



ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 005.51:001.895:658

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Т. А. ХОРЕВА*Орловский государственный
институт экономики
и торговли**e-mail:
Tane4kaa07@mail.ru*

В сложившихся условиях хозяйствования организации не уделяют должного внимания стратегическому планированию. Формирование рыночных отношений предполагает наличие эффективного менеджмента предприятий, основанного на активной инновационной деятельности, которая является одним из важнейших условий развития бизнеса хозяйствующих субъектов. Разработанная методика стратегического планирования на предприятии при развитии инноваций позволяет определить потенциальные возможности предприятия к внедрению инновационной деятельности. До недавнего времени стратегическое планирование было прерогативой крупных международных концернов. Однако ситуация стала меняться, и, как показывают опросы, все больше и больше организаций, представляющих средний бизнес, начинают заниматься вопросами стратегического планирования. Создание эффективной системы стратегического планирования может стать важным преимуществом в условиях жесткой конкуренции и растущей интернационализации рынков.

Ключевые слова: рыночные отношения, стратегическое планирование, инновации, промышленные предприятия, бизнес-план, стратегический анализ, инновационные стратегии, разработка бизнес-плана, стратегический выбор, стратегии предприятия, направления деятельности промышленных предприятий.

В настоящее время важнейшей предпосылкой стратегического планирования на отечественных предприятиях стало развитие рыночных отношений, их постоянное и непрерывное совершенствование. В условиях рыночных отношений резко повысилась ответственность предприятий за экономические и финансовые результаты работы. Создание эффективной системы стратегического планирования может стать важным преимуществом в условиях жесткой конкуренции и растущей интернационализации рынков.

Стратегическое планирование должно быть направлено на совершенствование дальнейшего функционирования предприятий и обеспечение перспективности развития бизнеса. Зачастую ориентируясь на достижение сиюминутной выгоды, предприятия недооценивают влияние инновационных процессов.

Формирование рыночных отношений предполагает наличие эффективного менеджмента предприятий, основанного на активной инновационной деятельности, которая является одним из важнейших условий развития бизнеса хозяйствующих субъектов [5]. Инновационная деятельность присуща любому предприятию, поскольку она представляет собой один из наиболее важнейших аспектов его функционирования.



Круг вопросов, решаемых этим видом функционального управления предприятия обширен, так как инновационные решения неразрывно связаны со всеми остальными видами деятельности и всеми стадиями ее жизненного цикла, формируют перспективную организационную структуру и организационную культуру [3].

Стратегическое планирование инноваций представлено на рис. 1.

Связь между общей стратегией предприятия и стратегий в области научно-технического прогресса реализуется, прежде всего, при внедрении новой продукции и изменениях в процессе производства. Инновационная стратегия обеспечивает эффективную динамику развития процесса воспроизводства на предприятии, прежде всего с точки зрения качественных характеристик. Она играет роль двигателя в общей стратегии.



Рис. 1. Схема стратегического управления инновациями – выработка рекомендаций отстающим территориальным образованиям

Инновационная стратегия предприятия – специфическое явление, сложившееся и оформившееся в течение нескольких последних десятилетий. Сущность инновационной стратегии состоит в активном воздействии хозяйственного субъекта на рынок и перспективном изменении внутренней среды фирмы в соответствии со сложившимися социально-хозяйственными тенденциями. В условиях рынка инновационная деятельность является необходимой, поскольку продукция предприятий, не способных к ново-



введениям, перестаёт пользоваться спросом, что влечёт за собой банкротство. Но условия для перехода к активной инновационной стратегии сложились лишь недавно.

Развитый спрос и потребительская культура населения определяют постоянный поиск путей повышения уровня потребления, отдаётся предпочтение более качественным товарам. Происходит сегментация рынка, что обуславливает формирование индивидуализации производства. Наличие большого количества эффективных производителей, завоевавших и охраняющих свои позиции на рынке, увеличивает цену конкуренции, поскольку в основном исчерпываются экстенсивные источники, и ограничивается применение ценовой конкуренции. Формированию большого количества высокоэффективных производителей способствует процесс глобализации.

Основные возможности расширения сбыта заключаются в предвидении рыночных изменений, основанном на маркетинговых исследованиях, поиск новых рыночных ниш, предложение принципиально нового товара или услуги, предложение товара или услуги с большей полезностью.

