Савзиханова Сабина Эминовна
кандидат экон. наук, доцент, кафедра информационных технологий,
ssavzikhanova@yandex.ru
Ибрагимова Аминат Хабибуллаевна
кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета,
aminat.1967@ mail.ru

Дагестанский государственный институт народного хозяйства
при Правительстве РД

продвижение инноваций

инновационные процессы – путь к успешному развитию предприятий

Аннотация

Рассмотрение особенностей и проблем инновационных процессов отечественных предприятий обусловлено необходимостью повышения их конкурентоспособности на внутренних и внешних рынках. Авторами предложены подходы к моделированию распространения инновационных процессов, а также отражены важнейшие свойства экономических инновационных процессов, существенно отличающие их от прочих бизнес-процессов.

Ключевые слова: инновационный процесс, моделирование, бизнес, диффузия, инновационное развитие, свойства, бизнес-процесс, конкуренция, стратегия

В последние годы появилось большое число работ, посвященных исследованию инновационных процессов (1-7). Спектр рассматриваемых в них вопросов чрезвычайно широк. Это проблемы изучения собственно нововведений, стадий их развития, причин появления, моделирования распространения, связи экономических механизмов с темпами НТП, выявления характера влияния экономической среды на развитие инноваций, анализ стратегического поведения фирм на рынке, изучение конкурентных примеров новых технологий и новых продуктов и т.п.

Диффузия нововведений

Определение закономерностей развития новшеств во времени – одна из основных проблем не только теоретического исследования, но и при решении практических задач. В связи с этим естественен интерес, проявляемый к изучению процессов нововведений, построению как чисто качественных, так и формализованных моделей их создания и распространения.

Инновация – это наиболее длительный из всех бизнес-процессов. Объективно нововведение, жизненный цикл которого интегрирует циклы всех остальных

бизнес-процессов, останется самым затратным по времени процессом, связанным с максимальными лагами получения эффекта. С понятием «инновация» тесно связано понятие «диффузия», то есть распространение освоенных инноваций в новых условиях или областях применения. Моделирование диффузии и замещение продуктов и технологий, а также изучение влияния различных экономических факторов на эти процессы является одним из важных направлений экономико-математического моделирования.

Диффузия (распространение) нововведения лежит в основе модернизационной фазы процесса продвижения инноваций, то есть соответствует фазе, когда нововведения, уже разработанные одним или несколькими новаторами, используются другими фирмами. Классическое определение диффузии дал Е.М. Роджерс: «Диффузионный процесс – это распределение новой идеи от источника изобретения или создания до конечного пользователя или потребления».

диффузия (распространение) нововведения лежит в основе модернизационной фазы процесса продвижения инноваций, то есть соответствует фазе, когда нововведения, уже разработанные одним или несколькими новаторами, используются другими фирмами

Учет внешних условий принятия нововведения ведет к рассмотрению следующих классов факторов, отличающих диффузию:

- стратегическое взаимодействие между предприятиями (принятие нововведения вызывается каким-либо воздействием между фирмами на рынке);
- внешние параметры (такие как эффект имитации, уже существующих сетей и стандартов);
- изменение макроэкономических условий для вложения и роста.

И диффузия тоже моделируется

Определим подходы к моделированию диффузии (*см. рис. на с. 73*). Изначально диффузию рассматривали, сравнивая ее с распространением эпидемии, когда принятие новых технологий несет с собой необходимость контакта с теми, кто уже их принял. Подход частичного равновесия выбран для того, чтобы подчеркнуть отличительный эффект разнородности организаций, потенциально принимающих решения. Согласно производительным характеристикам экономической эффективности, предприятие принимает нововведения либо сейчас, либо позднее, когда цена будет приемлема. Данный подход предполагает совершенную конкуренцию, наличие во внешней среде полной информации о технологиях и механизмах поведения предприятий. Он может быть назван равновесным подходом.

