

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИННОВАЦИЯМИ И ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

Ким Л. В., Максимюк Н. Н., Мещеряков Г. В.

ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», Министерство образования и науки РФ, Великий Новгород, Россия (173015, Великий Новгород, ул. Псковская, д. 3), e-mail fupr@mail.ru

В статье раскрывается взаимосвязь управления инновациями с эффективностью предпринимательской деятельности, где особую роль приобретает необходимость обеспечения постоянного развития интеллектуального потенциала. Определены показатели результативности инновации в предпринимательских структурах, а также на основе эмпирического анализа выявлены источники инноваций. Авторами инновационная инфраструктура предпринимательства представлена несколькими ключевыми модулями, построенными по принципу сети, охватывающей всех субъектов: персонал предприятия, менеджеров, потребителей, внешних контрагентов и независимых экспертов. В статье раскрыта сущность создания модулей. Обоснован алгоритм реализации новой стратегии, который выстраивается на основе системы контроллинга в структуре информационной системы, что и обеспечивает повышение эффективности и конкурентоспособности российских предпринимательских структур.

Ключевые слова: инновация, управление инновациями, предпринимательская деятельность, модуль, контроллинг, эффективность.

STRATEGIC APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF INNOVATION AND ENSURING THE EFFECTIVENESS OF THE BUSINESS IN THE BUSINESS ENVIRONMENT

Kim L. V., Maksimyuk N. N., Mescheryakov G. V.

«Novgorod state University named after Yaroslav the Wise, the Ministry of education and science of the Russian Federation, Veliky Novgorod, Russia (173015, Veliky Novgorod, ul. Pskovskaya, 3), e-mail fupr@mail.ru

The article reveals the relationship of innovation management with the efficiency of business activities, where a special role acquires the need to ensure sustained development of the intellectual potential. Defined performance indicators of innovation in business structures, and also on the basis of an empirical analysis of the identified sources of innovation. The authors of the innovative infrastructure of the enterprise consists of a number of key modules that are built on the principle of the network, covering all subjects, the personnel of the enterprise, managers, consumers, external contractors and independent experts. The article reveals the essence of the creation of the modules. Justified algorithm implementation of the new strategy, which is built on the basis of controlling system in the structure of the information system, which provides the increase of efficiency and competitiveness of Russian business structures.

Key words: innovation, innovation management, entrepreneurship, a module, controlling, efficiency.

Изучение опыта западных стран наглядно показывает, как на практике можно использовать инициативу, стремление вывести на рынки, создавать новые продукты и услуги, совершенствовать качество и расширять ассортимент, тем самым поднимая уровень развития производства и формируя класс предпринимателей-инноваторов. Однако предпринимательским структурам необходимо не только обеспечение постоянного развития интеллектуального потенциала, но и развитие навыков управления новшествами, содействовать формированию потенциального спроса на новые услуги и продукты [2].

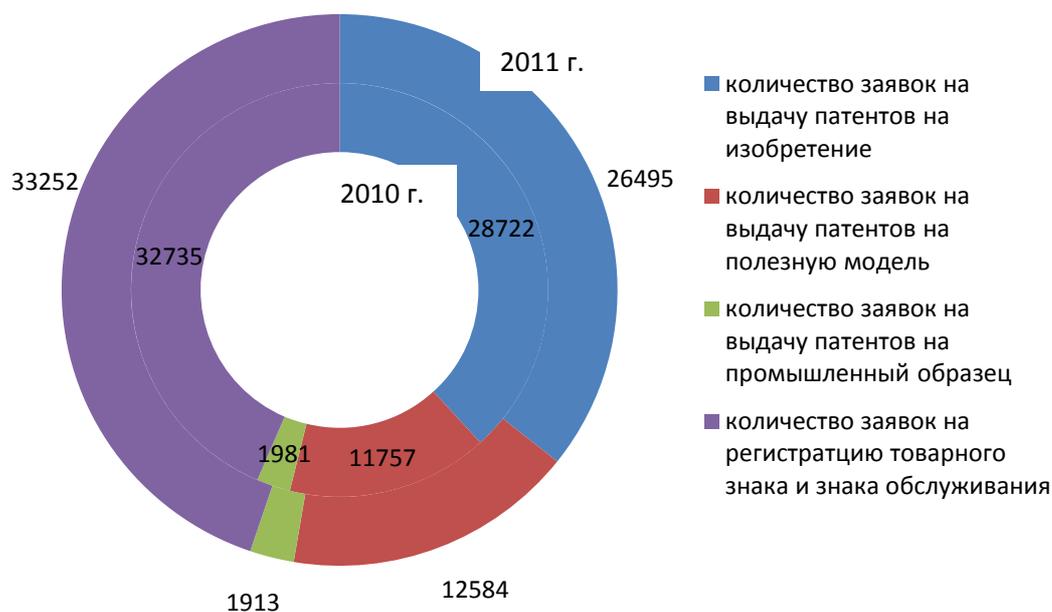


Рисунок 1. Патентная статистика российских заявителей в 2010–2011 гг.

