

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУЩНОСТЬ, ПОНЯТИЕ И ЗАДАЧИ ЕГО УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

АЛМРШЕД САТТАР КАДИМ

«Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», Челябинск, Россия

Аннотация. В последнее время наблюдается интерес к проведению исследований в области инновационного менеджмента, поскольку большинство специалистов активно обсуждают непосредственное влияние конкурентных преимуществ фирм со всего мира. В результате инновация стала широким понятием, которое может быть истолковано по-разному. В настоящее время инновация воспринимается как главная конкурентная движущая сила для предприятий, которые хотят не только остаться на плаву, но и развиваться. Согласно ряду исследований, например, согласно ежегодному инновационному исследованию The Boston Consulting Group, количество организаций, которые все больше тратят средств на инновации, возрастает с каждым годом. Изучение инноваций в сфере услуг в научной литературе началось с конца 1980-х гг. Исследования показывают, что управление инновациями в сфере услуг отличается от традиционных товарных инноваций при рассмотрении инновационных процессов, необходимых возможностей. Творческая способность не идентична инновациям, но она играет важную роль. Уэст (2002) достаточно ясно высказался по этому поводу: «Творческая способность разрабатывает идеи, в то время как инновации применяют идеи на практике». Однако инновации не ограничиваются производством новых товаров, к ним также относится разработка новых услуг, процессов, стратегий и моделей ведения бизнеса.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, усовершенствование.

1. Инновационный менеджмент: сущность, понятие и классификация

Прежде всего, дадим определение понятию «инновационный менеджмент». Нами было выбрано самое, на наш взгляд, оптимальное определение, охватывающее данную деятельность все стороны.

Инновационный менеджмент представляет собой управление научной, научно-технической, производственной деятельностью предприятия, а также интеллектуальным потенциалом сотрудников предприятия. Данные действия производятся с целью усовершенствовать производимый продукт или освоить новый продукт, или же усовершенствовать способы, организацию и культуру производства продукта. На основе этих изменений происходит повышение уровня удовлетворенности потребителей и повышение конкурентоспособности предприятий[1].

Инновационный менеджмент – менеджмент системный, т. к. требует интеграции различных дисциплин и наук для решения важнейших проблем общества- творческий инновационный менеджмент способен рассматривать проблему или кризис в целом. Итак, Инновация является конечным результатом деятельности по проведению нововведений. Этот результат получает воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынок, или же нового или усовершенствованного процесса, который используется в организационной деятельности, или же нового подхода к социальным проблемам. А вот инновационный процесс представляет собой деятельность, дающую экономическое содержание изобретениям или предпринимательским идеям.

Различают два типа функций менеджмента инноваций[2]:

А - Функции субъекта управления: прогнозирование, планирование, организация,

регулирование, координация, стимулирование, контроль.

