

нее не освоенные) с инновационным продуктом руководство хозяйствующего субъекта может столкнуться с новыми управленческими проблемами, которые до этого не были актуальны, а значит и структура управления и персонал не имеют знаний и опыта в их решении.

Таким образом, для активизации инновационной деятельности, прежде всего необходима адаптация системы управления под изменяющиеся условия ведения бизнеса. Только такой подход позволит обеспечить реалистичность достижения поставленных целей и, прежде всего, желаемую результативность инновационных процессов.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ИННОВАЦИОННЫХ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Васюхин О.В., Макарова И.А.*

*Санкт-Петербургский государственный
университет информационных
технологий, механики и оптики
*Российский государственный
педагогический университет
имени А.И. Герцена
Санкт-Петербург, Россия*

Особенность современного этапа инновационной деятельности – образование в крупнейших организациях научно-технических комплексов, объединяющих теоретические разработки и процесс производства. Это предполагает тесную связь всех этапов цикла «наука – производство – рынок». Создание целостных научно-производственно-сбытовых систем объективно закономерно, обусловлено научно-техническим прогрессом и потребностями рыночной ориентации организации [4].

В условиях ужесточения конкурентной борьбы возрастает роль инновационной деятельности для обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий. В настоящее время разработка и широкое

распространение новых продуктов, услуг, наукоемких технологий становятся ключевыми факторами роста объемов производства, занятости, инвестиций, внешнеторгового оборота [5, с. 70-75].

В настоящее время предприятия чаще всего ограничиваются лишь анализом технических и экономических показателей своей конкурентоспособности, а также многочисленными не всегда реалистичными допущениями (прогнозами) изменений рыночной конъюнктуры. Но, самое главное, пренебрежением целым рядом существенных факторов, например, уровнем инновационной активности специалистов, соотношением несобственного и собственного интеллектуально-технологического потенциала организации и др., зависящих от степени совпадения креативных предложений со стороны специалистов организации и креативной способности эти предложения воспринимать со стороны потребителей. А это приводит к тому, что маркетинговые и сбытовые службы предпринимательских структур часто не могут найти адекватные подходы к решению ключевых проблем по удовлетворению и приведению потребительских запросов в соответствие нововведениям при выводе на рынок инновационного продукта.

Целевым проявлением креативных способностей специалистов организации является разработка и производство продукта, соответствующего уровню их инновационной активности, который обязательно должен управляться (то есть согласовываться) с креативными потребностями рынка, что является обязательным условием для обеспечения устойчивого получения предпринимательского дохода. То есть поддержка конкурентоспособности фирмы на должном уровне достигается только за счет рационального управления инновационной активностью ее специалистов. При этом имеет место организация постоянного управления процессом перевода инновационного (несобственного для организации) потенциала специалистов за счет его «материализации», напри-

мер, в проектной документации, в собственный (регистрируемый) инновационный ресурс организации [3, с. 19-22].

НИР как сфера производства и реализации научных знаний имеют общие черты с непосредственным производством материальных благ. В них используются вещественные и личные факторы производства, прошлый и живой труд, они охватываются системой производственных отношений. Анализ НИР как главной стадии инновационного цикла предполагает выяснение некоторых существенных моментов:

- современное производство как последовательно инновационное производство;
- нововведения как позитивное и негативное воздействие на воспроизводственный процесс;
- взаимосвязь НИР с механизмом рыночной конкуренции.

Инновации (нововведения) представляют собой количественные и качественные изменения технической базы производства и механизма управления предприятием, направленные на производство новой или улучшенной продукции, на внедрение и использование новых видов оборудования, новых форм организации производства, сбыта и новых методов управления. Это не только технический, но и экономический и социальный термин. Новые знания не равнозначны инновации, они предшествуют ей, и только будучи примененными на практике они превращаются в инновации. Предприятие, внедряющее инновацию, всегда рискует. В случае успешного внедрения инновации оно получает вознаграждение за риск в виде возросшей прибыли. По мере процесса распространения инновации прибыли предприятия, первым внедрившего её, начинают сокращаться [2].

