

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ
МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

©2014 О.Ю. Гордашникова, А.В. Сухоруков*

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, мебельная промышленность.

Рассматриваются необходимость формирования научно обоснованной целостной методической базы управления инновационным развитием предприятий мебельной промышленности, цели и задачи управления инновационным развитием, его организационная структура. Даны рекомендации по формированию инновационной стратегии, представлена методика анализа и оценки эффективности инновационного развития.

Одной из серьезных проблем, сдерживающей инновационное развитие отечественной мебельной промышленности, является недостаточность научно обоснованного целостного информационно-методического обеспечения управления таким развитием. В условиях, когда понятийный аппарат в рассматриваемой сфере не до конца сформирован, до сих пор отсутствует единый федеральный закон, регламентирующий инновационную деятельность, в научной среде продолжаются дискуссии о природе и сущности последней, предприятия должны иметь комплекс методических рекомендаций, позволяющих выстраивать наиболее эффективную политику инновационного развития с учетом объективно существующих возможностей и ограничений. Анализ различных литературных и информационных источников показал, что до сих пор вопросу разработки комплексного методического обеспечения управления инновационным развитием промышленных предприятий (в том числе в сфере мебельного производства) уделяется недостаточно внимания. Поэтому ряд ключевых моментов данной проблемы будет рассмотрен в рамках данной статьи (при этом следует отметить, что подробно все аспекты осветить не удастся, поскольку полное методическое обеспечение включает в себя целый ряд документов).

Методическое обеспечение управления инновационным развитием предприятий мебельной промышленности, безусловно, должно опираться на методологию управления инновационным развитием (концепция инновационного развития предприятия, принципы,

подходы, цели и задачи управления инновационным развитием, механизм управления).

В первую очередь, в рамках данного обеспечения необходимо четко определить и прописать понятия “инновационное развитие”, “инновация”, “инновационная деятельность”. Причем, следует отразить их с различных позиций, а именно:

- ◆ с позиции существующей законодательно-нормативной базы государственного регулирования инновационной деятельности;
- ◆ требований, определяемых в формах статистического наблюдения за инновационной деятельностью (формы № 2 МП - инновация и № 4 - инновация);
- ◆ собственно предприятия.

Такая множественность подходов обеспечивает методологически верное управление инновационным развитием предприятия, поскольку учитывает как требования федерального и регионального инновационного законодательства (в том числе и предоставляемые им льготы и преференции для субъектов инновационной деятельности), которое при этом не может охватить весь спектр инноваций, так и необходимость для предприятий обеспечивать всю полноту указанного спектра в процессе управления инновационным развитием.

Как уже отмечалось выше, в настоящее время отсутствует отдельный федеральный закон о регулировании инновационной деятельности, а трактовки представленных понятий приведены в Законе “О науке и государственной научно-технической политике” : [в ред. от 2 ноября 2013 г.].

* Гордашникова Ольга Юрьевна, доктор экономических наук, доцент; Сухоруков Алексей Васильевич, кандидат экономических наук, докторант. - Саратовский государственный технический университет им. Ю.А. Гагарина. E-mail: vestnik_sgeu@mail.ru.

Так, под инновацией понимается введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях. Заметим, что данный подход не исчерпывает всего многообразия инноваций. В ст. 2 того же закона инновационная деятельность определяется как деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности¹. Как видно, основной упор в рассматриваемом законе сделан на проектную деятельность и поддержку инновационной инфраструктуры, что не отражает всего многообразия инновационной деятельности предприятия.

Рассматривая региональный аспект, отметим, что в большинстве субъектов РФ создано собственное законодательство, направленное на поддержку и стимулирование инновационной деятельности предприятий. Так, в Саратовской области действует закон "Об инновациях и инновационной деятельности", в котором сформулированы следующие определения понятия "инновационная деятельность" и взаимосвязанных с ней составляющих: "инновационная деятельность - деятельность, имеющая основной целью реализацию в общественной практике инноваций, полученных в результате научной (научно-исследовательской) и научно-технической деятельности, путем их практического освоения. Деятельность юридических и физических лиц считается инновационной при условии использования в этой деятельности объекта интеллектуальной собственности, обеспеченного охраняемыми документами"². Достоинством такого подхода является то, что четко определены критерии инновационной деятельности, но при этом следует понимать, что такая формулировка сужает инновационную деятельность до границ научных исследований и разработок, что не всегда приемлемо для предприятий мебельной промышленности.

Официальная статистика инновационной деятельности, в свою очередь, предусматривает следующие определения рассматриваемых понятий.

