

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Понятие «инновация» является новым для отечественной экономики. Проблематика инноваций в нашей стране на протяжении многих лет разрабатывалась в рамках экономических исследований научно-технического прогресса.

Инновационный процесс охватывает цикл от возникновения идеи до ее практической реализации. Основная масса инноваций реализуется в рыночной экономике предпринимательскими структурами как средство решения производственных, коммерческих задач, как важнейший фактор обеспечения стабильности их функционирования, экономического роста и конкурентоспособности. Инновации, следовательно, ориентированы на рынок, на конкретного потребителя или потребность.

Питер Друкер относит к основным задачам экономической науки маркетинг и инновации. Маркетинг нацелен на удовлетворение потребителей сегодня; инновации удовлетворяют покупателей завтра.

По степени прогрессивности конструкция нового изделия (новация) может быть:

⇨ новаторской, когда конструкция нового изделия по виду своих элементов существенным образом отличается от прежнего (добавление новых качеств, например, введение средств автоматизации или других, ранее не применявшихся в конструкциях данного типа изделий, но применявшихся в других типах изделий);

⇨ опережающей, когда конструкция основана на опережающих технических решениях (введения герметических кабин в самолетостроении, турбореактивных двигателей, ранее никогда не применявшихся);

⇨ пионерной, когда появляются ранее не существовавшие материалы, конструкции и технологии, выполняющие прежние или даже новые функции (композитные материалы, первые радио-

приемники, электронные часы, персональные компьютеры, ракеты, атомные станции; биотехнологии). Новый товар становится успешной инновацией в том случае, если он отвечает следующим четырем критериям:

Важность. Новый продукт или услуга должны предоставить такие выгоды, которые воспринимаются потребителями как значимые. Например, разработка новых наручных часов, на которые дается столетняя гарантия точности, возможно и является выдающимся техническим решением, но оценят ли потребители предложенную выгоду как важную?

Уникальность. Выгоды нового товара должны восприниматься как уникальные. Если потребители уверены, что существующие продукты обладают теми же преимуществами, что и новинка, она вряд ли получит высокую оценку.

Устойчивость. Новый продукт может представлять уникальные или важные выгоды, но если он легко воспроизводится конкурентами, его перспективы завоевания рынка представляются весьма туманными. Иногда препятствием на пути конкурентов становятся патенты, но в большинстве отраслей наиболее эффективными средствами обеспечения устойчивости инноваций является «расторопность» компании на рынке и «сильные» торговые марки поставщика.

Ликвидность. Компания должна иметь возможность реализовать созданный товар, а для этого он должен быть надежным и эффективным; должен продаваться по цене, которую могут себе позволить заплатить потребители; для доставки и поддержки продук-

М. Г. Васильева,
Сотрудник Института
экономики РАН

та компания должна разработать эффективную систему распределения.

При внедрении инноваций в область технологии наибольшее значение имеют следующие результаты:

- ⇒ сокращение доли ручного труда и улучшение условий труда;
- ⇒ обеспечение непрерывного и стабильного производственного процесса, снижение непроизводительных затрат времени;
- ⇒ снижение трудоемкости и материалоемкости на единицу продукции;
- ⇒ повышение эффективности использования оборудования;
- ⇒ диффузия инновации в других организациях на коммерческой основе.

Особое внимание следует уделять технологическим инновациям. Именно они должны вывести экономику из состояния депрессии. На сегодняшний день промышленность имеет низкий уровень, что не позволяет отечественной промышленности выпускать конкурентоспособную продукцию. Технологические инновации возникают в результате увеличения продаж и спроса. Реализованные технологические инновации в случае успеха в последствии могут на коммерческой основе передаваться другим предприятиям. При этом происходит существенное повышение производительности труда и как следствие снижается себестоимость производства, которая в дальнейшем позволит снизить цены и увеличить долю рынка.

Основным товаром рынка инноваций является научный и научно-технический результат — продукт интеллектуальной деятельности, на который распространяются авторские права, оформленные в соответствии с действующими международными, федеральными и другими законодательными и нормативными актами.

Принято различать научную (научно-исследовательскую), научно-техническую деятельность, а также экспериментальные (опытно-конструкторские) разработки.

Научная (научно-исследовательская деятельность) направлена на получение, распространение и применение новых знаний, в том числе:

- ⇒ фундаментальные научные знания — экспериментальная и теоретическая деятельность, ориентированная на получение новых знаний об основных закономерностях развития природы и общества;
- ⇒ прикладные научные исследования — научная деятельность, направленная на достижение практических результатов и решение конкурентных задач.

Научно-техническая деятельность ставит цель получить, распространить и применить новые знания в сфере решения технологических, инженерных, экономических, социальных и гуманитарных проблем, обеспечить функционирование науки, техники и производства как единой системы.

Одна из важнейших причин нынешнего экономического кризиса — кризис технического уровня в отраслях, кризис активной части средств труда, в том числе износ основных производственных фондов. Резкое ухудшение инвестиционной ситуации не может не вызвать серьезного опасения обеспечения нормального процесса воспроизводства основного капитала. Дальнейшее сокращение инвестиций приводит к крупномасштабному выбытию основных фондов и производственных мощностей, уменьшению темпов их обновления. Успех предприятия заключается в его превосходстве над конкурентами по основным параметрам конкурентоспособности — качеству и цене выпускаемой продукции. Успешные предприятия не идут на преднамеренное снижение качества и цен. Более половины успешных предприятий постоянно или эпизодически используют помощь своих зарубежных партнеров в сфере инноваций. Для наиболее успешных предприятий на первом месте — ориентация на выпуск продукции, соответствующей мировому уровню качества.

Значение инноваций постоянно возрастает, так как практика бизнеса буквально заставляет каждую компанию вводить разнообразные новшества и рационализировать производство. Необходимость инноваций диктует не только изменяющаяся внешняя среда, но и угроза устаревания существующих продуктов. В результате трансформаций среды возникают как новые потребности, так и новые знания, и способы удовлетворения этих потребностей. Все ускоряющиеся темпы изменения мира — появление новых технологий, смена предпочтений и вкусов потребителей, ужесточение конкуренции — детерминируют сокращение жизненного цикла товара. Компании, не способные модернизировать производство, рано или поздно уступают место на рынке технологически передовым организациям.

Инновации — залог успешного развития компании. Даже если фирма постоянно модернизирует свои товары, рынки, на которых она работает, могут войти в стадию спада, и стремящимся к развитию компаниям, время от времени приходится «высаживаться на новые территории». Кроме того, инновации имеют решающее значение для поддержания или повышения уровня доходности. Под «прессом» конкурентной борьбы показатели рентабельности, достаточно быстро после выхода товаров на рынок начинают снижаться. Модернизация продукта и расширение специализации позволяет в лучшем случае поддерживать уровень прибыли, а действительно значительный доход приносят только по-настоящему новаторские товары.

Крупнейшие фирмы промышленно развитых стран часто перенимают нововведения других фирм, что позволяет им постоянно поддерживать высокую конкурентоспособность собственных товаров на мировых рынках. В то же время японские компании широко осуществляют доработку и развитие приобретенных по лицензии научно-технических нов-