В подходе «стратегическое поведение» подчеркивается взаимозависимость всех решений. Таким образом, включается в рассмотрение стратегическая составляющая адаптации. Подход

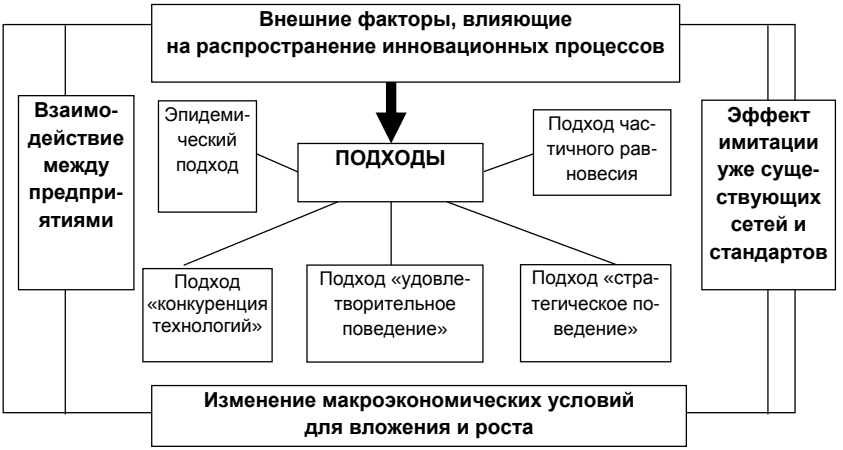


Рис. Подходы к моделированию распространения инновационных процессов

«конкуренция технологий» задает сеть внешних условий, предприятие принимает стандартную разработку из-за удобства. Подход «удовлетворительное поведение» поддерживает роль инерции предшествующего опыта и знаний в процессе принятия решений.

Несмотря на утверждения о двукратном ускорении инновационного процесса, встречающиеся в специальной литературе, реальные данные о длительности инновации, иногда приводящиеся успешными корпорациями, продолжают вызывать удивление. Усреднение и обобщение в таком тонком деле, как инновационный бизнес, не являются слишком надежными инструментами. Сроки окупаемости инновационных разработок достаточно высокой степени радикальности составляют не менее одного-двух бизнес-циклов (от четырех до семи лет).

В любом случае при реализации своего естественного стремления к сокращению сроков путем интенсификации нововведения руководители инновационного процесса вынуждены всегда помнить о дилемме «время – качество».

Инновации и… стратегическое развитие

Успешная инновация существенным образом влияет на положение предприятия, его организацию и иерархию, структуру отрасли и отраслевого рынка и на экономику в целом. Причем характер структурных изменений тем фундаментально неопределеннее и, следовательно, тем менее предсказуем, чем радикальнее инновация.

Отсюда вывод, представляющий собой еще один парадокс инновационной сферы: чем более мощным стратегическим ресурсом обладает инновация, тем труднее учесть ее последствия в стратегическом управлении предприятием.

Недостижение первоначально поставленных целей, в отличие от всех остальных сфер бизнеса, не всегда означает провал инновационного проекта, а их достижение, в частности разработка нового продукта, еще не равносильно коммерческому успеху инновации.

При целеполагании и, шире, при управлении инновационной деятельностью следует иметь в виду две особенности этой сферы:

1. *Слабую структурированность* проблем, возможностей, условий, решений и, следовательно, целей инновационного процесса. Инновационная идея содержит целый комплекс не выявленных структурных связей.

2. *Двойственный характер инновационного процесса*, соединяющего черты науки и бизнеса. Инновационный процесс имеет две группы целей, из которых интегрирующими являются: на первом этапе – получение новшества, а на втором – его коммерциализация.

В 2009 году организациями, осуществляющими инновации, было разработано 6048 совместных проектов по выполнению исследований и разработок новых продуктов, услуг и методов их производства, новых производственных процессов. Из них 88,6% осуществлялись в России, 6,7 % – в странах ЕС, 3,1 % – в странах СНГ. При этом российские партнеры были представлены преимущественно научными организациями (30,4% от количества подготовленных совместных проектов) и поставщиками оборудования, материалов, комплектующих, программных средств (26,9 %) (7).

