

МЕСТО И РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Андрейченко И.Л., Кондратьева А.В., Куликова В.В., Заярная И.А.

Дальневосточный федеральный университет (филиал г. Находка)

Находка, Россия

Аннотация: работа посвящена рассмотрению одной из современных форм развития и функции регионального предприятия – инновациям, как цели перспективного и динамического развития. Инновации, являясь наряду с другими важными формами расширения возможностей экономической системы в современном мире, переросли из элемента экономического развития в общесоциальный фактор развития регионов. Показано, что конкурентоспособность товара требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций. В настоящее время признаётся, что инновационный менеджмент является многофункциональной деятельностью, и сейчас он оформился в отдельную сферу менеджмента, ему присущи своя специфика, отличия в характере и стиле, использование форм и методов. Выделены признаки инноваций. Представлены аспекты разработки и реализации управления на основе инновационного подхода.

Ключевые слова: инновации, менеджмент, инновационная деятельность, конкурентоспособность.

THE PLACE AND ROLE OF INNOVATION IN THE MANAGEMENT OF REGIONAL ENTERPRISES

Andreichenko I. L., Kondratyeva A.V., Kulikova V. V., Zayarna I. A.

Far Eastern Federal University (branch in Nakhodka)

Nakhodka, Russia

Abstract: the work is devoted to consideration of contemporary forms of development and functions of the regional enterprise innovation as the goal of a promising and dynamic development. Innovation, being along with other important forms of empowerment economic system in the modern world, grew from the economic development factor in the General social development of the regions. It is shown that the competitiveness of a product requires an innovative, entrepreneurial approach, the essence of which is the search and implementation of innovations. It is now recognized that innovation management is a multifunctional activity, and now it formed into a separate field of management, it has its own specific features, the differences in character and style, use of forms and methods. The selected characteristics of innovation. Presents aspects of the development and implementation of management based on innovative approach.

Key words: innovation, management innovation, competitiveness.

Инновации являются одной из важных форм расширения возможностей экономической системы в современном мире. На почве инноваций происходит объединение науки, производства и рынка. За последние годы инновации преобразовались из элемента экономического развития в общесоциальный фактор развития регионов. В большинстве случаев внедрение инноваций на региональных предприятиях происходит стихийно с преобладанием метода проб и ошибок. В связи с этим в как обществе, так и в отдельно взятых организациях возникает вопрос, касающийся

минимизации издержек, присущих данному способу развития, поскольку отсутствуют учреждения и учителя, способные обучить подобному мастерству. При этом отсутствуют и лаборатории, разрабатывающие методы разработки решений в сфере инноваций. Однако, в настоящее время в данном направлении намечается определенный прогресс: появилось одно из направлений менеджмента, которое назвали инновационный менеджмент. Главной задачей названного направления является развитие инноваций благодаря созданию особых условий инфраструктуры, которые позволяют осуществлять и внедрять инновации на систематической и постоянной основе.

Инновационный менеджмент можно признать многофункциональной деятельностью. Объект этой деятельности - ряд факторов, в числе этих факторов экономическое, организационно-управленческое, правовое и психологическое воздействие на процессы инноваций, а способы наиболее эффективной организации внедрения инноваций и инновационных разработок.

Названное выше направление менеджмента представляет собой особую системную функцию, род деятельности, в основе которой создание социально-экономических и организационных условий для индивидуумов, выполняющих интеллектуальный труд, способных порождать инновации в разных сферах, и обеспечивающих эффект от осуществления инновационного процесса.

Несмотря на высокое количество публикаций в целом по менеджменту, научных работ, посвященных инновационному менеджменту, как самостоятельному направлению, мало. Соответственно тема инновационного менеджмента требует разработки новой концепции и методологического подхода к вопросам управления инновационными открытиями, представляющими собой немаловажный фактор поступательного развития общества. Инновационный менеджмент сравнивают с многофункциональной деятельностью в области организации и управления людьми. Управление инновациями - это согласование труда, интеллекта и мотивов людей, поведение которых используется с целью обеспечения самого эффективного осуществления процессов инноваций, которые предусматривают разработку и активное применение инноваций.

Инновационный менеджмент ученые зачастую представляют в виде особой интегрирующей силы, которая активно использует инновации с целью прогрессивного развития.