Инновационной деятельностью считается вид деятельности, связанный с трансформа-

цией идей в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности. Под инновационными понимаются товары, работы, услуги, новые или подвергавшиеся в течение последних трех лет разной степени технологическим изменениям. Также раскрывается понятие технологических инноваций, представленных через деятельность организации, связанную с разработкой и внедрением:

- ♦ технологически новых продуктов и процессов, а также значительных технологических усовершенствований в продуктах и процессах;

- ♦ технологически новых или значительно усовершенствованных услуг;

- ♦ новых или значительно усовершенствованных способов производства (передачи) услуг³.

Следует особо подчеркнуть, что официальной статистикой, помимо технологических инноваций, с 2000 г. учитываются организационные инновации (реализация нового метода в ведении бизнеса, в организации рабочих мест, внешних связей), с 2006 г. - маркетинговые инновации (реализация новых или значительно улучшенных изменений в дизайне и упаковке товаров, работ, услуг; использование новых методов продаж и презентации товаров, работ, услуг, их представления и продвижения на рынке сбыта; формирование новых ценовых стратегий), а с 2009 г. - экологические инновации (новые и значительно усовершенствованные товары, работы, услуги, производственные процессы, организационные или маркетинговые методы, способствующие повышению экологической безопасности, улучшению или предотвращению негативного воздействия на окружающую среду). Таким образом, в настоящее время формы официального статистического наблюдения включают перечень основных инноваций, реализуемых предприятиями.

Рассматривая понятия "инновация" и "инновационная деятельность", лежащие в основе инновационного развития, с позиции предприятия, авторы статьи полагают, что они могут быть охарактеризованы следующим образом. Под инновацией понимается результат научно-исследовательской, научно-технической и иной целенаправленной деятельности, обла-

дающий признаками новизны и полезности, реализованный в различных сферах деятельности конкретного экономического субъекта и вносящий качественные улучшения в его развитие. Данный подход подчеркивает, что источниками инноваций (особенно организационно-управленческих, маркетинговых, финансовых, социальных, институциональных, рыночных) в мебельной промышленности далеко не всегда являются научные исследования и разработки, многие из них возникают на основе инновационного маркетинга, стратегического конкурентного анализа и иных видов интеллектуальной творческой деятельности. На основе этого определим инновационную деятельность промышленного предприятия как совокупность системно организованных и целенаправленных действий, мер, мероприятий и операций по приобретению, созданию, практическому освоению и распространению инноваций.

В данной связи приобретает должную четкость и определение объекта управления - инновационного развития предприятия, которое можно сформулировать как целенаправленный непрерывный процесс реализации инноваций во всех сферах деятельности предприятия, направленный как на получение различных видов полезного эффекта, обеспечивающих не только количественный, но и качественный рост, так и на максимально полное удовлетворение сложившихся и потенциальных запросов потребителей и общества.

Методическое обеспечение также должно содержать цели и задачи инновационного развития, которые формируются исходя из общих целей и задач развития предприятия, определенных программными документами, концепцией инновационного развития предприятия. Как известно, цель - это конкретный, максимально четко определенный показатель, достижение которого зависит от качества разработки, заданного срока, ресурсного обеспечения, уровня подготовки и мотивации исполнителей, типа конечного результата. И судить об эффективности инновационного развития предприятия следует в первую очередь по тому, насколько полно достигнуты поставленные цели. Цели инновационного развития могут быть стратегическими и локальными. Ключевые цели на основе миссии предприятия и его базовой стратегии, как правило, определяют собственники предприятия, а цели более локального уровня разраба-

тывает его менеджмент. Цели инновационного развития предприятия разворачиваются в комплекс задач по достижению желаемых результатов, характеризующих состояние предприятия в близкой и отдаленной перспективе, формирующих его конкурентные преимущества на основе инноваций. Цели инновационного развития предприятия мебельной промышленности можно структурировать по следующим направлениям. В сфере продуктовых инноваций: достижение таких заданных характеристик и свойств предлагаемой продукции, которые позволяют обеспечить стратегическую конкурентоспособность высокого порядка, сформировать устойчивые потребительские предпочтения и рыночные сегменты, существенно улучшить бренд предприятия и повысить его рыночную репутацию; добиться устойчивых темпов роста производства и реализации продукции, прибыли предприятия. Цели в данной сфере в мебельном производстве, как правило, являются первичными. В сфере технологических (процессных) инноваций: обеспечить в заданной степени обновление машин и оборудования, иных средств труда, что позволит существенно улучшить параметры производственного процесса, показатели автоматизации, механизации и производительности труда; внедрить технологии, способствующие повышению качества продукции, снижению трудо-, материало-, энерго- и капиталоемкости производства и, соответственно, затрат предприятия; гарантировать создание конкурентоспособных параметров выпускаемой мебели. В сфере организационно-управленческих инноваций: совершенствовать организационную структуру предприятия; применять новые методы и приемы управления, организации производства и труда, мотивации персонала, позволяющие обеспечить заданные параметры повышения качества и производительности труда при определенной численности и структуре работающих, показателях текучести персонала, увеличении человеческого капитала; рационализировать системы планирования и прогнозирования, финансирования, материально-технического обеспечения и иного обслуживания производства, приводящие к снижению внепроизводственных затрат. В сфере маркетинговых и рыночных инноваций: создать систему комплексной маркетинговой поддержки инновационного развития предприятия, позволяющую сформировать и закрепить устойчивый потребительский спрос, разработать или существо-