Конкурентная экономическая среда играет решающую роль в активизации инновационных процессов в рамках частных предприятий. Этим преодолевается тенденция к застою, характерная для крупных компаний. Конкуренция заставляет их идти на риск инноваций, чтобы удержать свои позиции. В случае недо-

статочного внимания к инновационной деятельности предприятие может лишиться своих рынков и понести финансовые потери.

Представляет интерес, на наш взгляд, анализ классификации нововведений с точки зрения условий конкуренции на рынке.

1. Регулярные прибыльные нововведения, в основе которых лежат уточнения и улучшения имеющихся технологий и продуктов.

2. Нововведения-уточнения, позволяющие придать новые свойства продукции, выявить ее новое применение и тем самым определить новые ниши рынка.

3. Нововведения, основанные на принципиально новых технологиях.

4. Нововведения, в основе которых лежат принципиально новые научные знания, формирующие радикальные технологии.

5. Нововведения, влияющие на структуру рынков и организационную структуру фирм - информационные системы. (К примеру, автоматизация учета производства и снабжения позволяет отказаться от складирования продукции; автоматизация управления и конторских работ приводит к существенному снижению численности административно-управленческого персонала и т. д.)

6. Инновации, пронизывающие систему бизнеса (к примеру, повышающие конкурентные преимущества). Суть подобных нововведений не столько в изменении потребительной стоимости, сколько в способе, каким получается эта продукция. Такие инновации являются трудными для внедрения из-за своего системного характера, но в силу тех же обстоятельств они плохо поддаются копированию со стороны конкурентов. Поэтому инновационные системы бизнеса являются наиболее предпочтительными в плане формирования конкурентных преимуществ (к примеру, "Система тотального качества "ИБМ"; "Система "Тоета"; "Система "Беннатом" и т.д.).

Рынок научно-технических знаний имеет специфические особенности. Это реальный экономический процесс, но теоретические ис-

следования этого явления сосредоточились в основном на передаче и обмене технологий в нематериальной сфере. Сводить такое многоплановое явление только к этому недостаточно.

Во-первых, потому, что передача связана не с коммерческими формами, а рынок всегда функционирует на основе товарно-денежных отношений, во-вторых, на этом рынке реализуются не только знания о технологических процессах, но и по организации, управлению, маркетингу и пр.

Рынок нововведений имеет ряд особенностей, связанных с формированием конъюнктуры субъектов рынка. Чтобы сохранить рыночные позиции, частные фирмы обычно вводят ограничения в лицензионные соглашения. Среди ограничений следует выделять:

- территориальные ограничения на производство;
- поддержание привилегий от лицензий;
- контроль над качеством конечной продукции;
- контроль над качеством материалов;
- запрещение торговли продукцией конкурентов;
- ограничения на количество лицензированного экспорта и др. [6]

Производственные отрасли во всем мире, по мнению П. Дойла, разделились на два типа. Первый тип – отрасли традиционного направления, для которых характерны высокая трудоемкость и активное использование сырья и которые стремительно перемещаются в развивающиеся страны. В большинстве своем такие отрасли страдают от проблемы избыточных производственных мощностей, потому что в стремлении завоевать свою долю рынка страны-конкуренты ввели агрессивную инвестиционную политику. Результатами становятся падение цен и очень низкая норма возврата инвестиций.

Ко второму типу относятся отрасли, основанные на знаниях и информации. В них расходы на заработную плату, как правило, не превышают 5% общего объема затрат. Здесь-то

и скрываются возможности для роста и получения прибыли.

Смена приоритетов в деятельности предприятий, вызванная меняющимися технологическими и информационными процессами, влияет на представление о целях и миссии данного предприятия. То, что еще вчера казалось истиной, в новых условиях оказывается только ее частью. При этом изменения часто становятся дезорганизующим фактором работы предприятия. Ведь невозможно осуществлять управление завтрашним предприятием на вчерашних принципах.

