

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКТОВЫХ И ПРОЦЕССНЫХ ИННОВАЦИЙ

Широнин Е.С.,

научный руководитель канд. экон. наук Гнедых Н.Н.

Сибирский федеральный университет

Торгово-экономический институт

Успешное функционирование и развитие организаций в современных экономических условиях требует соответствующего подхода к формированию стратегии развития и управления инновационным потенциалом, что предполагает необходимость определения роли и значения инновационного потенциала в деятельности организаций. Удачно реализованная инновация способна повысить эффективность функционирования организации, с другой стороны, инновации в деятельности организации приводят к повышению конкурентоспособности на рынке. Инновации прочно обосновались в жизни больших и малых предприятий и при поддержке государства темпы их внедрения только растут.

Вместе с тем задача по управлению предприятием в условиях стратегических инновационных изменений является новой и недостаточно изученной для большинства хозяйствующих субъектов. В связи с этим, неперенным условием для эффективной разработки и реализации стратегических изменений является повышение научной обоснованности решения ряда задач по обеспечению необходимого уровня реализации управленческих воздействий на инновационный процесс.

Значимость данной проблемы как для предприятий, так и для экономики страны в целом, а также неразработанность ряда теоретических и методических аспектов являются определяющими в актуальности данной работы.

Вышеперечисленное обуславливает необходимость проработки теоретических и методических аспектов управления предприятием в условиях стратегических изменений, вызванных инновациями.

Для выполнения указанной цели решаются следующие задачи:

- определение понятия стратегического планирования,
- исследование инновационных стратегий развития предприятия, анализ методик их разработки;
- исследование вопроса управления эффективностью разработки и реализации стратегии;
- оценка методического подхода к формированию стратегии управления инновационным потенциалом в условиях стратегических изменений на предприятии.

Объектом исследования являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие инновационную деятельность.

Предметом исследования являются теоретические и методические проблемы управления на предприятии в условиях стратегических изменений, вызванных инновациями.

В данной работе стратегия рассматривается как общее направление, способ, набор принципов и правил управления, руководствуясь которыми обеспечивается достижение устойчивых конкурентных позиций и других главных целей предприятия исходя из его реальных возможностей. Задача стратегии предприятия заключается в создании конкурентного преимущества, снижении негативного влияния окружающей

среды, обеспечении доходности, уравнивании внешних требований и внутренних возможностей.

Стратегическое управление инновациями – это один из составных элементов инновационного менеджмента, который решает вопросы планирования, организации, мотивации и контроля реализации инновационных процессов.

Модель Гарвардской школы бизнеса основывается на широко известной процедуре SWOT-анализа (рис.1). В соответствии с данной моделью процесс выработки стратегии в самом общем виде можно представить как некую точку пересечения выявленных возможностей и угроз внешней среды. А также сильных и слабых сторон ресурсного потенциала предприятия.



Рисунок 1. Модель стратегического управления Гарвардской школы

Модель, предложенная И. Ансоффом, использует схожую с предыдущей моделью логику, однако имеет ряд существенных отличий (рис.2). Так вместо неявно выраженных целей руководства Гарвардской модели, Ансофф использует понятие формализованных целей. Другое отличие заключается в том, что разработку стратегии на каждом из этапов можно представить в виде крайне формализованного процесса, доведенного до определенной блок-схемы.

Реакцией на внешние сигналы в данной модели является определение целей развития предприятия. При этом в соответствии с первоначально установленными

целями производится оценка ресурсного потенциала предприятия. Целью данного анализа является выявление возможностей для принятия основных стратегических решений. Также немаловажным в этой модели стратегического планирования является наличие обратной связи, которая обеспечивает интерактивность процедуры разработки стратегического плана.