Анализ патентной статистики, представленной на рисунке 1, показывает, что в 45 % случаев регистрируется товарный знак и знак обслуживания, 36 % – изобретения, 17 % – полезная модель и 2 % – промышленный образец.

Термин «инновация» в российской практике появился сравнительно недавно, в переводе с английского означает нововведение. В Международных стандартах инновация представлена как завершающий результат нововведений, связанных с производством и выведением на рынок нового или более качественно товара, а также созданием новых технологий, обеспечивающих высокие качества и конкурентоспособность товара на рынке.

Результативность инновации в предпринимательских структурах определяется:

- способностью приносить прибыль, значительно превышающую вложенные финансовые и другие инвестиционные ресурсы;
- возможностью обеспечить скорость роста и долю рынка компании и/или захватить новые сегменты;
- способностью обеспечивать рост бизнеса выше среднего по отрасли;
- способностью обеспечить устойчивые стратегические перспективы на рынке.

Обеспечение регулярных инноваций на товары и услуги предпринимательских структур из-за формирования мощности каналов продвижения позволяет снижать расходы на их продвижение. При этом эффективность маркетинговых мероприятий повышается за счет смещения акцента с дорогих и неэффективных инструментов на наиболее экономичный режим базового предложения. Поиск новых идей, их генерация и реализация во многом зависят от способности убедить потребителей принять новый продукт и от творческого потенциала предпринимателей.

Предпринимательская структура, эффективно управляющая инновационной деятельностью, получает дополнительные конкурентные преимущества, обеспечивает устойчивый рост бизнеса, рост экспортного потенциала товаров и снижение расходов на продвижение продуктов на рынке [3].

Способность генерировать оригинальные идеи является особенностью этноса русских людей и естественным преимуществом российских предпринимателей. Только 10 % новых идей и нового товара удается довести до рынка [4].

На практике наиболее ценными источниками инноваций являются:

- предпринимательские структуры, в составе которых проводятся НИОКР;
- потребители со своей структурой и характеристиками;
- бизнес-партнеры по отраслевому признаку;
- конкурирующие фирмы, которые занимаются производством и реализацией однородной продукции.

При этом каждый источник идей требует собственные подходы и методики взаимодействия. Инновационная инфраструктура предпринимательства состоит из нескольких ключевых модулей:

- 1) управление знаниями и формирование условий для реализации новых идей [6];
- 2) взаимодействие с внешними контрагентами в инновационном развитии;
- 3) анализ информационного пространства по инновациям;
- 4) управление интеллектом внешнего мира;
- 5) прием и регистрация новой информации;
- 6) планирование реализации инноваций;
- 7) мотивация персонала в инновационном развитии фирмы;
- 8) продажа новых продуктов и услуг на рынке.

Вышеперечисленные модули построены по принципу сети, охватывающей персонал предприятия, менеджеров, потребителей, внешних контрагентов и независимых экспертов [1]. При разработке инновационной модели взаимодействие с внешними контрагентами, анализ информационного пространства, управление интеллектом внешнего мира, прием и

регистрация новых идей выполняют функции сбора и анализа новых идей, реализуемые инструментарием контроллинга.

В основе создания модулей лежат:

- технологии персонифицированного взаимодействия производителя с потребителями и каналами сбыта;
- методики создания информационных баз данных, позволяющих управлять потенциальным и текущим спросом на рынке;
- экономический механизм формирования и использования новых знаний;
- методики организации инновационного блица;
- технологии управления скоростью реализации инноваций;
- система показателей эффективности инновационной деятельности;
- приемы, облегчающие вывод нового продукта или услуги на рынок;
- методики разработки по заказу клиента инновационных идей.

В основе управления инновационной деятельностью лежит определение приоритетов новых идей, поэтому их целесообразно распределять по трем группам:

- 1) идеи, требующие реализации в срочном порядке;
- 2) идеи, требующие реализации в ближайшее время;
- 3) идеи, использование которых возможно в перспективе.

