

## НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Повышенное внимание к инновациям и инновационному управлению продиктовано самой жизнью современного общества, ведь воплощение инновационных процессов в новых продуктах и новой технике являются основой его социально-экономического развития.*

*Ключевые слова: инновация, инновационное управление, маркетинг, менеджмент, руководство.*

Akbai kyzy Aida – senior lecture, KRSU

## SOME PROBLEMS OF INNOVATION MANAGEMENT

*Increased attention to innovation and innovative management is dictated by the very life of modern society, because the embodiment of innovative processes in new products and new technology is the basis of its socio-economic development.*

*Key words: innovation, innovative management, marketing, management, management.*

**Введение:** Как много руководителей - столько мнений об управлении кадрами. В этом и заключается основная проблема. Мнения могут быть разными, но должны быть компетентными. А это, в свою очередь, обеспечивается глубоким пониманием законов, закономерностей и принципов науки управления. При этом, значение опыта, как критерия его развития, тоже никто не умаляет.

Когда говорят об инновациях в управлении, то чаще всего имеют в виду модернизацию коммуникационных средств и информационных технологий. Однако, в таком видении вопроса, кроется смысловая ошибка. Техническое оснащение - это не управление, а лишь средство его обеспечения. Широкое внедрение IT-технологий, безусловно, поднимет на новый, современный уровень качество информационного обмена. Вместе с тем, это лишь одна сторона вопроса.

Инновационное управление часто трактуется как деятельность, связанная с использованием новых (высоких) технологий. Все чаще от руководителей предприятий слышны слова о том, что на данном предприятии осуществляется поддержка инновационной деятельности (некоторые даже выделяют на эту деятельность деньги).

Многие предприятия пытаются в том или ином виде осуществлять инновационную деятельность самостоятельно, через создаваемые специально для этого дочерние структуры или инновационные центры, призванные способствовать продвижению и использованию инновационной продукции. Нанимаются специалисты, разбирающиеся в патентно-лицензионной деятельности, охране интеллектуальной собственности и прочим компонентам, необходимым для коммерческого использования инноваций.

Казалось бы, все замечательно, остается только получать доход от этой самой инновационной деятельности. Однако, как правило, так не получается. В чем же дело? Причина, видимо, кроется в устаревших подходах к организации инновационной деятельности.

**Целью исследования** является изучение способов организации инновационной деятельности предприятий и выявление эффективного перехода к системной организации процесса коммерциализации.

**Материалы исследования:** Поскольку о коммерциализации научных исследований уже сказано достаточно много, мы вправе ожидать, что эта самая повальная коммерциализация не за горами. Очевидно, что настала пора сделать следующий шаг — перейти к вопросу о том, КАК этого добиться, т.е. к системной организации процесса коммерциализации.

Одной из важнейших проблем в инновационной деятельности является проблема организации этой деятельности, т.е. проблема управления. Анализ деятельности ряда предприятий позволяет сделать вывод о том, что все большее значение приобретает качество управления. Квалификация менеджера, руководителя становится важнейшим фактором обеспечения эффективности инновационного процесса. В этой ситуации от менеджера требуется виртуозное владение всем набором инструментов управления.

Как правило, проблема качественного управления решается за счет привлечения высококвалифицированных менеджеров со стороны и постоянного обучения персонала. Однако здесь возникают проблемы иного плана — все больше ощущается нехватка управленцев высокого уровня, к тому же они весьма дороги. Обучение же персонала очень часто оказывается недостаточно эффективным.

У нас поставлено на поток тиражирование специалистов любого профиля — масса ВУЗов готовит специалистов по сотням специальностей. А вот с тиражированием менеджеров возникают проблемы, несмотря на то, что уже есть специалисты, у которых в дипломе значится специальность "менеджер". Однако, попробуйте поручить такому менеджеру простую управленческую задачу (не говоря уже о нестандартной задаче) - результат будет плачевный. Готовить инновационного менеджера — долго и дорого. Прежде, чем он научится создавать работоспособную компанию, пройдет много времени, будут совершены ошибки, некоторые — смертельные для бизнеса.

