

ИННОВАЦИИ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Основным движущим механизмом свободной экономической деятельности является рынок. Переход к рыночным отношениям не может быть осуществлен без активизации инновационной деятельности предприятий, которая является одной из основных сфер деятельности любого предприятия.

Увеличение оборота и рост производства на малых и средних предприятиях решающим образом зависят от инноваций. Предпосылкой для выживания этих компаний на рынке служат новые и улучшенные товары и услуги. Убыстряющиеся изменения запросов клиентов, меняющиеся требования к качеству, короткие жизненные циклы продукции и возрастающие темпы ее обновления приводят к тому, что производственные программы малых и средних предприятий должны быстро перестраиваться. Инновации становятся ключевым стратегическим параметром развития любого предприятия и экономики в целом.

Конечной целью инновационной деятельности является практическая реализация новых решений, т.е. нововведения, составляющие основу успеха рыночной стратегии предприятия. Именно опираясь на гибкий механизм нововведений, предприятия получают возможность поддерживать конкурентоспособность своей продукции и владеть инициативой в формировании спроса. Так как обеспечить спрос на свою продукцию в настоящее время можно только за счет освоения продукции, которая будет обладать подлинной новизной, наиболее полно удовлетворять запросы потребителей по количеству, качеству, срокам предоставления.

Таким образом, к **инновациям** относятся все изменения (новшества), которые впервые нашли применение на предприятии и приносят ему конкретную экономическую и/или социальную пользу [1]. Поэтому под инновацией понимается не только внедрение нового продукта на рынок, но и целый ряд других нововведений:

- новые или улучшенные виды продукции (продуктовые инновации);
- новые или улучшенные услуги (инновации услуг);
- новые или улучшенные производственные процессы и технологии (процессные и технологические инновации);
- измененные социальные отношения на предприятии (социальные или кадровые инновации);
- новые или улучшенные производственные системы.

Эти виды инноваций в практике предприятия переплетаются между собой. В условиях современных технологических, хозяйственных, организационных и социальных изменения в производственных процессах вообще неотделимы друг от друга.

Определяющими для инноваций являются следующие признаки:

- они всегда связаны с хозяйственным (практическим) использованием оригинальных решений. В этом заключается их отличие от технических изобретений;
- дают конкретную хозяйственную и/или социальную выгоду для пользователя. Эта выгода предопределяет проникновение и распространение инновации на рынке;
- означают первое использование новшества на предприятии независимо от того, применялось ли оно где-либо ранее. Иначе говоря, с точки зрения отдельной компании даже имитация может иметь характер инновации;
- нуждаются в творческом подходе и связаны с рисками. Инновации не могут созда-

ваться и внедряться в ходе рутинных процессов, а требуют от всех участников (руководителей и сотрудников) ясного понимания необходимости в них и творческих способностей.

Успех деятельности предприятия на рынке определяется конкурентоспособностью производимых товаров. Поэтому не случайно вопросы оценки уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции являются неотъемлемой частью системы управления производством и реализацией продукции предприятия. Такой подход дает возможность своевременного принятия решений об оптимальных изменениях товарного ассортимента, необходимости поиска новых рынков, разработки новых изделий.

Успешное функционирование предприятий может быть достигнуто только при условии реализации произведенной продукции и получения прибыли в объеме, достаточном для обеспечения устойчивого дальнейшего развития. Чем выше конкурентоспособность выпускаемого товара, тем больше возможностей у предприятия для увеличения объема продаж, роста прибыли и занимаемой доли рынка. Следовательно, в конкурентоспособности товара фокусируются основные производственные, коммерческие и финансовые результаты деятельности.

