

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

И.И. Жугалёв

Научный руководитель Е.А. Курносова

Под **инновационным потенциалом предприятия** следует понимать совокупность его материальных, финансовых, кадровых, информационных, организационных и технических ресурсов, необходимых для организации инновационной деятельности. Инновационный потенциал предприятий в значительной степени обусловлен инновационностью и креативностью персонала, т. е. способностью работников вырабатывать и эффективно реализовывать как свои, так и сторонние новые идеи и проекты (рис. 1).

Инновационный потенциал предприятия характеризуется следующими показателями:

1. Кадровыми – количество и квалификация научно-технических специалистов, их творческие способности, опыт, эрудиция, знание прогрессивных технологий, стремление к повышению квалификации, готовность к разработке и внедрению нового и восприимчивость к нововведениям, приходящим в организацию извне.

2. Материально-техническими – ежегодные затраты на НИОКР, уровень оснащённости научно-технических работников оборудованием, материалами, приборами, организационной и электронно-вычислительной техникой и т. п.



Рисунок 1. Составляющие инновационного потенциала предприятия

3. Уровнем развития и возможностями системы научно-технической информации – количество и качество накопленных информационных фондов; возможности и качество работы органов распространения научно-технической информации; степень удовлетворения потребностей научно-технических специалистов в необходимой для работы информации; умение специалистов работать с информацией; доступность информации и т. п.

4. Организационно-управленческими, отражающими состояние планирования и управления в сфере НИОКР – степень соответствия организационной структуры предприятия решаемым им научно-техническим задачам; система мотивации и стимулирования персонала и т. д.

5. Экономическими – характеризуют функционирование и развитие научно-технического потенциала: рост производительности труда, повышение эффективности производства; количество внедренных за период научно-технических мероприятий; экономия от снижения себестоимости продукции от проведения научно-технических мероприятий и др.

6. Инновационными – количество открытий, изобретений за период, число полученных патентов на изобретения и промышленные образцы, свидетельств на полезные модели; проданных и приобретенных предприятием

лицензий, в том числе за пределами данного региона и страны; показатели патентной чистоты и патентной защиты новых изделий и т. д.

Инновационный потенциал предприятия и персонала может рассматриваться как ключевой фактор будущего успеха фирмы. Вопрос стратегии развития – это всегда вопрос изменений, более или менее радикальных. Непрерывный поиск перспективных идей и направлений создает необходимую базу для осуществления оптимального выбора, идет ли речь о выборе портфеля товаров (услуг) для производства (реализации) в будущем, или о прогнозной структуре активов корпорации, или о перспективных методах и технологиях управления и производства (операционной деятельности) [1].

Предприятие, которое обладает значительным инновационным потенциалом и(или) осознанно стремится его формировать и развивать, можно назвать *инновационным*. Инновационность предприятия является важным конкурентным преимуществом, ибо позволяет своевременно защитить бизнес от назревающих угроз со стороны внешней среды через систему опережающего и непрерывного поиска новых возможностей выживания и развития. При этом усиливаются адаптивные способности предприятия, расширяется горизонт принятия управленческих решений, возрастают разнообразие и вариативность продуктов и технологий.

Таким образом, инновационный потенциал предприятия можно рассматривать как меру его готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленных инновационных целей.

Реализация инновационного потенциала должна приводить к конкретным финансовым результатам. Опыт ведущих мировых корпораций показывает, что компании, которые успешно осуществляют инновации, оказываются более успешными в финансовом плане, чем их конкуренты.

Интересно отметить, что компании, относятся как к высокотехнологичным отраслям экономики (производство компьютеров, программного обеспечения, интернет-технологии, электроника, медицинское

оборудование, фармацевтика, автомобилестроение), так и к отраслям низкой технологичности (ритейл, услуги). Некоторые из представленных компаний являются одними из мировых лидеров по объему затрат на НИОКР, другие же инвестируют в исследования и разработки сравнительно небольшие суммы. Это позволяет сделать важный вывод о том, что с помощью относительно небольших затрат можно добиться значительных успехов путем полной реализации имеющегося у компаний инновационного потенциала [2].

Реализация инновационного потенциала определяется уровнем инновационной активности предприятия, которая характеризует степень участия предприятия в осуществлении инновационной деятельности в целом или отдельных ее видов в течение определенного периода времени. Инновационная активность характеризует готовность к обновлению основных элементов инновационного потенциала и условий их эффективного использования (структуры и культуры), а также восприимчивость ко всему новому (наращивание интеллектуального капитала) [3].

Под инновационной активностью предприятия следует понимать комплексную характеристику его инновационной деятельности, включающую:

- восприимчивость предприятия к техническим и организационным новшествам;
- степень интенсивности и своевременность осуществляемых действий по созданию, внедрению и коммерциализации новшеств;
- способность мобилизовать ресурсный, финансовый, научно-технический и кадровый потенциал необходимого количества и качества;
- способность обеспечить обоснованность применяемых методов;
- рациональность технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций.

Высокая инновационная активность компаний является фактором повышения эффективности их деятельности и конкурентоспособности.

Основными показателями, характеризующими уровень инновационной активности, являются:

- доля затрат на НИОКР в общем объеме затрат компании;
- доля инновационной продукции в объеме отгруженной продукции;
- доля научно-технического персонала в структуре персонала компании;
- соотношение приобретаемых и продаваемых технологий;
- коэффициент коммерциализации объектов интеллектуальной собственности;
- эффективность затрат на НИОКР.

Список использованных источников

1. Бобков А.Л. Инновации и повышение конкурентоспособности промышленности России. – М.: «Дашков и К», 2010 г. – 150 стр.
2. Иващенко Н.П. Экономика инноваций.- М.: МАКС Пресс, 2014г. – 351 стр.
3. Туккель И.Л. Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности. М.: БХВ-Петербург, 2013 г. – 208 стр.

ПОДХОДЫ К СБАЛАНСИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ ПРИ УВЕЛИЧЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В СТРАНАХ С ПЛАНОВОЙ И РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКАМИ

Н.А. Зеленов

Научный руководитель Н.М. Тюкавкин

При изучении истории 20-ого века автор натолкнулся на факт так называемого «первоапрельского снижения цен» на продовольственные товары в 1950-ых годах в Советском Союзе. Полагая, что многим может быть интересна причина ежегодного повышения цен в Российской Федерации, решил проанализировать данный аспект и изложить своё видение проблемы в статье.