

Е. А. Голенкова

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: инновация, факторы, принципы, инновационная стратегия.

В статье проанализированы факторы, влияющие на разработку инновационной стратегии предприятия. На основе выявленных факторов сформированы принципы разработки инновационной стратегии развития предприятия.

Keywords: innovation, factors, principles, innovation strategy.

The paper analyzes the factors that influence the development of innovative business strategy. On the basis of the identified factors principles of developing of innovation strategy for the company are formed.

Предпосылками успешности инновационной стратегии служат конкретные условия, в которых она разрабатывается и реализуется.

Исследования показывают, что при разработке и реализации инновационных стратегий должны быть учтены не только внутренние ресурсы и возможности предприятия.

Предприятие, разрабатывающее инновационные стратегии, в наибольшей степени должно проявлять активность в отношении двух элементов внешней инновационной среды: покупателей и конкурентов.

Это означает, что каждому предприятию, во-первых, следует учитывать требования и ожидания покупателей при разработке и внедрении инновационной продукции. Кроме того, организация должна быстро реагировать на изменение вкусов и поведение потребителей, внося соответствующие корректировки в инновационную стратегию.

А во-вторых, предприятию целесообразно вести постоянный мониторинг деятельности конкурентов в целях завоевания лучшей рыночной позиции и повышения собственного инновационного потенциала.

Первым шагом при разработке инновационной стратегии будет являться постановка инновационной цели. Инновационные цели будут различны в зависимости от этапа жизненного цикла, на котором находится предприятие, и от того направления инновационной деятельности, которое предприятие собирается развивать в данный момент. Также при определении цели стратегии, предприятию необходимо задать вопрос: Есть ли у нас ресурсы и навыки, необходимые для разработки и реализации выбранной инновационной стратегии развития предприятия?

Исходя из этого, вторым и наиболее важным фактором, влияющим на разработку стратегии, будет являться обеспеченность предприятия необходимыми ресурсами.

Возможный набор всех активов, которыми может обладать предприятие и использовать для реализации стратегии, является [1]:

– производственные и непроизводственные фонды, оборотные фонды или материальные запасы, финансовые и невещественные ресурсы – патенты, лицензии, информация, технологии;

– способность персонала (специалистов, рабочих, вспомогательного персонала) к созданию определенной продукции, другими словами – его образовательные, квалификационные, психофизиологические, творческие возможности;

– способность менеджмента оптимально использовать имеющиеся ресурсы предприятия (подготовка, талант и профессиональная адаптация менеджеров, умение создавать и обновлять организационные структуры предприятия);

– финансовые характеристики (кредитоспособность предприятия, внутренняя и внешняя задолженность);

– маркетинговые характеристики (возможность использования маркетингового инструментария для продвижения инновационной продукции).

Следующим важным фактором, влияющим на разработку инновационной стратегии, будет являться потребитель. При формировании стратегии предприятию необходимо будет ответить на следующие вопросы: Что ждет потребитель от инновационных продуктов вообще? Будут ли наши нынешние покупатели приобретать произведенные нами инновационные продукты? Какие потребители, приобретающие товары той или иной категории, учитывают инновационный фактор? Какая реакция будет у потребителя на новый продукт? Представленные вопросы необходимо начать изучать не только на этапе выхода инновационной продукции на рынок, а уже на этапе планирования.

Следующим не менее важным фактором при разработке инновационной стратегии является конкуренция.

Основной формой конкуренции в инновационной сфере является научно-техническое превосходство новой продукции, которое определяется превосходством научных достижений инженерно-технических работников

(интеллектуальной собственности). Наука имеет ценность как выражение интеллектуального труда. Конкурентоспособность продукции можно оценить уровнем новейших изобретений и результатом научного поиска.

В целях обеспечения конкуренции между инновационными организациями в решении закрепленных за ними научно-технических проблем следует осуществить в отраслях народного хозяйства переход к проектированию на конкурентной основе образцов новой техники, технологии, материалов, имеющих важнейшее народнохозяйственное значение, проводить открытые конкурсы по решению важнейших научно-технических задач с участием зарубежных ученых и организаций при обязательном условии внедрения полученных результатов в производство, целесообразно создавать научно-технические консультативные и внедренческие организации для оказания содействия в использовании новейших достижений науки и техники, изучить передовой опыт в развитых странах по совершенствованию экономического механизма научно-технического прогресса [5,6].

Следствием конкуренции на рынке любой продукции, в том числе и инновационной, является, с одной стороны, обострение производственных и рыночных отношений, а с другой – развитие науки, появление новых решений и вариантов производства продукции, постоянное совершенствование имеющихся технологий производства, приток инвестиций в наиболее прогрессивные отрасли.

