УДК 338.24

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ИННОВАЦИОННУЮ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Шилова Ирина Валерьевна, преп.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394006; e-mail: shilova.irina05@gmail.com

Цель: анализ факторов внешней и внутренней среды предприятия, которые оказывают значимое влияние на инновационную деятельность организации. *Обсуждение*: одним из важнейших условий динамичного социально-экономического развития региона является разработка и внедрение инноваций, соответственно инновационная активность предприятий оказывает стратегическое влияние на экономику региона. Для повышения эффективности формирования и использования инновационного потенциала предприятий региона необходимо осуществлять постоянный мониторинг текущей ситуации, который предполагает сбор информации от непосредственных участников инновационных разработок с целью выявления актуальных проблем, препятствующих реализации инновационной активности и определения путей их преодоления. *Результаты*: рассмотрена классификация факторов, оказывающих влияние на уровень инновационной деятельности предприятий, и выявлены наиболее значимые причины, приводящие к снижению активности в сфере разработки и внедрения новых продуктов и технологий. Автором предложены подходы повышения инновационной активности предприятия, связанные с реализацией маркетинговых направлений деятельности.

Ключевые слова: инновационная активность, инновационная политика, маркетинг инноваций, продвижение инновационного продукта.

DOI: 10.17308/meps.2015.12/1349

Введение

В современных экономических условиях внедрение инноваций является решающим фактором динамичного развития экономики региона. Характерной особенностью Воронежской области является наличие значительного числа организаций, проявляющих инновационную активность в различных ее формах, включая разработку и внедрение новых технологий и продуктов, что обусловлено исторически сложившейся отраслевой струк-

турой экономики региона. Высокая концентрация предприятий промышленного сектора, многие из которых были связаны с оборонной индустрией, большое количество научно-исследовательских учреждений способствовали формированию инновационного потенциала области. Наличие большого количества предприятий машиностроения, научно-исследовательских организаций и академических вузов способствовало концентрации высококвалифицированных специалистов в регионе. Данная особенность развития региона может способствовать реализации модели инновационной политики, ориентированной на распространение научно-технических знаний [1, 2, 12].

Предприятие в целом и его инновационный потенциал подвержены влиянию факторов, как на уровне самого предприятия, так и на уровне региона, государства в целом. Традиционно внешнюю среду рассматривают как совокупность двух относительно самостоятельных подсистем: макроокружения (макросреды) и непосредственного окружения, то есть совокупности объектов и условий, с которыми предприятие сталкивается в повседневной деятельности (микросреды) [8]. Для объективной оценки инновационной активности необходимо разработать комплекс методов, включающих анализ взаимосвязей, характерных для определенного региона на основании специально созданного инструментария, определяющего технологические взаимосвязи и потенциальные направления развития инновационных процессов, а также необходимо изучение динамики инновационных процессов с целью своевременной оценки изменений [9]. Существуют разнообразные подходы для оценки различных показателей инновационной активности предприятий, в данном контексте представляет интерес методический подход, предложенный Кондрашовой Н.В., Ендовицкой Е.В., Давыденко И.А., который предполагает построение модели – «Гексаквадрант управленческих характеристик», в котором пространственно-структурно гексаквадрант управленческих характеристик состоит из трех гексагонов, отражающих инвестиционную, инновационную деятельности и использование интеллектуальных ресурсов [5].

Анализ результатов исследования инновационно-активных предприятий региона. С целью определения факторов, оказывающих негативное воздействие на уровень инновационной активности воронежских организаций, был проведен опрос методом личного структурированного интервью с представителями предприятий, осуществляющих разработку и усовершенствование товаров и технологий. Выборка формировалась детерминированным способом, объем выборки составил 71 предприятие, отраслевая структура которых представлена в табл. 1.

