

image not found or type unknown



Введение

Инновация представляет собой нововведение в сфере технологии, техники, управления или организации труда, которое обеспечивает повышение уровня эффективности деятельности организации. Инновация может базироваться на изобретении либо использовании чего-то уже функционирующего новым образом, либо относительно нового объекта. Инновации представляют не только материально-вещественные нововведения в технологии и технике, но и нововведения в сфере управления, в методах и принципах организации.

Помимо этого, она является принципиально новым решением, используемым в той области, где оно ранее не применялось. К примеру, если на том или ином предприятии стали применять новые приемы управления и организации, это можно определять как инновацию.

Инновационный процесс подвергся изменениям за последние годы. В 50—60-е гг. прошлого века большая часть инноваций становилась результатом целенаправленной деятельности участников цепочки:

1. фундаментальные исследования;
2. прикладные исследования;
3. опытно-конструкторские разработки;
4. экспериментальное производство;
5. серийное производство.

В современном мире инновационный процесс нелинейный, сегодня источником инноваций могут быть не столько постоянные научные исследования, сколько взаимодействие между участниками производства, работниками служб маркетинга и потребителей, в процессе которого определяются потребности клиентов и предложения поставщиков.

Инициатором инновационной деятельности в современных условиях являются научно-техническая сфера и среда предпринимательства. Австрийский экономист

Й. Шумпетер еще в 30-х гг. XX в. в своих работах «Теория экономического развития» и «Экономические циклы» выделил роль предпринимателя в инновационном процессе. Шумпетер считал, что именно предприниматель выступает связующим звеном между нововведением и изобретением. Стратегическая цель развития организации, выражающаяся в формировании конкурентных преимуществ, заставляет менеджеров компаний создавать, внедрять, распространять и производить.

Нередко экономика, которая базируется на инновациях, сравнивается с высокотехнологичными отраслями, а также с коммуникационными и информационными технологиями. Это в корне неверно. Высокотехнологичные отрасли сами по себе играют в современной экономике незначительную роль. Так, к примеру, в Соединенных Штатах Америки удельный вес высокотехнологичных промышленных отраслей в общем объеме промышленного производства составляет 15,8%, а доля промышленности в составе ВВП составляет всего 18,5%. Таким образом, непосредственный вклад, вносимый высокотехнологичными отраслями в ВВП – менее 3%.

Инновации сегодня не зависят от высокотехнологичного производства. Научеёмкость и инновации – это не одно и то же. Высокие технологии являются важными не столько со стороны производства, сколько со стороны их применения. В современном мировом развитии стираются различия между высоко- и низкотехнологичными отраслями – абсолютно все отрасли становятся наукоёмкими, адсорбируя поток коммерческих, финансовых и управленческих инноваций.

Главный эффект экономики, который базируется на инновациях, состоит в производстве высокотехнологичного продукта, а также в его применении во всех сферах и отраслях. Важно не только создание чего-либо нового, но и продуктивное использование этих инноваций.

Содержание инновационного процесса в последние годы изменилось: из закрытого он преобразуется преимущественно в открытый процесс. Если ранее большинство инноваций разрабатывались и вводились в производственный процесс в режиме секретности, в рамках закрытого цикла, то сегодня они имеют все более открытый характер: применяются не только внутренние источники, но и внешние. Повсеместно привлекаются сторонние соисполнители и соавторы. При этом, стимулируется процесс немедленного выведения внутренних инновационных идей на рынок потенциальных потребителей.

Процесс управления инновациями

Управление инновациями – это наука, которая изучает механизмы эффективного управления и стимулирования инновационных процессов на микро- и макроуровне в целях обеспечения усиления и развития конкурентных позиций компании, регионов и стран посредством создания, коммерциализации и освоения инноваций в различных сферах экономики.

Объектами инновационной деятельности являются:

- процессы создания, освоения производства и коммерциализации новшеств;
- процессы распространения и использования новой продукции, новых услуг и технологий.

Инновационная деятельность включает в себя, помимо производства и освоения новой продукции, широкий объем работ по продвижению инноваций на рынок, приобретению и продаже лицензий патентов, управлению знаниями и т. п. Без тиражирования и распространения инноваций невозможно обеспечить прогресс, который сопровождается получением значимых социальных и экономических результатов.

Классификация инновационных процессов

Инновационные процессы классифицируются по характеру, масштабам, форме, степени радикальности изменений.

По характеру применения различают:

- технологические;
- продуктовые;
- управленческие.

По масштабу изменений:

- мелкие;
- средние;
- крупные.