Наличие развитой научно-технической инфраструктуры обеспечивает проведение научных разработок различной сложности. Её эффективность может быть повышена государственной политикой [2].

Наряду с совокупностью внешних по отношению к предприятию условий, обуславливающих необходимость перехода к инновационной стратегии, необходим ряд изменений внутренней среды предприятия. Самое главное изменение – ориентация производства на рынок, достигающаяся за счёт формирования новой философии организации, новой корпоративной культуры, привлечения к сотрудничеству маркетинговых структур или создание собственных для проведения маркетинговых исследований.

Предприятию необходимо организовать поиск новых идей, проведение исследований, быструю разработку технологии или адаптацию существующих. Все эти изменения невозможно провести без обучения персонала, т.е. необходима организация работы по управлению персоналом.

Как правило, предприятие применяет несколько взаимосвязанных, либо дополняющих друг друга инновационных стратегий. Портфель инновационных стратегий формируется в зависимости от поставленных общих социально-экономических целей развития предприятия, вытекающих из них инновационных задач, а также факторов, оказывающих влияние на инновационное развитие предприятия (рис. 2).

Стратегическое планирование – одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.

Стратегический план – документ, выражающий миссию предприятия, его долгосрочные цели и задачи, стратегию их достижения с учётом внешней среды и внутренних особенностей предприятия [1]. В процессе разработки стратегического инновационного плана выполняются следующие содержательные этапы:

1. Анализ (диагностика состояния организации, изучение сильных и слабых внутренних факторов, определяющих развитие, SWOT-анализ).
2. Целеполагание (определение и утверждение главных целей).
3. Планирование (разработка плана развития).

Схема системы разработки стратегических планов в условиях активной инновационной деятельности представлена на рис.3.

Рабочим инструментом стратегического планирования является бизнес-план.

Бизнес-план – это документ, программа действий менеджмента, схема и аналитический расчет осуществления бизнес-операций и действий фирмы, который содержит сведения о фирме, товарах, их производстве, маркетинге, рынках сбыта и организации эффективных операций.

Бизнес-план предприятия или инвестиционного проекта составляется не только для внешних целей.

Бизнес-план для внешних целей – это обоснование потребности фирмы в привлечении заемных средств или инвестиций, это демонстрация всем заинтересованным лицам, которые имеют ресурсы и возможности, потенциала бизнеса, это презентация проекта и привлечение внимания со стороны инвесторов и банка к инвестиционному проекту, убеждение их в достаточной эффективности такого проекта, а также в надлежащем уровне квалификации менеджмента предприятия.

Каждый инвестор хочет оценить выгодность инвестиционного проекта и оценить соотношение инвестиционных рисков и полученной прибыли от проекта.



Рис. 2. Стратегические направления деятельности предприятий

Самый простой и приемлемый способ оценить инвестиционный проект - изучить и проанализировать бизнес-план инвестиционного проекта

Бизнес-план инвестиционного проекта — это визитная карточка предприятия. Именно бизнес-план предприятия дает инвестору исчерпывающие ответы на самые важные для любого инвестора вопросы: имеет ли смысл вкладывать свои средства в инвестиционный проект, при каких условиях этот проект будет максимально эффективен с учетом допустимого уровня рисков, которые определены разработчиком инвестиционного проекта [4].

Разработка бизнес-плана проводится в соответствии со следующим алгоритмом:

I. Подготовительная стадия состоит из следующих этапов:

- принятие решения о разработке проекта;
- принятие решения о разработке бизнес-плана;
- разработка системы финансового обеспечения подготовки бизнес-плана;
- создание группы разработчиков бизнес-плана.

II. Стадия продвижения бизнес-плана.

III. Стадия реализации. Состоит из последующего выполнения следующих основных действий. Фаза инвестирования – разработка плана реализации – осуществление программы работ в рамках выполнения бизнес-плана – контроль и систематическая корректировка стратегического плана – фаза оценки и анализа соответствия поставленных и достигнутых целей.

