МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННЫЙ

Автор: словарь
01.11.2008 19:54 -

МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННЫЙ - особое направление менеджмента (см.), взаимосвязанный комплекс действий, нацеленный на достижение или поддержание необходимого уровня жизнеспособности и конкурентоспособности предприятия с помощью механизмов управления инновационными процессами. М.И. призван обеспечивать эндогенную гармонизацию - согласование всех внутренних структурных элементов, и экзогенную гармонизацию - согласование предприятия как целостной структуры с внешней средой. Вырабатывает способы, методы, механизмы управления, соответствующие виду инновации (см.).

Эндогенная гармонизация осуществляется через посредство механизмов выработки и реализации решений относительно использования внутренних и внешних ресурсов в инновационных процессах.

Согласно результатам исследований, проведенных в рамках проекта "Управление инновациями и модернизация постсоветской промышленности" (Москва - Минск), взаимоотношения между субъектами инновационных процессов внутри предприятия (технологами и экономистами, технологами и маркетологами) складываются не в соответствии с международными стандартами, а в русле определенного состояния организационной культуры, характерного для большинства постсоветских индустриальных организаций. Сохранившаяся в маркетинге (см.) ориентация на "рынок продавца" приводит к ряду проблемных ситуаций в эндогенной гармонизации. Так, хотя целью инноваций, как правило, является улучшение экономического положения предприятия, собственно экономические структуры играют в инновационной деятельности весьма скромную роль.

Мнение об экономической целесообразности тех или иных изменений формируется обычно лично директором или даже вышестоящими по отношению к нему органами. Достаточно часто экономическая экспертиза нововведения не проводится вообще, и лишь после его провала высказывается сожаление о том, что не было вовремя сделано "необходимых расчетов".

Характерно, что на традиционном предприятии, ориентированном на партнерские отношения с государством, менеджмент до сих пор хотел бы, чтобы оно брало на себя экспертные функции и освободило предприятие от необходимости делать экономические расчеты. Данная логика основана на редуцировании функций предприятия до чисто конструкторских и производственных; оценка же целесообразности той или иной инновации, ее экономической перспективности, как предполагается, должна исходить извне.

Реальная роль маркетинговых служб в инновационных процессах служит важным индикатором того, насколько эти процессы рыночно ориентированы. Существующая тенденция рассмотрения маркетинга как прежде всего коммерческой практики приводит к тому, что положение маркетинга на уровне конкретного предприятия рассматривается, скорее, как с точки зрения экономических отношений, без учета социальных и организационных аспектов.

В большинстве случаев анализируется экономическая эффективность маркетинговых структур, без уделения внимания вопросам, связанным с характером организационной культуры и направленностью развития предприятия. За рамками исследований часто остаются такие вопросы, как влияние внешней среды на развитие организации, особенности профессиональной социализации менеджеров, выбора оптимальной стратегии поведения на рынке, взаимоотношений с другими службами предприятия.

Таким образом, механизмы эндогенной гармонизации инновационных процессов в рамках постсоветских промышленных предприятий представляются весьма несовершенными в силу традиционной ориентации субъектов взаимодействия на "рынок продавца" и подходам к инновации скорее как технико-технологическому, чем экономическому мероприятию. Очевидно, что одним из условий совершенствования названных механизмов может быть создание баланса между влиянием технологических и экономических служб, каждая из которых должна обеспечивать свой аспект разработки нововведений. Кроме того, можно выделить следующие факторы, усугубляющие несовершенство механизмов эндогенной гармонизации: ориентация предприятия на конкретного заказчика, выпуск продукции "на заказ"; "прозрачность", незанятость многих рыночных ниш; особенности управленческой культуры, технократизм и техницизм мышления большинства руководителей предприятий, приводящий к преобладанию интуитивно-опытных механизмов принятия решений над рациональными.

Экзогенная гармонизация осуществляется через посредство механизмов государственного инвестирования инновационных проектов, заложенных в государственных программах научно-технического развития.

Анализ научно-технической политики Республики Беларусь с целью выявления ее эффективности (в рамках того же исследования) приводит к следующим выводам. Научно-техническая политика республики формируется на уровне концепций, в которых государственная поддержка предприятий базовых отраслей, наряду с точечной поддержкой предприятий прогрессивного технологического уклада, предваряет решение основной стратегической задачи создания и эффективного функционирования предприятий прогрессивного промышленного комплекса. Вместе с тем в государственных программах научно-технического развития, рассматриваемых в качестве инструмента реализации научно-технической политики, основное внимание

уделяется таким показателям, как объемы реализации промышленной продукции, объемы инвестиций в основной капитал, платежи в бюджет и внебюджетные фонды. Инвестиционная деятельность в промышленности не является целью (или одной из целей) государственной программы и не выделяется в качестве приоритетного критерия для поддержки инновационно-активных предприятий. Феномен инновации связывается прежде всего с качеством и конкурентоспособностью выпускаемой продукции и практически не связан с инвестиционными проектами.

Г.Н. Соколова