но улучшить продуктовый бренд, сформировать эффективную сбытовую сеть, что в итоге обеспечивает заданные устойчивые темпы роста объемов продаж, увеличение рыночной доли, освоение новых рынков.

Для эффективного управления инновационным развитием предприятия важная роль организационной структуры, которая должна органично встраиваться в организационную структуру предприятия в целом и обеспечивать координацию деятельности всех его подразделений и управленческих звеньев в сфере инновационного развития.

Обязательным элементом методического обеспечения являются рекомендации по формированию и реализации стратегии инновационного развития. Авторы статьи рассматривают стратегию инновационного развития предприятия как целостную совокупность принципов, направлений, методик, приемов и методов управления различными видами ресурсов в целях полноценного обеспечения инновационного развития. Стратегия инновационного развития тесно взаимосвязана с базовой и функциональными стратегиями предприятия и органично встраивается в общую систему стратегического управления. При выборе и разработке инновационных стратегий предприятия мебельной промышленности необходимо учитывать целый ряд факторов, в частности:

- ◆ состояние конъюнктуры конкретного рынка, уровень конкуренции и степень его монополизированности;
- ◆ рыночное положение предприятия;
- ◆ стратегии конкурентов и степень их агрессивности;
- ◆ инновационный и экономический потенциал предприятия;
- ◆ тенденции развития потребительского спроса на мебель;
- ◆ тенденции развития НТП;
- ◆ государственную политику в сфере защиты отечественного мебельного рынка и т.д.

В рекомендации по формированию инновационной стратегии должны входить алгоритм такого формирования, рекомендации по оценке готовности предприятия к реализации стратегии, а также рекомендации по оценке эффективности последней.

Формирование целостного методического обеспечения управления инновационным

развитием невозможно без методики анализа и оценки эффективности инновационного развития. Такая методика для обеспечения полноты оценки должна включать в себя: анализ полноты и достоверности учета всех видов результатов и затрат инновационной деятельности предприятия; оценку готовности инновационного потенциала предприятия в плане способности к инновационному развитию; оценку влияния внешних факторов с позиций инновационного развития; оценку системы управления инновационным развитием предприятия с точки зрения ее способности эффективно реализовывать различные функции управления; расчет и анализ системы единичных и интегральных показателей оценки эффективности инновационного развития предприятия; оценку их сбалансированности; оценку эффективности бизнес-процессов инновационного развития.

Безусловно, перечень элементов, входящих в методическое обеспечение, может быть дополнен и расширен, исходя из конкретных условий деятельности предприятия. Так, рамки статьи не позволяют раскрыть такие важные элементы методического обеспечения, как рекомендации по планированию инновационного развития, организации контроля за инновационной деятельностью. Это темы отдельных статей. Полноценное описание методического обеспечения, несомненно, представляет собой развернутое научное исследование. Однако попытка показать состав и взаимосвязь его основных элементов, принятая в данной статье, способствует формированию полноценной методической базы, позволяющей повышать эффективность управления инновационным развитием на уровне конкретного мебельного предприятия.

¹О науке и государственной научно-технической политике: федер. закон от 23 авг. 1996 г. № 127-ФЗ : [в ред. от 2 нояб. 2013 г.]. Доступ из справ.-правовой системы "Гарант". URL: <http://base.garant.ru/135919>.

²Об инновациях и инновационной деятельности: закон Саратовской области от 28 июля 1997 г. № 50-ЗСО : [в ред. от 13 февр. 2003 г. № 9-ЗСО, от 23 июля 2004 г. № 40-ЗСО]

³Указания по заполнению формы федерального статистического наблюдения "№ 4-Инновация" : утв. приказом Росстата от 29 авг. 2013 г. № 349.