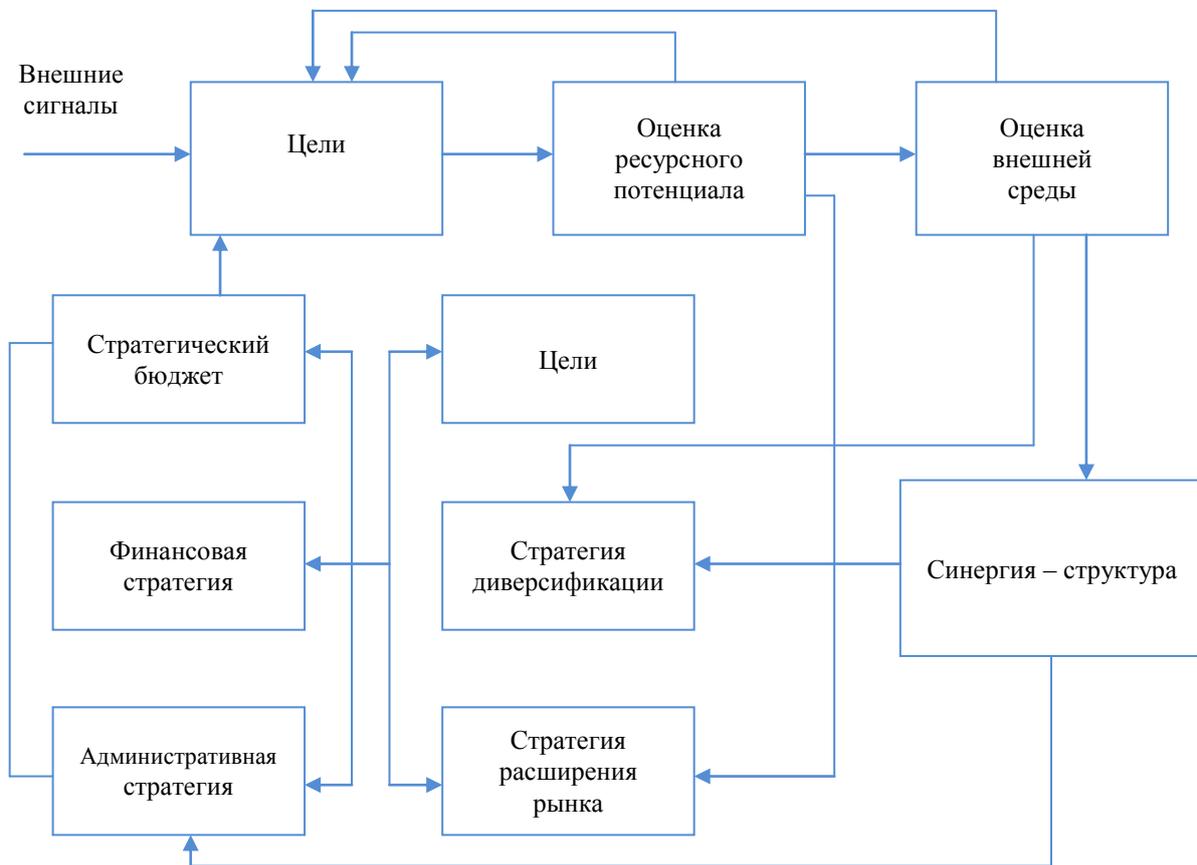


Рисунок 2. Модель стратегического управления И.Ансоффа (дополнено автором)

Третьей «классической» моделью принято считать модель, предложенную Г. Стейнером (рис.3). Данную модель можно рассматривать как попытку объединить две вышеизложенные модели. Так, в ней присутствуют практически все элементы Гарвардской модели, и вместе с тем вводится жесткая последовательность этапов разработки стратегии и детализация действий и результатов.

По причине того, что инновации в современных условиях определяют основные направления развития предприятия, важность инновационных стратегий является очень высокой.

То есть стратегическое управление является видом управления предприятием, опирающимся на научный потенциал как основу и ориентирующим ее инновационную деятельность на запросы потребителей. Его применение позволяет предприятию гибко реагировать, отвечать требованиям конкуренции и, как следствие, добиваться конкурентных преимуществ, что означает его долгосрочную конкурентоспособность и выживаемость.



Рисунок 3. Модель стратегического управления Г.Стейнера (дополнено автором)