Обеспечить же конкурентоспособность продукции можно только путем использования новейших технологий для выпуска подлинно новой продукции, которая обеспечит удовлетворение установленных или предполагаемых запросов потребителей. В настоящее время открывается свободный доступ отечественных предприятий на мировые рынки, где можно продать свой товар подороже, если он конкурентоспособен, в то же время повышаются требования к качеству производимой в своей стране продукции, спрос на которую заметно растет. Низкое качество продукции приводит к значительным экономическим потерям, так как увеличение выпуска конкурентоспособной продукции обеспечивает выигрыш, противоположная ситуация грозит значительным проигрышем [2].

В настоящее время действуют негативные факторы, сдерживающие инновационную деятельность предприятия: инфляция, неплатежеспособность предприятий, спад производства, разрыв хозяйственных связей и другие. Среди многочисленных проблем, с которыми сталкивается предприятие в процессе осуществления инновационной деятельности, выделяют:

- проблему отсутствия маркетингового подхода к научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам;
- невосприятие стратегии научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ как части общей стратегии предприятия;
- необходимость обоснованного отбора и оценки проектов;
- необходимость финансового управления научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами;
- отсутствие планирования и управления программами научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- недостатки в организации и выполнении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- недостаточная научно-техническая подготовка производства новых изделий;
- неосознание роли научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в обеспечении качества и надежности изделий.

Успешное развитие инновационной деятельности предприятия связано с количественными и качественными показателями его научно-технического потенциала, к которым относят:

- материально-технические, характеризующие уровень развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, оснащенность опытно-экспериментальным оборудованием, материалами, оргтехникой;

- кадровые показатели, характеризующие состав, количество, структуру и квалификацию персонала;
- научно-теоретические, характеризующие результаты поисковых и фундаментальных теоретических исследований, лежащих в основе научного задела, имеющегося на предприятии;
- информационные, характеризующие состояние информационных ресурсов, научно-технической информации; текущей научной периодики;
- организационно-управленческие, включающие необходимые методы организации и управления инновационными проектами, информационными потоками;
- инновационные, характеризующие наукоемкость, новизну и приоритетность проводимых работ, а также интеллектуальный продукт в виде патентов;
- рыночные, оценивающие уровень конкурентоспособности новшеств, наличие спроса, заказов, необходимые маркетинговые мероприятия по продвижению новшеств на рынок и прочее;
- экономические, характеризующие экономическую эффективность новшеств, затраты на проводимые исследования, рыночную стоимость интеллектуальной продукции;
- финансовые, характеризующие инвестиции в НИОКР, нематериальные активы, источники финансирования (возможность выпуска акций и облигаций, привлечения зарубежного и частного инвестора и т.д.).

В современных условиях необходимо добиться ускорения освоения и внедрения новой продукции, в связи с сокращением срока морального старения идей с целью сохранения конкурентоспособности разрабатываемой продукции [3]. Ускорение данного процесса возможно при условии соблюдения следующих *требований*:

- повышения роли планирования в ускорении реализации научно-технических открытий и разработок;
- совершенствования организации производства в период освоения новых изделий;
- активного использования финансово-кредитных рычагов для ускорения создания и внедрения новой продукции;
- совершенствования форм хозяйственных отношений и взаимной экономической заинтересованности и ответственности за выполнение плановых заданий;
- усиления стимулирующего воздействия оптовых цен на улучшение качества изделий, ускорение освоения новой конкурентоспособной продукции;
- улучшения нормирования всех производственных ресурсов;
- способности учитывать риск рыночной неудачи новой продукции и решение вопроса об отказе от нововведения, не нашедшего сбыта на рынке на любой стадии освоения новой продукции.

Основой деятельности должно стать создание производственных систем, способных работать в режиме так называемого нововведенческого конвейера, т.е. постоянного внедрения новых более современных, конкурентоспособных изделий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Водачек Л., Водачкова О. Стратегическое управление инновациями на предприятии. – М.: Экономика, 1989. – 167 с.
2. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – Таганрог: ТРТУ, 1995. – 205 с.
3. Менеджмент организации: Учеб. пособие / Румянцева З.П., Саломатин Н.А. [и др.] – М.: ИНФРА-М, 1996. – 432 с.