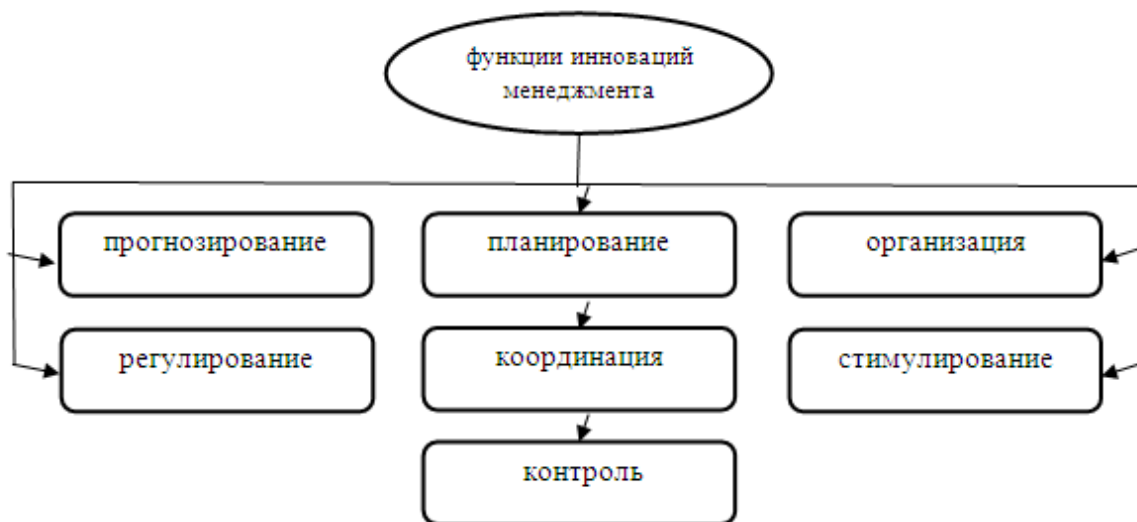


Рис.1. Функции менеджмента инноваций

Функция прогнозирования охватывает разработку на длительную перспективу изменения технико-технологического и экономического состояния объекта управления в целом и его различных частей. Результатом прогнозирования инноваций является прогноз о возможном направлении соответствующих изменений, наметившихся тенденциях научно-технического прогресса и изменения спроса потребителей.

Функция планирования охватывает весь комплекс мероприятий как по выработке плановых заданий в инновационном процессе, так и по воплощению их на практике.

Функция организации – объединение людей, совместно реализующих инвестиционную программу на базе каких-либо правил и процедур: создание органов управления, установление взаимосвязи между управленческими подразделениями, разработка методических указаний, инструкций и т. п.

Функция регулирования заключается в воздействии на объект управления для достижения состояния устойчивости технико-технологической и экономической систем в случае отклонений их от установленных параметров.

Функция координации означает согласованность работ всех звеньев системы управления, аппарата управления и отдельных специалистов.

Функция стимулирования выражается в побуждении работников к заинтересованности в результатах своего труда по созданию и реализации инноваций.

Функция контроля заключается в проверке организации инновационного процесса, плана создания и реализации инноваций и т. п.

Б - Второй тип функций для менеджмента инноваций, на наш взгляд, предназначен для достижения конкурентоспособности.

Согласно Монталво и Гиссену (2012) экономика Америки в последнее время стала специализироваться на таких быстрорастущих секторах, как информационные технологии, фармацевтика, инновационные технологии, производство полупроводников и медицинская техника. Сегодня конкуренция и сотрудничество между странами наблюдается не только в экономике и политике, но и в научной деятельности. Это обусловлено тем, что экономическое и политическое положение стран, а также благосостояние населения

в основном зависит от инновационной активности. По этой причине инновационная деятельность является основной тенденцией развития большинства стран в современном мире[3]. Инновации оказывают влияние на культуру и благосостояние людей во всем мире.

Организации должны внимательно следить за новшествами, внедрять инновации или заниматься разработкой нововведений и достигать конкурентных преимуществ, чтобы выжить в условиях конкурентного рынка. Инновации позволяют достичь конкурентных преимуществ и не растерять их на протяжении долгого времени. Повышая производи-

тельность и увеличивая чистую прибыль, в компаниях наблюдается развитие.

К тому же, организациям следует убежденно верить, что стратегии коммерческой деятельности должны быть инновационными для достижения соответствующих конкурентных преимуществ[4]. Инновации должны рассматриваться как результат на основе знаний, который используется для создания успешных инновационных проектов[5]. Эффективное использование знаний, навыков и опыта может послужить движущей силой инноваций в организации и привести к ответственному управлению инновациями, а также создать конкурентные преимущества (рис. 2).

