(cc) BY

Генералов Даниил
студент
Котова Светлана
студентка
Научный руководитель
Щигорцова Елена Сергеевна
канд. социол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет»
г. Казань, Республика Татарстан

РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация*: в статье рассматривается роль инноваций в развитии предприятия, их классификация и этапы внедрения.*

Ключевые слова*: инновации, инновационная активность предприятий, инновационный менеджмент.*

Современные экономические условия отличаются от тех, в которых работали предприятия 30–40 лет назад, при плановой экономике, тем, что они характеризуются жёсткой конкуренцией, поиском и удержанием новых ниш и рынков сбыта, борьбой за потребителя.

В такой ситуации одним из факторов успеха является степень инновационной активности предприятий.

Инновация – это освоение и внедрение предприятием или организацией новинок научно-технического процесса в производство, нового подхода к организации деятельности и управления сотрудниками, всего того, что нацелено на повышение эффективности деятельности [2, с. 561].

Понятие новизны инновации продукта или процесса допустимо только в случае, если продукт или процесс до этого нигде не фигурировал или не применялся.

Существует два больших подразделения инноваций, а именно:

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Продуктовые – это всё, что можно отнести к «материальному»: собственно, непосредственно продукция, новые материалы, полуфабрикаты, комплектующие, применение которых в производстве даёт возможность получить абсолютно новый продукт или значительно усовершенствовать существующий.

Процессные – сюда относятся все нововведения, направленные на усовершенствование процесса производства продукта – новые технологии, автоматизация процесса, иной метод организации производства, рабочего места и т.д. [1].

По типу новизны инновации можно выделить на новые: для отрасли в мире; для отрасли в отдельно взятой стране и для конкретного предприятия.

В свою очередь, процедура внедрения инноваций происходит в несколько этапов.

1. Сбор информации о технологических новинках, в том числе, используемых и уже внедрённых конкурентами. Анализ потенциала собственного производства в освоении нововведений, определение возможных рисков.

2. Отбор идей и возможность практической реализации у себя, разработка стратегии внедрения.

3. Маркетинг: оценка качества и потребительских свойств, анализ покупательского спроса и возможного расширения рынка сбыта, если речь идет о новом продукте. Если это касается новых технологий, то анализ касается наличия и состояния необходимого оборудования, материалов, уровень подготовки персонала, финансовых возможностей и т. п.

4. Создание опытного образца плюс все сопутствующие этому мероприятия: оформление, маркировка, регистрация товарного знака, утверждение оригинальной упаковки, получение всех необходимых документов.

5. Тестовый период на рынке, выбор рекламы.

6. Переход к серийному производству и массовому внедрению.

Как правило, основной предпосылкой стратегий инноваций является то, что предлагаемый товар морально стареет, покупательский интерес к нему падает. Как следствие – снижение объёма продаж, нет развития – нет прибыли.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Если оценить весь объём работы, предшествующий внедрению нового товара или технологии, определяется роль инноваций в развитии предприятия. Можно сказать, что именно желание усовершенствоваться, способность быть в курсе новинок рынка, способность держать современный темп развития даёт возможность предприятию выдержать жёсткую конкуренцию и сохранить позиции на рынке.

Если проанализировать динамику развития предприятий в отдельно взятой отрасли, то можно увидеть интересную закономерность: небольшие фирмы более активны в изменении линейки товаров, быстрее реагируют на повышение или спад покупательского спроса.

Это можно объяснить тем, что в крупных компания механизм каких-либо изменений связан с определённым алгоритмом. Например, решения принимаются и согласовываются с несколькими учредителями, советом директоров и т. п. Кроме того, в случае возможной неудачи, последствия могут быть значительно тяжелее. В сравнительно небольших фирмах решение, как правило, принимает собственник, как самое заинтересованное лицо.

Чтобы не допустить отставания от современных условий, быть конкурентоспособным предприятием независимо от размера производства и формы собственности, необходимо проводить не реже, чем раз в три года следующие мероприятия:

– анализ рынка и каналов распределения товаров;

– аттестация выпускаемой продукции;

– аттестация используемых технологий и оборудования;

– повышение квалификации персонала.

Таким образом, сфера инновационной деятельности остаётся решающей в развитии экономики любой страны. Это напрямую связано с тем, что знание инновационного механизма имеет ключевое значение для развития рыночных процессов в условиях постоянной трансформации экономики. Чем глубже понима-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ние сущности и специфики инновационных процессов, которые неизменно протекают по законам рынка, тем стабильней и уверенней положение предприятия в своей отрасли и экономике в целом.

Список литературы

1. Инновационное развитие предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://econlib.ru/kursovaya/problemyiinnovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya/

2. Роль инновационных изменений в организации// Молодой учёный – 2021. – №3 (107). – С. 560–562.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)