

КАЧЕСТВО СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ¹

Марабаева Людмила Владимировна,

*доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента,
e-mail: l.marabaeva@mail.ru*

*Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва,
г. Саранск*

Горин Иван Александрович,

*кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента,
e-mail: ivan2412@mail.ru*

*Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва,
г. Саранск*

Соколов Олег Александрович,

*кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента,
e-mail: osokolov@e-mordovia.ru*

*Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва,
г. Саранск*

В статье исследована взаимосвязь принимаемых стратегических решений и уровня конкурентоспособности региональной инновационной инфраструктуры. Рассмотрены основные принципы, на которых должно строиться эффективное стратегическое управление конкурентоспособностью региональной инновационной инфраструктуры в условиях нестабильной внешней среды и отсутствия полноценной качественной информации.

Ключевые слова: региональная инновационная инфраструктура, стратегические решения, информация, конкурентоспособность, регион

В условиях дешевающей нефти и санкционного режима, введенного в отношении России странами Запада, США и их союзниками, особо обострились проблемы конкурентоспособности российской экономики и

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), региональный конкурс "Волжские земли в истории культуре России" 2014 - Республика Мордовия («Исследование конкурентоспособности инновационной инфраструктуры региона», проект №14-12-13017 а(р))

качества управления, как в государственном, так и в частном секторах. Актуальность данной проблемы высока и для региональных экономических комплексов, использующих инновационную модель развития, к числу которых относится и Республика Мордовия.

Как показывают исследования, конкурентоспособность региональной экономики напрямую зависит от конкурентоспособности ее инновационной инфраструктуры, формирующей необходимые организационные условия и концентрирующей инновационный потенциал на ключевых стратегических направлениях развития региона. В свою очередь, одним их принципиально значимых факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности региональной инновационной инфраструктуры, является качество принимаемых руководством региона и бизнесом стратегических решений, отражающих их экономические, инновационные, коммерческие и др. приоритеты в нестабильной рыночной среде.

Поэтому качество управленческих решений – первостепенная условие, позволяющее реально повысить уровень конкурентоспособности региональной инновационной инфраструктуры и экономики в целом. Для этого необходимо системно развивать методическое и информационное обеспечение процессов разработки и реализации стратегических решений, принимаемых в инновационной сфере регионального хозяйственного комплекса.

Топ-менеджмент компании по разному формулирует стратегические задачи. Все их многообразие можно представить в виде 4-х форм:

1. Главный стратегический подход – руководитель самостоятельно выступает в роли главного стратега и оказывает сильное влияние на оценку положения, на альтернативные стратегии и их детали;

2. Подход «делегирования полномочий» – в этом случае ответственный руководитель передает разработку стратегии, к примеру, персоналу по стратегическому планированию либо специальной комиссии доверенных подчиненных. Такой стиль разработки стратегии имеет преимущество в том, что позволяет осуществлять выбор из множества стратегических идей и дает возможность участия и вклада со стороны персонала предприятия;

3. Общий (коллорационистский) подход – промежуточный вариант между двумя предыдущими – непосредственные подчиненные разрабатывают согласованную стратегию, которую будут поддерживать основные руководители. Участие в разработке стратегии подчиненных усиливает их причастность к успешной деятельности предприятия;

4. Инициативный подход – руководитель лично не заинтересован в разработке детальной стратегии и в руководстве группой «генераторов идей», он мотивирует подчиненных менеджеров в создании и воплощении эффективной стратегии.

Наиболее результативным подходом можно считать способ реализации стратегии по принципу «делегирования полномочий», так как этот процесс постоянно контролируется и направляется руководством, а также

утверждается после представления, обсуждения и одобрения стратегического плана.

Основным фактором рационального использования ресурсов и повышения качества оказываемых услуг, а, следовательно, и уровня адекватности действующей стратегии целям предприятия, является качество и эффективность управленческих решений.

Управленческое решение – это результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретных целей системы менеджмента [5]. Фактически импульсом управленческого решения является необходимость ликвидации, уменьшения актуальности или решения проблемы, то есть приближение в будущем действительных параметров объекта (явления, процесса) к желаемым либо прогнозным.

В понятие «технология принятия решения» входят такие элементы, как: что делать (количество и качество объекта); с какими затратами (ресурсами); как делать (по какой технологии); кому делать (исполнители); когда и в какие сроки делать; для кого делать (потребители, заказчики); и что это дает (экономический, социальный либо технический эффект).

Поскольку на изменение конкурентной позиции предприятия оказывают влияние не только внутренние факторы, но и внешние, зачастую неконтролируемые и непредсказуемые параметры, предприятию необходимо создать дополнительный канал получения информации о внешней среде.