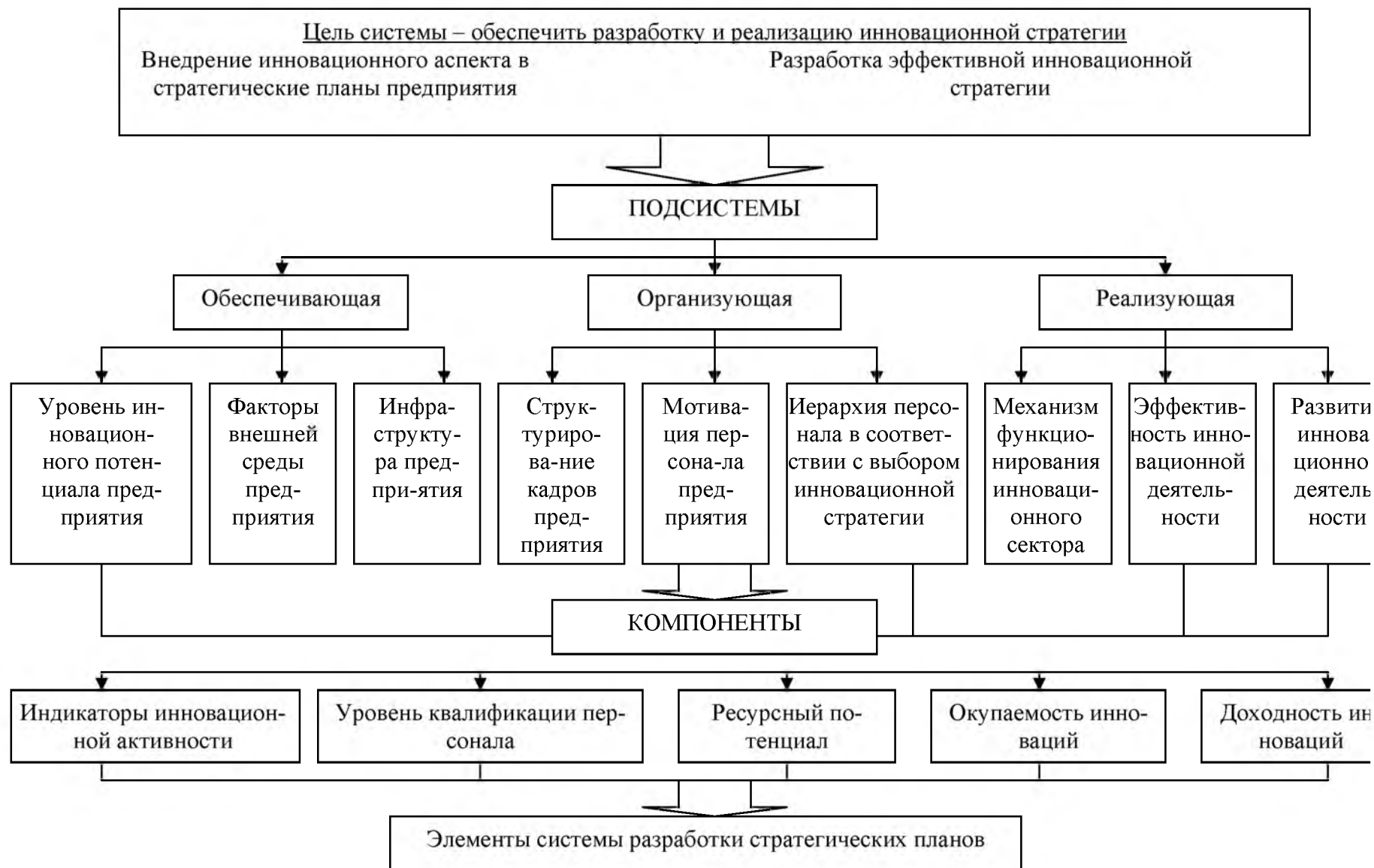


Рис. 3. Схема системы разработки стратегических планов в условиях активности инновационной деятельности

