

Васильева Зоя Андреевна

доктор экономических наук,
профессор кафедры экономики
и управления бизнес-процессами
Сибирского федерального университета

Федоров Александр Альбертович

магистрант
Сибирского федерального университета

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Аннотация:

В статье рассматривается инновационная активность предприятия. Названы основные направления в области развития инноваций, факторы, стимулирующие инновационную активность, и условия, сдерживающие инновационную активность. Определено содержание элементов инновационной активности.

Ключевые слова:

инновационная активность, инновация, стратегия, фактор, рынок инноваций, конкуренция.

Vasilyeva Zoya Andreyevna

PhD in Economics,
Professor, Economics
and Business Management Department,
Siberian Federal University

Fedorov Alexander Albertovich

Applicant for a Master's Degree,
Siberian Federal University

THE MODES OF INNOVATIVE ACTIVITY IMPROVEMENT OF ECONOMIC ENTITIES

Summary:

The article deals with the innovative activity of a company. The author names the main areas of innovations development, the factors that encourage the innovative activity, and the conditions that constrain it. The content of the innovation activity elements is defined.

Keywords:

innovative activity, innovation, strategy, factor, market of innovations, competition.

Совокупность мероприятий того или иного субъекта, которая будет направлена на создание нововведений, а также их освоение и введение более новых и совершенных методов, форм и организации представляют собой инновационную активность. Именно такого рода активность дает определенную характеристику результатам деятельности организаций, с помощью которой можно получить ответ на вопрос о разности результатов при совпадающих планах, при одинаковой стратегии и стремлении к одной цели.

Инновационная активность должна иметь долгосрочную перспективу, тактику и последовательность действий, которая будет обеспечивать определенную динамику. При разработке плана действий предприятие должно определить качество инновационной стратегии, уровень ее конкуренции, привлеченные для реализации средства, а также следует учесть реакцию конкурентных фирм и ту скорость, с которой будут протекать инновационные изменения [1].

Любое поведение фирмы на рынке инноваций относят к одной из групп: активное инновационное поведение создания новых рынков и пассивное следование за рынком.

К активному поведению относят реакцию на любое изменение внешней среды в отношении технологических инноваций. Фирма, выбрав определенные стратегии, должна выбрать технологическую идею, которая будет являться одним из главных факторов, который приведет к успеху. Если инновация будет воплощена в новый вид продукта, который будет являться новым на рынке, то такая стратегия представляет собой стратегию лидерства. Если же продукт будет новым только для компании, но не для рынка, такая стратегия называется имитационной.

Пассивная стратегия является новшеством в сфере маркетинга. Стратегия инноваций в сфере выявления новых качеств товара и его конкурентных преимуществ, сегментация, а также новые методы в завоевании новых групп – все это относится к пассивным стратегиям. Также сюда можно отнести новшества в методах сбыта продукции и новую коммуникационную политику [2].

Организации осуществляют свою деятельность в следующих основных направлениях в области развития инноваций:

- механизация и автоматизация производственного процесса;
- производство и использование продуктов химического происхождения, применение различных химических методов, материалов и процессов, иначе называемых процессами химизации;
- введение в эксплуатацию совершенно новых материалов;
- применение инновационных технологий;
- внедрение электроэнергии в наибольшее количество отраслей, называемое электрификацией;

– обширное применение электроники, получившее название электронизации.

Помимо этого, одним из немаловажных факторов является конкуренция и ее динамика. Любое предприятие будет стремиться вырваться вперед, будет учиться, как можно угадать изменения в пожеланиях и предпочтениях потребителей, а также искать новые рынки и заниматься преобразованием старых. Но все понесенные предприятием издержки будут рассматриваться как вложения для обеспечения достижения лидерства на рынке.

Еще одним значимым фактором является получение возможной прибыли от нововведений, которая стимулирует инновационную активность.

Однако существуют условия, которые в свою очередь сдерживают активность. К одним из них относится нехватка собственных финансовых средств и их утрата в то время, когда происходят экономические реформы. Более того, существующие высокие ставки по кредитам также приводят к снижению инновационной активности. В связи с этим лишь каждое двадцатое предприятие способно будет выпустить ту или иную продукцию, которая будет соответствовать всем требованиям на современном рынке. Изношенное и устаревшее оборудование тоже неблагоприятно сказывается на активности, как и разрушение кадрового потенциала организации.

