

РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ

Соболева Дарья Юрьевна

студент, Северо-Западный институт управления (филиал) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Россия, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В статье рассматриваются стратегии развития инновационного потенциала организации, роль нововведений в производственно-хозяйственную деятельность фирмы, а также существующие проблемы развития инновационного потенциала российских предприятий и пути их решения.

Ключевые слова: инновационный потенциал; конкурентные преимущества; нововведения; инновационная деятельность.

Ключевым фактором успешного функционирования любой системы современной организации является ее непрерывное развитие, которое представляет собой приобретение компанией характеристик, способствующих повышению ее устойчивости и роста.

В современном мире руководство любого предприятия нацелено на современные технологии, которые позволяют выпускать новые виды продукции высокого качества, минимизируя затраты. В противном случае, данная компания будет отставать от своих конкурентов, что приведет к потере клиентов и уменьшению прибыли, и впоследствии покинет рынок. Исходя из этого, следует, что эффективность фирмы в большой степени зависит от ее инновационного потенциала, представляющего собой основу деятельности по разработке и реализации нововведений.

Главным фактором коммерческого успеха является обладание конкурентных преимуществ, однако для этого любая компания должна иметь соответствующую стратегию, представляющую собой комплексные инструменты регулирования [4]. Можно классифицировать данные стратегии следующим образом:

- бизнес-стратегии;
- корпоративные стратегии;
- операционные стратегии.

Анализируя действия российских и зарубежных компаний, можно разделить стратегии следующим образом: активное развитие и адаптационная стабилизация.

Стратегия активного развития нацелена на увеличение оборота, доли рынка, активов компании. Однако существует ряд рисков, к которым относятся:

- несоответствие внешним условиям развития рынков;
- высокая вероятность потерь по причине ухудшения качества активов из-за быстрого роста;
- низкая эффективность компании при избыточном финансировании;
- снижение управляемости.

Выбирая метод формирования конкурентной стратегии требуется опираться на ключевые

критерии:

- оптимальность принимаемых решений;
- непротиворечивость с ранее установленными целями;
- полнота, охватывающая все необходимые сферы компании.

Поскольку, как было отмечено ранее, важным условием реализации стратегии фирмы является преобладание конкурентных преимуществ, нужно выбрать тот вариант их формирования, которые даст возможность завоевать выбор потребителей и достигнуть приемлемого финансового результата. Разработка эффективной стратегии должна начинаться с понимания не только преимуществ своей компании, но и ее недостатков и слабых мест.

Основной задачей системы управления инновациями на предприятии должно являться внедрение наиболее гибкой системы планирования и стимулирования нововведений, ускорение создания и реализации новых видов продукции благодаря специализации работ. Этого можно достичь путем распределения соответствующих отделов по разным уровням структуры организации и внедрения определенной методики их взаимодействия друг с другом. Приведенный подход показывает высокий уровень специализации производственных отделений компании, также он предполагает отдельное планирование, проектирование и финансирование новых товаров. Эту модель широко используют во многих крупных компаниях.

Интегрированная система управления инновационным процессом в организации включает [2]:

- создание специализированных комитетов по выбору научно-технической политики;
- формирование центральных служб производства новых продуктов;
- выделение целевых групп по разработке и реализации новых видов продукции;
- повышение значимости НИОКР в производственной деятельности фирмы;
- формирование фондов стимулирования инноваций;
- обеспечение консультационной помощи в области нововведений.

Разберем вышеуказанные компоненты более детально. В составе советов и комитетов по определению научно-технической политики компании должны присутствовать руководители служб НИОКР и отдела маркетинга, руководители производственных отделений. Их задача будет заключаться в определении стратегических направлений нововведений и предложениях принятия оптимальных решений по управлению предприятием.

Координацией разработки и реализации инноваций занимается центральные службы производства новых продуктов в рамках реализации единой стратегии по нововведениям и технической политики компании. Данная служба позволит обеспечить необходимый контроль инновационной деятельности, которую проводят подразделения организации, и содействовать процессу внедрения в производство инноваций.

Формирование специализированных отделов для координации инновационной деятельности, задачами которых будут увязка целей технического развития компании, создание планов и программ, мониторинг производства и внедрения новых видов товаров, поможет решить проблему маркетинговой поддержки высокотехнологичных товаров. Высокая роль данных отделов обуславливается внедрением нового для потребителей товара, что означает неопределенность поведения покупателей на рынке.

Также помогут увеличению эффективности инноваций поспособствуют проектно-целевые группы по НИОКР и производству новых видов продукции, благодаря которым возможно обеспечение комплексного выполнения работ по созданию и реализации определенных разработок. К их задачам относится организационно-экономическая подготовка производства, а именно: обеспечение необходимым оборудованием, работниками с нужной квалификацией, всеми ресурсами, информационной системой.

На данной стадии поднимаются вопросы специализации и кооперирования цехов, составляется план обслуживания рабочих мест, происходит формирование

инструментального, ремонтного, транспортного, складского хозяйств, ведутся расчеты всех необходимых материальных, трудовых, финансовых нормативов, назначаются цены на новый товар.

Отдел планирования технической подготовки производства является частью вышеописанных проектно-целевых групп, функциями которого являются: составление высокоперспективных планов выпуска новой продукции; проверка графиков, которые разрабатываются техническими службами фирмы; проектирование работ по внесению изменений в действующее производство; составление отчетных данных о ходе деятельности компании.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что создание и сама реализация эффективной стратегии развития инновационного потенциала любой современной фирмы являются сложно структурированным процессом взаимодействия ранее существующих компонентов системы с новыми. Данный процесс характеризуется наличием конкретных стадий и четкой координацией главных этапов и играет значительную роль на дальнейшее развитие компании.

Список литературы:

1. Казимиров Ж.Н., Боголюбов Р.А. Устойчивое развитие и современность: монография. / Под. общ. ред. Л.А. Лыкова. М.: Свет, 2009.
2. Квинт В. Л. Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке / учебное пособие для студентов вузов, слушателей бизнес-школ, школ государственного и общественного администрирования, обучающихся по направлению 080100.68 "Экономика" / Владимир Квинт. Москва, 2012. 627 с.
3. Козырев А. А. Реализация конкурентных преимуществ региона в стратегии инновационного развития // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. № 6. С. 315-323.
4. Чумаков А.Г. Инновационный потенциал предприятия и его роль в антикризисном управлении // Современные наукоемкие технологии. 2013. №10(1). С. 121-123