Причина заключается в том, что подготовка управленческих кадров ведется по принципу обучения отдельным компонентам менеджмента и крайне редко - самой процедуре управления. Это связано и с отсутствием реального управленческого опыта у большинства вузовских преподавателей. Конечно, для успешной реализации целей того или иного проекта необходимы знания в конкретной предметной области, но необходимы и знания основ менеджмента, теории организаций, маркетинга, управления персоналом. Означает ли что, знание этих составляющих менеджмента обеспечивает качественное управление инновационной деятельностью? Естественно нет - ведь почти никто и нигде не учит менеджера умению выстраивать свои управленческие действия во времени, исходя из складывающейся ситуации.

При организации инновационной деятельности до сих пор чаще всего полагаются на слепой случай: менеджер попался хороший — проекту и инвестору повезло. Хороших менеджеров на всех не хватает — эта проблема стоит во всем мире.

В инновационной деятельности, как и в других сферах бизнеса, наблюдается значительный дефицит квалифицированных управленцев, который усугубляется тем, что инновационный бизнес не способен пока нанимать действительно квалифицированных менеджеров. В итоге коммерциализация осуществляется медленно, с большими издержками.

К сожалению, у нас в Кыргызстане мало кто признает управление сферой профессиональной деятельности. Именно по этой причине управлением готовы заниматься практически все. Вот типичная (т.е. широко распространенная) технология изготовления менеджера: минимальный личный опыт, несколько семинаров и человек готов браться за решение сложнейших проблем. В этом и заключается порочность подготовки менеджеров: излагаются компоненты менеджмента (стратегия, маркетинг, финансы, учет, организационные структуры и т.п.), но ничего не говорится о том, как наладить процесс управления. Кстати, никто ведь не пытается подготовить хорошего физика или математика за несколько дней. Такое отношение связано, по-видимому, с недооценкой колоссальной сложности процесса управления.

Почему же в инновационной деятельности слабо используются современные управленческие технологии? Причина, видимо, заключается, во-первых, в высокой сложности современных технологий управления, а во-вторых, в том, что для восприятия и практического использования этих технологий принципиально недостаточно полученных знаний.

Главное в управлении - качество принимаемых решений. Если есть проблемы в уровне подготовки руководителей, то никакие современные технические средства не смогут обеспечить повышения эффективности управления.

Очевидно, что на современном этапе развития общества, возникла необходимость в дополнительных исследованиях компонентов управления, уточнении взаимосвязей между ними, разработке и внедрении перспективных, инновационных концепций в области его организации.

В целях представить вашему вниманию один из таких подходов, руководитель Инновационной обучающей системы РФ *Ухов Вячеслав Алексеевич* применил следующие методы научных исследований: гипотезу, анализ, сравнение, аналогию и синтез. В качестве гипотезы выступило предположение о том, что управление необходимо рассматривать не в качестве набора отдельных управленческих методов и приёмов, применяемых в различных областях рыночной деятельности, а как явление их объединяющее. Для решения задачи произведено сравнение функций широко известного, общенаучного «Алгоритма принятия и реализации решений» с функциями маркетинга, менеджмента, логистики и аудита.

Функции маркетинга подробно описаны Ф. Котлером, Дж. Траутом, а также рядом других известных авторов. Исследование показало их полное соответствие функциям первых трёх блоков алгоритма принятия решений. Оказалось также, что управленческий термин «*предмет*» соответствует маркетинговому термину «*продукт*». По сути дела, это обозначение одной и той же сущности в разных предметных областях.

Функции менеджмента представляют собой не что иное, как работу ответственных лиц по формированию замыслов и принятию решений. Также стало ясным, что синонимом термина «*менеджмент*» является не управление, как это принято считать сейчас, а «*руководство*», т.е. деятельность людей в процессах управления.

Содержание блока «Логистика» сформировано на основе изучения ряда трудов таких известных авторов, как М. Кристофер, Д. Бауэрсокс, А. Гаджинский, И. Кретов, А. Аникина и др. Все они подтверждают, что функции логистики именно такие. Вместе с тем, никто из них не рассматривал логистику, как исполнительный орган, координирующий комплекс разнородных прикладных задач по обеспечению исполнения принятых решений.