Степень нестабильности рынка и социально-политической ситуации должна оцениваться для того, чтобы определить возможное направление возникновения кризисной ситуации для предприятия и выбрать соответствующую стратегию развития, определить необходимые ресурсы и мероприятия для ее реализации, а также возможный эффект от их внедрения. При этом необходим следующий порядок оценки степени нестабильности внешней среды [1]: выявить наиболее уязвимые направления и условия деятельности предприятия ("узкие места"); определить для выбранных проблемных направлений развития:

- уровень привычности, допустимости изменений во внешней среде предприятия;
- темп их изменения;
- предсказуемость;
- пороговое значение индикаторов, превышение которых препятствует нормальному ходу развития, ведет к формированию негативных тенденций.

Специалисты в области стратегического управления выделяют такие признаки, на основе которых оценивается степень нестабильности среды [3]:

1. Привычность: привычные, в пределах опыта, неожиданные и не имеющие аналогий в прошлом.

2. Темп изменений: медленнее, чем возможная реакция предприятия; сравнимый с реакцией предприятия; быстрее, чем возможная реакция предприятия.

3. Предсказуемость: по аналогии с прошлым; путем экстраполяции; частично предсказуемые и непредсказуемые изменения.

В соответствии с этой характеристикой событий определяется степень нестабильности среды и возможность возникновения кризисной ситуации в тех или иных направлениях деятельности предприятия. В зависимости от степени риска и вероятности возникновения кризисной ситуации применяются следующие технологии управления ситуацией [2]:

- управление на основе экстраполяции (долгосрочное планирование) – возможно только при слабом проявлении нестабильности;

- управление на основе предвидения изменений – возможно при умеренном проявлении нестабильности;

- управление на основе частичной предсказуемости происходящих процессов (ранжирование задач; управление на основе слабых сигналов; управление в условиях неожиданностей) – возможно в быстро меняющихся ситуациях при существенном проявлении нестабильности среды.

Предприятие узнает об угрозах или появляющихся возможностях, получая информацию из внешней среды. Чем больше количество информации — тем полнее картина происходящих событий во внешней среде, и предприятие в состоянии принять адекватное решение.

Гораздо сложнее реагировать на внешние возмущения, если поступившая информация недостаточна или не подтверждена. Такая информация в стратегическом менеджменте получила название «слабых сигналов» – это ранние и неточные признаки наступления важных событий, которым предприятие не в состоянии дать оценку и принять соответствующие решения.

Для управления предприятием в условиях динамичности внешней среды возможно использовать модель управления по слабым сигналам.

Модель предусматривает поступление из внешней среды сигналов пяти уровней. Согласно модели, к слабым сигналам относятся сигналы 1-2 уровня, к сильным – сигналы 3-5 уровня. Моделью предусматриваются действия предприятия при получении сигналов всех уровней. При получении сигнала его информация рассматривается и проверяется; при усилении сигнала ему присваивается следующий ранг неопределенности и предприятие работает с сигналом в соответствии с его уровнем. В случае неподтверждения сигнала предприятие продолжает наблюдение за внешней средой.

Реакция предприятия на сигнал может иметь различную силу, поэтому целесообразно выделить несколько вариантов реакции:

- пассивная реакция предполагает выжидательную позицию предприятия, полное принятие ситуации без вмешательства со своей стороны;

- активная последующая реакция предусматривает действия предприятия после получения сигнала, направленные на реализацию собственных возможностей в сложившейся ситуации или на нейтрализацию ее негативных последствий;

– агрессивная реакция подразумевает упредительные активные действия предприятия до получения усиленного сигнала для использования ситуации в своих целях.

Возможно выделение нескольких направлений реакции предприятия:

- оборона занимаемых позиций (т.е. пассивная реакция на сигналы);
- уступка занимаемых позиций (соответствует пассивной реакции);
- компромисс (соответствует активной последующей реакции);
- нанесение ответного удара (в случае нейтрализации негативных последствий сигнала является активной последующей реакцией);
- нанесение упреждающего удара (не дожидаясь усиления сигнала до следующего уровня, предприятие применяет агрессивную реакцию).

Для эффективного управления предприятием возникает необходимость оценки количества информации, поступившей из внешней среды и определения ее ценности и полезности.

Проблемой оценки информации занимались многие ученые, отмечающие, что ценность информации не подчиняется точным закономерностям и при ее определении присутствует субъективный фактор. Единого критерия ценности информации нет, так как невозможно найти единую единицу измерения, которая однозначно удовлетворяла бы всем возможным вариантам определения репрезентативности полученных данных. Могут существовать частные критерии ценности информации (материальный ущерб от ее неполучения). Единицей измерения могла бы стать денежная единица в час. Если удобно использовать вероятностные характеристики поступающей информации, критерием ценности информации может быть, к примеру, вероятность достижения цели и т.д.

