

Методика организации инновационной деятельности на предприятии в условиях конкурентной среды
Ракитина К. А.

*Ракитина Ксения Андреевна / Rakitina Ksenia Andreevna – магистрант,
программа: экономика отраслевых рынков, направление: экономика,
кафедра математических методов, информационных технологий и систем управления в экономике,
Тюменский государственный университет, г. Тюмень*

Аннотация: в статье рассматриваются подходы различных авторов к формированию инновационной политики на предприятии. На основании рассмотренных моделей автор предлагает алгоритм организации инновационной деятельности с учетом условий конкурентной среды, адаптированный к рынку прицепной техники. Он позволяет предприятию сформировать портфель инноваций, исходя из трех параметров: инновационный потенциал, конкурентная позиция, этап взаимодействия конкурентной среды и показателей инновационной активности на рынке в настоящее время.

Ключевые слова: инновационная политика, инновационная деятельность, конкурентная среда, инновационный потенциал, конкурентная позиция, инновационная активность.

В условиях постиндустриальной экономики ключевым фактором обеспечения конкурентоспособности фирмы является ее инновационная деятельность. На практике многие фирмы затрудняются наладить эффективную инновационную деятельность в связи с отсутствием методических материалов по способам инновационного развития и включения в инновационный процесс.

Разработку инновационной политики промышленного предприятия необходимо осуществлять поэтапно. В общем виде, различные авторы выделяют 7 этапов формирования инновационной политики [1, 2, 3, 4, 5]:

1. Определение целей и задач.
2. Анализ внешней и внутренней среды.
3. Разработка концепции (синтез информации и определение направлений инновационной деятельности предприятия).
4. Оценка инновационного потенциала предприятия.
5. Формирование портфелей «инноваций» и «инновационных проектов».
6. Формулировка инновационной политики.
7. Реализация инновационной политики.

Автором был предложен алгоритм разработки инновационной политики предприятия, который учитывает условия конкурентной среды и адаптирован к предприятиям-производителям прицепной техники (Рис. 1).

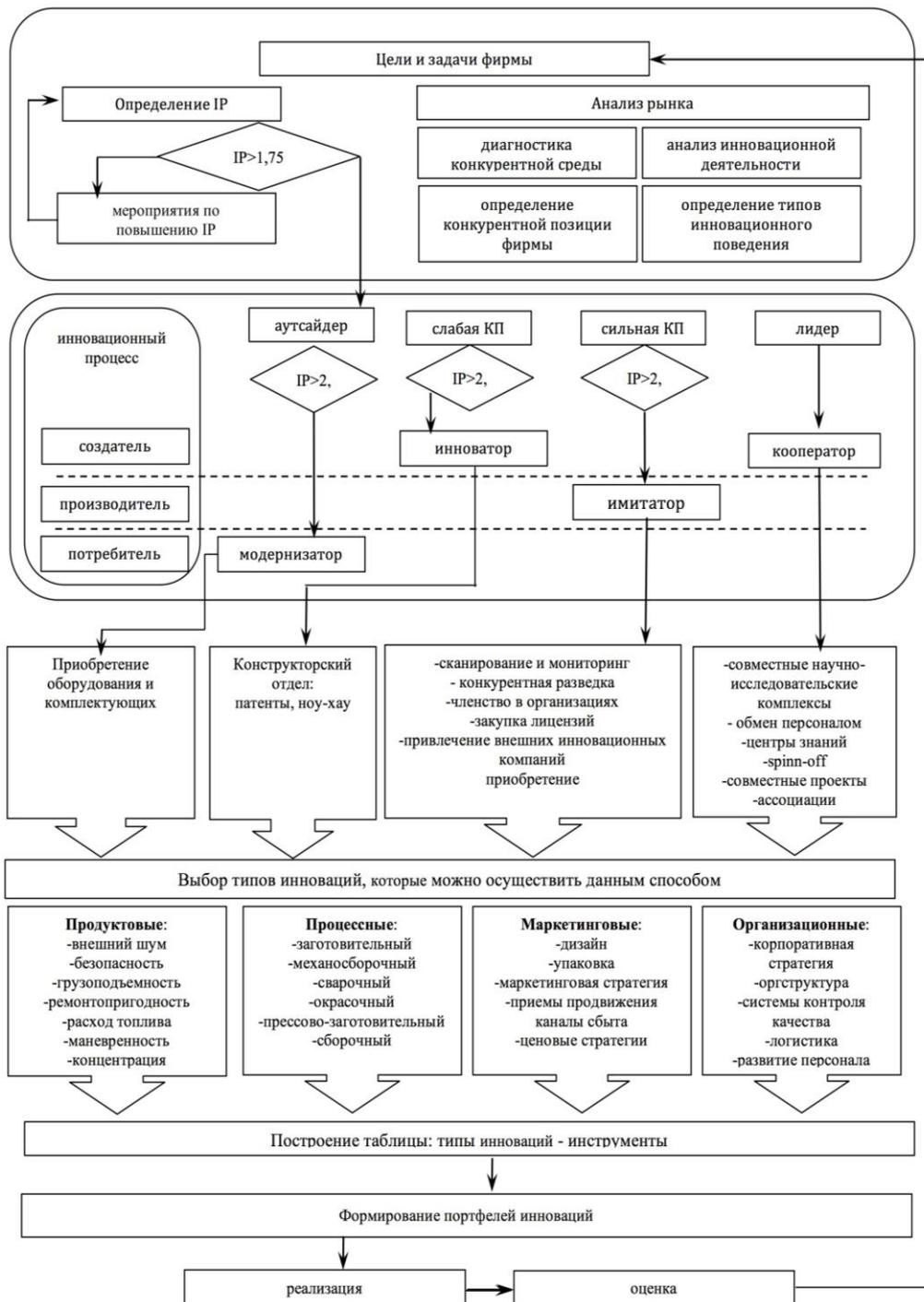


Рис. 1. Алгоритм осуществления инновационной деятельности с учетом условий конкурентной среды

Далее изложены методические рекомендации по использованию данного алгоритма (методические рекомендации по организации инновационного процесса на предприятии). Этапы:

Этап 1. Подготовительный.

