

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шарифова А. А.

Ростовский государственный строительный университет (344022, г. Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162), e-mail: sharifova.a@yandex.ru

Инновационная деятельность – деятельность, которая включает мероприятия по трансформации идеи в новый продукт, в усовершенствованный продукт, в новый подход организации управления. Инновационная деятельность занимает важное место в функционировании предприятия и предполагает целый комплекс научных, технических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий. Ориентация производства на внедрение и выпуск новых продуктов требует определения целесообразности и эффективности такой деятельности. При разработке и внедрении новшеств важно выявить необходимые затраты для их реализации. Это вызвано тем, что при внедрении принципиально новых технологических решений может возникнуть убыточность производственной деятельности. Выбор направления инновационной деятельности зависит от ресурсного и научно-технического потенциала предприятия, особенностей его отраслевой принадлежности и требований рынка. В статье также рассмотрены аспекты управления инновациями и факторы, определяющие инновационную деятельность предприятия, его конкурентоспособность с позиций управления жизненным циклом и циклического развития экономики.

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

ROLE OF INNOVATIVE ACTIVITY IN ENTERPRISE FUNCTIONING

Sharifova A. A.

Rostov State University of Civil Engineering (162 Socialisticheskaya Str., Rostov-on-Don, 344022), e-mail: sharifova.a@yandex.ru

Innovative activity – activity which includes actions for idea transformation in a new product, in an advanced product, in new approach of the organization of management. Innovative activity takes an important place in functioning of the enterprise and assumes the whole complex of scientific, technical, organizational, financial and commercial actions. Orientation of production to introduction and release of new products demands determination of expediency and efficiency of such activity. At development and deployment of innovations it is important to reveal necessary expenses for their realization. It is caused by that at introduction of essentially new technological decisions there can be an unprofitability of a production activity. The choice of the direction of innovative activity depends on the resource and scientific and technical capacity of the enterprise, features of its branch accessory and market requirements. In article aspects of management by innovations and factors of innovative activity of the enterprise, its competitiveness from positions of management of life cycle and cyclic development of economy are also considered.

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

В современных условиях развития рынка все большее значение занимает инновационная деятельность предприятий. Это вызвано тем, что высшее руководство стремится к освоению новых технологий производства и тенденций управления для того, чтобы модернизировать и усовершенствовать деятельность фирмы в целом. 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 и реализовывать конкурентоспособную продукцию высокого качества. Все это будет способствовать формированию имиджа и деловой репутации организации [3].

К инновационной деятельности предприятия можно отнести систему мероприятий, сущность которых заключается в использовании научного, технического и интеллектуально-

го потенциала в целях получения нового продукта (услуги), новой технологии производства или улучшенных организационных решений в управлении предприятием [1].

Обозначенные мероприятия могут предоставить предприятию существенные преимущества в выбранной хозяйственной деятельности по сравнению с фирмами, которые являются его конкурентами. Верное и обоснованное применение мероприятий такого рода в конечном итоге может не только увеличить рентабельность производства, но и сбыта.

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].

Продукт может быть частично новым, относительно новым и абсолютно новым. Абсолютная новизна подразумевает отсутствие аналогов данному новшеству; относительная – новшество уже применялось на других предприятиях, но на данном предприятии осуществляется впервые; частичная новизна предполагает обновление элемента или детали изделия.

Если выгода от внедрения нововведения превышает издержки на его создание, то является экономическое достоинство новшества. Это непосредственно связано с получением признания потребителей. Таким образом, можно говорить о том, инновации ориентированы на рынок и удовлетворение общественных потребностей.

На практике существует множество классификаций инноваций. По причинам возникновения их можно разделить на «реактивные» – ответная реакция на новые преобразования конкурента, такие инновации необходимы для ведения борьбы на рынке и выживания предприятия, и на стратегические, которые определяет приобретение перспективных преимуществ перед конкурентами.

В управлении предприятием особое место занимают процессорные (творческие) инновации. Их сущность заключается в применении новых технологий в структуре управления и организации производства.

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.

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 иннова-

циями. Такой поиск должен учитывать все стороны хозяйственной жизни предприятия и заключается в умелом сочетании научных, инновационных, рыночных факторов и иных сопутствующих факторов. Именно в это состоит сущность инновационного менеджмента.

Возникновение этого направления связано с потребностью управления творческим потенциалом и повышением эффективности связи науки и производства.

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 [8]:

- 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.