К факторам, сдерживающим и касающимся непосредственно производственной деятельности, в первую очередь можно отнести [3]:

- низкую информированность о рынках сбыта и нововведениях в технологии;
- медленный темп внедрения инноваций и их освоение;
- нехватку квалифицированных кадров и т. п.

Таким образом, элементы «инновационной активности» имеют следующее содержание [4]:

– к уровню привлеченных вложений капитала можно отнести ту способность, которую проявляет руководитель для привлечения капиталовложений, требуемых в объеме и приемлемых по источникам;

– внешняя среда, потенциал, цели и другие стратегии фирмы должны соответствовать предназначению;

– руководство должно уметь привлекать потенциал – как очевидную, так и скрытую его части;

– состояние организации, как и состояние внешней среды, должны соответствовать уровню тактической или стратегической активности;

– инновационные методы должны быть направлены на получение таких результатов, которые будут создавать конкуренцию на рынке;

– темпы при разработках и воплощении инновационных стратегий должны быть максимально быстрыми.

Для того чтобы управлять инновационной активностью и уровнем ее повышения, следует разграничить и установить влияние как внешних факторов, так и внутренних. Внутренние факторы подразумевают прежде всего мотивацию и стимулирование не только специалистов, но и руководства организации, их осведомленность и открытость организации в целом. К внешним факторам относится нестабильная внешняя среда, которая включает в себя конкуренцию в области инноваций, инвестиционные условия, и инновационная активность со стороны региональной, федеральной, муниципальной власти в области финансовых, налоговых, правовых отношений.

Учет всех этих факторов благотворно влияет на формулировку направлений в стратегии инновации. В свою очередь инновационная стратегия позволит предприятию выйти на новый уровень, повысить собственную конкурентоспособность, а также способствует расширению ассортимента товаров и продукции.

На данный момент инновационная деятельность характеризуется низким уровнем инновационной активности во всех направлениях, а что касается технологических процессов, то этот уровень занимает одно из последних мест [5]. Именно эти характеристики являются результатом того, что собственный научно-технический потенциал является слабым.

Полное удовлетворение потребителей в разнообразии продукции и услуг высокого качества тоже обеспечивают инновации. Инновации должны дать в результате интенсивное развитие, а также способствовать внедрению последних достижений и разработок в науке и технике в производство и непосредственно в производственный процесс.

Ссылки:

1. Проблемы повышения инновационной активности организаций [Электронный ресурс]. URL: http://studopedia.net/5_8700_tema--problemi-povisheniya-innovatsionnoy-aktivnosti-organizatsiy.html (дата обращения: 21.05.2015).
2. Инновационная стратегия развития предприятия [Электронный ресурс]. URL: http://studme.org/15941024/investirovanie/innovatsionnaya_strategiya_razvitiya_predpriyatiya (дата обращения: 21.05.2015).
3. Инновационная активность – сущность и пути повышения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jourclub.ru/3/165/> (дата обращения: 21.05.2015).
4. Там же.
5. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием : учеб. пособие. М., 2008. 455 с.

References:

1. *Problems of increasing innovation activity of organizations* 2015, retrieved 21 May 2015, <http://studopedia.net/5_8700_tema--problemi-povisheniya-innovatsionnoy-aktivnosti-organizatsiy.html>.
2. *Innovation strategy of enterprise development* 2015, retrieved 21 May 2015, <http://studme.org/15941024/investirovanie/innovatsionnaya_strategiya_razvitiya_predpriyatiya>.
3. *Innovation activity - the essence and ways to improve* 2015, retrieved 21 May 2015, <<http://www.jourclub.ru/3/165/>>.
4. *Innovation activity - the essence and ways to improve* 2015, retrieved 21 May 2015, <<http://www.jourclub.ru/3/165/>>.
5. Zaitsev, NL 2008, *Economy, organization and management of the enterprise: textbook*, Moscow, 455 p.