

К ВОПРОСУ О ФАКТОРАХ, СДЕРЖИВАЮЩИХ ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2011 А.В. Ильдяков

Филиал Южно-Уральского государственного университета, г. Нижневартовск
E-mail: rastral@inbox.ru

Переход к рыночной экономике требует существенного повышения гибкости производства и восприимчивости к инновациям. Инновационная активность российских предприятий низка. Выходу из подобной ситуации может способствовать активизация инновационной деятельности на микроуровне.

Ключевые слова: инновационная деятельность, активизация инновационной деятельности, инновационная политика, эффективность.

Динамичный экономический рост является важнейшим фактором конкурентоспособности страны в рыночной системе. В процессе совершенствования рыночной модели хозяйствования приоритетное внимание должно быть уделено развитию производства на новой технической основе, активизации инновационной деятельности по воплощению результатов научно-технических разработок в производство, созданию новых технологических процессов и перестройке на современной научно-технической основе всех отраслей материального производства и сферы обслуживания.

Опыт предприятий-лидеров наглядно свидетельствует, что развитие инновационной деятельности является неизбежным, оно обеспечивает поддержание высокой эффективности производства. Инновации условно можно разделить на два уровня: к первому относятся новые открытия, изобретения, идеи, впервые внедряемые в производство, инноваторы, которые внедряют их, получают первичное превосходство; ко второму принадлежат изобретения, ноу-хау, идеи и открытия, внедряемые повторно. Если инновации первого уровня могут и не внедряться на всех предприятиях, то второго - обязательны для всех предприятий, желающих выжить в условиях конкуренции. Этим и определяется актуальность проблемы развития инновационной деятельности практически для всех предприятий и организаций¹.

Переход к рыночной экономике требует существенного повышения гибкости производства и восприимчивости к инновациям. Вновь создаваемые предприятия наукоемкого сектора, в отличие от обычных, ориентируются на полный цикл, включающий в себя вначале стадию НИОКР и освоения производства новых продук-

тов и услуг. Поэтому они создают перспективные исследовательские группы. На завершающей стадии предусматривается послепродажное сервисное обслуживание. Это делает их более мобильными и позволяет учесть как постоянно меняющиеся запросы рынка, так и последние достижения науки и техники.

Недостаточное внимание к инновациям не только приводит к падению объемов продаж, что происходит сегодня, но и, главное, является базисом глубокого глобального кризиса в будущем.

Современное производство характеризуется инновациями и стремлением использовать более совершенную технологию, новые товары и услуги. Внедрение в производство новых технологий (микроэлектроники, биотехнологии, новых материалов) вызывает необходимость приведения содержания и организации производства, квалификации и образовательного уровня персонала в соответствие с усовершенствованными технологическими системами².

В настоящее время можно выделить следующие виды инновационной деятельности, характерные для российских предприятий:

- модернизация существующих и освоение новых видов продукции (замена материалов, изменение технологии оказываемых услуг);
- совершенствование технологии производства (приобретение новых машин и оборудования, совершенствование применяемых технологий производства, унификация и стандартизация оснастки и инструментов, приобретение и разработка собственных программных средств);
- технологическая подготовка нового производства.

На практике предприятие собственными специалистами в области информационных тех-

нологий для разработки компьютерных программ, позволяющих унифицировать ведение внутренней отчетности, как правило, не располагает. Поэтому при подготовке информации, необходимой для принятия управленческих решений, достаточно широко используется ручной труд, т.е. наблюдается малая степень автоматизации данных процессов.

Кроме того, сложно проследить структуру затрат по направлениям инновационной деятельности предприятия, поскольку учет, как собственно и целенаправленное планирование таких затрат, в группе компаний отсутствует.

Источниками финансирования данного вида затрат на обновление, как правило, являются собственные средства группы компаний, а также кредитные ресурсы. Кредиты банка используются преимущественно для реализации небольших краткосрочных проектов с высокой нормой доходности.

В качестве источников информации для формирования инновационной политики предприятия выступают: внутренние источники организации, поставщики оборудования, материалов, потребители услуг, научно-техническая литература, конференции, Интернет, прочие источники.