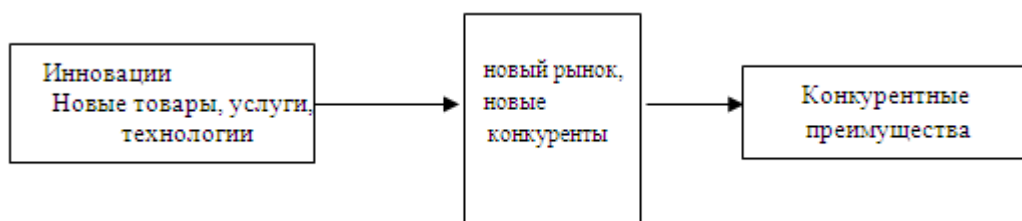


Рис.2. Инновации как элемент конкурентного преимущества

Некоторые ученые предполагают, что ключевой определяющий фактор в получении конкурентного преимущества заключается в умении фирмы разрабатывать уникальные товары и ее возможностях внедрения новых технологий.

С учетом вышесказанного мы считаем, что организации должны разрабатывать инновации с целью получения конкурентных преимуществ на рынке путем развития знаний и навыков сотрудников и удовлетворения их потребностей. Инновации должны рассматриваться как источник высокой конкурентной способности. Таким образом, они являются важным элементом конкурентного преимущества в бизнесе.

2. Задачи усовершенствования инновационного менеджмента

Постоянная основа не должна быть обязательной для предпринимательской и инновационной деятельности. Нужно ввести в штат сотрудника, который отвечает за успех инноваций. В том числе, он отвечает за своевременное выявление и замену устаревающей

продукции, техники, технологии, а также за всесторонний анализ производственно-хозяйственной деятельности и за разработку инновационных мероприятий. Данный сотрудник является авторитетным лицом на предприятии [6].

К тому же, нужно оградить инновационное подразделение от несоответствующих этому подразделению нагрузок. Вложения в разработку инноваций не должны быть включены в регулярно проводимый анализ отдачи от капиталовложений, пока новая продукция не утвердится на рынке.

Нужно помнить, что прибыль от реализации инновационного проекта сильно отличается от прибыли, которую получают от выпуска отлаженной продукции. На протяжении длительного времени инновации могут не давать ни прибыли, ни роста, а нести в себе только траты. Но затем инновация в течение длительного времени должна быстро разрастаться, тем самым возвращая вложенные в ее разработку средства. Возврат должен происходить, по меньшей мере, в 5-10-

кратном размере. В противном случае, инновацию стоит рассматривать как неудачную. Инновация начинается с малого, но результаты ее внедрения должны быть более чем масштабными [7].

Управлять предприятием нужно создавая атмосферу адекватного восприятия нового. Инновации не должны восприниматься как угрозы, напротив, они должны в глазах сотрудников быть благоприятными возможностями. Каждый опытный менеджер скажет вам, что сопротивления изменениям основывается на страхе перед неизвестным. Каждый сотрудник должен понимать, что нововведения являются лучшим средством сохранить и укрепить организацию. Нужно осознать, что инновация является гарантией занятости и благополучия каждого сотрудника организации. Проведение инновационной деятельности на основании указанных выше принципов даст возможность организации продвигаться вперед и добиться успеха [8].

Для усовершенствования инновационной деятельности нужно [9]:

- внедрить систему непрерывных улучшений;
- совершенствовать систему стимулирования и мотивации для того чтобы происходило поощрение инноваций;
- преодолевать сопротивление работников организации нововведениям;
- модифицировать систему сбора внутренней и внешней маркетинговой информации;
- совершенствовать стратегический менеджмент в организации, регламентировать процедуры разработки, рассмотрения, утверждения, реализации и мониторинга инновационных проектов.

Внедрение инноваций особенно актуально для отечественных предприятий, ведь большинство из них сейчас находится в кризисных условиях и имеет ограниченные финансовые ресурсы. Данные, которые могут быть направлены на проведение совершенствования инновационной деятельности. Многие предприятия сейчас стоят перед необходимостью выбора наиболее оптималь-

ных путей развития через инновационные преобразования. В данном случае важнейшим инструментом обоснования решений в инновационной сфере деятельности является сравнение прибыльности альтернативных направлений совершенствования инновационной деятельности.

