

4. Овсянников А.С. Особенности формирования финансовой стратегии малого предприятия [Электронный ресурс] / А.С. Овсянников, М.М. Кривошеева // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 5. С. 68-72. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-finansovoy-strategii-malogo-predpriyatiya>.

5. Савкина Р.В. Планирование на предприятии [Электронный ресурс]: учебник для вузов; [гл. ред. А.Е. Илларионова; отв. за вып. М. Д. Писарева]. 2-е изд., перераб. Москва: Дашков и К°. 2017. 319 с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/93463/#1>.

Ф. Жураева, научный руководитель Н. Махмудов
Наманганский инженерно технологический институт
Наманган, Узбекистан
f.jurayeva@mail.ru

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В данной статье мы постараемся исследовать понятие инновационного менеджмента и что собой представляют инновации. Несмотря на то, что по менеджменту в целом сегодня имеется значительное число публикаций, инновационный менеджмент, как самостоятельное направление, нуждается в серьезной теоретической разработке. Инновационный менеджмент - это многофункциональная деятельность, объектом которой являются экономические, организационно-управленческие, правовые и психологические факторы, воздействующие на инновационные процессы, а также наиболее эффективные способы организации этих процессов.

Ключевые слова: инновации, инновационный менеджмент, воспроизводить инновации, общесоциальное развитие, инновационная сфера, инновационный процесс, социально-экономические условия, менеджмент инноваций.

F. Jurayeva, scientific adviser N. Maxmudov
Namangan engineering technological institute
Namangan, Uzbekistan
f.jurayeva@mail.ru

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE MANAGEMENT

Abstract. In this article, we will try to explore the concept of innovation management and what innovation is. Despite the fact that there is a significant number of publications on management, as an independent direction, needs serious theoretical development. Innovation management is a multifunctional activity, the object of which is economic, organizational, managerial, legal and psychological factors affecting innovation processes, as well as the most effective ways of organizing these processes.

Keywords: innovation, innovation management, reproduce innovation, general social development, innovation sphere, innovation process, socio-economic conditions, innovation management.

Инновации - одна из важнейших форм развития в современном мире. Они объединяют науку, производство и рынок. В последние десятилетия они

превратились из фактора собственно экономического в фактор общесоциального развития. Чаще всего освоение инноваций идет стихийно, методом проб и ошибок. Поэтому перед обществом в целом и перед отдельными организациями встает вопрос о том, как минимизировать издержки, присущие данному способу, ведь нет ни учреждений, ни учителей, обучающих этому, как нет и лабораторий, разрабатывающих методы принятия решений в инновационной сфере. Вместе с тем, в этом направлении наметились и определенные сдвиги: возник так называемый “инновационный менеджмент”, главная задача которого - стимулирование инноваций путем создания особых инфраструктурных условий, позволяющих воспроизводить инновации на постоянной и систематической основе.

Инновационный менеджмент - это многофункциональная деятельность, объектом которой являются экономические, организационно-управленческие, правовые и психологические факторы, воздействующие на инновационные процессы, а также наиболее эффективные способы организации этих процессов. Менеджмент инноваций - особая системная функция, вид деятельности по созданию организационных и социально-экономических условий для людей, занимающихся интеллектуальным трудом, способным порождать инновации в различных сферах, а также обеспечивать эффективное протекание этих процессов [1].

Несмотря на то, что по менеджменту в целом сегодня имеется значительное число публикаций, инновационный менеджмент, как самостоятельное направление, нуждается в серьезной теоретической разработке. На повестке дня - выработка нового концептуального и методологического подхода к проблеме управления инновациями как важным фактором общественного развития. Это требует, в свою очередь, трансформации имеющихся моделей менеджмента с целью приспособления их к особенностям инновационных процессов. Это позволит разработать основные направления и контуры нового менеджмента, который мог бы с высокой степенью вероятности гарантировать наиболее эффективное развитие инноваций с целью обеспечения динамичного общественного развития.

Инновационный менеджмент - это многофункциональная деятельность по организации и управлению людьми, согласованный труд, интеллект и мотивы поведения которых используются для обеспечения наиболее эффективного протекания инновационных процессов, предусматривающих образование и активное преимущественное использование инноваций – факторов.

Исходя из того, что инновации являются всеобщей формой управляемого развития, инновационный менеджмент можно оценивать как основную интегрирующую силу, позволяющую путем создания соответствующей среды, благоприятной как для создания инноваций, так и для восприятия их социумом, создавать и использовать инновации как фактор общественного развития [2].

Уже в 70-х годах в американском менеджменте появилась новая отрасль - управление нововведениями (Innovation Management), которая явилась, по терминологии национальных специалистов, теорией так называемого “среднего ранга”, объединяющей исследования промежуточного уровня обобщений, и не претендовала на более высокий уровень. С точки зрения американских ученых, большинство из которых, как известно, являются позитивистски и прагматистски ориентированными, именно такого рода теории как раз и являются наиболее полезными и продуктивными. Это, во многом, предопределило быстрое распространение и популярность инновационного менеджмента в США. Были на это, конечно же, и объективные причины, а именно, наличие конкретного потребителя - производителя продукции, который в условиях постоянного возрастания роли инноваций в обществе, естественно нуждался в разработке этого раздела управленческой науки.

