

СЕКЦИЯ 1
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ТЕХНИКИ

**ИННОВАЦИИ: НЕЛИНЕЙНЫЕ ПРОЦЕССЫ
И РАЗНООБРАЗИЕ ФУНКЦИЙ**

Бейлин М.В. (НИУ «БелГУ», г. Белгород, Россия)

В инвестиционном процессе важную роль играют как плановые действия, так и случайности, что, в принципе, является по-своему ценным для нововведений, как и всё иррационально-творческое. Однако в результате может формироваться случайная система взаимосвязанных и взаимозависимых институтов, которые создают, хранят, распространяют знания, умения, навыки и достижения, определяющие новые технологии. Зависимость эффективности работы системы инновационной деятельности не только от технологий, но и от организационных, институциональных и социокультурных факторов и взаимодействий очевидна. Осознание и принятие этого обстоятельства как фактора дает специалисту по инновационной деятельности возможность рассматривать инновационный потенциал предприятия как часть социально-экономических и социокультурных процессов и искать комплиментарные факторы инновационной среды. Если за методологическое основание взять процессное видение инноваций как феномена, то социокультурный конструкт станет наиболее важным измерением для поиска путей повышения основанной на инновациях конкурентоспособности. Кроме индивидуальных предпринимательских и исследовательских усилий организаций, важным рычагом является целенаправленная политика государства, поскольку именно там инновации концептуализируются как инструмент обеспечения занятости и благосостояния при сохранении национальных ценностей и традиций.

Сущность инновационного процесса сегодня не сводится к процессу научных открытий или технических изобретений, хоть они и являются неотъемлемым его элементом. Кроме собственно нововведений, инновационный процесс крайне зависим от других факторов: системы управления, корпоративной культуры, коммуникаций и тому подобного. Исходя из этого, инновации должны рассматриваться как нелинейный процесс, включающий различные функции: научные исследования и разработки, производство, маркетинг, управление финансами, сервисное обслуживание, юридическую поддержку и тому подобное.

Поэтому следует исходить из того, что конкурентоспособность предприятия, основанная на инновациях, не может опираться исключительно на инвестиции в высокие технологии и разработки. иннова-

ции – это, прежде всего, новые знания и информация, которая всегда будет зависеть от человеческого фактора и организации управления. Если сравнивать нынешнее время с предыдущей эпохой, то в индустриальном обществе организация массового производства базировалась на иерархической, пирамидальной организационной структуре, творчество и интеллект в которой концентрировались главным образом на уровне высшего и среднего руководства, а остальная рабочая сила механически выполняла стандартные операции. Современная производственная система, облик которой во многом сформирован информатизацией, базируется на инновациях, на более открытой и гибкой форме организации с делегированием большого объема полномочий для принятия решений на местах и более широким распространением знаний и информации среди различных слоёв общества. При этом следует учесть, что человеческий потенциал организации географически детерминирован, как и её основные средства. Описание этих взаимосвязей представляется в различных концептах «индустриального района», «кластера», «среды обитания», «бизнес-экосистемь», «инновационных сетей» и т.д. Инновационная деятельность организации в современном обществе включает процесс преобразования новых знаний и информации не просто в продукты, технологии, но и в исследование рынков сбыта, формирование новых потребительских качеств товаров, комплекс технологических, управленческих, экономических мер, которые, объединяясь в систему менеджмента предприятия, приводят к инновациям. Движение знаний в особом внутриорганизационном и межфирменном информационном пространстве характеризуется синергетическим эффектом. В процессе обмена знаниями порождается новое знание, корректируются технологические и организационные процессы. Такой обмен информацией выполняет координирующую роль. Активные точки роста новых компетенций притягивают к себе традиционные массивы знаний и обогащают их. В этих междисциплинарных точках обмен интенсифицируется, формируется новое интеллектуальное пространство, многомерная сеть подвижных потоков знаний. Современные инновационные предприятия в процессе реинжиниринга в ряде случаев размывают чёткие границы, отделяющие их от внешней среды.

В конце XX – начале XXI вв. сущность инновации распространяется с технологической сферы на новизну потребительских качеств продукции. Сегодня понятие инновационности может употребляться применительно к продукции или услугам, способам их производства и методам организационной деятельности. Инновация всегда предполагает усовершенствование, приводящее к экономии средств и ресурсов, удовлетворение вновь возникающих потребностей. Для процессов современных цивилизационных трансформаций характерна чрезвычай-

ная инновационная направленность, которая постоянно вызывает к жизни необходимость поиска новых форм и методов менеджмента, требуя учитывать стоимостные параметры инновационных мероприятий. Необходимость инновационного развития общественного производства требует нового содержания и организации управленческой деятельности. Так возникает потребность в инновационном менеджменте как функциональной системе управления. Менеджмент инноваций можно понимать как самостоятельную отрасль профессиональной деятельности, направленную на обеспечение достижения любой организационной структурой инновационных целей путём использования имеющихся ресурсов [2]. Эпоха постиндустриального общества выводит менеджмент инноваций за узкие пределы функциональной компетенции и превращает его в концепцию общекорпоративного управления. С интенсификацией инновационной направленности экономики, усилением технико-технологической компоненты науки, повышением значения чисто экономической целесообразности нововведений менеджмент инноваций приобретает статус важнейшего социально-экономического института, затрагивающего практически все сферы жизни [1, с.9]. Современный менеджмент ориентирован на обновление собственной методологической и научной базы, которая должна основываться на своеобразии теоретического уровня знаний в области управления и их ведущей роли в росте общественного благосостояния. Инновационная направленность современного экономического роста обуславливает важность исследовательского процесса и процедур создания новых интеллектуальных продуктов. Инновационный этап проходит в своем развитии каждый продукт. Начинается этот этап с создания концепции нового продукта, далее следует его разработка и оценивание опытных образцов, выпуск первой партии новой продукции, оценивание реакции потребителей на неё для обоснования объёма дальнейшего производства. Сущность инновации как результата творческого процесса в виде новых ценностей реализуется именно в период между началом создания концепции нового продукта (начальная стадия инновационного этапа) и подготовкой обоснования управленческого решения о развёртывании серийного производства, организации системы сбыта и послепродажного обслуживания (завершающая стадия инновационного этапа).

Литература

1. Инновационный менеджмент / под ред. проф. Л.Н. Оголевой. – Москва: ИНФРА-М, 2001. – 238 с.
2. Управление организацией: учебник / под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – Москва: ИНФРА-М, 1999. – 669 с.