

Шевченко Ольга Юрьевна

Shevchenko Olga Yrevna

Ростовский государственный строительный университет

Rostov State University of Civil Engineering

Доцент/Lecturer

E-Mail: djanichik80@mail.ru

Методологические принципы управления инновационной деятельностью

Methodological principles of innovation management

Аннотация: В статье рассмотрены методические основы управления инновационной деятельностью. Дан понятийный аппарат связанный с инновационными процессами.

The Abstract: The article describes the methodological framework for the management innovation. Given conceptual system associated with innovation processes.

Ключевые слова: Инновации, принципы, управление, экономика, предприятие.

Keywords: Innovation, principles, management, economics, enterprise.

Исследование показало, что в экономической литературе нет единого толкования инновации. Впервые понятие «инновация» ввел Й. Шумпетер в 1912 году. Он дал его толкование, связав термины «экономическое развитие» и «инновация», определив их как появление чего-то нового, неизвестного ранее, а также выделил три стадии результата научно-технического прогресса: изобретение-инвенция; инновация – внедрение; имитация – тиражирование. Шумпетер определяет инновацию как «историческую и необратимую перемену в способе делания вещей» [3] и выделяет пять основных типов комбинаций нововведений:

1. Производство нового продукта или изделия для клиентуры, на которую ориентируются предприниматель.
2. Введение и промышленность или торговлю какого-либо нового производственного метода.
3. Завоевание и освоение нового рынка сбыта своей продукции.
4. Освоение нового источника сырья.
5. Новая организация производства.

Причина большого разнообразия трактовок исследуемого понятия, по нашему мнению, заключается в многогранности явления, понятийной системе, выражаемой категорией «инновация».

Наиболее полно, на наш взгляд, определение инноваций представлено в постановлении Правительства РФ от 24 июля 1998 года № 832 «О концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 гг.». Оно сформулировано в следующем виде: «инновация (нововведение) - конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности». Аналогично трактуется и понятие «инновационная деятельность» - процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на

рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки [1].

Более того инновация деятельность рассматривается как универсальный метод, набор инструментов обеспечения оптимального технологического процесса путем планируемого воздействия на хозяйственную структуру предприятия.

Комплексный характер инноваций, их многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют их классификации. В таблице 1 представлены классификационные группы инноваций.

Таблица 1

Классификационные признаки инноваций

Классификационный признак	Классификационные группировки инноваций
Область применения	Управленческие, организационные, социальные, промышленные и т.д.
Этапы НТП, результатом которых стали инновации	Научные, технические, технологические, конструкторские, производственные, информационные
Степень интенсивности инноваций	«бум», равномерная, слабая, массовая
Темпы осуществления новаций	Быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные
Масштабы инноваций	Трансконтинентальные, транснациональные, региональные, крупные, средние, мелкие
Результативность инноваций	Высокая, низкая, стабильная
Эффективность инноваций	Экономическая, социальная, экологическая, интегральная

По технологическим параметрам инновации подразделяют на:

- продуктовые: использование новых материалов, полуфабрикатов, а также комплектов, получение принципиально новых функций;
- процессные: новая технология производства, более высокий уровень автоматизации, новые методы организации производства.

Отсюда можно выделить два вида инноваций: инновация-продукт и инновация процесс.

Инновация продукт – это новшество, имеющие физическую форму готового, принципиально нового или усовершенствованного изделия, которое выходит в этой форме за пределы предприятия. Такой тип инноваций может потребовать значительных или небольших инвестиций в зависимости от радикальности новизны.

Инновационный процесс можно представить как совокупность научно-технологических и организационных преобразований, обеспечивающих создание, внедрение и использование инноваций в интересах повышения эффективности производства. Для активизации инновационной деятельности, стимулирования создания, использования и распространения нововведений необходимо создание современного эффективного организационно-экономического механизма этой деятельности [4].

Для инновационного процесса характерны следующие признаки: системность, цикличность, вероятность, социальная значимость.

Инновационный процесс выступает системообразующим фактором развития новых экономических отношений, характерных для этапа научно-технического процесса. Формирование избыточной прибыли в результате реализации инновационной продукции, характер такой прибыли и ее неопределенность в рамках единичной инновации составляют суть специфического отличия последней.

Внедряя инновации в практику предпринимательской деятельности, очень важно знать, какие факторы способны затормозить или ускорить инновационный процесс (табл. 2).

Прежде, чем приступить к внедрению инноваций на предприятии, рекомендуется внимательно ознакомиться с этими факторами, чтобы принять решение об оптимальном способе построения инновационного процесса.

Таблица 2

Факторы, тормозящие или ускоряющие инновационный процесс

Группа факторов	Факторы, препятствующие инновационной деятельности	Факторы, способствующие инновационной деятельности
Экономические, технологические	Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научно-технической базы, отсутствие резервных мощностей, доминирование интересов текущего производства.	Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры.
Политические, правовые	Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства.	Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций
Социально-психологические, культурные	Сопротивления переменам, которые могут вызвать такие последствия как изменение статуса сотрудников, необходимость поиска новой работы, перестройка новой работы, перестройка устоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения и сложившихся традиций, боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу.	Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда. Нормальный психологический климат в трудовом коллективе.
Организационно-управленческие	Устоявшаяся организационная структура компании, излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации, ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий, жесткость в планировании, ориентация на сложившиеся рынки, ориентация на краткосрочную окупаемость, сложность согласования интересов участников инновационных процессов.	Гибкость оргструктуры, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок, децентрализация, автономия, формирования целевых рабочих групп.

