условия диктует заказчик

инновации и рынок морского инжиниринга

Аннотация

Инновации задают динамику развития и структурные изменения в экономике, превращают традиционные виды производств в новые виды сервиса. Рынок морского инжиниринга представляет собой один из наиболее ярких тому примеров – до недавнего времени понятия «морской инжиниринг» в нашей стране не существовало. За последние несколько лет благодаря влиянию различных категорий инноваций данный рынок претерпел существенные изменения, что, безусловно, отразилось на характере организации бизнес-деятельности его основных контрагентов и перспектив их развития.

***Ключевые слова**:* инновации, постиндустриальная экономика, внутренний потенциал, бизнес-архитектура, морской инжиниринг, портфолио-менеджмент, кооперация, бренд, жизненный цикл, знания

Текучева Наталья Александровна
аспирантка, Институт экономики и управления предприятиями сервиса, Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, менеджер по закупкам, ООО «МТ Судостроение»
tekucheva.spb@mail.ru

Экономика нового времени, в отличие от доиндустриальной (с ведущим сырьевым сектором) и индустриальной (с доминирующим обрабатывающим сектором) экономик, подчиняется совершенно иным законам (*табл. 1*). Теперь знания и интеллектуальные технологии становятся главной движущей силой, а инновации – основой социального и экономического развития общества.

Что есть инновация

Согласно определению Европейской организации экономического сотрудничества и развития, инновация есть внедрение нового или существенно улучшенного продукта, услуги, процесса или нового маркетингового метода, новой практики ведения бизнеса, рабочего процесса или взаимодействия с внешней средой предприятия [3].

Несмотря на то, что понятие «инновация» стало популярным относительно недавно, первые исследования в данной области были сделаны Й. Шумпетером еще в 1934 году. Тогда было впервые дано определение инновации, которое не намного отличается от современного, где инновация – это один из пяти нижеперечисленных видов деятельности: изобретение нового продукта, новых методов, факторов производства, исследование новых рынков и новых видов организации бизнеса [3].

По мнению многих авторов, инновации задают динамику развития и структурные изменения в экономике как в государственном, так и в мировом масштабах. На базе инноваций многие виды производств стали преобразовываться и модифицироваться до такой степени, что результатами коренных изменений явилось возникновение совершенно новых, ранее не существовавших видов услуг.

Одним из наиболее ярких тому подтверждений является рынок морского инжиниринга.

Морской инжиниринг как направление сферы сервиса

Понятие «морской инжиниринг» в нашей стране появилось относительно недавно, поэтому в литературных источниках оно не освещалось, а немногие периодические издания, доступные широкой публике, посвящают мало внимания данному вопросу.

Таблица 1

Основные характеристики доиндустриальной, индустриальной и постиндустриальной экономик [1]

Параметр	Доиндустриальная экономика	Индустриальная экономика	Постиндустриальная экономика
Ведущий сектор	Сырьевой	Обрабатывающий	Обслуживающий (сервисный). Особое внимание уделяется профессиональным услугам
Основной преобразуемый ресурс	Силы природы	Энергия на базе угля, нефти, газа и ядерного топлива	Информация
Стратегический ресурс	Сырьевые материалы	Финансовый капитал	Знания
Ключевая технология	Умение индивидуума	Машинные технологии	Интеллектуальные технологии

Все это вызывает определенные сложности в исследовании данного направления сферы сервиса, но в то же время открывает интересные перспективы для его изучения и развития в нашей стране.

То, что сейчас во всем мире называют морским инжинирингом, всегда было, есть и будет одной из стратегических отраслей народного хозяйства. Помимо своего вклада в валовый национальный продукт морской инжиниринг самым непосредственным образом влияет на развитие российских и международных грузовых и пассажирских перевозок, туризм, добычу нефти, газа и пр. полезных ископаемых, рыболовство, портовую и исследовательскую деятельность, обороноспособность страны, развитие электроники, механики и биотехнологий.

Вообще, то, что сегодня носит название «морской инжиниринг», всегда относилось к сфере производства, причем основное внимание уделялось техническим разработкам и производственным технологиям как ключевым источникам конкурентного преимущества. Более того, на протяжении многих лет судостроение и судоремонт существовали обособленно друг от друга.

Инновации и научно-технический прогресс коренным образом изменили данный рынок: в первую очередь поменялись представления и требования заказчиков к продуктам, что в последующем повлияло на поведение всех остальных контрагентов. Теперь вместо стандартизированного, одинакового для всех и доступного только у определенного поставщика продукта потребитель имеет возможность выбора. Сегодня заказчик выбирает поставщика, а не наоборот и активно участвует в процессе создания объекта, делая его уникальным и соответствующим своим специфическим требованиям.

Современный потребитель задействован на каждой стадии работы над проектом будь то конструкторская разработка, выбор судоверфи, поставки оборудования или запасных частей. Это, в свою очередь, диктует совершенно другой подход как к процессу создания продукта, так и организации работы и управления компанией-поставщиком.

Заказчик становится ключевой фигурой на рынке, и работа всех остальных контрагентов должна быть организована с учетом его интересов для того, чтобы выжить и успешно зарекомендовать себя.

знания и интеллектуальные технологии становятся главной движущей силой, а инновации – основой социального и экономического развития общества

Таким образом, все «звенья», так или иначе связанные с процессом создания, эксплуатации и утилизации объекта, существовавшие прежде разрозненно друг от друга, начинают активно взаимодействовать, преследуя лишь одну общую цель – наилучшим образом соответствовать запросам клиента. В результате сегодня уже речь идет не о судостроении и судоремонте в отдельности, а о рынке морского инжиниринга.

