
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И ЕГО РОЛЬ В БИЗНЕСЕ

*О.А. Беляева, 3 курс, факультет финансов и учета
Научный руководитель – ст. преподаватель Е.А. Павлова
ФГОУ ВПО «Ульяновский государственный университет»*

In today's marketplace there is nothing that has a greater impact on the ability of a business to compete and win than the innovation process. This continuing streamlined process engages everyone inside a company and includes not only creating competitive advantage, but also building the innovation mindset into all areas of a company.

Многие ли компании сегодня являются инновационными? Сомнительно. Можно ли всерьез полагать, что в условиях глобальной конкуренции инновации не играют значительной роли? Ответ также предсказуем: ведь в условиях современного рынка нет места компаниям, которые не могут постоянно анализировать ситуацию, следить за изменяющимися факторами и привносить соответствующие изменения.

Каждой компании для разработки новых идей, которые позволили бы ей двигаться вперед, необходим своеобразный двигатель, так называемый «двигатель инноваций». Он отсутствует у большинства компаний, заменой служит разработка и совершенствование продукции, что тоже является в какой-то степени инновационным средством благодаря большому количеству производимых усовершенствований. Но такая система возможна лишь в стабильных отраслях. Сильная конкуренция зачастую не позволяет постоянно совершенствовать продукты и услуги, которые бы удерживали внимание покупателей. В этом случае большинство компаний берут перерыв и начинают проявлять инициативу в разработке новых идей: организовываются так называемые «мозговые штурмы» с целью отыскать такое решение, которое поможет снова пробудить в покупателях интерес или, по крайней мере, позволит сохранить имеющуюся долю рынка. Но эти попытки редко приводят к существенным инновациям. Пока проводятся «мозговые штурмы» и определяются направления работы, конкуренция продвигается все дальше. В подобных ситуациях компании обычно оставляют мысль об инновациях и пытаются выжать по максимуму из продажи стандартной для них продукции с целью сохранить текущий уровень дохода. Эти усилия просто не оставляют времени на развитие по-настоящему инновационных товаров.

Выход из описанной выше ситуации в небольшом изменении подхода руководства к будущему. Это разница между торопливыми запоздалыми усилиями, когда компания уже начинает терять свою прибыль, и явным, недвусмысленным пониманием того, что те же самые ресурсы могут обеспечить продолжительный инновационный процесс. Подобное изменение в подходе не намного затратнее по времени и капиталу, но взамен может обеспечить долговременную перспективу развития в индустрии. Этот подход и называется «двигателем инноваций», его главным компонентом является план, который включает в себя стадии развития инновационного процесса. Ниже приведена одна из его простейших схем.

Прохождение стадий развития инноваций должно быть хорошо отлаженным процессом и вовлекать всех работников организации. При этом инновационное мышление должно поощряться не только с целью генерации идей для новых продуктов, но и просто в качестве тренировки, что позволило бы персоналу непрерывно развиваться внутри своих собственных сфер деятельности.

Важно отметить, что инновационный процесс должен проводиться командой специалистов различного профиля. Эта команда принимает стратегические и тактические решения. Подобные команды включают в себя две или более группы людей, которые работают независимо и обмениваются идеями на условиях взаимной выгоды.

Существует множество инструментов, которые могут быть использованы в инновационном

процессе. Самые важные относятся к первой стадии развития инноваций – генерации идей, которая должна проводиться людьми, готовыми развивать перспективные идеи, ведь каждая из них способна стать той искрой, которая запустит «двигатель инноваций». Выделяют два инструмента: «личный инновационный процесс» и «командный инновационный процесс». Они помогают отдельным людям и группам людей понять систему инновационного процесса и обучают необходимым способам его проведения. В дальнейшем это приводит к тому, что работники становятся способны самостоятельно отыскать новаторский способ решения любой проблемы.

Сегодня многим компаниям становится все более и более очевидной необходимость создания «двигателя инноваций», для того чтобы обеспечить себе сравнительное преимущество и сохранять его в течение длительного времени. При этом недостаточно просто совершенствовать отдельные части производственного процесса. Это должен быть хорошо продуманный и четко организованный процесс, затрагивающий все уровни организации. Особое внимание следует уделять подготовке персонала, т.к. квалифицированные сотрудники способны внести улучшения во многие сферы производства. Именно развитие инновационного подхода к решению любых вопросов на предприятии становится настоящим «двигателем инноваций», который и позволит компании обогнать конкурентов и вырваться вперед.

Литература

1. Hammer R.L.: Strategic Innovation: the engine that propels business. [электронный ресурс]// www.innovationtools.com/pdf/InnovationEngine.pdf (дата обращения: 19.03.2011)

ИНФЛЯЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ СТРАН МИРА

М.Р. Богапова, 2 курс, экономический факультет

Научный руководитель - ст. преподаватель С.К. Войнатовская

ФГОУ ВПО «Ульяновская ГСХА»

In this article we consider some questions: what is inflation, its effect on the economy in different countries. In economics, inflation is a rise in the general level of prices of goods and services in an economy over a period of time. When the general price level rises, each unit of currency buys fewer goods and services.

Инфляция является сложным социально-экономическим явлением. Как экономическое явление инфляция существует уже длительное время. В экономике под термином «инфляция» принято понимать повышение общего уровня цен на товары и услуги. При инфляции за одну и ту же сумму денег по истечении некоторого времени можно купить меньше товаров и услуг, чем прежде. В этом случае говорят, что за прошедшее время покупательная способность денег снизилась, деньги утратили часть своей реальной стоимости.

Исторически сложилось так, что в экономической литературе много внимания уделено вопросу о том, что является причинами инфляции, и какое влияние она оказывает. В современной экономической науке среди причин инфляции выделяют следующие: рост государственных расходов, для финансирования которых государство прибегает к денежной эмиссии, увеличивая денежную массу сверх потребностей товарного обращения. Наиболее ярко выражено в военные и кризисные периоды; сверхплановое расширение денежной массы за счет массового кредитования; монополия крупных фирм на определение цены и собственных издержек производства, особенно в сырьевых отраслях; монополия профсоюзов, которая ограничивает возможности рыночного механизма определять приемлемый для экономики уровень заработной платы; сокращение реального объема национального производства, которое при стабильном уровне денежной массы приводит к росту цен, так как меньшему объему товаров