УДК 338.242

А.А. Шарифова

Ростовский государственный строительный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Статья посвящена проблеме развития инновационной деятельности предприятия в современных условиях рынка. Автором обозначены основные аспекты данной темы, которые обуславливают содержание инновационной деятельности предприятия. Проанализированы факторы, которые сдерживают инновационное развитие и инновационную активность предприятий России. Особенность современного этапа развития инновационной деятельности – образование единых научно-технических комплексов на предприятии, что в свою очередь предполагает тесную связь всех этапов цикла «наука – производство».

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационный процесс, инновационный менеджмент, инновационная активность.

A.A. Sharifova

Rostov State University of Civil Engineering, Rostov-on-Don, Russia

MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE IN MARKET CONDITIONS

Article is devoted to a problem of development of innovative activity of the enterprise in modern conditions of the market. The author designated the main aspects of this subject which cause the content of innovative activity of the enterprise. Factors which constrain innovative development and innovative

activity of the enterprises of Russia are analyzed. Feature of the present stage of development of innovative activity – formation of uniform scientific and technical complexes at the enterprise that in turn assumes close connection of all stages of the cycle "science-production".

Keywords: innovation, innovative process, innovative management, innovative activity.

В современных условиях развития рынка все большее значение уделяется инновационной деятельности предприятия. Развитая во всех направлениях (производство, организационная структура, научно-технический и технологический потенциал) организация сможет не только занять крепкие позиции на выбранном сегменте рынка, но и производить, реализовывать конкурентоспособную продукцию высокого качества [5].

Инновационная деятельность – деятельность, которая включает мероприятия по трансформации идеи в новый продукт, в усовершенствованный продукт, в новый подход организации управления. К инновационной деятельности предприятия можно отнести систему мероприятий, сущность которых заключается в использовании научного, технического и интеллектуального потенциала в целях получения нового продукта (услуги), новой технологии производства или улучшенных организационных решений в управлении предприятием [1].

Объектом управления инновационной деятельности являются инновации и связанные с ними экономические отношения. Инновации можно трактовать как новшества (новые идеи, изобретения, методы), которые доведены до стадии коммерческого использования на рынке в виде нового продукта [2].

Важным фактором, который обуславливает инновационную деятельность хозяйствующего субъекта, является то, что используемые предприятием нововведения ограничены по времени собственным

жизненным циклом и рыночными циклами развития экономики [4]. Это значит, что они могут исчерпывать свой потенциал. При организации инновационной деятельности и управлении инновационными процессами высшее руководство должно уделять этому фактору достаточное внимание.

Средством повышения конкурентоспособности предприятия являются разработка и внедрение в производство новой продукции. В то же время на новые технологии и решения следует смотреть не только с точки зрения эффективности и производительности. Важно учитывать то, как новшества могут повлиять на функционирование предприятия в целом.

В процессе внедрения инноваций на предприятии происходят изменения, оказывающие влияние практически на все стороны деятельности предприятия. Это говорит о том, что необходимо осуществлять поиск эффективных организационных форм управления инновациями. Такой поиск должен заключается в умелом сочетании научных, инновационных, рыночных факторов и иных сопутствующих факторов. Именно в это состоит сущность инновационного менеджмента.

Цель возникновения инновационного менеджмента обусловлена тем, что предприятие стремится определить основные направления научно-технической и производственной деятельности для выявления перспективных резервов развития в таких областях как [2]:

- разработка новой продукции, ее внедрение и распространение на рынке;
- усовершенствование и полная модернизация выпускаемой продукции;
- развитие дальнейшего производства традиционной продукции;
- снятие с производства устаревшей продукции, которая не подлежит модификациям.

Цели инновационного процесса можно определить как:

1. нахождение идеи для нового продукта и обоснование этой идеи;
2. проведение и организация фундаментальных исследований и опытно-конструкторских разработок;
3. подготовка к серийному производству продукции и его налаживание;
4. подготовка к сбыту новой продукции;
5. контроль за распространением нового товара на рынке;
6. закрепление занятых позиций на новых сегментах рынка и постоянное совершенствование технологии, ведущее к повышению конкурентоспособности продукта [5].

Инновационная деятельность непосредственно связана с маркетинговой деятельностью фирмы и определяет ее направления. Итог маркетинговых исследований содержит информацию о потребностях в новом продукте и его спросе на рынке, конкурентных аналогах и товарах-заменителях на рынке, о технологических возможностях и потребностях самой фирмы [4].

Ориентация производства на внедрение и выпуск новых продуктов требует определения целесообразности и эффективности такой деятельности. Если выгода от внедрения изделия превышает издержки на его создание, то выявляется экономическое достоинство новшества.

