

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

Инструментарий трансформации систем управления производством инноваций субъектов рынка

Воскресенская Е.А.¹, Филиппов А.В.²

*1 - Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, заочный факультет магистерской подготовки, 2 - Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, заочный факультет магистерской подготовки, Владимир, Россия
E-mail: EAVoskresenskaya@fa.ru*

Научный руководитель

к. э. н. Искандерова Татьяна Андреевна

Инновационное развитие экономики России является одним из приоритетов государственной экономической политики. Совершенно очевидно, что в период масштабных реформ, проводимых в России, необходима разработка инструментария, позволяющего ликвидировать разрыв между созданием интеллектуального продукта и производством конечного продукта, являющегося новым объектом удовлетворения спроса на рынке.

Анализ данных свидетельствует, что Россия значительно отстает от экономически развитых государств в области инноваций. Так внедрение технологических инноваций осуществляет последние десять лет около 10% российских предприятий. В развитых странах около 30%. В 2009г. в целом по стране было зафиксировано сокращение числа инновационных предприятий более чем на 30%, их доля в общей массе российских предприятий составила 7%.

Проводя группировку субъектов РФ по уровню инновационного развития с использованием методики формирования рейтинга инновационного развития регионов, разработанной ВШЭ, можно сделать вывод, что в РФ преобладают регионы с незначительными масштабами инновационной деятельности (третьей группы из четырех). В них не наблюдается «ни существенных технологических сдвигов экономике, ни признаков интенсивного массового освоения результатов исследований и разработок».[1, с. 29]

Несмотря на то, что Центральный федеральный округ РФ лидирует по числу инновационных организаций (37% от общего количества инновационных организаций РФ) (рис.1), в основном (на 38,9%) представлен организациями третьей группы.

По официальным и экспертным данным, лишь 5% результатов НИОКР, проводимых в России, используются в промышленном производстве, тогда как в США и Великобритании – около 70%. [2, с. 45]

Показательным примером снижения производства инноваций является Владимирская область, входящая в третью группу Центрального федерального округа. Темп прироста объемов товаров, отгруженных инновационными организациями Владимирской области, и выполненных ими же работ и услуг на протяжении последних лет сократился в сравнении с 2007 годом более чем в 4 раза (рис.2). Среднегодовой темп прироста за 2007-2011 гг. составил 8%, при ускорении в 2009-2011 гг. до 18% и 2010-2011гг – 38%.

После четырехлетней депрессии рост объемов отгруженных товаров инновационными организациями в 2011 году объясняется оживлением экономики и ростом общих

объемов выпуска продукции, причем предпочтительно более технически простой.

Доля же инновационной продукции в общем объеме отгрузки товаров в период 2008-2011 гг. остается неизменной - не более 31% (рис.3). Это свидетельствует об отсутствии активности инновационного производства в регионе.

В нашей стране вкладываются значительные средства в инновации. Так, по данным Росстата в 2011 г. затраты на НИОКР выросли по сравнению с 2009 г. на 25,6%, достигнув объема 610 млрд. руб. [3, с.564] Причем до 70% инвестиций принадлежит государству.

Финансирование инновационного цикла сегодня не равномерно при существующей волатильности инновационных работ. Первые стадии процесса производства инноваций: разработка, внедрение новой техники – НИР и ОКР, изготовление опытного образца финансируются, как правило, из бюджета. Последующие стадии: «освоение в производстве, внедрение на рынок и массовый выпуск» представляют «зону риска», так как государственная поддержка заканчивается, а непосредственная организация серийного производства и коммерциализация инновации требуют значительного финансирования в короткие сроки, что представляет серьезную проблему для организаций.

Таким образом, большое количество результатов интеллектуальной деятельности, полученных при выполнении государственных контрактов, не используется, и с каждым днем теряет актуальность и перспективы коммерциализации.

Всем известно, инновационная деятельность носит межотраслевой характер. Серьезным сдерживающим фактором инновационного производства является временной, пространственный, стоимостной разрывы между затратами и результатами инновационной деятельности. Это обуславливает противоречивость экономических интересов участников и заставляет искать новые бизнес - модели управления производством инноваций и инструменты для трансформации ее систем управления.

Одной из таких моделей может быть модель системы управления производством инноваций (СУПИ) с применением механизмов интегрированного маркетинга и инструментов сценарного анализа (рис.4).

Возможность ее разработки определяется появлением новых инфокоммуникационных технологий, переходом к парадигме открытых инноваций и изменением отношений с потребителями в сторону персонализации.

В основу разработки, по нашему мнению, должны быть положены фундаментальные теории: теория систем и теория надежности.

Потребность в использовании системного подхода в управлении обострилась в связи с необходимостью управления сложными объектами (инновационно-ориентированными субъектами рынка), имеющими большие размеры в пространстве и во времени в условиях динамичных изменений внешней среды, создаваемых рынком. В таких организациях по мере усложнения экономических и социальных отношений все чаще возникают задачи, решение которых невозможно без использования системного подхода. [4, с. 39]

Чрезвычайно важным моментом в теоретическом осмыслении проблем управления производством инноваций организации становится создание такой системы управления, которая позволила бы надежно достигать результата.

В таких системах, которые характеризуются сложностью иерархии, имеют множество целей и их несоподчиненность, ненадежность критериев по подсистемам, на практике часто принимаются управленческие решения без подчинения достижению конеч-

ного результата. Надежность системы управления производством инноваций организации должна обеспечиваться безотказностью, устойчивостью, готовностью, гибкостью, восстанавливаемостью и экономической целесообразностью.

