

image not found or type unknown



Инновационный менеджмент изучает способы целенаправленного управления инновациями (новшествами, нововведениями) различной природы и сложности в процесс их создания, освоения и распространения на предприятиях и в организациях.

Применение инновационных технологий в отечественной практике сталкивается сегодня со значительными затруднениями. Сложность использования высокоэффективных технологий менеджмента в российской практике управления объясняется объективными факторами, корни которых следует искать среди особенностей отечественной экономической системы, невосприимчивой к новшествам.

Все вышеизложенное подчеркивает актуальность этой темы

Главной целью данной работы исследование практических механизмов, определяющих применимость инновационного развития к реальному сектору экономики, оценка и анализ перспектив развития современных предприятий в условиях становления инновационной экономики, задачи внедрения инновационных процессов и технологий в промышленность и предпринимательство в условиях кризиса.

1. Основные концепции управления информационными инновациями

Инновация - это попытка осуществить содержательное, целенаправленное изменение в экономическом или общественном потенциале предприятия. Инновация -- это еще и успешное применение идей и процессов для решения существующих проблем и создания новых возможностей. Инновации требуют знаний, творческого мышления, изобретательности и целеустремленности.

Цель управления инновациями состоит в том, чтобы инициировать, генерировать, контролировать новые идеи и управлять ими в масштабах всей организации и выводить полученные результаты на рынок. В основе управления инновациями лежит сбалансированное сотрудничество новаторов и тех, кто отвечает за направление деятельности организации и ее стабильность. Для надлежащего управления творческими процессами менеджеры должны найти и устранить помехи на пути инноваций, обеспечить мотивацию и создать такие отношения в

организации, которые будут поддерживать личную и групповую инновационную инициативу.

В отношении инноваций нет какого-либо объективного критерия, равно как нет точных признаков, по которым можно было бы определить новатора, будь то человек, организация, идеи или продукты. Не существует также ни сколько-нибудь единой теории творчества или инноваций, ни универсальных определений связанных с ними концепций.

Идею можно назвать изобретением, если она функционирует в лабораторных условиях. Та же идея становится инновацией, когда она может иметь широкое применение при разумных затратах. Изобретение - это неизвестная доселе идея, воплотившаяся в реальность. Это первая стадия процесса технологической инновации. Изобретение обычно относят к подмножеству патентуемых технологических инноваций.

Понятия «творчество» и «инновация» синонимами не являются. Под творчеством подразумевается генерация новых идей, инновация - их успешное воплощение. Творчество - это открытие принципа, инновация - перевод этого принципа в полезные товары и услуги. В процессе инновации идеи материализуются в реальные товары и услуги, способные принести организации дополнительный доход. Инновация - это следствие осознанного, целенаправленного поиска возможностей для создания чего-то нового. Изобретатель - это мыслитель, человек, рождающий идеи. Изобретатель придумывает новые вещи. Это «создатель», способный представить себе скрытые в идее возможности и имеющий большое желание видеть ее реализованной.

2. Информационные инновации и их разновидности

Согласно Стюарту (Stewart, 1989), существуют три категории инноваций. Первая - это макроинновации, к которым относятся совершенно новые продукты или технологии, вызывающие радикальные изменения в отраслях, экономике или обществе в целом (например, электричество, синтетические волокна, микроэлектроника). Ко второй категории относятся базовые инновации. Базовыми считаются отдельные инновации, которые вместе дают мощный толчок в технологическом развитии (например, трансформаторы, газотурбинные двигатели, динамо-машины и электрическая лампочка - все это отдельные базовые инновации, которые вместе произвели макроинновации в прикладной электротехнике). Третья категория - это инновации-модификации, недостаточно радикальные, чтобы

повлиять на технологический прогресс в целом. Это скорее важные составляющие отдельных возможностей для бизнеса (например, надувные колесные шины, лакокрасочные покрытия, зажигание от аккумулятора или движущийся конвейер).
управление инновациями информационный

В конкретной отрасли можно выделить инновации двух типов: новые продукты и новые процессы. Инновации-продукты представляют собой усовершенствованные варианты существующей товарной линии или совсем новые товары.

Инновационные процессы направлены на улучшение технологии производства определенных товаров. Разработка нового продукта может потребовать или не потребовать нового производственного процесса. Однако новые технологии производства всегда становятся основой для выпуска новых продуктов.

То, что в одной отрасли может считаться инновационным процессом, в другой отрасли в то же время может рассматриваться как инновационный продукт. Для гибкого автоматизированного производства новый тип промышленного робота является инновационным продуктом. Тот же робот для его покупателя будет считаться новым процессом, если станет составным элементом нового процесса производства.

