

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Васюхин О. В., Павлова Е. А.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия (197101, Санкт-Петербург, пр. Кронверкский, д. 49)

В статье проведен анализ компонент инновационного менеджмента. Представлена концепция системы управления инновационным потенциалом промышленного предприятия, которая базируется на ряде постулатов. Исходной позицией должна быть мотивация к формированию и развитию инновационного потенциала предприятия. Авторами аргументированно доказывается необходимость обоснованного выбора целесообразного направления формирования и развития инновационного потенциала и планирования его содержательной составляющей. Такой выбор может быть реализован в процессе стратегического сегментирования рынка, основанного на анализе рыночного окружения промышленного предприятия. Разработка адекватной организации инновационного потенциала позволит обеспечить своевременную адаптацию предприятия к изменениям рыночной среды. Авторы обосновывают необходимость мониторинга уровня и перспектив развития инновационного потенциала предприятия. Реализация предлагаемого подхода позволит обеспечить высокие конкурентные позиции предприятия в стратегической перспективе.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, инновационная деятельность.

CONCEPTUAL APPROACH TO THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Vasyukhin O. V., Pavlova E. A.

*St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics
St. Petersburg, Russia (197101, St. Petersburg, Kronverkskiy pr., 49)*

The analysis of components of innovative management is conducted in the article. Introduces the concept of the system of managing the innovative potential of the industrial enterprise, which is based on a number of postulates. The starting point should be the motivation for the formation and development of the innovative potential of the enterprise. The authors convincingly proved the need for informed choice of rational directions of formation and development of the innovative potential and the planning of its content. Such a choice can be implemented in the process of strategic market segmentation, based on the analysis of the market environment of the industrial enterprise. The development of adequate organisation of the innovation potential will allow to ensure the timely adaptation of enterprises to changes of market environment. The authors substantiate the necessity of monitoring the level and prospects of development of innovative potential of the enterprise. Implementation of the proposed approach will allow to provide high competitive position of the enterprise in a strategic perspective.

Key words: innovations, innovative potential, innovative activity.

Введение

Большинство современных исследователей в области управления инновациями [1, 4, 5] выделяют следующие основные задачи инновационного менеджмента:

- 1) планирование инновационной деятельности организации;
- формулирование миссии (ориентация деятельности организации на инновации);
- определение стратегических направлений инновационной деятельности и постановка целей в каждом из них;

- выбор оптимальной для каждого направления инновационной стратегии развития;

2) организация инновационной деятельности;

3) мотивация участников инновационной деятельности;

4) систематическая оценка результатов инновационной деятельности.

Такой подход полностью отображает основные идеи общей теории менеджмента, а значит, должен быть использован и при анализе компонент инновационного менеджмента, в частности, при обосновании концепции системы управления инновационным потенциалом промышленного предприятия.

Принимая во внимание, что один и тот же потенциал нельзя использовать одинаково эффективно для решения качественно разнородных проблем, процесс формирования и последующего развития инновационного потенциала любой организации должен быть целенаправленным и основанным на системных позициях, но при этом следует учитывать и особенности решаемой проблемы. В частности, накопленный опыт организации инновационной деятельности в России и в промышленно развитых странах выявил ряд существенных, по мнению авторов, факторов:

1) инновационная деятельность в силу ряда причин существенно отличается от текущей, операционной деятельности предприятия и не может осуществляться одновременно на базе использования одного и того же экономического, производственного и т.п. потенциала хозяйствующего субъекта;

2) элементы инновационного потенциала, как правило, отличаются по составу, качеству, количеству и т.п. от ресурсов предприятия, используемых в текущей деятельности;

3) результаты инновационной деятельности в большинстве случаев ориентированы на долгосрочную перспективу, а поэтому не всегда очевидны и ожидаемы;

4) создание инновационного продукта требует подключения мощного творческого потенциала как внутри самого предприятия, так и извне;

5) затраты на создание инновационного продукта и его коммерциализацию значительно выше, чем в текущей производственной деятельности предприятия.

Учитывая сказанное, авторы считают, что концепция формирования и развития инновационного потенциала предприятия должна базироваться на следующих постулатах.

Первый – исходной позицией должна быть мотивации к формированию и развитию инновационного потенциала предприятия.

Авторы исходят из того, что инновационная деятельность является сложным, нацеленным в будущее и затратным видом деятельности с недостаточно предсказуемым результатом для любого промышленного предприятия. Рассуждения о том, что инновации обеспечивают высокие конкурентные позиции в стратегической перспективе, наталкиваются на реалии

изменчивости и непредсказуемости состояния внешней среды бизнеса в будущем. Поэтому большинство российских предприятий предпочитают жить сегодняшним днем, обеспечивая свою экономику за счет текущей операционной деятельности. Пониманию необходимости развития инновационного потенциала и его эффективного использования может лишь то, что наглядно покажет, если сегодня и завтра ничего не делать в области инновационной деятельности, то послезавтра это предприятие может перестать существовать как самостоятельная бизнес единица.