Нами были рассмотрены задачи усовершенствования инновационной деятельности. Были рассмотрено несколько задач, которые ведут к достижению более совершенного уровня, также мы рассмотрели методы, с помощью которых предложенные меры можно осуществить. Несомненно, следование предложенным мерам поможет любому предприятию достичь желаемого уровня успешности и эффективности.

Заключение

Инновационный менеджмент необходимый для современного предприятия фактор, обеспечивающий предприятию успешность и эффективное развитие. Но основная проблема в данном случае заключается в правильном применении инновационного менеджмента и в правильном понимании задач его усовершенствования. Именно поэтому в нашей работе мы рассмотрели сам инновационный менеджмент и задачи его усовершенствования.

Ведь данная тема на сегодняшний день является более чем актуальной и значимой с практической точки зрения, поэтому рассмотрение данного вопроса, несомненно, имело значение в плане обучения управлением организации. На первом этапе нашей работы мы разобрали понятие инновационного менеджмента, На втором этапе нашей работы мы определили, от чего классифицируется инновационная деятельность. как одно из основных составляющих этого явления.

На третьем этапе нашей работы мы предложили методы усовершенствования инновационного менеджмента на предприятии. Мы описали данные методы и указали пути их применения на практике. Применяя данные методы в своей работе, любое предприятие будет способно преодолеть кризис и встать на путь эффективного развития.

Опираясь на всю проведенную по данной теме работу можно прийти к одному общему выводу: инновационный менеджмент будет полезен предприятию и принесет ему эффективность в работе и ожидаемую прибыль только в случае эффективного же применения самого инновационного менеджмента. Очень многое в данном случае зависит от профессионализма сотрудников организации и от профессионализма самого руководства предприятия.

Что касается сущности инновации, то здесь имеются различные точки зрения отечественных и зарубежных ученых. Но в какой бы форме ни выражалась сущность инновации или нововведения, общими чертами этих понятий являются изменения (кардинальные или частичные), новизна и применимость. Для того, чтобы достичь и получить конкурентное преимущество для компаний.

Литература:

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. – М.: Дашков и К, 2013. – 220 с.
2. Воробьев, В.П. Инновационный менеджмент. Учебное пособие / Воробьев В.П., Платонов В.В., Рогова Е.М., Тихомиров Н.Н. // – 3-е изд. СПб.: Изд-во ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов», 2008. – 281 с.
3. Чмыхало, А. Особенности развития науки как неотъемлемой части национальной инновационной системы в современной России / Чмыхало А., Абушаева М. // журнал *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, стр. 480- 487. 2015г.
4. Джанис, О. Актуальность инновационного управления как предпосылки длительного существования малых и средних предприятий / Джанис О., Санта Б. // журнал *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 2014. стр. 82 – 92.
5. Кардинал, Л.Б. Классификация знаний, ресурсы, инновации на основе науки / Кардинал Л.Б., Алесандрия Т.М. // Журнал управления знаниями, 2001. 5(2), стр. 195-204.
6. Акмаева, Д.Р. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли / Акмаева Д.Р. // Российский государственный торгово-экономический университет, 2012. - № 7. – С. 80-82;
7. Тарасова, Н.Е. Тенденции развития инновационного менеджмента в России. / Тарасова, Н.Е., Герасименко П.А. //Управление инновациями: теория, методология, практика, 2014. - № 11. – С. 24 – 28;
8. Леонов, А.А. Важность развития инновационного менеджмента в России на примере фармацевтической индустрии / Леонов, А.А. // Институт экономики РАН, 2013. - № 1. – С. 115 – 120. [Интернет-ресурс] - <http://dis.ru/library/658/26493/>;
9. Понятие и функции инновационного менеджмента. Электронный журнал «Трудовые ресурсы». [Интернет-ресурс] – <http://www.managerlines.ru/linems-699-1.html>.