В настоящее время имеют место следующие проблемы управления инновациями на предприятиях:

- сокращение затрат на инновации, вызванное практически полной ликвидацией инвестиций не только в научную сферу, но и в техническое перевооружение, обновление производства и продукции;

- нарастание темпов отставания от мирового уровня научно-технического прогресса по широкому спектру качественных параметров развития техники;

- резкое сокращение численности научно-исследовательских групп, коллективов, школ и институтов, широкомасштабная "утечка мозгов" за рубеж;

- недостаток собственных денежных средств;
- недостаток финансовой поддержки со стороны государства;

- высокий экономический риск, связанный с неопределенностью экономической целесообразности использования инноваций;

- отсутствие стимулирующего воздействия на работников предприятия по активизации инновационной деятельности;

- отсутствие гибкости в работе существующих материально-технических, производственно-экономических и социально-организационных структур;

- чрезмерная длительность инновационных процессов во времени (особенно на заключительной стадии жизненного цикла инноваций);

- ограниченность внедрения и распространения инноваций;

- чрезвычайно низкий удельный вес радикальных инноваций в общем объеме;

- отсутствие заинтересованности в инновациях в силу функциональной ориентации предприятий;

- практически полное прекращение инвестиционной подпитки программ технического перевооружения и модернизации производства за последние почти 10 лет, развал отраслевой академической и вузовской науки, отсутствие разумной промышленной и научно-технической политики, что поставило во главу угла проблему фактической выживаемости наукоемкого сектора.

В высокоразвитых странах действуют хорошо отлаженные механизмы рыночного регулирования, такие, как избирательное налогообложение, гибкая амортизационная политика, методы борьбы со сверхконцентрацией производства и монопольным владением сбыта, режим стимулирования развития мелких предприятий для быстрого реагирования на достижения НТП и меняющиеся запросы рынка и т.д. В России же создание рынка проходило без участия данных инструментов. Следовательно, значительную актуальность приобретает вопрос активации инновационной деятельности предприятий.

Инновационная политика предприятия представляет собой определение руководством предприятия и его научно-технических подразделений целей инновационной стратегии и механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и проектов предприятия³.

Существуют два подхода к разработке и реализации научно-технической политики и процессу внедрения инновации на предприятии.

Первый - когда движущими силами процесса являются фирмы-инноваторы, первыми внедряющие инновации на своих предприятиях; их действия стимулируются возможностью получения временных значительных прибылей. Данный подход связывает внедрение и последующее распространение инноваций с возможностью либо

быстрого и существенного снижения издержек производства, либо скорого рыночного успеха, проявляющегося в резком росте спроса. При этом НТП представляет собой скачкообразное, прерывистое изменение технологии, замену прежних товаров новыми.

Второй - когда процесс внедрения и последующего распространения инноваций связан прежде всего с возможностью первоначального обеспечения лишь какого-то небольшого сегмента рынка и получения минимальной прибыли на этой основе. В дальнейшем научно-техническая политика совместно с политикой маркетинга ориентируется на последующее завоевание, может быть, и долгое, значительно большей доли рынка, что должно соответственно привести в будущем к увеличению прибыли. Такая научно-техническая политика предполагает наличие у предприятия долгосрочной и устойчивой стратегии в области НТП. При этом в расчет принимается не только рынок конкретной инновации, но и возможность развертывания сопряженных производств (это особенно важно при внедрении принципиально нового продукта, воздействующего на широкий спектр производственных и личных потребностей). При таком подходе НТП (в рамках отдельного предприятия) рассматривается не как скачкообразный процесс, а скорее как непрерывный процесс⁴.

На практике при разработке научно-технической политики предприятия, как правило, выделяют четыре функциональные области (между которыми существуют широкие зоны перекрытия) управления инновациями:

- исследования и разработки;
- управление качеством и сертификация в соответствии с составом и объемом элементов ГОСТа;
- создание обновленной производственной базы;
- освоение рынка инноваций.

На практике при формировании научно-технической политики предприятия принятие решений о необходимости реализации инновации и выпуске на ее основе нового изделия (переход на новую технологию) является трудной задачей. Даже при создании изделий с относительно небольшой степенью новизны возникают сложности при выборе наиболее предпочтительного варианта их изготовления и распространения. Еще труднее принимать решение о производстве принципиально нового продукта.