Последний фактор, который неразрывно связан с предыдущими факторами, влияющими на разработку инновационной стратегии, это продукт. Продукт является тем необходимым элементом, без которого предприятие теряет смысл своего существования.

Инновация – продукт научно-технического прогресса. Существенные новшества создаются на базе крупных научных открытий. Интеграция науки, техники и производства определяет предпосылки для возникновения и внедрения нововведений.

Процесс создания и внедрения инноваций ориентирован на получение положительного эффекта, который выражается в виде конкурентных преимуществ, приобретаемых фирмой. При угрозе развития кризиса на предприятии своевременно предпринятые инновации могут позволить устранить возникшую опасность и предотвратить кризис.

Разобравшись в особенностях основных факторов, влияющих на разработку инновационной стратегии, можно начинать разрабатывать именно ту, которая будет соответствовать конкретным целям компании и ситуации на рынке. Для начала необходимо взвесить каждый вариант и ответить на вопросы: Насколько он приемлем? Выполним ли он? Как его реализовывать? Будет ли он конкурентоспособен? Принесет ли он нам прибыль?

На основе изученных вопросов и проанализированных факторов, влияющих на

разработку и инновационной стратегии, сформированы следующие принципы разработки инновационной стратегии предприятия:

- принцип приемлемости инновационной стратегии жизненному циклу предприятия;
- принцип выполнимости инновационной стратегии;
- принцип внедрения инновационной стратегии;
- принцип непрерывности осуществления инновационной стратегии;
- принцип эффективности инновационной стратегии.

Каждый из предложенных принципов в большей степени соответствует тому или иному проанализированному фактору (рис. 1).

1. Принцип приемлемости инновационной стратегии жизненному циклу предприятия. Согласно данному принципу руководители рассматривают каждый вариант выбора и разработки инновационной стратегии с точки зрения его стратегического соответствия основным целям предприятия на каждом этапе его жизненного цикла. Надо продумать, в какие сроки удастся вывести новинки на рынок на этапе становления организации, какие понадобятся инвестиции и навыки для этого, а также какие инновационные преобразования необходимо будет производить на других этапах жизненного цикла (этапы роста, зрелости, упадка).

2. Принцип выполнимости инновационной стратегии. Согласно данному принципу организация критически оценивает свои активы, обращая внимание на два показателя: потенциальные и реальные интеллектуальные возможности компании разработать новые продукты и ресурсная способность организации разрабатывать инновационные товары и создавать инновационные бренды.

3. Принцип внедрения инновационной стратегии. Согласно данному принципу необходимо учесть влияние тех факторов, от которых в большей степени может зависеть успех дела, а именно, потребители. Нужно согласовывать свою инновационную стратегию со всем нынешним ассортиментом, удостовериться, как уже было сказано, что у компании есть ресурсы и навыки, необходимые для решения ее стратегических задач. Но самое главное, чтобы стратегия не противоречила ожиданиям потребителей.

4. Принцип непрерывности осуществления инновационной стратегии. Согласно данному принципу инновационные стратегии должны реализовываться предприятием постоянно и непрерывно, поскольку именно инновационная деятельность является основным фактором повышения конкурентоспособности предприятия на рынке.

5. Принцип эффективности инновационной стратегии. Согласно данному принципу инновационный продукт должен обладать эффективностью, причем не только коммерческой.



Рис. 1 – Взаимосвязь факторов и принципов разработки инновационной стратегии развития предприятия

Оценка эффективности инвестирования в разработку инновационного продукта включает в себя как коммерческую, так и общественную (социальную) эффективность.

Критериями оценки эффективности инновационного проекта являются научно-технические, экономические, экологические и социальные показатели.

Инновация характеризуется как высокозначимая при наличии всех вышеперечисленных эффектов.

Таким образом, сформулированные принципы являются основой для разработки инновационных стратегий развития предприятия.

Литература

1. Аньшин, В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы

инновационного развития: Учебное пособие / В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. – М.: Дело, 2006.

2. Завлин, П.Н. Инновационный менеджмент: Основы теории и практики: Учебное пособие / П.Н. Завлин, А.Е. Казанцев, Л.И. Миндели. – М.: Экономика, 2000.
3. Ивасенко, А.Г. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.И. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009.
4. Крылов, Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия/ Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журавкова// Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003.
5. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Интел-Синтез, 2002.
6. Шушкин, М.А. Проблемы локализации производства автокомпонентов в России/ М.А. Шушкин // Вестник Казанского технологического университета: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, Казань, 2012. № 15.