Таблица 1

Распределение инновационно-активных предприятий по видам деятельности

Виды деятельности	Количество	% от общего количества
машиностроение	15	21,1
научно-исследовательская/опытно-конструкторская	15	21,1

Окончание табл. 1

Виды деятельности	Количество	% от общего количества
пищевая промышленность	7	9,9
электроэнергетика	5	7
химическая/нефтехимическая	4	5,6
электронная	4	5,6
строительство	4	5,6
образование	4	5,6
металлообработка	3	4,2
связь	3	4,2
приборостроение	2	2,8
торговля/общепит	2	2,8
радиотехника	1	1,4
бытовое обслуживание населения	1	1,4
услуги для бизнеса	1	1,4
Итого	71	100

По результатам исследования было выявлено, что в сфере развития инновационной деятельности существуют серьезные проблемы, которые связаны широким кругом вопросов и, в первую очередь, с невозможностью обеспечить эффективную коммерциализацию существующего научно-исследовательского потенциала, что актуально для значительного количества организаций. Осуществление инновационной деятельности требует наличия значительного объема различных ресурсов: производственных, человеческих, финансовых и т.д. В ходе оценки ресурсов, необходимых для разработки и внедрения новых продуктов и технологий, наиболее критично для подавляющего большинства предприятий складывается ситуация с финансовым обеспечением инновационных процессов. Практически все представители предприятий (90%) указали на существование проблем с финансированием инновационных проектов. Основная проблема состоит в том, что предприятия-разработчики не могут выполнить те условия, которые ставят перед ними финансово-кредитные организации. Наиболее острой является проблема предоставления залога, т.к. малые предприятия чаще всего арендуют помещения, а крупные предприятия владеют неликвидными основными средствами. Вторая по значимости проблема связана с отсутствием необходимого оборудования, этот фактор был отмечен в половине случаев и, очевидно, является следствием финансовых трудностей, испытываемых предприятиями.

Следует отметить, что представители крупных промышленных предприятий чаще испытывают недостаток человеческих ресурсов, необходимых для успешной реализации инновационных проектов. Данный показатель в других типах предприятий-разработчиков значительно ниже и не превышает 23% (от числа опрошенных в этих группах). Такая ситуация сложилась

в том числе и вследствие оттока квалифицированных кадров с заводов в другие сферы деятельности, в том числе и на малые предприятия, занимающиеся разработкой продуктов и технологий. Следует отметить, что представители малого бизнеса и особенно высших учебных заведений, заметно чаще крупных промышленных предприятий сталкиваются с трудностями, вызванными нехваткой производственных помещений. Нехватка информации о технологиях и разработках продукции не составляет значимой проблемы для представителей всех предприятий-разработчиков.

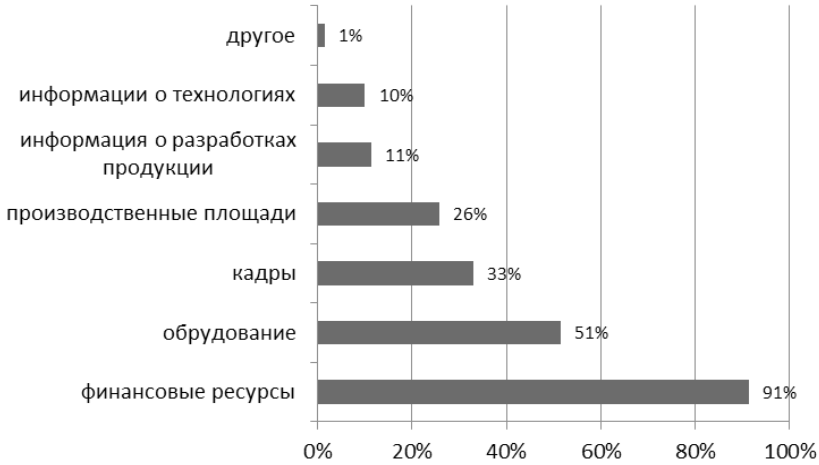

Рис. 1. Недостаток ресурсов, необходимых для реализации инновационных проектов

Инновационные разработки предназначены для реализации разноплановых задач, стоящих перед организациями региона. Две трети инноваций ориентированы на выпуск новой продукции, за счет которой предполагается освоить новые рынки, повысить конкурентоспособность предприятия. Половина организаций-разработчиков (59%) планирует усовершенствовать имеющуюся продукцию и добиться снижения себестоимости.