В процессе эволюции орбита инновационного менеджмента, помимо технико-технологических, стала включать и иные виды инновационных разработок, расширяя объект этого направления менеджмента. Благодаря данному расширению орбиты инновационный менеджмент отделился от понятия «управление». Важно подчеркнуть, что определенное время данные понятия были тождественны. На это была объективная причина: функция управления

являлась лидирующей. Кроме нее, как известно, в менеджменте выделяют такие функции: организационная, информационная, аналитическая, контрольная и мотивационная.

Инновационному менеджменту, представляющему собой отдельную сферу менеджмента, присущи своя специфика, отличия в характере и стиле, использование форм и методов. Это объясняется тем, что данное направление менеджмента одно из первых мест выделено для аналитической (исследовательской) функции.

Представляя собой особую организационно-управленческую деятельность, инновационный менеджмент направлен на получение экономических, социальных и экологических результатов развития хозяйственных систем путем производства и применения в производственно-коммерческой деятельности различного рода инновационных продуктов в качестве основных, а также факторов плодотворного труда.

Стратегия инноваций требует твердой дисциплины и контроля. В противном случае сложно функционировать в быстро меняющихся условиях, порождающих неопределенность. Иными словами, инновационный менеджмент действует в условиях высокой неопределенности. Необходимо уметь давать правильную оценку по результатам, принимать решения о том, продолжать или прекращать работу, выбирать более перспективные пути на том или ином этапе, преодолевать сопротивления изменениям внутри коллектива организации, что всегда считается одним из центральных отрицательных факторов менеджмента. Важно учитывать, что даже в организациях, придерживающихся инновационного развития, как правило, сохраняется принятая организационная структура управления. Часто по этим показателям подобную организацию трудно отличить от не инновационной.

Меняется, прежде всего, цель организации, ее атмосфера. Отсюда и иная логика действий, иные приоритеты. Т.е., инновационный менеджмент должен строиться с учётом развития эвристики, психологии нововведений, прогностики. Он должен опираться на мотивацию, профессионализм и организацию эффективного коллективного взаимодействия.

Инновационный менеджмент призван гарантировать наиболее полное использование инноваций в обеспечении инновационного типа развития хозяйственных систем и устойчивого экономического положения фирм, корпораций в динамичной рыночной среде.

Инновационный менеджмент - это менеджмент преимущественной инновационной направленности функционирования и развития фирмы, это менеджмент фирмы-лидера или стремящейся стать лидером в определенной сфере, виде деятельности, рынке конкретных товаров и услуг.

Инновационный менеджмент - это менеджмент современной стадии развития цивилизации, так называемого постиндустриального общества, для которого характерна самоорганизация ради социального контроля и управления инновациями и изменениями

человеческого знания в отличие от индустриального общества, базирующегося на взаимодействии машин и людей для производства продукции.

Инновационный менеджмент - управленческая деятельность, ориентированная на получение в производстве нового положительного качества различного свойства (продуктового, технологического, информационного, организационного, собственно управленческого и др.) в результате разработки и реализации неординарных управленческих решений.

Термин «инновация» стал активно использоваться в переходной экономике России как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т. п. В литературе насчитывается множество определений. Например, по признаку содержания или внутренней структуры выделяют инновации технические, экономические, организационные, управленческие и др.

Выделяются такие признаки, как масштаб инноваций (глобальные и локальные); параметры жизненного цикла (выделение и анализ всех стадий и под стадий), закономерности процесса внедрения и т. п.

Любые изобретения, новые явления, виды услуг или методы только тогда получают общественное признание, когда будут приняты к распространению (коммерциализации), и уже в новом качестве они выступают как нововведения (инновации).

Инновационный менеджмент - одно из направлений стратегического управления, осуществляемого на высшем уровне руководства компанией. Его целью является определение основных направлений научно-технической и производственной деятельности фирмы в следующих областях: разработка и внедрение новой продукции (инновационная деятельность); модернизация и усовершенствование выпускаемой продукции; дальнейшее развитие производства традиционных видов продукции; снятие с производства устаревшей продукции.

Разработка и реализация управления на основе инновационного подхода.