Инновационная инфраструктура на заключительном этапе включает систему контроллинга в структуре информационной системы с формированием соответствующей службы, которая обеспечивает реализацию новой стратегии по следующему алгоритму:

- 1) формирование цели новой инновационной структуры, обеспечивающей динамичность роста и лидерство на рынке;
- 2) принимается решение об обновлении продуктов и бизнес-процессов с целью максимизации потребностей потребителей;
- 3) готовность вовлечь в процесс поиска новых идей и их реализации производителей и потребителей товара;
- 4) персоналу разъясняется необходимость инновационной стратегии.

Эффективная реализация инновационной стратегии предпринимательской структуры включает в себя:

- 1) подбор и описание актуальных модулей;
- 2) описание бизнес-процессов;
- 3) подготовку персонала к внедрению модулей;
- 4) обеспечение экспериментального внедрения инноваций;

5) внесение необходимых корректировок в элементы инфраструктуры и взаимосвязи подразделений и исполнителей.

Инновационная инфраструктура с элементами контроллинга позволяет повысить конкурентоспособность российских предпринимательских структур [5].

В настоящее время недостаточно проработаны показатели оценки инновационной деятельности и ее влияния на конкурентоспособность организаций (стран), критерии регулирования этой сферы на национальном и межправительственном уровнях. При этом следует отметить, что статистические показатели не отражают размеров потоков нововведений в инновационной сфере, их использование субъектами инновационной деятельности, а также влияние инновационной активности на конкурентоспособность и эффективность производства.

Н. Гапоненко выделяет четыре группы показателей, описывающих отдельные аспекты инновационной деятельности:

1) статистические показатели развития сферы исследований и разработок (ИиР), или статистика науки (затраты на исследования и разработки, численность исследовательского персонала и т.д.);

2) патентная статистика;

3) библиометрические данные о научных публикациях и индексе цитируемости;

4) технологический баланс платежей, характеризующий международный трансфер технологий.

Статистика науки как основной индикатор "интенсивности" инновационных процессов отражает лишь первую стадию инновационного цикла – производство новых знаний. Однако информация о самих знаниях, их объемах и конкретных субъектах инновационной деятельности, на которых они будут использованы, остается вне поля зрения данной области статистики. А такие важнейшие процессы, как освоение продуктовых и технологических инноваций, соотношения между базисными, улучшающими и псевдоинновациями, приток иностранных технологий на внутренний рынок и учет их качественных характеристик, импорт-экспорт лицензий, взаимосвязи между промышленностью и различными секторами науки, пропорции форм трансфера технологий совершенно не улавливаются статистической отчетностью. А это означает, что органы власти не владеют информацией, позволяющей анализировать положение в инновационной сфере и принимать адекватные решения в данной сфере.

Список литературы

1. Ким Л. В., Соколова Е. С. Инновационные предпринимательские сети как решающий фактор позитивного влияния на конкурентную среду // Известия СПбГАУ 2012. – № 28. – С. 163-166
2. Колтынюк Б. А., Громова Н. М. Инновационные подходы к маркетинговым исследованиям на рынке труда и образовательных услуг в регионе // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 1; URL: <http://www.science-education.ru/107-8015> (дата обращения: 28.12.2012).
3. Костюков А. В., Чуркин П. Г. Оценка инвестиционной и инновационной деятельности Новгородского региона // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – <http://www.science-education.ru/106-7402>.
4. Омаров М. М., Сергеев В. Ю. Концепция реализации управленческих решений в предпринимательских структурах // Российское предпринимательство. – 2011. – № 1. – С.147-152.
5. Омарова Н. Ю., Митин С. Г. Инновационные подходы к внедрению социально-ориентированного управления российским предпринимательством // Известия СПбГАУ. – 2012. – № 28. – С. 149-154.
6. Федотова Г. А., Громова Н. М., Якубов Б. А. Общественно-государственное управление как фактор инновационного развития образовательного учреждения // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – URL: <http://www.science-education.ru/106-8009> (дата обращения: 28.12.2012).

Рецензенты:

Омарова Наталья Юрьевна, доктор экономических наук, профессор, зам. председателя Новгородского регионального отделения Вольного экономического общества России, г. Великий Новгород.

Федотова Галина Александровна, доктор педагогических наук, профессор кафедры маркетинга и управления персоналом, ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», г. Великий Новгород.