Оказалось, что «Аудит» было бы корректным рассматривать и применять не только в финансовой сфере, как это принято сейчас, но и в других аспектах. Это даст ему новое наполнение и перспективы, позволит стать эффективным рычагом в руках руководителей по комплексному контролю и оказанию помощи управляемым объектам. Результаты исследования представлены на рисунке 1.

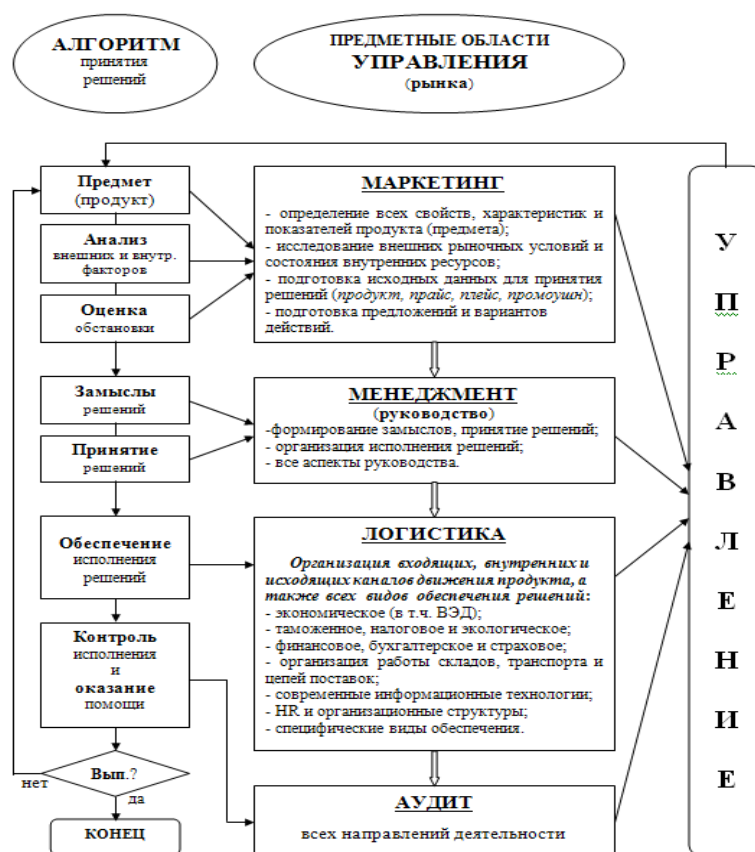


Рис 1. Инновационное видение компонентов управления

**В заключении можно сделать следующие выводы:** Совершенно чётко определилась логическая последовательность, взаимодействие, а также роль и место маркетинга, менеджмента, логистики и аудита в общей инновационной концепции управления. Прежде они не рассматривались в едином алгоритме решения управленческих задач. Это приводило к размытости понятий и туманности формулировок. Здесь тоже выявлена единая сущность, которая в раздробленном состоянии была обозначена одним термином, а при её синтезе - другим. «Предметные области рынка» и «предметные области управления» - это одно и то же явление, обозначаемое по-разному в разных аспектах его рассмотрения.

В условиях, когда вся страна встала на путь инновационного развития, особая роль должна отводиться руководителям, способным к стратегическому прогнозу и эффективным практическим шагам. Инновация управления и модернизация системы подготовки руководящих кадров - это единый процесс, важность которого трудно переоценить.

#### Литература:

1. **Афонин, И.В.** Инновационный менеджмент: Учебное пособие [Текст]/ Афонин И.В. Минск. 2005г. с. 56-59.
2. **Гончаров, В.И.** Менеджмент: Учебное пособие [Текст]/ Гончаров В.И. Минск. 2003г. с.123-126.
3. Журнал "Интеллектуальная собственность", № 2, 2005 г. с.34-35.
4. <http://www.sci-innov.ru/> - Федеральный портал по научной и инновационной деятельности.
5. <http://www.twirpx.com/library/> - электронная библиотека.