Инновационный процесс можно разделить на стадии следующим образом: стадия 1 — НИОКР, стадия 2 — разработка основных характеристик продукта, стадия 3 — создание и испытание опытного образца, стадия 4 — планирование производства и создание необходимых производственных мощностей, стадия 5 — промышленное производство и маркетинг новой продукции.

Для каждой инновации можно выделить данные о затратах на каждой стадии, включая маркетинговые работы, и время, необходимое для завершения стадий инновационного процесса с учетом частичного совпадения (рис. 1) [2].

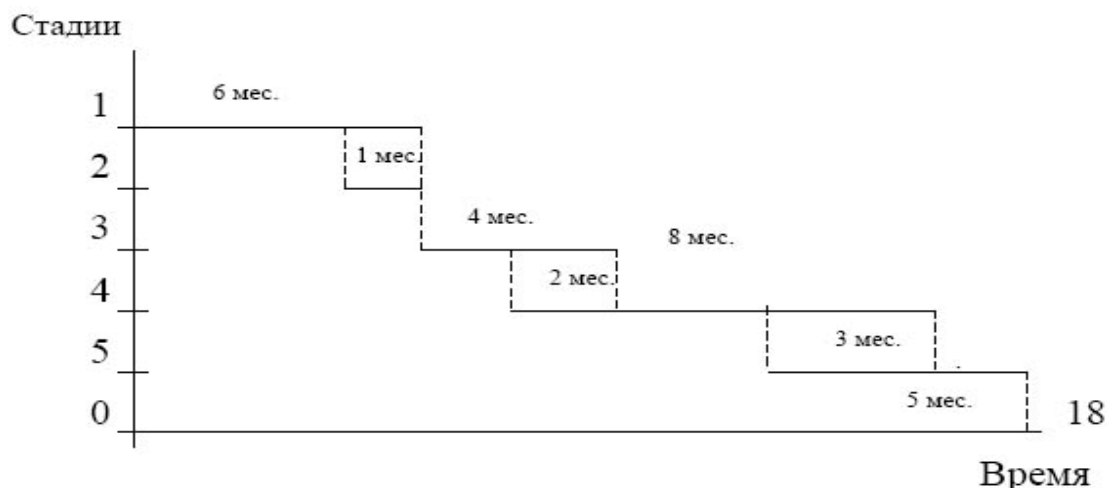


Рис. 1. Продолжительность стадий инновационного процесса

Заметим, что если сумма затрат по всем стадиям дает представление о стоимости реализации инновационного проекта, то сумма времени по каждой стадии не совпадает с продолжительностью проекта, так как некоторые стадии могут осуществляться одновременно.

Одним из важных моментов в управлении инновационными процессами на предприятии является определение (оценка) эффективности инновационных мероприятий. Общим принципом оценки эффективности является сопоставление эффекта (результата) и затрат. Отношение результат/затраты может быть выражено как в натуральных, так и в денежных величинах и показатель эффективности при этих способах выражении оказаться разным для одной и той же ситуации.

Следует различать по содержанию два понятия: экономический эффект и экономическая эффективность. Первое отличает достижение положительно результата (эффекта) от нововведения в целом, второе включает удельные (на единицу продукции, услуг или вложенный рубль) показатели, которые характеризуют нововведение с качественной стороны.

Под экономическим эффектом инновации на всех стадиях ее реализации понимается превышение стоимостной оценки результатов на стоимостной оценкой совокупных затрат всех видов ресурсов за весь срок осуществления инновационного проекта.

Величина экономического эффекта, определяемая по условиям использования продукции, должна рассчитываться до установления цен на научно-техническую и научно-производственную продукцию. Она служит основой для установления цен на эту продукцию. Если при использовании продукции предусматривается повышение ее качества, то расчеты производятся по ценам, учитывающим изменение эффективности использования этой продукции у последующих потребителей [6].

Исходя из перечисленных выше тенденций, можно сделать вывод о том, что рыночный успех нового продукта существенно зависит не только от его потребительских параметров и их восприятия, но и от инновационного потенциала потребителя [3]. К инновационным мероприятиям предприятия, облегчающим процесс вхождения нового продукта на рынок и завоевания его сегмента, относятся действия, направленные на организацию и совершенствование системы сбыта продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление Правительства РФ от 24 июля 1998 года № 832 «О концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 гг.».
2. Бармута К. А. Соотношение затрат и времени в процессе создания инноваций// Проблемы современной экономики, N 4 (28), 2008.
3. Инновация: теория, механизм, государственное регулирование/ под. ред. Ю.В. Яковца. – М.: Изд-во РАГС, 2000.
4. Кузнецов Е. Ю. Инновации и их роль в экономическом развитии: Автореферат. ... канд. экон. наук: 08.00.01.; Санкт-Петербург, 2000.
5. Соломкина Л.Г., Чешев А.С. Эколого-экономические аспекты современного землепользования: Монография – Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ, 2004.
6. Савина О.А. Управление промышленными предприятиями с использованием систем поддержки решений. – М.: Изд-во МАИ, 2000.