Отсюда на первый план выдвигается проблема мотивации или, что то же самое, обоснование побудительных мотивов, которые заставят руководство предприятия всерьез заняться инновационной деятельностью и, в первую очередь, формированием инновационного потенциала, нацеленного на результат.

Второй постулат – необходимость обоснованного выбора целесообразного направления формирования и развития инновационного потенциала и планирование его содержательной составляющей.

Такой выбор может быть реализован в процессе стратегического сегментирования рынка. Тогда выбор целесообразного направления формирования и развития инновационного потенциала – это процесс анализа рыночного окружения промышленного предприятия, результатом которого является обоснование сфер деятельности (областей приложения инновационного потенциала), привлекательных с точки зрения:

- удовлетворения новых (развивающихся) общественных потребностей за счет внедрения соответствующих инноваций;
- роста объемов продаж инновационно-активного предприятия за счет диверсификации хозяйственного портфеля;
- финансовой результативности (например, роста прибыли и/или рентабельности) за счет внедрения продукции, находящейся на первых стадиях жизненного цикла.

В качестве методологической основы стратегического сегментирования рынков может быть использована теория жизненных циклов.

Третий постулат – это разработка адекватной организации инновационного потенциала, адаптированной к изменениям.

С точки зрения системного подхода, инновационный потенциал (как, впрочем, и любой другой потенциал) предприятия представляет собой совокупность различного рода ресурсов, необходимых и достаточных для достижения поставленной цели. В данном случае – это обеспечение требуемых масштабов и темпов инновационной деятельности с заданными критериями ее эффективности.

Ряд исследователей [6, 7] считает, что в состав инновационного потенциала должны быть включены достаточно разнородные ресурсы:

- *интеллектуальные* (технологическая документация, изобретения, патенты, лицензии, полезные модели, промышленные образцы);
- *материальные* (опытно-приборная база; пилотные установки; исследовательское, экспериментальное и лабораторное оборудование);
- *финансовые* (собственные, заемные, инвестиционные, бюджетные, грантовые);
- *кадровые* (лидер-новатор, заинтересованный в инновациях; персонал, имеющий специальное образование и опыт проведения НИР и ОКР; специалисты в сфере маркетинга, планирования и прогнозирования скрытых потребностей покупателей);
- *инфраструктурные* (собственные подразделения НИР и ОКР, конструкторский отдел, отдел главного технолога, отдел маркетинга новой продукции, лаборатория контроля качества продукции, патентно-лицензионный отдел);

Отсюда возникает проблема определенной организации качественно разнородных элементов инновационного потенциала (тех самых ресурсов) в виде самостоятельной подсистемы, а также адаптации ее в структуру более сложной системы – предприятия. Методологической основой формирования инновационно-ориентированной организационной структуры могут послужить разработки, представленные в [2, 3].

Четвертый постулат – это необходимость мониторинга уровня и перспектив развития инновационного потенциала предприятия.

Очевидно, что единожды, пусть даже «*правильно*», созданный инновационный потенциал не сможет обеспечивать высокую эффективность инновационной деятельности предприятия в течение длительного времени. Требуется его постоянная «поднастройка», в связи с вновь открывающимися возможностями со стороны научно-технического прогресса и новыми потребностями со стороны рынка.

Все это выдвигает на первый план проблему регулярного мониторинга состояния инновационного потенциала промышленного предприятия. При этом, по мнению авторов, мониторинг должен осуществляться по двум самостоятельным, но логически связанным направлениям:

- 1) анализ и оценка уровня развития инновационного потенциала (степень его соответствия выдвинутым критериям, полнота потребного состава элементов и т.п.);
- 2) анализ и оценка результативности использования инновационного потенциала (достигнутые с его помощью результаты инновационной деятельности; уровень обновления продукции и технологий, конкурентоспособность хозяйственного портфеля предприятия, уровень доходности и прибыльности от внедрения инноваций и т.п.).

Регулярный мониторинг по указанным направлениям позволит не только выявить уровень эффективности инновационного потенциала, но и определить наиболее целесообразные направления его дальнейшего развития.

Список литературы

1. Бизнес и инновации: [перевод с английского] / Питер Ф. Друкер. – Москва: Вильямс, 2009. – 423 с.
2. Васюхин О. В. Управление инновационной деятельностью предприятия в условиях переходной экономики. – СПб.: Изд-во «Нестор», 2001. – 182 с.
3. Васюхин О. В., Павлова Е. А. Развитие инновационного потенциала промышленного предприятия. – М.: Академия Естествознания, 2010. – 176 с.
4. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: учебное пособие / [В. М. Аньшин и др.]. – Москва: Дело, 2007. – 583 с.
5. Инновационный менеджмент: учебник по экономическим и техническим специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. – Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2007. – 447 с.
6. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: учебник / М. В. Радиевский. – Москва: Инфра-М, 2009. – 376 с.
7. Управление инновациями в организациях: учебное пособие / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. – Москва: Омега-Л, 2009. – 415 с.

Рецензенты:

Голубев А. А., д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой финансового менеджмента ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г. Санкт-Петербург.

Смирнов С. Б., д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории и бизнеса ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г. Санкт-Петербург.