

УДК 330.332.5:338.24

**ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ
ИННОВАЦИОННОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**DEVELOPMENT FACTORS AND FEATURES
OF INNOVATION SUSCEPTIBILITY OF**

И.Г. ЛУКМАНОВА, С.Н. ПЕТРОВА

I.G. LUKMANOVA, S.N. PETROVA

**(Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет)
(Moscow State University of Civil Engineering (National Research University))**

Email: lukmanova@mgsu.ru, PetrovaSN@mgsu.ru

Статья посвящена факторам развития и особенностям инновационной восприимчивости организаций текстильной промышленности в условиях агрессивной и меняющейся внешней среды. Успех и конкурентоспособность организаций определяются, в первую очередь, приспособленностью к внешней среде, на базе учета макро- и микроперемен, через управление, направленное на восприимчивость к инновациям. В статье рассматривается и обосновывается необходимость выделения в качестве объекта управления

организации именно инновационную восприимчивость организации к тем новшествам, которые являются результатом интеллектуального капитала самой организации, или инновациям, существующим во внешней среде окружения и прежде всего в текстильной отрасли.

Article is devoted to factors of development and features of an innovative susceptibility of the organizations in the conditions of the aggressive and changing external environment. Success and competitiveness of the organizations are determined, first of all, by fitness to the external environment, based on accounting macro - and microchanges, through the management directed to a susceptibility to innovations. Need of allocation as amount of management of the organization innovative susceptibility of the organization to those innovations which are result of the intellectual equity of the organization, or to the innovations existing in the external environment of an environment is considered and proved in article.

Ключевые слова: инновация, новшества, факторы развития, инновационная восприимчивость, конкурентоспособность организации, инновационный потенциал, информационные технологии, внешняя среда, жизненный цикл продукции, разрывы в инновационной восприимчивости, механизм управления.

Keywords: innovation, innovations, development factors, innovative susceptibility, competitiveness of the organization, innovation potential, information technology, external environment, product life cycle, gaps in the innovation susceptibility, control mechanism.

Развитие мировой экономики неопровержимо свидетельствует, что эффективного и устойчивого развития субъектов хозяйственной деятельности можно достичь только за счет масштабного использования инноваций, обеспечивающих стратегические конкурентные преимущества на рынке. Качественные сдвиги в современной экономике говорят о том, что значительно изменились факторы и источники, определяющие экономическое развитие, которое характеризуется целенаправленными изменениями, приводящими к появлению новых, эффективно функционирующих производственных систем. Целью развития является обновление всех функций управления, достигаемых посредством стратегического и структурного управления, обеспечение гибкости взаимодействия с внешней средой. Основной доминантой экономического развития становится использование современных информационных технологий, позволяющих радикально перестроить бизнес-процессы и достичь

значительного повышения производительности труда предприятий, научные знания, новые технологии производства продукции и оказание услуг. Это требует от персонала предприятия помимо высокой квалификации и четкой профессиональной ориентации особого типа восприятия и мотивации, а также умение рисковать. Для того чтобы выжить, в долгосрочной перспективе строительные предприятия должны "инновационное развитие" считать одной из основных целей, которая должна обеспечить им получение устойчивой прибыли и конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе [1].

Стратегией достижения указанной выше цели, во-первых, является интенсивное развитие всех элементов производственно-хозяйственной системы предприятия, а во-вторых, инновационное развитие. Первое обеспечивает постоянное наращивание инновационного потенциала и его сохранение, второе дает возможность резко повысить его уровень, сократить накопив-

шийся технологический разрыв, повысить качество потенциала [2].

"Инновационный потенциал организации – это мера готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленных инновационных целей, т.е. мера готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений. Потенциал организации – главный критерий целесообразности их существования. Через развитие потенциала идет развитие организации, ее подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы" [3].

Инновационный потенциал каждого предприятия зависит от соотношения его составляющих и включает такие факторы, как:

- наличие ресурсов для инновационной деятельности, а также их распределение в организации;
- способность реагировать на новаторские действия конкурентов и принимать во внимания тенденции развития отраслей, связанных с деятельностью данной организации;
- способность менеджмента анализировать технологическую среду бизнеса;
- структурные особенности компании, влияющие на характер предпринимательского поведения, способность руководства принимать решения по реализации предпринимательских инициатив.

Другими словами, потенциал организации, с одной стороны, должен обеспечить готовность системы к стабильной производственно-хозяйственной деятельности, с другой – готовность к инновациям.



Рис. 1

На рис. 1 представлена системная интерпретация составляющих инновационного потенциала. Как видно из рисунка, все приведенные факторы системы управления объединяет одно: подчеркивается их значимость и необходимость развивать инновационную восприимчивость организации.