IV. Стадия разработки.

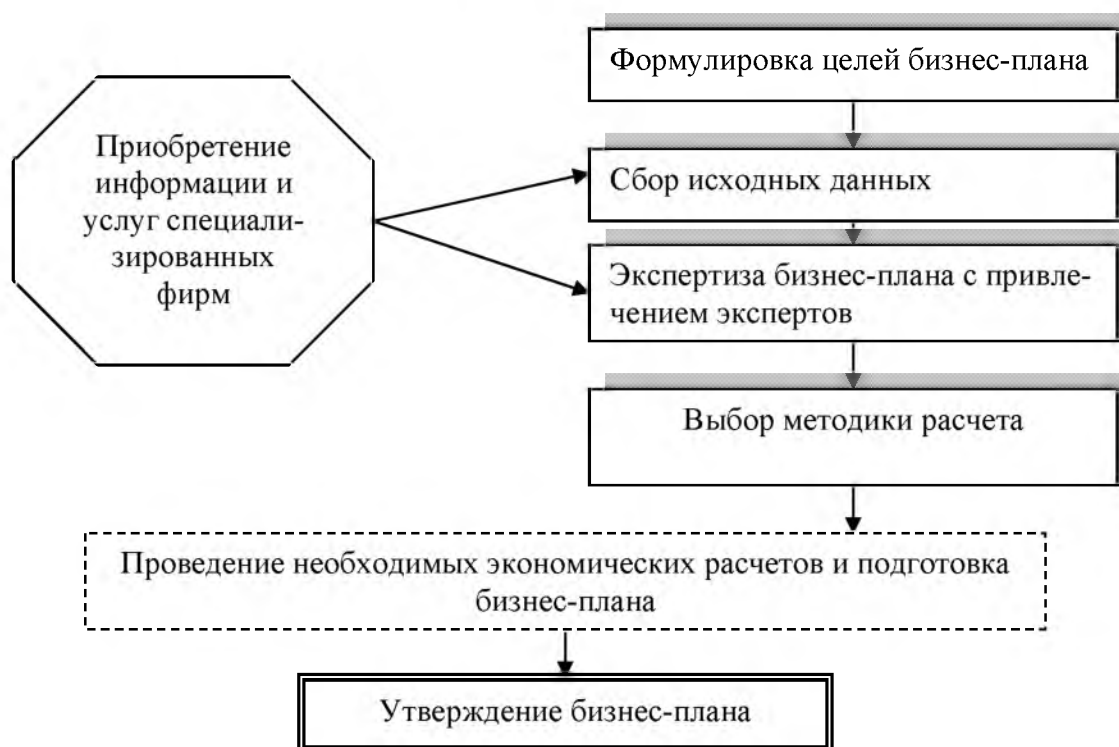


Рис. 4. Схема стадии разработки

Таким образом, стратегическое планирование должно быть направлено на совершенствование дальнейшего функционирования предприятий и обеспечение перспективности развития бизнеса.

Литература

1. Зверев, А. Базовые промышленные предприятия: оценка текущей ситуации [Текст] / А. Зверев // Экономист. – 2009. – 3 1. – С. 19-26
2. Почукаева, О.В. Анализ инновационной активности в промышленности [Текст] / О.В. Почукаева // Проблемы прогнозирования. – 2008. – № 4. – С. 26-32
3. Строева, О. Развитие инновационной инфраструктуры региона [Текст] / О. Строева // Инвестрегион. – 2010. - № 4 (22). – С. 48-53
4. Фияксель, Э.А. Инновационный потенциал российской промышленности и механизмы его роста [Текст] / Э.А. Фияксель // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. - № 13 (май). – С. 2-6
5. Шухгальтер, М. Организационные предпосылки инновационного развития: [промышленность: необходимость диверсификации] [Текст] / М. Шульгальтер // Экономика и жизнь. – 2008. - № 47 (ноябрь). – С. 4-5



SYSTEMS APPROACH TO STRATEGIC PLANNING OF THE INNOVATION DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

T. A. KHOREVA

Orel state institute of the economy and trade

*e-mail:
Tane4kaa07@mail.ru*

Under the prevailing conditions of the management of organization is not given the adequate consideration to strategic planning. The formation of market relations assumes the presence of the effective management of enterprises, based on the active innovation activity, which is one of the most important conditions of the development of the business of economic subjects. The developed procedure of strategic planning in enterprise with the development of innovations makes it possible to determine the potential possibilities of enterprise to the introduction of innovation activity. Until recently strategic planning was the prerogative of large international concerns. However, situation began to change, and, as show interrogations, it is more and it is more than the organizations, which present average business, they begin to be occupied by questions of strategic planning. The creation of the effective system of strategic planning can become the prime advantage under the conditions of rigid competition and growing internationalization of markets.

Key words: market relations, strategic planning, the innovation, industrial enterprises, business- plan, strategic analysis, innovation strategies, the development of business- plan, strategic selection, strategy of enterprise, direction of the activity of industrial enterprises.