Менеджмент инноваций можно рассматривать как особую интегрирующую силу, активно использующую фактор инноваций в целях перспективного динамического развития. В этом смысле особое значение приобретает утвердившееся на Западе выражение “революция менеджеров” (Бернхайм). Можно смело говорить о революции самого менеджмента. Не случайно в немецкой экономической литературе в последние годы наиболее употребительными выражениями стали “стройное производство” и “стройный менеджмент”. Под последним имеется в виду движение менеджмента в сторону комплексности, изменения форм и методов управления, акцент на инновации, то есть, в сторону всего того, что характерно для инновационной модели менеджмента. Эта тенденция является объективно детерминированной в условиях гиперконкуренции как в национальном, так и в мировом масштабе. Реалией сегодняшнего времени является всеобщая гонка за научное, экономическое и технологическое превосходство. В этих условиях одним из наиболее значимых факторов влияния на конкурентоспособность становится готовность менеджмента воспринимать инновации и способствовать их возникновению. Инновационная деятельность, обусловленная возвышением роли науки в системе производительных сил, перестает быть уделом одиноких изобретателей и становится объектом социального управления, общественно управляемым процессом [3].

Инновации сегодня чаще всего делаются в больших организациях, владеющих значительными материальными и человеческими ресурсами. Это не случайно, так как нужно затратить огромные средства на пути от новаторской идеи до нового предприятия, нового продукта, новой услуги.

Не случайно, что первоначально инновационный менеджмент имел своим объектом формы организации инновационных процессов в технике и технологии, находящихся, в свою очередь, применение, в хозяйственной практике. Именно в этой сфере были впервые выделены и проанализированы факторы, определяющие инновационные процессы. Так по мнению исследователей, применение в хозяйственной сфере того или иного варианта форм организации инновационного процесса определяют три фактора: состояние внешней среды, состояние внутренней среды и сам характер инновационного процесса.

Постепенно в орбиту инновационного менеджмента, помимо технико-технологических, стали включаться и другие виды инноваций, объект его расширился. Менеджмент инноваций начинает отделяться от понятия “управление”. Необходимо отметить, что какое-то время эти понятия отождествлялись. Этому были свои объективные причины, т.к. функция управления является ведущей в совокупности функций менеджмента. Кроме нее, как известно, в менеджменте выделяют такие функции: организационная, информационная, аналитическая, контрольная и, наконец, мотивационная. Инновационный менеджмент, как отдельная сфера менеджмента, обладает своей спецификой, отличиями в характере и стиле, используемых формах и методах. Это обусловлено тем, что он обращен к таким факторам функционирования и развития той или иной системы, которые потенциально чреватые инновациями. Поэтому в наборе функций инновационного менеджмента на одном из первых мест стоит аналитическая (исследовательская) функция. Также важно значение имеют преобразовательская и социально-потребительская функции.

Инновационный менеджмент - особая организационно-управленческая деятельность, направленная на получение экономических, социальных и экологических результатов функционирования хозяйственной системы путем создания и использования в производственно-коммерческой деятельности инноваций в качестве основных продуктов, а также факторов эффективного труда.

Инновация ориентирована не вовнутрь, а вовне. Если мы имеем дело с конкретной инновационной организацией, то она ориентирована на новый продукт, на рынок. Отсюда и иная, чем в стационарном бизнесе, стратегия - инновационная. Действующий бизнес в основной своей тенденции ориентирован на оптимизацию того, что есть. Его девизом могут быть слова: "Больше и лучше". Инновационная стратегия устремлена вперед, она исходит из методологической предпосылки о неизбежном устаревании всего того, что существует, ее девиз - "новое и иное". Отсюда максимум свободных ресурсов, а особенно главного - способных людей - надо направлять на новое. Это не значит, что мощная концентрация ресурсов - гарантия успеха, как это бывает в стабильном производстве. Инновационный процесс, как было показано, имеет нелинейный характер - он может вообще не дать отдачи или дать ее через длительное время. Однако в случае успеха организация или общество в целом получают возможность стремительного прорыва вперед - в новую крупную отрасль, на новый рынок или же новую, более высокую ступень технологического и социального развития [4].

Поэтому в инновационном менеджменте иные подходы, чем в традиционном менеджменте. Инновационный менеджмент нуждается в иных рычагах и средствах контроля, ином бюджете (отдельном от основного), а главное в иных методологических подходах. Аналитическая функция инновационного менеджмента заключается в необходимости давать адекватную оценку трем факторам, определяющим инновационную стратегию: конечной вероятности успеха, риску неудачи и необходимым условиям, усилиям и расходам. Инновационная стратегия требует жесткой самодисциплины, иначе невозможно действовать в условиях постоянного отсутствия обратной связи. Инновационный менеджмент действует в условиях высокой неопределенности. Нужно уметь дать верную оценку по промежуточным, приблизительным результатам, принять решение о продолжении или прекращении работы, выбрать наиболее перспективный путь из открывшихся на том или ином этапе возможностей, преодолеть сопротивление изменениям внутри коллектива самой организации, что всегда считалось одной из центральных проблем менеджмента. Необходимо учитывать, что даже в инновационных организациях, как правило, сохраняется прежняя организационная схема и традиционная структура. Часто по этим показателям инновационную организацию не отличишь от не инновационной.

Меняется прежде всего цель организации, ее атмосфера. Отсюда и иная логика действий, иные приоритеты. Т.е., инновационный менеджмент должен строиться с учетом развития эвристики, психологии нововведений, прогностики. Он должен опираться на мотивацию, профессионализм и организацию эффективного коллективного взаимодействия.

Список использованной литературы

1. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез» Москва, 2000. С. 9-36.
2. Харин А.А., Коленский И.Л. / под ред. Ю.В. Шленова. Управление инновациями. М.: Высшая школа Москва, 2003. С. 47-58.
3. Завлина П.Н. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика. Учебное пособие. М.: Издательство «Экономика», 2000. С. 15-29.
4. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент. М.: ЮНИТИ, 2005. С. 34-48.