Четыре категории инноваций

В последние годы были проведены эмпирические исследования, целью которых являлось выявление критериев для «измерения» инновации, а также возможностей ее категоризации. Европейская организация экономического сотрудничества и развития утвердила четыре основные категории инноваций [3]:

1. Инновация продукта – представление на рынке нового товара или услуги.
2. Инновация процесса – внедрение существенно улучшенного метода производства или процесса оказания услуги.
3. Маркетинговая инновация – внедрение нового маркетингового метода.
4. Организационная инновация – внедрение новых технологий организации бизнес-деятельности предприятия.

Российский рынок морского инжиниринга последних пяти десятилетий несет в себе многочисленное число примеров каждой из данных категорий инноваций, все они по-своему значимы. Тем не менее наиболее важные стратегические задачи, несущие в себе коренные изменения и модифицирующие рынок до неузнаваемости, были решены на основе организационных инноваций.

И действительно, многие эксперты отмечали, что эффективность экономической деятельности предприятия в большей степени зависит от его внутреннего потенциала, а не от внешней среды и макроэкономических возбудителей [5,6,7]. В связи с этим колоссальные возможности для оптимизации хозяйственной деятельности компаний, в том числе и работающих на рынке морского инжиниринга, лежат не столько в исследовании новых производственных технологий и технических решений, сколько в организации его функциональных

на базе инноваций многие виды производств стали преобразовываться и модифицироваться до такой степени, что результатами коренных изменений явилось возникновение совершенно новых, ранее не существовавших видов услуг

и управленческих процессов, а также в построении модели их бизнес-деятельности, что, в свою очередь, относится к области исследования организационных инноваций.

Поставляемое оборудование составляет в среднем порядка более 42% стоимости объекта [8]. Организация поставок оборудования и запасных частей является одним из наиболее важных процессов работы над заказом. Выбор оборудования влияет не только на стоимость объекта, но и на процесс его разработки, создания, особенностей функционирования, ремонта, сервисного обслуживания и утилизации.

Знание ведущих производителей оборудования как российских, так и зарубежных, поставляемого ими оборудования, совместимость с оборудованием других производителей, его потребность в сменно-запасных частях (СЗЧ) и различных видах сервисных работ, а также рынка всех возможных поставщиков, которые, в принципе, могут принять участие в работе над проектом, является неотъемлемым элементом, необходимым для грамотной организации процесса управления компанией-исполнителем заказа на рынке морского инжиниринга. Соответственно, инновации в данной области особенно ценны.

Достижение конкурентных преимуществ

В течение последних лет рынок морского инжиниринга характеризуется скачкообразным ростом импортируемого оборудования. Узкая специализация, ориентированная на определенные бренды, приходит на смену универсализации, технологические решения становятся более доступными для анализа и использования, чем модели внутренней организации работ компании-исполнителя заказа.

Сегодня достижение конкурентных преимуществ на рынке возможно главным образом не столько за счет применения технологических решений, которые становятся все более доступными, а при помощи опережающего использования эффективных ресурсов «извне», быстрой адаптации к внешним условиям, развития уникальных компетенций «внутри», экономически эффективной организации своей деятельности и применения современных систем управления и имеющихся в распоряжении

Литература

1. Горн А. Формирование и развитие рынка интеллектуально-креативных (творческих) услуг в России [Текст]. – М.:МЕЛАП, 2006.

2. Кондратьев В.В. Даешь инжиниринг! Методология организации проектного бизнеса [Текст]. – М.: Эксмо, 2007.

3. Cruickshank L. The Innovation Dimension: Designing in a Broader Context // Design Issues, 2010, 26 (2).

4. Moscynski M.J. 3-2-1 Innovate // T+D Journal, 2009, July.

5. Penrose E. The Theory of the Growth of the Firm. – New York: John Wiley, 1959.

6. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: The Free Press, 1980.

активов и возможностей, чтобы наилучшим образом соответствовать требованиям заказчика [2].

Выводы

В ближайшие несколько десятков лет развитие рынка морского инжиниринга, а также эффективность экономической деятельности отдельных предприятий будут зависеть от инноваций в области построения динамичной бизнес-архитектуры компаний-исполнителей проекта, ориентированной на определенный уровень кооперации с перспективными поставщиками. Это позволит предприятиям быть мультибрендовыми и управляемыми по принципу портфолио-менеджмента, что в свою очередь обеспечит быстроту реакции не только на изменения спроса, но и на изменения внешней среды предприятия.

КЭ

Литература

7. Rumelt R. How Much Does Industry Matter? // Strategic Management Journal, 1991, 12 (2).
8. Stopford M. Maritime Economics. – New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2009.

Natalya A. Tekhucheva

Postgraduate, Institute of Economics and Management at Enterprises of Service, Saint-Petersburg State University of Service and Economics, Purchasing Manager, MT Sudostroenie, Ltd

Innovations and marine engineering market

Abstract

Innovations set the dynamics of development and structural changes in economics, transformation traditional types of production in new types of services. Marine engineering market is one of the brightest examples of such transformation – until recently the notion "marine engineering" didn't exist in our country. During the last several years due to the influence of different categories of innovations this market underwent considerable changes, which undoubtedly affected character of organization of business activity of its main counteragents and perspectives of their development.

Keywords: innovations, postindustrial economy, inner potential, business architecture, marine engineering, portfolio management, cooperation, brand, life cycle, knowledge