

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время актуальной стала тема инновационного развития предприятий. Именно в этом видится перспектива возрождения экономики и превращения ее в конкурентоспособную «сущность».

Все теории указывают на то, что инновации являются источником развития лишь при условии активного и эффективного их использования, а также создания благоприятной среды для их инициирования (рождения).

От состояния ИП зависит выбор и реализация инновационной стратегии, и поэтому его грамотная оценка очень важна.

В ЛНР отсутствует предпринимательский подход к инновациям. Преобладает приоритет имитационных схем освоения новшеств, что приводит к реализации сценария «догоняющего развития». ИП при этом понимается лишь как способность предприятий к восприятию чужих новых идей и имитации новых технологий, разработанных в других странах.

В целом под ИП предприятия следует понимать все его ресурсы, которые можно использовать для инновационных процессов: материальные, финансовые, кадровые, информационные, организационные и технические. ИП персонала связан со способностью работников вырабатывать и эффективно реализовывать и свои и сторонние новые идеи и проекты [1].

ИП предприятия и персонала — это ключевой фактор будущего успеха фирмы. Вопрос стратегии развития — это всегда вопрос изменений, более или менее радикальных. Непрерывный поиск перспективных идей и направлений создает необходимую базу для осуществления оптимального выбора.

Предприятие, которое обладает значительным ИП и/или осознано стремится его формировать и развивать, можно назвать инновационным (инновационно-восприимчивым). Инновационность предприятия является важным конкурентным преимуществом, ибо позволяет своевременно защитить бизнес от назревающих угроз со стороны внешней среды через систему опережающего и непрерывного поиска новых возможностей выживания и развития. При этом усиливаются адаптивные способности предприятия, расширяется горизонт принятия управленческих решений, возрастают разнообразие и вариативность продуктов и технологий. Рынок всегда меняет отношение к предприятию на более позитивное, если оно становится более интересным, разнообразным и креативным (инновационным).

Таким образом, ИП предприятия можно рассматривать, как меру его готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленных инновационных целей. Которые выступают как глобальная стратегия предприятия, как средство достижения более высоких целей: получение достаточно высокой прибыли в долгосрочной перспективе, сохранение, а затем и повышение конкурентных возможностей на рынке или в борьбе за госзаказ, решение кризисной проблемы и проблемы выживания в целом. Необходимо перевести потенциал предприятия из одного состояния в другое, более высокое, достаточное для достижения цели. В настоящее время все большее значение приобретает способность фирмы быстро приспособливаться к меняющимся технике и технологии, осваивать новые виды продукции и рынки сбыта. В связи с этим становится важной оценка ИП предприятия, т. е. способности к освоению нововведений при существующем уровне техники, технологии и организации производства.

Для построения прогнозов, составления планов, принятия эффективных решений необходимо располагать объективной информацией о возможностях предприятия в достижении определенных целей в различных направлениях деятельности.

Развитие инновационного предприятия как целого может осуществляться только через развитие компонентов его внутренней среды, поэтому необходим анализ внутренней среды организации.

В зависимости от основной задачи оценки ИП, применяется одна из двух возможных методик: детальная или диагностическая.

Детальный анализ проводится в основном на стадии обоснования инновации и подготовки проекта ее реализации и внедрения.

Ограничение в сроках, отсутствие специалистов, способных проводить системный анализ, отсутствие информации об организации (особенно при анализе ИП конкурентов) заставляют использовать диагностические подходы к оценке ИП организации. Проведение диагностического анализа требует определенных навыков и информационной базы. В качестве диагностических параметров используется доступная информация, характеризующая различные стороны деятельности компании (численность сотрудников, средний уровень з/п, производительность труда, себестоимость продукции, качество продукции и услуг и т. д.).

Для самостоятельной оценки ИП предприятия разработаны специальные вопросники, написаны программы и модули для оценки перспектив создания новых изделий и развития новых услуг своей компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что инновационная деятельность создает не только будущий облик компании, определяя ее технологии, выпускаемые продукты, потенциальных потребителей, окружение, но и основу ее конкурентной позиции, а значит и стратегической позиции на рынке.

Список литературы

1. Паршуков, Д. Инструменты оценки инновационного потенциала : моногр. / Д. Паршуков, Д. Ходос. — М., 2013. — 120 с.