Инновационная способность экономики страны определяется возможностью создавать и распространять новшества во всех ее сферах. Специфика инноваций как товара такова, что, с одной стороны потребность в них формируется под воздействием спроса и предложения, а с другой – необходимость в них возникает в условиях конкуренции. Напомним, что в японской инновационной системе в 80% случаев вопросы ставит бизнес (2).

Низкий уровень инновационной активности отчасти объясняется недостаточной развитостью научных подразделений. Из числа обследованных организаций 2483 (9,4%) имели научно-исследовательские и проектно-конструкторские подразделения, среди них 43,3% инновационно активные организации (6).

Анализ полученных в (3) данных показывает, что наибольшие трудности в осуществлении инновационной деятельности связаны с экономическими факторами. К числу наиболее весомых среди них относятся высокая стоимость нововведения – ее назвали 33,5% обследованных организаций; недостаток собственных денежных средств – 32,6%; недостаток финансовой поддержки со стороны государства – 29,3 %; высокий экономический риск – 27,3 %.

Из производственных факторов, тормозящих инновационную деятельность, 24,6% организаций назвали нехватку квалифицированного персонала и 23,3% – низкий инновационный потенциал. Только формируя интегрированные знания в области основ создания, развития и условий коммерциализации новых продуктов и технологий, а также методов управления инновационным бизнесом в едином процессе обучения, можно обеспечить необходимое качество подготовки кадров для управления инновациями.

Возможна также утрата инновацией своей актуальности в ходе разработки из-за падения спроса, появления альтернативных решений, изменения «цены проблем», то есть перемены тех или иных параметров экономической среды, для которой предназначена инновационная разработка, в результате чего ранее ожидаемая экономическая эффективность инновации «девальвируется».

Вывод

Все свойства инноваций содержат одно важное качество – их внутреннюю противоречивость. Нигде в экономике основ-

ная стратегическая дилемма «угроза-возможность» не выявляет себя с такой силой, как в инновационном процессе.

Литература

1. Асаул А.Н. Проблемы инновационного развития отечественной экономики (Текст) // Экономическое возрождение России, 2009. №4.
2. Асаул А.Н. Высокотехнологический комплекс: определение экономического роста страны (Текст) // Экономическое возрождение России,2008 – №3.
3. Асаул А.Н. Подготовка инженеров-менеджеров по управлению инновациями – залог успешного развития компании // Экономическое возрождение России, 2009. – №4.
4. Георгиев Р. Развитие инновационных сетей и альянсов в условиях глобализации (Текст) // Экономическое возрождение России, 2007. – №1.
5. Гордеев Д.А. Проблемы развития новых институциональных форм и отношений в инновационной деятельности в Российской Федерации (Текст) // Экономическое возрождение России, 2009. – №3.
6. Модернизация экономики на основе технологических инноваций (Текст) / А.Н. Асаул (и др.) – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2008.
7. Симчера В.М. В России денег хватает, в России дефицит эффективных решений (Текст) // Экономическое возрождение России, 2008. – №3.

КЭ

Sabina E. Savzikhanova
Cand. of Econ. Sci., Associate Professor, Chair of Informational Technologies
Dagestan State University of National Economy under the Government of Republic of Dagestan
Aminat K. Ibragimova
Cand. of Econ. Sci., Associate Professor, Chair of Accounting,
Dagestan State University of National Economy under the Government of Republic of Dagestan

Innovative processes – the way to successful development of the company

Abstract

Consideration of features and problems of innovative processes at domestic companies is conditioned by the need for rise of their competitiveness at domestic and foreign markets. The authors offered approaches to modeling of spread of innovative processes. The paper reflects the most important characteristics of economical innovative processes, which differ them significantly from other business processes.

Keywords: innovative processes, modeling, business, diffusion, development, characteristics, business processes, competition, company's strategy