3. Проблемы управления информационными инновациями

Инновационная деятельность отличается от всех остальных типов организационных инициатив. Во-первых, менеджеры работают с людьми новаторского склада ума, для которых характерны:

1) оригинальность - способность видеть вещи по-другому, сомневаться в предположениях и выбиваться из традиционных подходов к работе; 2) приверженность цели, решительность, само мотивация, энтузиазм и усердие; 3) стремление к совершенству во всем и самокритика; 4) гибкость ума и чувство юмора; 5) независимость от чужого мнения, сопротивление давлению извне и уверенность в своих силах; 6) сомнение, любопытство, терпимость к двусмысленности и сложности в проблемных ситуациях.

Творческая деятельность связана с неопределенностью, инновациями и исследованиями. Вместе с этим при жестком контроле инновации и творчество легко блокируются.

Из-за присущей инновациям неопределенности жесткое планирование и прогнозирование сроков или качества их результата не представляется

возможным. Практически невозможно установить жесткие критерии, которые бы предсказывали или контролировали работу творческих личностей. Однако деятельность их слишком важна, чтобы оставлять ее вообще без контроля. В управлении инновационными задачами применяются следующие методы:

- оценка прогресса проекта;
- перераспределение исследователей;
- контроль за расходом ресурсов.

Каждый принимаемый к разработке проект должен иметь четкое описание ожидаемого результата, применяемой методологии и предполагаемых сроков. Текущий контроль над проектом осуществляется с использованием двух концепций: регулярных (периодических) контрольных точек и промежуточных этапов -- конкретных (определенных заранее) точек контроля. Оба подхода дают оценку уже проделанной работе. Для компетентной и объективной оценки используются референты, команды наблюдателей, экспертные группы или презентации текущих итогов проекта.

Творческие работники и результаты их деятельности могут оцениваться только в долгосрочной перспективе. Оценка индивидуальных результатов должна проводиться на регулярной основе, как минимум раз в два года. По результатам анализа числа выполненных проектов, опубликованных статей и полученных патентов определяются лучшие и худшие 25% творческих работников. В качестве необходимого психологического стимула применяются периодическое перераспределение людей между задачами, а также эффективная система оплаты труда.

Менеджеры, управляющие инновационной деятельностью, не должны полагаться на жесткий, детальный контроль. Методы, применимые для повторяющихся, рутинных операций, могут быть совершенно неадекватны при контроле над творческой деятельностью. Суть контроля над инновациями выражена в следующем обращении к руководству: способствуйте творчеству, устраняйте все, что ему мешает!

И последнее: эффективное управление инновационными организациями основано на следующих принципах:

- а) приверженность качеству и высокому уровню в масштабах всей организации;

- b) поиск новых возможностей и более инновационных подходов;
- c) создание и использование инновационных команд;
- d) гибкая организация работы (например, предпринимательский подход, «матричная» организация, разбиение на специальные команды и свободная форма организационной структуры);
- e) организационное обучение, мониторинг различных источников знаний, технологический прогресс и идеи;
- f) видение лидеров и лидерство на примере;
- g) поддерживающая творчество организационная культура, признание и вознаграждение инноваций.

Заключение

Современный этап развития рыночных отношений в России и мире в целом характеризуется высокой скоростью смены технологий, мировая экономика находится практически на пике пятой индустриальной волны, движущей силой для которой являются новые информационные технологии.

Переход к новой технологической парадигме, информационной экономике по М. Кастельсу, диктует новые условия конкуренции между организациями в клиент-ориентированном пространстве.

Особенностью современного этапа развития инновационной деятельности является образование в крупнейших фирмах единых научно-технических комплексов, объединяющих в единый процесс исследование и производство. Это предполагает наличие тесной связи всех этапов цикла "наука - производство". Создание целостных научно-производственно-сбытовых систем объективно закономерно, обусловлено научно-техническим прогрессом и потребностями рыночной ориентации фирмы.

Список источников

1. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова. - М.: КНОРУС, 2009. - 416с.

2. Мухамедъяров А.М. Инновационный менеджмент: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 127с. (Высшее образование).
3. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. - М. Гардарики, 2005. - 224с.
4. Р.А. Фатхутдинов. Инновационный менеджмент. - СПб.: Питер, 2002. - 400с.: ил. - (Серия «Учебники для вузов»).
5. Зинов В.Г. Менеджмент инноваций: Кадровое обеспечение. М.: Дело, 2005. - 115с.
6. Медынский В.Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: учебное пособие. М.: ЮНИТИ, 1999. - 226с.
7. Уткин Э.А. Управление фирмой. - М.: «Акалис», 1996. - 616 с.
8. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и инноваций - М.: «Филинь», 1997 - 516 с.
9. Сергеев И.В. Экономика предприятий: Уч. пособие - 2-е изд., - М.: Финансы и статистика, 2000 - 304 с.
10. Егоршин А.П. Управление персоналом. - 2-е изд. - Н. Новгород: НИМБ, 199. - 624 с.
11. Труханович Л.В. Кадры предприятия. 300 образцов должностных инструкций. - М.: «Дело и сервис», 2000г. - 880с.
12. Коробейников О.П. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. № 4. с.25 - 37.