

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Асс. Атамалиева Л. А.; проф. Веденин Г. А. (ВГТУ)

Развитие рыночных отношений, приватизация государственной собственности, рост числа неплатежеспособных предприятий и организаций изменили механизм управления научно-техническим прогрессом, повлияли на темпы и характер научно-исследовательских, опытно-конструкторских и проектно-испытательских работ, на разработку и внедрение нововведений (инноваций), как основы экономического роста, повышения конкурентоспособности товаров и экономики в целом.

Для осуществления инновационной деятельности руководству предприятий необходимо привлекать научно-технические кадры, производственный персонал, затрачивая на это определенные денежные ресурсы. Кроме этого может возникнуть потребность в комплектующих изделиях, полуфабрикатах, дополнительных основных средствах и др.

При выявлении источников инновационных идей вызывает интерес классификация Питера Дракера, который выделяет семь источников инновационных идей:

неожиданное событие (для предприятия или отрасли - неожиданный успех, неожиданная неудача, неожиданное внешнее событие);

неконгруэнтность - несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о ней;

нововведения, основанные на потребности процесса;

внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;

демографические изменения;

изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках;

новые знания.

Решение задач структурной перестройки экономики республики в условиях ограниченных сырьевых и энергетических ресурсов возможно только через инновационный процесс: на основе непрерывного обновления технической базы производства, совершенствования его технологической структуры за счет использования нововведений (инноваций), обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии.

В практике управления инновационными процессами используются различные приемы и методы выбора стратегии развития предприятия, из которых выделяется системный подход. Его применение в целях разработки инновационной стратегии позволяет выделить в качестве основополагающих элементов последней следующие:

- 1) совершенствование уже выпускающихся продуктов и применяемых технологий;
- 2) создание и освоение новых продуктов и процессов;
- 3) повышение качественного уровня, во-первых, технико-технологической, во-вторых, научно-исследовательской и опытно-конструкторской базы;
- 4) рост эффективности использования кадрового и информационного потенциала;
- 5) совершенствование организации самой инновационной деятельности и управления ею;
- 6) рационализация ресурсной базы;
- 7) обеспечение экологической безопасности инноваций;
- 8) достижение на рынке конкурентных преимуществ инновационного продукта в сравнении с продуктами аналогичного назначения.

Итак, инновационная стратегия представляет собой целенаправленную деятельность по определению важнейших направлений, выбору приоритетов перспективного развития предприятия и выработке требуемого для их достижения комплекса мероприятий.

Можно выделить два основных типа инновационной стратегии: адаптационный, носящий пассивный характер, либо творческий, активный.

Адаптационная стратегия заключается в проведении непринципиальных изменений, которые, не будучи кардинальными, позволяют, тем не менее, усовершенствовать ранее освоенные продукты, технологические процессы и услуги в рамках уже сложившихся на предприятии организационных структур и тенденций деятельности. Предприятия, использующие данный тип стратегии выходят на рынок нововведений не в качестве первого "продавца", а вслед за ним, когда можно изучить реакцию рынка на предложенное новшество. Инновации в данной стратегии выступают как форма вынужденной ответной реакции на изменения внешней среды бизнеса, служащая тому, чтобы не потерять завоеванные ранее рыночные позиции.

При активном типе - инновации, как правило, становятся исходной базой повышения конкурентоспособности продукции, расширения и укрепления рыночных позиций, освоения новых областей применения изделий.

Сегодня товаропроизводители вынуждены оставаться, главным образом в пределах адаптационной стратегии, из-за объективно существующего недостатка практического опыта, боязни риска и возможных последствий принятия нестандартных решений.

Возможности для сохранения достигнутого научно-производственного потенциала и сложившегося трудового коллектива исчерпались, и не имеет смысла придерживаться только этого направления. И хотя существуют на этом пути немалые трудности, одной из главных задач для предприятий является необходимость обновления, активного внедрения инноваций.

Инновационная стратегия промышленных предприятий на современном этапе развития должна быть ориентирована на освоение базисных инноваций, которые позволяют перейти к новой технологической и товарной структурам производства и обеспечить конкурентоспособность предприятий на внутреннем и внешнем рынках. Инновационная стратегия промышленных предприятий характеризуется следующими особенностями. Во-первых, преимущество базисных продуктовых инноваций перед базисными процесс-инновациями. Именно под воздействием рыночного спроса прорыв к новой технологической модели развития начинается с базисных продуктовых инноваций, которые впоследствии "тянут" за собой всю технологическую основу производства. Во-вторых, распространенность псевдоинноваций приводит к накоплению морально и физически устаревшего капитала, а значит, и к отвлечению значительных финансовых ресурсов. В-третьих, высокий рейтинг улучшающих инноваций не типичен для экономики переходного периода. Поток улучшающих инноваций возрастает на этапе экономического роста. В современных же условиях такие инновации направлены главным образом на совершенствование существующей базы производства. Поэтому данный тип инноваций "консервирует" финансовые ресурсы и ослабляет перспективы базисных инноваций.

Технологическая стратегия отраслей промышленности играет особую роль. Проведенный опрос показал, что около 14% респондентов реализовывали стратегию перехода к технологиям нового уклада в производствах, обеспечивающих выпуск базовой продукции. Более половины промышленных предприятий придерживались стратегии "точечных" базисных процесс-инноваций. Значительной оказалась также доля улучшающих процесс-инноваций, то есть совершенствования технологий без изменения технологических принципов и решений, на которых основывается производство. Проведенное обследование показало, что в целом по промышленности идет процесс накопления морально устаревшего оборудования и большая часть средств расходуется на его поддержание в работоспособном состоянии.

Анализ мотиваций и целей обновления технологической базы производства, в результате исследования показал, что рыночные факторы оказывают сильное воздействие на принятие решений об освоении процесс-инноваций. Главным фактором, стимулирующим технологические изменения, стало обеспечение большей гибкости производства (43,5% респондентов). Это напрямую связано с необходимостью быстрого приспособления к меняющемуся спросу на товарных рынках, с общей неопределенностью переходного периода. Экономия энергоресурсов и снижение материальных затрат оказались следующими по значимости факторами, стимулирующими внедрение технологических инноваций. К факторам, тормозящим освоение технологических и продуктовых инноваций в промышленности относятся, прежде всего, нехватка собственных финансовых ресурсов и высокие ставки по кредитам коммерческих банков, "сжатие" внутреннего спроса и экономический риск освоения новой продукции. Кроме того, около 14% респондентов испытывали такие проблемы, как недостаток кадров требуемой квалификации и неготовность технологически сопряженных производств поставлять комплектующие и сырье необходимого качества.