Внедрение маркетингового управления в механизм функционирования инновационного субъекта способно обеспечить стратегическое планирование инновационной деятельности, ориентированной на потребителя, координацию предложения и спроса, производства и потребления инноваций.

Перед институтом маркетинга в модели СУПИ ставятся первоочередные задачи:

1. Контроль рынка;
2. Создание новой потребительской ценности;
3. Эффективное ее производство и коммерциализацию;
4. Персонализация работы с потребителями.

Создание СУПИ организаций является довольно сложной задачей. При этом, принимаемые управленческие решения, как правило, односторонни, ограничивают область возможностей, не учитывают многообразия и взаимосвязи различных факторов внутри и вне проблемы, следовательно, весьма далеки от оптимальных.

Основой предложенной модели системы управления производством инноваций, по нашему мнению, должен быть сценарный подход, в котором присутствуют predetermined элементы, позволяющие управлять неопределенностью будущей ситуации с позиции возможных положительных эффектов и отрицательных последствий при реализации исследуемой проблемы. Это позволяет получить представление о наиболее вероятной динамике СУПИ, посредством взаимодействия всех рассматриваемых факторов и условий.

На наш взгляд, для СУПИ организаций преимущественной оптимизацией должны быть срок выполнения работ, совокупный объем и стоимость; необходимыми условиями являются высокий уровень качества и конкурентоспособности новой продукции, а систему ограничений определяют имеющиеся ресурсы.

Объектами управления инновационной деятельностью предлагаем рассматривать такие параметры, как время, объём, риски, затраты, персонал, качество, организационная составляющая и поставки.

Модель системы управления производством инноваций позволит решить следующие задачи:

- определить цели инновационного проекта;
- сформировать структуру инновационного проекта;
- рассчитать финансирование инновационного проекта;
- сформировать команду инновационного проекта;
- установить сроки реализации инновационного проекта;
- разработать план-графики исполнения инновационного проекта;
- определить требуемые ресурсы;
- сформировать и провести анализ сметы инновационного проекта;
- проанализировать риски инновационного проекта;
- управлять процессом исполнения инновационного проекта;
- проанализировать реализацию инновационного проекта.

Перечисленные выше задачи могут быть решены фазами СУПИ: фазой «Предпроектные маркетинговые исследования»; фазой «НИР и ОКР»; фазой «Инвестиционного

проектирования» и фазой «Производства и коммерциализации инноваций» (рис.5).

В модели СУПИ показан один цикл, состоящий из четырех фаз, связанных с реализацией одного инновационного проекта. Он предусматривает за счет использования различных типов входных в систему ресурсов создание нового продукта – выходной ресурс. Сам процесс управления СУПИ представляет собой повтор таких циклов. Таким образом, модель СУПИ организации представляет собой управление инновационным проектом с естественной специализацией его участников в замкнутом цикле с максимальной интеграцией и достижением максимизации общей результативности, эффективности и индивидуальной для каждого участника проекта.

Использование предложенной СУПИ позволит обеспечить рост суммарного объема реализованных нововведений, сокращение затратоёмкости реализованной продукции, что обеспечит рост инновационного потенциала субъектов рынка.

Литература

1. Гохберг Л.М., Кузнецова И.А. Стагнация в преддверии кризиса? //Форсайт.2009.№2(10), с 28-46.
2. Балдин, К. В. Инновационный менеджмент : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / К. В. Балдин [и др.]. М. : Академия, 2008. 368 с..
3. Российский статистический ежегодник 2012: Стат.сб./Росстат.-М.: 2012. – 786 с.
4. Лапыгин Ю.Н. Теория организаций: Учеб. пособие / Ю.Н. Лапыгин. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 311 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 5-16-002839-0, 3000 экз.

Иллюстрации

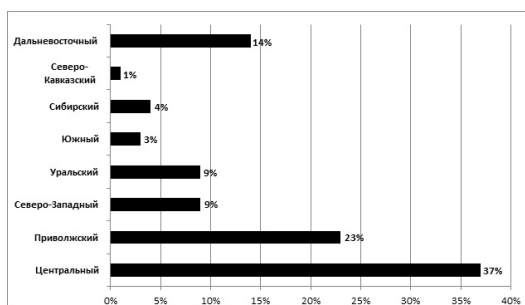


Рис. 1: Территориальное распределение инновационных организаций РФ (по данным Федеральной службы государственной статистики: http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_14p/Main.htm)

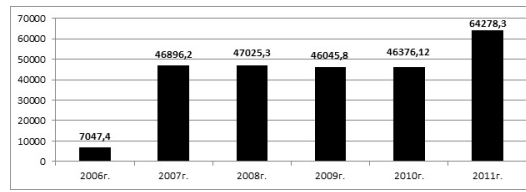


Рис. 2: Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами инновационными организациями Владимирской области (млн. руб.) (по данным территориального управления Росстата по Владимирской области)

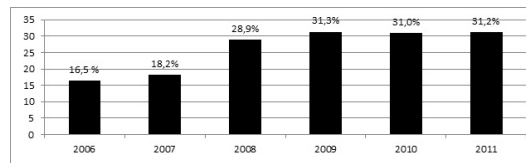


Рис. 3: Доля инновационной продукции в общем объеме отгрузки по Владимирской области (%) (по данным территориального управления Росстата по Владимирской области)



Рис. 4: Система управления производством инноваций



Рис. 5: Модель системы управления производством инноваций