При изучении процессов, связанных с обработкой экономической информации, следует различать информационные характеристики – объем, количество и ценность. Определение объема информации, которое сводится к подсчету числа символов, знаков, документо-строк, не представляет сложности.

Что касается качественной оценки информации, то на данном этапе трудно рекомендовать какой-либо из способов определения ценности информации. В зависимости от поставленной задачи пригодными могут быть различные способы, так, метод А.А. Харкевича [4] предусматривает выражение ценности информации для систем с ясно определенной целью через приращение вероятности ее достижения.

Если число возможных равновероятных исходов априорно составляет N_0 , а после получения информации сократилось до N_1 , то количество полученной информации вычисляется как:

$$I = \log_2 N_0 - \log_2 N_1 = \log_2 \frac{N_0}{N_1} \quad , \quad (1)$$

Если полученная информация должна способствовать достижению определенной цели, то ее ценность информации можно определить, узнав, насколько полученное сообщение приближает к поставленной цели.

Следовательно, в случае ясно определенной цели ценность информации может быть выражена через вероятность достижения цели. Если до получения сообщения эта вероятность была p_0 , а после получения – p_1 , то ценность:

$$I = \log_2 p_1 - \log_2 p_0 = \log_2 \frac{p_1}{p_0} , \quad (2)$$

Формулы 2.4.1 и 2.4.2 не противоречат друг другу, если считать, что

$$p_0 = \frac{1}{N_0}; p_1 = \frac{1}{N_1}, \quad (3)$$

а это очевидно из следующих рассуждений. Вероятность p_0 достижения цели после получения сообщения будет тем больше, чем меньше осталось равновероятных исходов после получения информации, т.е. чем меньше N_1 .

При определении количества информации при получении сигналов из внешней среды допустим, что имеются 10 априорных равновероятных исходов (N_0) – получение и неполучение сигналов пяти уровней. Существует 5 возможных исходов. Из них получение слабого сигнала оценивается двумя благоприятными исходами (сигналы уровня 1 и 2), получение сильного сигнала – тремя возможными благоприятными исходами (сигналы 3-5 уровня). Поэтому количество информации для обоих случаев равно:

$$1) p_0 = \frac{1}{10}; p_1 = \frac{2}{5}; I = \log_2 \frac{\frac{2}{5}}{\frac{1}{10}} = 2,00;$$

$$2) p_0 = \frac{1}{10}; p_1 = \frac{3}{5}; I = \log_2 \frac{\frac{3}{5}}{\frac{1}{10}} = 2,58.$$

Очевидно, что при получении сильного сигнала количество информации о внешней среде возрастает, следовательно, она является наиболее ценной и полной для принятия решения о реакции предприятия в условиях нестабильности.

Из приведенных результатов можно сделать вывод о том, что для получения предприятием информации (слабых сигналов) должно быть налажено наблюдение за внешней средой, чувствительное к предупреждающим сигналам. Кроме того, предприятие должно выработать у себя положительное отношение к переменам, быть готовым к принятию рискованных решений и уметь опираться не на прошлый, а на новый накапливаемый опыт.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: Питерком, 1999. – 416 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 518 с.
3. Зуб А.Т., Локтионов М.В. Системный стратегический менеджмент: методология и практика. – М.: Генезис, 2001. – 752 с.
4. Планирование эксперимента в исследовании технологических процессов / К. Хартман, Э. Лецкий, В. Шеффер. – М.: Мир, 1977. – 550 с.
5. Пирогова Е. В. Управленческие решения : учебное пособие / Е. В. Пирогова. – Ульяновск : УЛГТУ, 2010. – 176 с.

A STRATEGIC DECISION AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS INCREASE REGIONAL INNOVATION INFRASTRUCTURE

Marabaeva L.V.,

*Doctor of Economics, Full Professor, professor of Department of Management,
e-mail: l.marabaeva@mail.ru
Ogarev Mordovia State University,
Saransk*

Gorin I.A.,

*PhD, Associate Professor of Department of Management,
e-mail: ivan2412@mail.ru
Ogarev Mordovia State University,
Saransk*

Sokolov O.A.,

*PhD, Associate Professor of Department of Management,
e-mail: osokolov@e-mordovia.ru
Ogarev Mordovia State University,
Saransk*

The paper studies the relationship of strategic decisions and the competitiveness of the regional innovation infrastructure. The basic principles on which to build effective strategic management of competitiveness of the regional innovation infrastructure in a volatile external environment and the lack of a full qualitative information.

Keywords: regional innovation infrastructure, strategic decisions, information, competitiveness, region