);

2) прозрачность (способность фирмы поддерживать свое конкурентное преимущество во времени зависит от скорости, с которой другие фирмы способны копировать ее стратегию, насколько она является прозрачной; для этого должна быть получена следующая информация – в чем заключается конкурентное преимущество, как оно достигается, какие ресурсы и способности для этого необходимы);

3) мобильность (если фирма может приобрести (на аналогичных условиях) ресурсы, необходимые для имитации конкурентного преимущества успешного соперника, то жизнь такого преимущест-

ва будет короткой). Источниками несовершенства в мобильности являются географическая немобильность, несовершенная информация, специфические относительно фирмы ресурсы, немобильность способностей;

4) воспроизводимость (несовершенная мобильность ресурсов и способностей ограничивает возможность фирмы приобретать их для имитирования успеха, некоторые способности являются очень сложными для воспроизведения даже при наличии необходимых ресурсов).

Следовательно, для поддержания устойчивой конкурентоспособности организация должна использовать ресурсы и способности, которые в течение длительного времени не обесцениваются, не устаревают, с трудом могут быть скопированы, приобретены и воспроизведены.

Конкурентные преимущества организации могут быть разделены на два основных вида [10]:

1) преимущества высокого ранга (высокая репутация, квалифицированный персонал, патенты, ведение долговременных НИОКР, развитый маркетинг, современный менеджмент и т.д.);

2) преимущества низкого ранга (наличие дешевой рабочей силы, доступность источников сырья и т.д.).

Для преимуществ высокого ранга характерным является более длительный период активного использования и достижение более высокой прибыльности, чем для преимуществ низкого ранга, соответственно, приобретение преимуществ высокого ранга является более приоритетным.

Особое место в преимуществах высокого ранга занимает инновационная деятельность организации, представляющая собой сложный процесс создания и внедрения новшества, требующий от организации большого количества ресурсов и специфических способностей, как правило, трудно поддающихся копированию и воспроизведению.

Для современных исследований инновационной деятельности характерным является обращение к термину «инновационный потенциал организации».

Понятие «потенциал» (*от лат. potentia – сила, возможность, мощь*) имеет широкую сферу применения. В философии данное понятие используется при описании бытия человека. Так, Аристотель разделял бытие на «потенциальное» (возможное) и «актуальное» (действительное), при этом развитие человека происходит при переходе от одного состояния к другому [11].

В широком смысле слова потенциал рассматривается как средства, запасы, источники, имею-

щиеся в наличии и могущие быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определенной цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи [12].

Потенциал трактуется как степень мощности в каком-нибудь отношении, совокупность каких-нибудь средств, возможностей (экономический потенциал страны, ядерный потенциал, духовный потенциал человека) [13]; совокупность средств, условий, необходимых для ведения, поддержания, сохранения чего-нибудь (потенциал войны – ресурсы для ведения войны) [14].

В психологии и педагогике потенциал рассматривается применительно к личности как еще не развитые и не используемые, не востребованные способности, задатки, личностные качества личности, ее знания, умения, навыки (существующие в скрытом виде возможности человека, которые при определенных условиях могут актуализироваться, проявиться, обнаружиться) [15].

Главным элементом для изучения инновационного потенциала организации должны быть не явные ресурсы, которыми располагает организация, а скрытые, еще не использованные. При этом существуют различные подходы к определению данного понятия.

Под инновационным потенциалом организации понимается:

1) совокупность потенциалов. Так, Е. П. Маскайкин и Т. В. Арцер [16] рассматривают инновационный потенциал организации через совокупность потенциалов: производственно-технологического, трудового, финансового, организационно-управленческого и интеллектуального;

2) совокупность ресурсов. Г. А. Краюхин, Л. Ф. Шабайкова [17] определяют инновационный потенциал организации через совокупность кадровых, материально-технических, информационных и финансовых ресурсов, обслуживаемых соответствующей инфраструктурой, предназначенной для реализации нововведений;

3) готовность к инновационной деятельности. Так, Р. А. Фатхутдинов [18], В. Н. Гунин, В. Н. Баранчев [19] определяют инновационный потенциал организации как меру готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели организации, т.е. меру готовности к реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и внедрения инноваций;

4) результат инновационной деятельности, т.е. количество инноваций. Так, И. В. Афонин [20], В. Я. Горфинкель и Б. Н. Чернышев [21] определя-

ют инновационный потенциал как максимальный объем инновационной продукции, который возможен при полном задействовании имеющихся инновационных ресурсов.

Исходя из рассмотренных подходов к пониманию сущности инновационного потенциала организации, можно сделать вывод о том, что самым распространенным является ресурсный подход и различные его модификации, при этом суть подхода чаще всего сводится к простому перечислению существующих в организации ресурсов, не объясняется, каким образом совокупность ресурсов, имеющаяся в той или иной мере в каждой организации, дает возможность ведения инновационной деятельности. Решением сложившейся ситуации, на наш взгляд, может служить обращение к понятию инновационного потенциала персонала в структуре инновационного потенциала организации (рисунок).