Рис. 2. Характеристика задач, решаемых с помощью инноваций

Основные опасения разработчиков составляют неопределенность спроса на инновационный продукт на рынке и, как следствие, значительные затраты на его продвижение (рис. 3). Показательно, что многие разработчики осуществляют работы только при наличии контракта, который гарантирует реализацию продукта, соответственно во многих случаях инновационный потенциал этих предприятий реализован не в полной мере. Немаловажной причиной такого положения является отсутствие знаний и практических навыков, связанных с формированием маркетинговой стратегии и разработкой мероприятий для эффективного продвижения своего продукта на рынке.

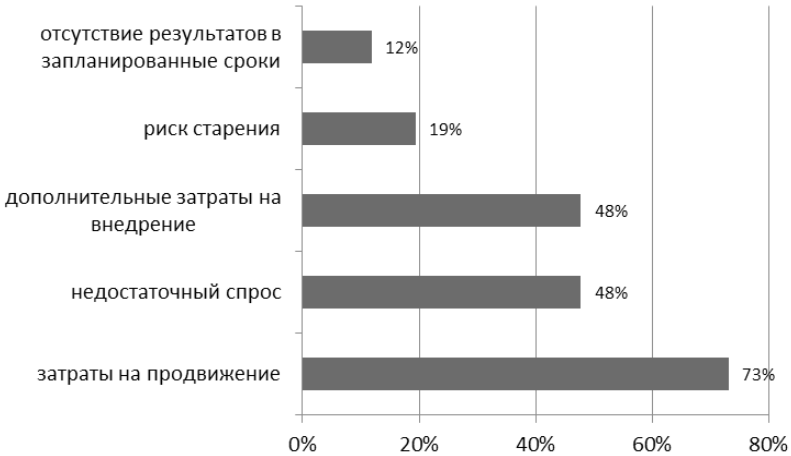

Рис. 3. Трудности, связанные с внедрением инновационных проектов

Значительная часть представителей предприятий-разработчиков не в полной мере осознает необходимость системного подхода к вопросам продвижения инновационного продукта на рынок. Взаимодействие предприятий-разработчиков с квалифицированными специалистами в области маркетинга, формирование эффективной службы, реализующей соответствующие функции, могло бы способствовать решению этой проблемы.

Наиболее востребованной является информация о поиске инвесторов, проведение маркетинговых исследований и сведения о существующих разработках. Актуальны для предприятий и вопросы, связанные с управлением человеческими ресурсами, – повышение квалификации персонала, формирование команды (табл. 2).

Таблица 2

Оценка востребованной информации для реализации инноваций

Виды востребованной информации	Средний балл	Стандартное отклонение
поиск инвесторов	2,3	0,85
маркетинговые исследования	2,1	0,83
информация о разработках	2,0	0,90
повышение квалификации персонала	2,0	0,93

Окончание табл. 2

Виды востребованной информации	Средний балл	Стандартное отклонение
бизнес-планирование	1,9	0,90
формирование команды	1,9	0,89
анализ соответствия	1,8	0,86
исследования о новых технологиях	1,8	0,85
обучение технологиям	1,7	0,88
стратегия патентования	1,6	0,80
технический аудит	1,6	0,74
оформление заявок на патент	1,5	0,82
оформление лицензионных соглашений	1,5	0,85
товарный знак	1,4	0,74
продвижение	1,4	0,79
защита авторского права	1,4	0,78
международное патентование	1,4	0,72

Оценка степени востребованности различных услуг по сопровождению инновационного проекта свидетельствует, что большая часть предпринимателей не готова обращаться за помощью в профессиональные компании [3].

Тщательно продуманная эффективная маркетинговая политика состоит в тщательной проверке концепции товара на ранних этапах. Одним из эффективных инструментов оценки инновационного продукта является пробный маркетинг. При проведении пробного маркетинга необходимо определить исследуемый рынок, характеристики продукта, длительность проведения исследования и сформировать критерии успешной реализации проекта. Пробный маркетинг может быть использован для испытаний специфических элементов маркетингового комплекса (версий продукта, особенностей его продвижения, окружающей среды, каналов распределения и цены и т.д.). Очевидно, что пробный маркетинг дает дополнительную информацию в преддверии выпуска инновационного продукта и может способствовать вероятности его успешного продвижения на рынок. Однако все способы пробного маркетинга имеют определенные недостатки: отрывочность (даже очень большой пробный маркетинг не может полностью представить национальный рынок); недостаточная эффективность (во многих случаях главная часть инвестиций делается еще до начала пробного маркетинга); предостережения конкурентам; высокая стоимость [4, 7, 11, 12].