По степени новизны:

- модифицирующие;
- радикальные.

Роберт Такер представил оригинальную классификацию инноваций, которая рассматривает три вида инноваций (стратегические, продуктовые, процессные) в разрезе степени их влияния на доходы организации и ценностные ориентации потребителей (прорывные, существенные, приростные). Под процессными понимают технологические инновации, а под стратегическими – маркетинговые и организационные.

Методы инновационного менеджмента включают в себя методы принуждения, побуждения, убеждения, сетевого тонирования и управления, прогнозирования, анализа. Подробнее о каждом из них ниже.

– метод принуждения – метод, с помощью которого управляющая подсистема влияет на управляемую подсистему. Такой метод опирается на законодательные акты региона и страны, методические и информативно-директивные документы фирмы и вышестоящей организации, на планы, проекты, программы, задания руководства;

– метод побуждения ориентирован на эффективное использование ресурсов, улучшение качества и повышение конкурентоспособности услуг и товаров, качества жизни населения согласно идеологии и политике развития системы. Данный метод основан на максимально возможной оптимизации управленческого решения, а также мотивации персонала для его реализации, что подразумевает экономическое стимулирование персонала для достижения итоговых результатов системы управления;

– метод убеждения основывается на изучении психологического портрета личности и исходя из этого на мотивации ее потребностей. Чтобы уметь убеждать сотрудника в необходимости максимально качественно, с наименьшими затратами и в срок выполнить задание, субъекту управления необходимо знать его психологические установки;

– метод сетевого тонирования и управления – графоаналитический метод управления процессами проектирования любых систем. Сущностью этого метода является сетевой график, который представляет собой графическую модель всех

видов работ, направленных на выполнение задания. Такая модель должна отражать логическую взаимосвязь, последовательность работ и связь между ними;

– под методами прогнозирования подразумевают взаимосвязь способов и приемов мышления, позволяющих относительно достоверно судить о будущем развитии объекта на основе анализа информации о данном прогнозном объекте;

– методы анализа охватывают следующие принципы:

1. единство синтеза и анализа, подразумевающие разделение анализируемых явлений и предметов на составные части для изучения их свойств и дальнейшее рассмотрение их с точки зрения взаимосвязи и взаимозависимости;

2. строгое ранжирование факторов и выделение ведущего звена, включающие постановку целей для установления способов их достижения;

3. обеспечение сопоставимости вариантов анализа по срокам, объему, качеству, условиям применения объектов анализа и методам получения информации;

4. своевременность и оперативность;

5. количественная определенность.

Формы инновационного менеджмента

Формами инновационного менеджмента являются:

- специализированные подразделения, которые включают в себя комитеты, советы, рабочие группы. Задача таких подразделений состоит в определении основных направлений инновационного процесса и внесении конкретных предложений с целью принятия решений;
- отделения новых продуктов, являющиеся самостоятельными подразделениями. Они осуществляют регулирование инновационной деятельности фирмы в целом, разработку программ и планов инновационной деятельности и рассматривают проекты по созданию новых продуктов;
- проектно-целевые группы, занимающиеся научными исследованиями, разработкой и производством новой продукции;
- центры развития – это относительно новая форма организации процесса инноваций. Деятельность центров развития связана с внедрением новой продукции, расширением объемов продаж и завоеванием рыночных позиций;

- отделы НИОКР, которые занимаются разработками и своевременно доводят их до стадии освоения, а затем производства и реализации;
- специализированные централизованные фонды стимулирования нововведений, деятельность которых направлена на ускорение внедрения выпускаемой продукции в серийно-массовое производство;
- аналитические группы, которые прогнозируют развитие спроса на новую продукцию.

Создание комплексной и более гибкой системы управления инновационными процессами в первую очередь ориентировано на разработку перспективной продукции, а также перестройку управленческих функций инновационного менеджмента, организационных форм и методов управления. Такой механизм предусматривает, что отделы и службы, занимающиеся нововведениями, распределены по всем уровням управленческой структуры, и между ними активно действует налаженная система координации и взаимодействия.

Заключение

В современных условиях, когда динамика перемен нередко ставит организацию в кризисную ситуацию, могут оказаться полезными технологии выхода из кризиса. Самым главным условием готовности организации к кризису является назначение постоянного лица, ответственного за руководство действиями организации в кризисных ситуациях. Без сомнения, имеются общие закономерности инновационного процесса. Но в то же время не следует забывать, что каждая организация вследствие организационных, экономических, технико-технологических и социокультурных особенностей уникальна. Поэтому и внедрение того или иного нововведения должно носить характер уникальности.