Именно персонал является тем необходимым элементом в организации, который способен использовать имеющиеся ресурсы для ведения инновационной деятельности. Специфика данного структурного элемента инновационного потенциала организации заключается в том, что он одновременно является и ресурсом организации, и носителем способностей по использованию всех остальных ресурсов. Инновационный потенциал персонала обладает всеми теми характеристиками, которые являются необходимыми для поддержания длительной конкурентоспособности организации: может существовать длительное время при пополнении использованных ресурсов или замене устаревших, представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов, на которую оказывает влияние ряд факторов внешней и внутренней среды, следовательно, обладает малой прозрачностью, низкой мобильностью и воспроизводи-

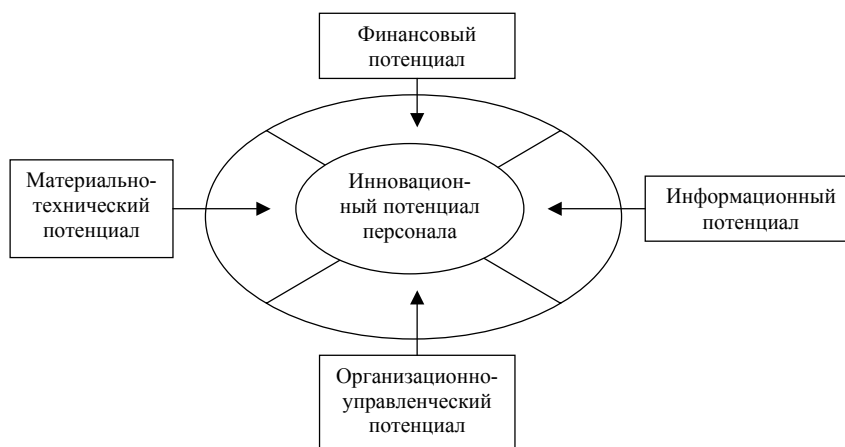


Рисунок. Структура инновационного потенциала организации

стью для конкурентов. На наш взгляд, инновационный потенциал персонала должен рассматриваться в качестве главного конкурентного преимущества организации, способного обеспечить долгосрочность конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегия 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://2020strategy.ru/data/2012/03/14/1214585-998/1itog.pdf>
2. Глобальный инновационный индекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalinnovationindex.org/>

3. Индекс развития человеческого потенциала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/>
4. Индекс глобальной конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weforum.org/gcr>
5. Современный экономический словарь / под ред. Б. А. Райзберга, Л. Ш. Лозовского, Е. Б. Стародубцевой. – М. : Инфра-М, 2010. – 512 с.
6. Портер М. Международная конкуренция : конкурентные преимущества стран / М. Портер ; под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 895 с.
7. Гоголева Т. Н. Конкуренция : сущность, закономерность, регулирование / Т. Н. Гоголева. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004. – 197 с.

8. Грант Р. М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ : практические выводы для формулирования стратегии / Р. М. Грант // Вестн. С.-Петерб. гос. ун-та. Сер. 8. – 2003. – № 3.
9. Вернерфельт Б. Ресурсная трактовка фирмы / Б. Вернерфельт // Вестн. С.-Петерб. гос. ун-та. Сер. 8. – 2006. – № 1.
10. Философова Т. Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учеб. пособие / Т. Г. Философова, В. А. Быков ; под ред. Т. Г. Философовой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 295 с.
11. Новейший философский словарь / под ред. А. А. Грицанова. – М. : Книжный Дом, 2003. – 1280 с.
12. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bse.chemport.ru/>
13. Толковый словарь / под ред. С. И. Ожегова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ozhegov.ru/>
14. Толковый словарь / под ред. Д. Н. Ушакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ushakovictionary.ru/>
15. Безрукова В. С. Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога) / В. С. Безрукова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sofia-sfo.ru/sites/.../osnov_duh_culche_encicloped_slov_pedagoga.doc
16. Маскайкин Е. П. Инновационный потенциал региона : сущность, структура, методика оценки и направления развития / Е. П. Маскайкин, Т. В. Арцер // Вестн. ЮУрГУ. – 2009. – № 21. – С. 47–53.
17. Краюхин Г. А. Закономерности и тенденции управления инновационными процессами / Г. А. Краюхин, Л. Ф. Шабайкова. – СПб. : СПбГИЭА, 1995. – 250 с.
18. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 448 с.
19. Модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации» / В. Н. Гунин [и др.]. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 328 с.
20. Афонин И. В. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / И. В. Афонин. – М. : Гардарики, 2005. – 224 с.
21. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, Б. Н. Чернышева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Вузовский учебник, 2009. – 464 с.

Воронежский государственный университет

Антипова Д. А., аспирант кафедры управления персоналом

E-mail: antipovadaria@ro.ru

Тел.: 8-920-440-23-32

Voronezh State University

Antipova D. A., Post-graduate Student of the Personal Management Department

E-mail: antipovadaria@ro.ru

Tel.: 8-920-440-23-32