Заключение

Начало процесса формирования конкурентного успеха фирмы при выведении на рынок нового продукта лежит в пересечении множеств маркетинговых и научно-технических решений. Наличие совместимых потребностей определенных рыночных сегментов и технологических возможностей

их обеспечить создает фундамент технологически обоснованной стратегии. Таким образом, при осуществлении инновационной деятельности следует учитывать такие факторы, как: маркетинговые характеристики рынка; конкурентный статус фирмы в НИОКР, производстве, управлении; конкурентную позицию фирмы и предполагаемые действия основных конкурентов; социально-экономическую и политическую обстановку в государстве. Процесс разработки и вывода товара на рынок включает этапы от генерации идей до начала коммерческой реализации товара. В это время фирма создает потенциальные варианты, получает представление потребителей о них, оценивает их, устраняет наименее привлекательные, разрабатывает опытные образцы продукции, испытывает их и внедряет на рынке.

Список источников

1. Архипова М.Ю. Исследование влияния инновационной активности российских организаций на конкурентоспобность экономики // *Russian Journal of Management*, 2015, т. 3, no. 1, с. 16-25.

2. Борисова О.В Анализ инновационной активности российских организаций и факторы, оказывающие на нее влияние // *Экономика и предпринимательство*, 2015, no. 8-2 (61-2), с. 405-408.

3. Веселовский М.Я., Измайлова М.А., Нуралиев С.У. Формирование интерактивной модели трансфера технологий как фактор повышения инновационной активности компаний // *Вопросы региональной экономики*, 2015, т. 24, no. 3, с. 9-20.

4. Желнина Е.В. Управление в структуре факторов инновационной активности промышленных предприятий // *Балтийский гуманитарный журнал*, 2015, no. 1 (10), с. 161-164.

5. Кондрашова Н.В., Ендовицкая Е.В., Давыденко И.А. Моделирование диагностических процедур оценки деятельности научно-исследовательской организации // *Экономика и предпринимательство*, 2012, no. 4 (27), с. 210-214.

6. Короткова Т.Л., Власов А.В. *Коммерциализация и маркетинг инноваций*. Москва, издательство «Креативная экономика», 2012.

7. Кулыгина Е.Н. Инновационная активность предприятий России // *Теоретические и прикладные аспекты современной науки*, 2015, no. 7-8, с. 96-99.

8. Московцев А.Ф., Терелянский П.В., Косенков Р.А., Великанов В.В., Оноприенко Ю.Г., Симонов А.Б., Цыганков В.Н. Развитие инструментария измерения инновационной активности на региональном уровне // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2011, no. 7 (19), с. 53-65.

9. Павлова Е. А., Смирнова Л. А. Влияние факторов внешней среды на формирование инновационного потенциала предприятия // *Фундаментальные исследования*, 2015, no. 5-3, с. 640-644.

10. Ситнова И.А., Аллабердина Л.Р. Методологические подходы к оценке инновационного потенциала промышленного предприятия // *Экономика предприятия. Вестник Челябинского государственного университета*, 2014, no. 5 (334), с. 121-125.

11. Чернявская Я.С. Экономико-математическая модель оценки влияния государственного регулирования интеллектуальной собственности на инновационную активность предприятий сферы услуг // *Современные проблемы науки и образования*, 2015, no. 1-1, с. 451.

12. Шилова И.В. Вопросы реализации инновационной активности предприятий Воронежской области // *Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 20-летию Бизнес-школы ВГУ « Актуальные проблемы экономики, менеджмента и финансов в условиях развития инновационной экономики».* Воронеж, 2015, с. 59-64.

EVALUATION OF FACTORS AFFECTING INNOVATION BUSINESS ACTIVITY OF THE REGION

Shilova Irina Valerievna, Assist. Prof.