Каждая вновь появившаяся идея, как свидетельствует опыт, является результатом:

- выявления новой потребности (возможности или проблемы), например идеи производства новой продукции или применения нового производственного процесса;
- выявления способа, посредством которого может быть удовлетворена известная потребность или реализована имеющаяся возможность.

Весьма важно также учитывать и то, что в действительности для потенциального пользователя инновации важнейшим фактором является сокращение времени разрыва между открытием и инновацией.

Также можно выделить степени потребности в инновациях, которые целесообразно учитывать при формировании научно-технической политики предприятия:

- предвосхищаемая потребность, возникающая в случае, когда крайне необходимая и конкретная потребность ощущалась потенциальными пользователями до появления инновации и когда действия были направлены на сокращение временного разрыва;
- потребность, появившаяся только после открытия или изобретения;
- потребность, которая не возникала длительное время после открытия или изобретения;
- негативная потребность, или фактический отказ, появляющаяся в случае, когда одна из групп потенциальных пользователей отрицает потребность и задерживает инновацию.

Проблема выявления потребности в инновации значительно упрощается при использовании процессной ориентации предприятия. Это значит, что все разработки на предприятии координируются с соответствующими разработками, проводимыми на предприятиях-клиентах.

Однако развитие инновационной деятельности на предприятиях по тому или иному направлению осуществляется только тогда, когда она является частью общей стратегии развития. В противном случае инновационные процессы будут несистемны, управление инновационными процессами будет осуществляться локально и поэтому не даст ощутимых результатов.

Инновационная стратегия большинства российских предприятий как таковая отсутствует, а это значит, что отсутствуют и четко сформулированные цели по данному направлению деятельности, а также мероприятия, способствующие

достижению обозначенной стратегии. В связи с этим работники и руководство не имеют индивидуальных целей в рамках инновационной стратегии, кроме ежегодных плановых заданий, что не позволяет в полной мере реализовать все имеющиеся ресурсы и резервы повышения эффективности.

Все реализуемые на предприятии нововведения имеют преимущественно локальный характер, т.е. вносят изменения и улучшения в отдельных звеньях технологического процесса, и не оказывают существенного влияния на конечные результаты производства.

Немаловажным является то, что в системе отчетности большинства российских компаний совершенно отсутствует отчетность по инновационной деятельности. Из общего объема выручки не выделяется доля, приходящаяся на инновационную продукцию. Также не ведется учет затрат на инновационную деятельность. По этим причинам проблематично определить финансовые результаты и эффективность инновационной деятельности как по уже реализованным инновационным мероприятиям, так и планируемым в предстоящей перспективе. Следовательно, руководители не имеют достаточной аналитической базы для принятия обоснованных управленческих решений о дальнейшем развитии группы компаний.

Активизация инновационной деятельности может стать основным направлением повышения эффективности функционирования российских компаний.

Любые мероприятия, способствующие реализации инновационной стратегии, связаны с высокими рисками, поэтому информация, на основании которой принимаются такие решения, дол-

жна быть максимально точной и объемной. Для принятия эффективных управленческих решений в направлении инновационного развития лицу, принимающему управленческие решения, требуется наличие наиболее полных сведений о сущности того или иного инновационного мероприятия.

При выборе направления инновационного развития предприятий следует исходить из имеющихся технико-экономических возможностей, отраслевой принадлежности и прочих факторов. Оценка инновационной деятельности позволит предприятиям объективно оценивать свои внутренние возможности, чтобы успешно заниматься инновационной деятельностью, тем самым способствовать повышению эффективности функционирования предприятий, повышению конкурентоспособности.

Несмотря на наметившиеся позитивные тенденции, инновационная активность на российских предприятиях крайне низка. Выходу из подобной ситуации может способствовать активизация инновационной деятельности на микроуровне, это требует разработки и реализации соответствующих мер по активизации инновационной активности, применения стратегического управления инновациями в промышленности на уровне конкретного предприятия.

¹ Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. М., 2005.

² Основы инновационного менеджмента: учеб. пособие / В.В. Кокосов [и др.]; под общ. ред. В.В. Кокосова. М., 2009.

³ Там же.

⁴ Инновационный менеджмент: учеб. пособие / под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. М., 2003.

Поступила в редакцию 04.12.2010 г.