Алмршад Саттар Кадим – аспирант кафедры «Финансы, денежное обращение и кредит» «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», Челябинск, Российская Федерация, e-mail: sattarchelyabinsk@gmail.com.

Дата поступления 20 мая 2017 г.

DOI: 10.14529/iimj170202

INNOVATION MANAGEMENT: NATURE, CONCEPT AND OBJECTIVES OF ITS IMPROVEMENT

Abstract. Recently there has been interesting in conducting research in the field of innovation management because most experts are actively discussing the direct influence of competitive advantages of firms from around the world. As a result, the innovation was a broad concept that can be interpreted in different ways. Currently, innovation is perceived as the main competitive driving force for businesses who want to not only stay afloat but also thrive. According to several studies, for example, according to the annual innovation survey from The Boston Consulting Group, the number of organizations that spend more funds on innovation, increasing every year. The study of innovation in the service sector in the scientific literature began with the end of the 1980s, Research shows that innovation management in services differs from the traditional trademark of innovation when considering innovation processes, essential features. Creativity is not identical with innovation, but it plays an important role. West (2002) has been clear on this subject: "creativity is developing an idea, while innovation is applying ideas into practice". However, innovation is not limited to the production of new goods, it also includes the development of new services, processes, strategies and business models.

Keywords: innovative management, improvements.

References

1. Belyaev U. M. & M. Dashkov , Innovative management: a textbook for bachelors / Yu.M. Belyaev. - Moscow: Dashkov and K, 2013. - 220 c.
2. Vorobev V. P., Platonov V. V., Rogova E. M. & Tekhomirov N. N. (innovation management) Saint-Petersburg State University of Economics and Finance,2008,281p.
3. Chmikhala A., Abushaeva M. (2015). Features of the development of science as an integral part of the national innovation system in modern Russia, the journal Procedia-Social and Behavioral Sciences, pp. 480-487.
4. Janice O., Santa B. (2014). The relevance of innovative management as a prerequisite for the long existence of small and medium-sized enterprises, the journal Procedia-Social and Behavioral Sciences, pp. 82 - 92.
5. Cardinal L. B., Alessandria T. M. (2001). Classification of knowledge, resources, innovations based on science, Journal Knowledge Management, 5 (2), pp. 195-204.
6. Akmaeva D. R. Perfection of development of innovative activity of the enterprises of trade. Russian State University of Trade and Economics, 2012. - No. 7. - P. 80-82.
7. Tarasova N. E., Gerasemenko P. A. Trends in the development of innovative management in Russia. Management of innovations: theory, methodology, practice, 2014. - No. 11. - P. 24 – 28.
8. Leonov A. A.; Importance of development of innovative management in Russia on an example of the pharmaceutical industry. Institute of Economics, Russian Academy of Sciences, 2013. - No. 1. - P. 115 - 120. [Internet resource] - <http://dis.ru/library/658/26493/>.
9. The concept and functions of innovation management. Electronic Journal of Labor Resources. [Internet resource] - <http://www.managerlines.ru/linems-699-1.html>.

Al-Murshdi Sattar Kadhim – Higher School of Economics and management, “South Ural State University (national research university)”, Department: Finance, money circulation and credit, Chelyabinsk, Russia, email: sattarchelyabinsk@gmail.com.

Received 20 May 2017

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Алмршед Саттар Кадим. Инновационный менеджмент: сущность, понятие и задачи его совершенствования / Алмршед Саттар Кадим // *Журнал управление инвестициями и инновациями*. – 2017. – №2. Стр. 9 – 15.
DOI: 10.14529/iimj170202.

FOR CITATION

Al-Murshdi Sattar Kadhim. The organization of credit process by commercial banks for legal entities. *Investment and innovation management journal*. – 2017. – No. 2. Pp. 9 – 15.
DOI: 10.14529/iimj170202.