1. Определение целей и задач фирмы.

2. Определение инновационного потенциала: если он является низким, то требуется провести мероприятия по его повышению хотя бы до среднего уровня. Если он средний или высокий, то с таким показателем можно переходить ко второму этапу.

3. Параллельно со 2 подэтапом проводится анализ рынка в двух аспектах:

- проводится диагностика конкурентной среды рынка, в ходе которой определяются основные игроки, уровень концентрации, тип рынка и также определяется конкурентная позиция фирмы;
- анализируется инновационная деятельность на рынке: определяются основные компании, занимающиеся инновациями, типы осуществляемых на рынке инноваций, их количество; определяются

типы инновационного поведения предприятий и сопоставляются с их конкурентными позициями. Определяется, на какой стадии цикла «инновационная активность – уровень конкуренции» находится рынок.

Этап 2. Выбор типа инновационного поведения.

- на основании расчета инновационного потенциала фирмы и ее конкурентной позиции выбирается тип инновационного поведения, позволяющий эту конкурентную позицию улучшить. На данном этапе предприятие определяет, на какой фазе инновационного процесса он к нему подключается. Само же соответствие определяется исходя из анализа рынка, проведенного в подготовительном этапе, то есть со временем соответствие определенного типа поведения конкурентной позиции и заданному диапазону инновационного потенциала может измениться.

Этап 3. Выбор инструментов осуществления инновационной деятельности на предприятии.

На данном этапе каждому типу инновационного поведения соответствуют определенные инструменты, среди которых необходимо отобрать те, которые возможно использовать на конкретном предприятии.

Этап 4. Выбор типов инноваций.

На данном этапе выбираются типы инноваций, которые могут быть осуществлены с помощью выбранных на 3 этапе инструментов. Данный этап может быть оформлен в таблице: по горизонтали отображаются инструменты, а по вертикали – типы инноваций. На пересечении определенного инструмента и типа инноваций располагаются конкретные инновации (в том числе процессные, маркетинговые, организационные).

Виды продуктовых инноваций выделены на основе номинаций международного конкурса инноваций прицепной техники “Trailer innovation”. Первая выставка-конкурс была представлена в 2002 году в Ганновере, Германии. Существуют семь премий по следующим номинациям: концепция, шасси, конструкция, компоненты, безопасность, «умный» трейлер, защита окружающей среды.

В соответствии с этим были выделены следующие виды продуктовых инноваций: позволяющие уменьшить внешний шум; повышающие безопасность; повышающие грузоподъемность; позволяющие упростить процесс ремонта; снижающие расход топлива; увеличивающие маневренность; меняющие саму концепцию прицепа; улучшающие саму конструкцию или новые компоненты.

Процессные инновации были выделены в соответствии с характером производственного процесса и типами цехов на предприятиях-производителях прицепной техники. В соответствии с этим, процессные инновации могут вводиться на следующих этапах производства: заготовительный; механосборочный; сварочный; окрасочный; прессово-заготовительный; сборочный.

Маркетинговые и организационные инновации были выделены на основе «Руководства Осло».

Этап 5. Формирование портфеля инноваций.

На данном этапе из полученной таблицы начинают формировать портфель инноваций. Выбирают инновации по следующим критериям: возможность осуществления на данном предприятии, возможный период осуществления, экономическая эффективность. Кроме того, определяются сроки реализации, ответственные, бюджет, необходимые материалы, перечень мероприятий.

Этап 6. Реализация инноваций.

На данном этапе осуществляется реализация тех действий, которые были намечены на предыдущем этапе.

Этап 7. Оценка.

На данном этапе происходит оценка внедренных инноваций с точки зрения тех целей и задач, которые были обозначены в начале процесса.

Кроме этого, предприятие должно определиться с тем, с какой периодичностью будет применяться данный алгоритм на предприятии, как часто будут изменяться цели и задачи, проводиться остальные действия.

Литература

1. *Коробейников О. П., Трифилова А. А., Кориунов И. А.* Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2000-3/04.shtml/> (дата обращения: 25.10.2016 г.).
2. *Олейник-Гарбуз Ю. А.* Формирование методического подхода к организации инновационной деятельности компании на основе концепции открытых инноваций. Автореф. дис. канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2011. 27 с.
3. *Пахомова Н. В. Казьмин А. А.* Структура рынка, технологические возможности и инновационная активность: что важно учесть при модернизации конкурентной политики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=2578/> (дата обращения: 25.10.2016).
4. *Понетайкина Л. А.* Организация и регулирование инновационного развития промышленных

- предприятий. Автореф. дис. канд. экон. наук. Саранск, 2011. 23 с.
5. *Приступа В. В.* Инновационная деятельность промышленного предприятия в экономической структуре рынка. Автореф. дис. канд. экон. наук. Москва, 2008. 23 с.