Инновационная деятельность - неотъемлемая составляющая развития современного предприятия. Ежедневно на мировом рынке появляется масса новых товаров и услуг, но продолжительность жизни части из них очень коротка. Они не признаются покупателями и так же мгновенно исчезают с рынка, как и появились. Это означает, что они не состоялись как инновации, хотя представляли собой новые продукты, основывавшиеся на интересных и оригинальных идеях.

Общеизвестно, что товары, технологии имеют ограниченный срок жизни. Большинство предприятий уделяет большое внимание продлению жизненного цикла товаров. Ими руководит желание получить максимальную отдачу на вложенный капитал. Однако предприятие рискует

упустить момент, когда ему следует прекратить выпуск устаревшего товара и выделить ресурсы для создания нового. Ситуация усугубляется тем, что в современных условиях смена продукции происходит гораздо быстрее, чем это было 15-20 лет назад.

Ограниченный период «жизни» товара означает, что фирме необходимо эффективно организовать продажи производимых товаров на каждом этапе их жизненного цикла с учетом морального старения и своевременно разрабатывать новые продукты. Обеспечение баланса между совершенствованием существующих и разработкой новых товаров является важной, но чрезвычайно трудной задачей для любой фирмы.

Инновационная деятельность в силу её свойств должна быть организована отдельно от основных производственных процессов. Она должна иметь собственный бюджет, особое управление. В любом случае необходимо стремиться к обеспечению организационной гибкости инновационного предприятия. В некоторых компаниях исследователи и специалисты легко переходят из проекта в проект, обеспечивая расширение или сокращение масштаба работ. Как показывает анализ отечественной и зарубежной практики, общее руководство производством и инновационной деятельностью лишает предприятие будущего. В этом случае руководитель всегда отдаёт предпочтение текущим делам, так как они обеспечивают поступление средств от реализации продукции. Поэтому одним из основных организационных принципов инновационной деятельности является создание автономной группы или команды, которая должна действовать вне существующей структуры управления текущим производством.

Точно так же из общей сметы производства должны быть выделены финансы, предназначенные для инновационной деятельности. Это связано с тем, что средства на разработку новой продукции представляют собой затраты, отдача от которых будет получена лишь в будущем. Следовательно, руководители фирмы будут стремиться сократить их при первой возможности. Инновационная деятельность должна финансироваться самостоятельно. Более того, необходимо обязательно резервировать средства на реализацию проекта, иначе в нужный момент их может не оказаться и инновационный процесс затормозится. В конечном счете, подобное промедление может привести к потере конкурентоспособности предприятия.

При создании инноваций следует ориентироваться не на продукт, а на рынок, то есть на удовлетворение конкретных потребностей. Ориентация на продукт характерна для деятельности многих исследователей и разработчиков. Идеи новых продуктов базируются на накопленном опыте их работы и логике развития исследований. Совершенствование продукта или создание нового, исходя из собственных стремлений разработчиков, вне ориентации на рынок, ведет к провалу проекта. Ошибочная ориентация при разработке нововведений на краткосрочную выгоду, что выражается в неприятии риска и неопределенности.

Прогнозирование инноваций представляет собой сложный, противоречивый, связанный с различными рисками процесс

Инновационная деятельность предприятия направлена, прежде всего, на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуг).

Однако рыночные перспективы товаров связаны не только с качеством и издержками производства. Причиной успеха или неудачи товара могут быть и другие (нетоварные) факторы, такие, как рекламная деятельность, престиж фирмы, предлагаемый уровень обслуживания.

И все же, как ни важны внепроизводственные аспекты деятельности фирм по обеспечению конкурентоспособности, основой являются качество и цена. Вместе с тем обслуживание на высшем уровне создает большую привлекательность.

Управлять конкурентоспособностью - значит обеспечивать оптимальное соотношение названных составляющих, направлять основные усилия на решение следующих задач: повышение качества продукции, снижение издержек производства, повышение экономичности и уровня обслуживания.

Движущей силой конкуренции является стимул к нововведениям. Именно на основе нововведений удается повышать качество продукции (услуг), улучшать полезный эффект товара, тем самым добиваться конкурентного преимущества данного товара.

Таким образом, обеспечение конкурентоспособности товара требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций.

Список литературы

1 Инновационная политика как инструмент развития предприятия. – Режим доступа: http://studbooks.net/1332559/menedzhment/innovatsionnaya_politika_instrument_razvitiya_predpriyatiya (дата обращения 24.11.2017 г.)