Главенствующее место в управлении инновациями и инновационными процессами уделяется выработке стратегии по их управлению и мер, которые будут направлены на их реализацию.

Разработка идей по производству и внедрению нового продукта и выпуск новой продукции становится одним из наиболее важных направлений стратегии фирмы, потому что именно этот аспект оказывает влияние на остальные направления, связанные с развитием фирмы в целом [5].

Мероприятия по управлению инновациями на предприятии в целом заключаются в следующем:

- разработка планов и программ инновационной деятельности;
- контроль процессов разработки и ее внедрения новой продукции;
- обеспечение необходимыми ресурсами обозначенных программ (финансы, материалы и другие ресурсы);
- обеспечение исполнения поставленных задач высококвалифицированным и компетентным персоналом в данной области;
- образование временных целевых групп, которые должны осуществлять решение возникающих проблем – от зарождения идеи до массового производства нового продукта.

В современных условиях инновационная политика крупных фирм обуславливается проявлением тенденции к переориентации направленности научно-технической и производственно-сбытовой деятельности. Это отражается в стремлении к повышению в ассортименте выпускаемой продукции удельного веса новых наукоемких изделий [5].

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.

Инновационная деятельность непосредственно связана с маркетинговой деятельностью фирмы и определяет ее направления. Важнейшим критерием в этом направлении является оценка влияния внедряемого продукта на реализацию целей фирмы в целом, а именно: объем продаж нового изделия, связанный с результатами исследований рынка; оценка времени достижения прибыльности в производстве нового товара.

Инициатива, связанная с разработкой новой продукции и исходящая от управляющих маркетинговой деятельностью, показывает итог маркетинговых исследований, которые содержат 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 [7].

Для определения результатов инновационной деятельности предприятия необходимо прогнозирование будущих факторов успеха, так как предприятие функционирует в условиях неопределенности. Так же требуется обоснование затрат будущего периода. Поэтому анализ влияний на прибыль следует строить на основе методов прогнозирования, методов экспертных оценок, а также ситуационного, сценарного и имитационного моделирования.

В условиях рыночной экономики анализ эффективности деятельности предприятия, связанной с инновациями, усложняется, так как приобретает многоступенчатый и многостадийный характер [2].

Это связано с тем, что необходимо рассмотреть большое количество показателей: новизна; уровень стандартизации и унификации; наукоемкость; сложность изделия; способность к модификациям; безопасность; управляемость; эстетические показатели; экологические показатели; экономические показатели (материалоемкость, фондоемкость, себестоимость) и другие.

В настоящее время эффективность инновационной деятельности предприятия зависит от того, отлажена ли система инвестирования, кредитования, налогообложения. Все это занимает определяющее место в инновационной сфере научных разработок. Происходит возрастание роли государства в развитии инновационной сферы. Оно разрабатывает систему целевых субсидий и госзаказов, расширяет кредитные, налоговые и иные льготы. Все это

направлено на поддержку и развитие инновационной деятельности, что способствует росту экономики в целом [6].

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. Уметь анализировать все положительные и отрицательные стороны намеченных перемен. Взвешенное и экономически обоснованное решение, несомненно, принесет пользу предприятию и окажет позитивное влияние на его дальнейшее развитие.

Список использованных источников:

1. Берестова Т. Ф. Инновация и инновационная деятельность: пределы понятий // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2008. – Т. 15. – № 3. – С. 70 – 76.

2. Гохштанд А. Д. Инновационная деятельность как особый вид экономической деятельности // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2007. – № 1. – С. 56 – 62.

3. Джолдасбаева Г. К. Инновация как основной фактор повышения эффективности производства. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_18/article_2933/ (дата обращения: 12.11.2013).

4. Мироненко К. Н. Понятие инновационного цикла и его использование в управлении инновационной деятельностью организации // Сибирская финансовая школа. – 2008. – № 6. – С. 94 – 96.

5. Питер Ф. Друкер. Новые реалии и стратегия организации // Задачи менеджмента в XXI веке. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_16/article_137/ (дата обращения: 11.11.2013)

6. Суровов С. Б. Правовая политика в сфере обеспечения инновационной деятельности // Правовая политика и правовая жизнь. – 2012. – № 1. – С. 86 – 90.

7. 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/ (дата обращения 12.11.2013)

8. Чечурина М. Н. Инновационный инструмент модернизации управления деятельностью предприятия // Перспективы науки. – 2010. – № 11. – С. 96 – 100.