Использование изменений и новых возможностей для получения положительных эффектов (денежной прибыли, нового качества продукции, увеличения производительности) становится возможным только после адаптации к «эпохе перемен» с целью устранения неясности этого переходного периода и перехода в новую эпоху постоянных изменений [1, с. 54-57].

Хозяйственная практика показывает, что размер предприятия в целом не влияет на эффективность инновационного процесса. Как крупные, так и мелкие предприятия обладают специфическими преимуществами, которые проявляются в конкретной ситуации. Преимущества крупных предприятий:

- наличие больших материальных, финансовых и интеллектуальных ресурсов для осуществления дорогостоящих нововведений;
- возможность проведения многоцелевых исследований, при которых объединяются усилия специалистов в различных областях знаний;
- возможность параллельной разработки нескольких нововведений и выбора оптимального варианта из нескольких разрабатываемых;
- меньшая вероятность банкротств в случае неудачи некоторых инноваций.

Роль мелких предприятий в разработке инноваций также велика, когда нововведения не требуют значительных ресурсов. Преимущества мелких предприятий:

- возможность быстрого переключения на оригинальные работы, мобильность и нетрадиционные подходы;

- возможность деятельности в тех областях, где крупным предприятиям результаты представляются неперспективными, ограниченными или слишком рискованными при незначительных масштабах прибыли в случае успеха;

- фактическое отсутствие бюрократического руководства [2].

Список литературы

1. Васильев С.В. Инновации – эпоха постоянных изменений // Журнал «Креативная экономика». № 12. М., 2007.

2. Васюхин О.В. Кошкин Л.И., Хачатуров А.Е., Булатов И.С. Менеджмент на промышленном предприятии. Электронная версия, "Эколайн", 2000.

3. Мельников О.Н., Шувалов В.Н. О механизме взаимного влияния инновационной активности организации и рынка // Журнал «Креативная экономика». № 3. М., 2007.

4. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие для ВУЗов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с.

5. Фомченкова Л.В. Инновационный потенциал промышленного предприятия // Журнал «Креативная экономика». № 4. М., 2007.

6. Хасанова А.Ш. Развитие конкурентных отношений как основа для создания инновационной экономики // Журнал «Креативная экономика». № 2. М., 2007.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Зарубина Ж.Н.

*Санкт-Петербургский государственный
университет информационных
технологий, механики и оптики
Санкт-Петербург, Россия*

В настоящее время слабым звеном организационно-экономического механизма управления национальной экономикой РФ является

процесс планирования инновационных проектов. В условиях рыночной экономики инновации должны способствовать интенсивному ее развитию, обеспечивать ускорение внедрения последних достижений науки и техники в производство, полнее удовлетворять все возрастающие потребности. Понятие инноваций рассматривается как развивающийся комплексный процесс создания, распространения, использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности инновационной деятельности.

Под инновацией подразумевается объект, внедренный в производство в результате проведения научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога. Инновации в деятельности предприятия имеют значение только тогда, когда они совершенствуют деятельность в соответствии со стратегией развития бизнеса. В действительности, воздействие инноваций на деятельность предприятия невозможно, если они будут случайными (разовыми), не будут сфокусированы на стратегической части ведения бизнеса, то есть не будут подразумевать достижение стратегических целей.

Стратегическое планирование в широком смысле – это разработка долгосрочных направлений и целей развития организации, ее ключевых ценностей, стратегических альтернатив и выбор стратегии на основе анализа и состояния внешней и внутренней среды фирмы, определения потребностей в ресурсах и их распределения, обоснования необходимости, возможности и эффективной реализации выбранной стратегии, разработки систем управления и контроля ее внедрения.

Инновационный бизнес в наибольшей степени нуждается в стратегическом планировании, даже более других видов коммерческой деятельности. Стратегическое планирование обеспечивает способность инновационного бизнеса быть конкурентоспособным через концентрацию инновационных ресурсов, существенное улучшение результатов инновационной деятельности и раскрытие тех