неразлучные друзья

о механизме взаимного влияния инновационной активности организации и рынка

Выбор правильной предпринимательской стратегии с учетом инновационной активности специалистов (ИАС) позволяет организации своевременно реагировать на изменения параметров, характеризующих этапы жизненного цикла инновационного товара. Сегодня необходимо проводить постоянный мониторинг и анализировать возможности выпуска на рынок инновационного продукта в конкурентоспособное время, удовлетворяющего не только возрастающие запросы потребителей, но и учитывающего постоянные изменения инновационного состояния внутренней и внешней среды предпринимательской структуры.

Мельников О.Н.
д-р. экон. наук, профессор кафедры «Предпринимательство и внешнеэкономическая деятельность» МГТУ им. Н.Э. Баумана

Шувалов В.Н.
соискатель, заместитель начальника финансового отдела ООО НПО «Нефтегазовые системы»

В настоящее время предприятия чаще всего ограничиваются лишь анализом технических и экономических показателей своей конкурентоспособности, а также многочисленными не всегда реалистичными допущениями (прогнозами) изменений рыночной конъюнктуры. Но, самое главное, пренебрежением целым рядом существенных факторов, например, уровнем инновационной активности специалистов, соотношением несобственного и собственного интеллектуально-технологического потенциала организации и др., зависящих от степени совпадения креативных предложений со стороны специалистов организации и креативной способности эти предложения воспринимать со стороны потребителей. А это приводит к тому, что маркетинговые и сбытовые службы предпринимательских структур часто не могут найти адекватные подходы к решению клю-

чевых проблем по удовлетворению и приведению потребительских запросов в соответствие нововведениям при выводе на рынок инновационного продукта.

В результате проведенных исследований нами были проанализированы взаимосвязи между динамикой рыночного спроса на продуктовые инновации и инновационно-креативной активностью специалистов организаций с учетом различных стадий инновационной активности предпринимательских структур *ИАПС*.

При малоактивном (когда организация не успевает) и неактивном (когда она либо сознательно, либо не осознанно сдерживает разработку и внедрение очередных нововведений на рынок) состояниях *ИАПС*, менеджмент компании направляет свои управленческие усилия на накопление инновационно-технологического потенциала специалистов. Это совпадает с моментом возможного повышения финансовой конкурентоспособности фирмы, обеспечиваемого тем, что внедренный ранее на рынок инновационный продукт находится на том участке жизненного цикла товара, который характеризуется определенной финансовой устойчивостью (этап насыщения) и, как следствие, за счет временного снижения затрат на его продвижение на рынок.

Эти стадии *ИАПС* позволяют ей в это время обратить внимание на повышение несобственного инновационно-технологического потенциала, или другими словами дать возможность своим специалистам повышать уровень их образования и навыков.

нами были проанализированы взаимосвязи между динамикой рыночного спроса на продуктовые инновации и инновационной активностью специалистов организаций

При переходе от неактивного к высокоактивному инновационному состоянию возникает предпринимательский риск, связанный с высоким уровнем затрат на создание технологических инноваций следующего инновационного продукта, а также с необходимостью перевода интеллектуально-креативного технологического потенциала специалистов в собственный технологический ресурс организации.

Очевидно, что инновационный товар объективно вызывает у потребителя определенные психологические, финансовые и тому подобные барьеры по его приобретению, в связи с этим уровень спроса на данную продукцию на этапе ее вывода на рынок достаточно низок. Для увеличения спроса, предприниматель вынужден увеличивать трансакционные издержки, активно готовя покупателя, создавая различными информационными и коммуникационными средствами в его сознании ценность нового товара. Потребитель должен получить, как можно более полную информацию об особенностях и уровне творческой энергетики инновационного продукта. Это нужно для того, чтобы обеспечить удовлетворение возрастающих креативных потребностей в товаре (услуге), которые в этом случае будут отражать его истинную ценность.

В результате проведенного исследования нами разработаны и предложены методические рекомендации по повышению эффективности предпринимательской деятельности на основе управления требуемыми проявлениями интеллектуальной активности специалистов, занятых на всех участках разработки, создания, производства и продвижения инновационного продукта на рынок. Рассмотрим основные этапы данных рекомендаций.

Поскольку одной из главных задач предпринимательской деятельности является обеспечение конкурентоспособности инновационно-активных предпринимательских структур, в предложенной модели индикаторами достижения данной цели выступает, во-первых, коэффициент инновационной активности специалистов организации $К_{comp}$. И, во-вторых, коэффициент инновационной активности рынка, то есть креативных (творческих) способностей потребителей $К_{рынка}$.

$К_{comp}$ отражает уровень созидательных (творческих) способностей специалистов, который воплощается в инновационном продукте, являющемся результатом проявления их креативной (инновационной) активности. $К_{рынка}$ отражает социально-психологическ-

одной из главных задач предпринимательской деятельности является обеспечение конкурентоспособности инновационно-активных предпринимательских структур

потребитель должен получить, как можно более полную информацию об особенностях и уровне творческой энергетики инновационного продукта

кую готовность потребителя к восприятию нововведений, рожденных и предлагаемых рынку в результате инновационной активности специалистов организации.

Отсюда следует, что целевым проявлением креативных способностей специалистов организации является разработка и производство продукта, соответствующего уровню их инновационной активности, который обязательно должен управляться (то есть согласовываться) с креативными потребностями рынка, что является обязательным условием для обеспечения устойчивого получения предпринимательского дохода. То есть поддержка конкурентоспособности фирмы на должном уровне достигается только за счет рационального управления инновационной активностью ее специалистов. При этом имеет место организация постоянного управления процессом перевода инновационного (несобственного для организации) потенциала специалистов за счет его «материализации», например, в проектной документации, в собственный (регистрируемый) инновационный ресурс организации.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что недостаточный уровень инновационной активности специалистов не просто снижает общий уровень конкурентоспособности предпринимательской структуры, но при определенных обстоятельствах может стать причиной ее банкротства.

Для предотвращения данной ситуации предприниматель постоянно обязан поддерживать требуемый уровень инновационной активности специалистов, постоянно проводя мониторинг ее оценки.

КЭ