При анализе эффективности новшества необходимо рассмотреть большое количество показателей: новизна; уровень стандартизации и унификации; наукоемкость; сложность изделия; способность к модификациям; безопасность; эстетические и экологические показатели; экономические показатели (материалоемкость, фондоемкость, себестоимость) и другие.

Результатом инновационного процесса является коммерческое освоение новой продукции и ее рентабельное массовое серийное производство. Это достигается тогда, когда исследования и разработки с

самого начала ориентированы на производство и заранее определено соответствие новой продукции спросу рынка и потребностям покупателей.

В настоящее время эффективность инновационной деятельности предприятия зависит от того, отлажена ли система инвестирования, кредитования, налогообложения. Происходит возрастание роли государства в развитии инновационной сферы.

Что же мешает развитию инновационной деятельности в России? На мой взгляд, можно выделить следующие факторы, которые характерны для российской действительности и сдерживают инновационную активность предприятий.

Во-первых, в настоящий момент не многие российские предприятия могут позволить себе финансирование долговременных и рискованных проектов, занятие перспективными исследованиями для них становится практически невозможным. Так как инновации начинаются с ограниченности финансовых ресурсов, исключительное значение для становления самофинансирования инновационной деятельности предприятий имеет льготное налогообложение. Налоговая политика должна быть такой, чтобы ее основной функцией стало стимулирование инновационной деятельности. России необходимо расширение налоговой базы сферы инноваций.

Во-вторых, перестройка экономики страны на рыночных основах требует высокой инновационной активности на базе собственного инновационного потенциала.

В современных условиях хозяйствования от состояния инновационного потенциала предприятия зависит успех реализации поставленных целей. Российская практика показывает, что довольно ограниченное число предприятий сегодня имеет необходимый инновационный потенциал (задел научно-технических разработок,

состояние инфраструктуры, уровень инновационной культуры, готовность и способность к переменам).

В-третьих, для плодотворного внедрения новшеств, предприятиям необходимо достаточно тесно сотрудничать с учеными, преподавателями, инженерами. Это бы позволило сориентировать интеллектуальный потенциал на достижение коммерческих и экономических целей. К сожалению, отечественные предприятия не осуществляют на должном уровне поиск такого сотрудничества.

В-четвертых, говоря о российской действительности, важно отметить, что высокая монополизация российской экономики мешает активному внедрению инноваций. На сегодняшний день стимулы, идущие от государства, противоречивы: с одной стороны, государство помогает новаторам деньгами, а с другой – при высокой монополизации экономики конкурентоспособными оказываются не те, кто лучше, а те, кто ближе к власти. Такая обстановка подавляет и тормозит развитие инновационной активности.

В-пятых, наличие социально-психологических факторов, которые имеют влияние на развитие инновационной активности предприятия. Часто инновации встречают сопротивление не только у персонала, но зачастую и у руководства предприятия. Это связано с неопределенностью, ощущением возможных потерь (привычных методов работы, ресурсов), со страхом перед переменами, убежденность в том, что они не принесут ничего хорошего.

Страх тормозит инновационную деятельность. Он может помешать реализации удачных идей, препятствовать компаниям осуществлять инвестирование средств в развитие новой продукции. Поэтому необходимо прорабатывать в политике управления персоналом поощрительные премии за удачные идеи, а не подавлять инициативу.

В большинстве развитых стран регулирование и стимулирование инновационной деятельности происходит в основном через национальные исследовательские программы и различные уровни государственного участия. Государственная политика России должна быть направлена на устранение административно-командных подходов к инновационной деятельности и управлению ею; создание эффективных социально-экономических мотивов, побуждающих субъектов к разработке новшеств; на демополизацию экономики; расширение кредитных, налоговых и ценовых льгот.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что инновационная деятельность занимает достаточно значимое место в функционировании современного предприятия. Важно понимать, что к внедрению инноваций на предприятии необходимо тщательно готовиться. Взвешенное и экономически обоснованное решение, несомненно, принесет пользу предприятию и окажет позитивное влияние на его дальнейшее развитие.

Литература

1. Гохштанд А.Д. Инновационная деятельность как особый вид экономической деятельности // Патенты и лицензии. – 2007. – № 1. – С. 56-62.
2. Джолдасбаева Г.К. Инновация как основной фактор повышения эффективности производства. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_18/article_2933/
3. Мироненко К.Н. Понятие инновационного цикла и его использование в управлении инновационной деятельностью организации // Сибирская финансовая школа. – 2008. – № 6. – С. 94 – 96.
4. Харви Ливайн. Как стимулировать инициативу и инновации в организации // Управление проектами. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/human/section_44/article_3019/
5. Шарифова А.А. Роль инновационной деятельности в функционировании предприятия // EUROPEAN STUDENT SCIENTIFIC JOURNAL. – 2013. – № 2. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://sjes.esrae.ru/3-145