Инновационную восприимчивость можно оценивать, как способность организации обнаруживать инновации, различать и интерпретировать их отдельные признаки, применять к использованию в целях повышения своей конкурентоспособности [4].

Инновационная восприимчивость организации зависит от различных внешних и внутренних факторов. К внутренним факторам относится наличие благоприятных экономических, организационных, психологических, научных и технических условий для инновации.

Важную роль играют внешние факторы, связанные:

- с развитостью рыночных отношений;
- состоянием финансово-экономической системы;
- социально-экономическими и политическими факторами;
- наличием или отсутствием благоприятного инновационного климата и поддержки со стороны государства;
- с позиционированием предприятия внутри отрасли;
- характеристикой самой отрасли;
- развитием соответствующей инфраструктуры местоположения предприятия.

Кроме приведенных выше факторов существенное влияние оказывают факторы внешней среды, заключающиеся в технологических изменениях, изменениях квалификации рабочей силы, эволюции предпочтений клиентов. Следуя теории жизненного цикла, увеличить срок существования организации можно в результате систематического развития инновационной восприимчивости, рассматривая ее в качестве координатора отношений между внутренней и внешней средой [5], [6].

Посредством развития инновационной восприимчивости организации осуществ-

ляется координация организации и окружения, возникает способность обнаруживать несоответствия, приводящие в действия механизмы приспособления, и превращать рутинные процедуры в фактор инновации. Кроме этого инновации должны обладать не только новизной по отношению ко всему обществу и к конкретной организации, но и удовлетворять рыночному спросу, так как коммерческий успех инновации оценивается двумя основными факторами:

- возможностью внедрения инновационной идеи в производство и тиражированием нового продукта в необходимых масштабах;

- соответствием инновации потребностям участников рынка.

Возможность внедрения и тиражирования инноваций и есть суть показателя инновационной восприимчивости, которая существенно влияет на коммерческий успех предприятия и эффективность его деятельности.

Наряду с понятиями жизненных циклов организации есть и понятия жизненного цикла инновационной восприимчивости к продукции со стороны потребителей, которая определяется временем адаптации инноваций [7], [8].

Восприимчивость зависит не только от объективных характеристик объекта восприятия, но также и от той деятельности, в которую включены процессы восприятия.

ВЫВОДЫ

1. Таким образом, важнейшей задачей управления в инновационной сфере является создание механизма управления развитием инновационной восприимчивости организации к имеющимся условиям внешней среды, направленного на становление и развитие инновационно восприимчивой организации [9].

2. Механизм управления развитием инновационно восприимчивых организаций должен базироваться на требованиях законов и закономерностей внешней среды, которые являются источником изменяю-

щихся воздействий на организацию, которые, в свою очередь, вызывают необходимость инновационных преобразований в элементах производственно-хозяйственной системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аleshina И.В. Поведение потребителей. – М.: Экономист, 2006.
2. Бараньчев В.П. Управление знаниями в инновационной сфере. – М: ООО "Благовест-В", 2007.
3. Бэджюли Ф. Управление проектов/ Пер. с англ. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
4. Гордон Я.Х. Маркетинг партнерских отношений / Пер с англ.; под ред. О.А. Третьяк. – СПб.: Питер, 2001.
5. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2000.
6. Исаев В.В. Организация работы команды проекта. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2006.
7. Кристенсен К. Дилемма инноватора / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
8. Мур Д. Преодоление пропасти: Маркетинг и продажа хайтек-продуктов массовому потребителю / Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2006.
9. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство. – СПб.: Питер, 2004.

REFERENCES

1. Aleshina I.V. Povedenie potrebitelej. – М.: Jekonomist", 2006.
2. Baranychev V.P. Upravlenie znanijami v innovacionnoj sfere. – М: ООО "Blagovest-V", 2007.
3. Bjeđjuli F. Upravlenie proektov/ Per. s angl. – М.: FAIR-PRESS, 2004.
4. Gordon Ja.H. Marketing partnerskih otnoshenij / Per s angl.; pod red. O.A. Tret'jak. – SPb.: Piter, 2001.
5. Druker P.F. Zadachi menedzhmenta v XXI veke / Per. s angl. – М.: Izdatel'skij dom "Vil'jams", 2000.
6. Isaev V.V. Organizacija raboty komandy proekta. – SPb.: Biznes-Pressa, 2006.
7. Kristensen K. Dilemma innovatora / Per. s angl. – М.: Al'pina Biznes Buks, 2004.
8. Mur D. Preodolenie propasti: Marketing i prodazha hajtek-produktov massovomu potrebitelju / Per. s angl. – М.: Izdatel'skij dom "Vil'jams", 2006.
9. Jankovskij K.P. Vvedenie v innovacionnoe predprinimatel'stvo. – SPb.: Piter, 2004.

Рекомендована кафедрой экономики и управления в строительстве. Поступила 28.12.16.