Voronezh State University, University Sq., 1, Voronezh, Russia, 394006;
e-mail: shilova.irina05@gmal.com

Purpose: this article deals with issues related to the analysis of the factors of the external and internal environment of the enterprise, which have a significant impact on the innovation activities of the organization. *Discussion*: one of the most important conditions for rapid socio-economic development of the region is the development and introduction of innovations, innovative activity of enterprises has a strategic impact on the regional economy. Improving the efficiency of formation and use of the innovation potential of the enterprises in the region is necessary to carry out continuous monitoring of the current situation, which involves the collection of information from the direct participants of innovation in order to identify actual problems impeding the implementation of the innovation activity and to identify ways to overcome them. *Results*: we presented the classification of the factors influencing the level of innovative activity of the enterprises; the most important factors were identified. The author offers some innovative approaches to increase the activity of the enterprise associated with the implementation of marketing activities.

Keywords: innovation activity, innovation policy, marketing of innovations, promotion of innovative product.

Reference

1. Arkhipova M.Iu. Issledovanie vliianiia innovatsionnoi aktivno-sti rossiiskikh organizatsii na konkurentospobnost' ekonomiki. *Russian Journal of Management*, 2015, vol. 3, no. 1, pp. 16-25. (In Russ.)

2. Borisova O.V. Analiz innovatsionnoi aktivnosti rossiiskikh organizatsii i faktory, okazyvaiushchie na nee vliianie. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2015, no. 8-2 (61-2), pp. 405-408. (In Russ.)

3. Veselovskii M.Ia., Izmailova M.A., Nuraliev S.U. Formirovanie interaktivnoi modeli transfera tekhnologii kak faktor povysheniia innovatsionnoi aktivnosti kompanii. *Voprosy regional'noi ekonomiki*, 2015, vol. 24, no. 3, pp. 9-20. (In Russ.)

4. Zhelnina E.V. Upravlenie v strukture faktorov innovatsionnoi aktivnosti promyshlennykh predpriiatii. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal*, 2015, no. 1 (10), pp. 161-164. (In Russ.)

5. Kondrashova N.V., Endovitskaia E.V., Davydenko I.A. Modeli-rovanie diagnosticheskikh protsedur otsenki deiatel'nosti nauchno-issledovatel'skoi organizatsii. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2012, no. 4 (27), pp. 210-214. (In Russ.)

6. Korotkova T.L., Vlasov A.V. *Kommertsializatsiia i marketing innovatsii*. Moscow, «Kreativnaia ekonomika», 2012. (In Russ.)

7. Kulygina E.N. Innovatsionnaia aktivnost' predpriiatii Rossii. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty sovremennoi nauki*, 2015, no. 7-8, pp. 96-99. (In Russ.)

8. Moskovtsev A.F., Terelianskii P.V., Kosenkov R.A., Velikanov V.V., Onoprienko Iu.G., Simonov A.B., Tsygankov V.N. Razvitie instrumentariia izmereniia innovatsionnoi aktivnosti na regional'nom urovne. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2011, no. 7 (19), pp. 53-65. (In Russ.)

9. Pavlova E.A., Smirnova L.A. Vliianie faktorov vneshnei sre-dy na formirovanie innovatsionnogo potentsiala predpriiatiia. *Fundamental'nye issledovaniia*, 2015, no. 5-3, pp. 640-644. (In Russ.)

10. Sitnova I.A., Allaberdina L.R. Metodologicheskie podkhody k otsenke innovatsionnogo potentsiala promyshlennogo predpriiatiia. *Ekonomika predpriiatiia. Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 5 (334), pp. 121-125. (In Russ.)

11. Cherniavskaia Ia.S. Ekonomiko-matematicheskaia model' otsenki vlianiia gosudarstvennogo regulirovaniia intellektual'noi sobstvennosti na innovatsionnuiu aktivnost' predpriiatii sfery uslug. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2015, no. 1-1, pp. 451. (In Russ.)

12. Shilova I.V. Voprosy realizatsii innovatsionnoi aktivnosti predpriiatii Voronezhskoi oblasti. *Sbornik statei Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posviashchennoi 20-letiiu Biznesshkoly VGU «Aktual'nye problemy ekonomiki, menedzhmenta i finansov v usloviiakh razvitiia innovatsionnoi ekonomki»*. Voronezh, 2015, pp. 59-64. (In Russ.)