

УДК 338.24

Е.Ю. Щёкина, аспирант

Одесский национальный политехнический университет

пр-т Шевченко, 1, г. Одесса, Украина, 65000

E-mail: Djein_@mail.ru

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ

КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассматриваются вопросы осуществления организационно-управленческих инноваций на промышленных предприятиях, которые являются необходимым условием повышения конкурентоспособности. Рассмотрены конкурентные преимущества, которые дают предприятию только инновации.

Ключевые слова: инновации, управленческие инновации, конкурентоспособность.

Постановка проблемы. Современные условия развития экономики, связанные с обостряющейся конкуренцией товаропроизводителей, усложнением организационных и управленческих отношений хозяйственных систем, изменением форм собственности и ограниченности ресурсов, вынуждают предприятия осуществлять поиск новых, более эффективных путей использования ресурсов, методов управления, организации и информационного обеспечения процесса производства, то есть переходить на инновационную модель поведения, в основу которой положены управленческие нововведения.

Анализ последних исследований и публикаций. Несмотря на значительное число публикаций, посвященных различным аспектам инноваций, следует отметить, что в них недостаточно представлены вопросы осуществления организационно-управленческих инноваций на промышленных предприятиях, которые является необходимым условием повышения конкурентоспособности.

Вопросы, связанные с инновационной деятельностью и управлением нововведениями, рассматриваются достаточно широко во многих работах таких ученых, как Портер М., Панов А.И., Л. Водачек, Анискин Ю.П., Бляхман А.С., Бретт А., Водачек Л., Гохберг Л.М. и др.

Значительное число ученых-экономистов посвящают свои труды описанию использования управленческих инноваций на предприятиях, среди которых можно выделить Иванов, А. Водачков, В. Гринева, Т. Климову, Л. Кошкина, В. Коновалова и др.

Рассмотрение вопросов, связанных с проблемами и направлениями развития управленческих инноваций для повышения конкурентоспособности предприятий представлены в работах Анынина В.М., Анчишкина А.И., Багриновского К.А., Бандурина, Глицина Ф.Ф., Колосовой Т.В., Егорова А.Ю., Иващенко Н.П., Титова В.В. и др.

Проблемам, связанным с особенностями управленческих инноваций, посвятили свои научные труды Борисова З.Н., Егоров В.В., Латкин А.Г., Соколов Д.В., Хеймел Г.С., Шевченко Г., Юркан Е.И. и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Проблема конкурентоспособности предприятий за счет развития управленческих инноваций в последние годы стала одной из наиболее активно обсуждаемых тем в развитии экономической науки. Развивающийся современный рынок приводит к необходимости поиска новых управленческих инноваций и совершенствования уже существующих методов управления на предприятии. Нерешенные задачи эффективного формирования и развития конкурентоспособности предприятий является недостаточно результативное управление вовлечением управленческих инноваций на предприятии, от чего зависит динамика экономического роста предприятия и повышение его конкурентоспособности.

Нерешенными проблемами в данной области являются: низкое качество производимой продукции, устаревший ассортимент, низкие темпы обновления производственных мощностей, недостаточно высокое качество материалов и заготовок, устаревшее оборудование, низкая степень вовлеченности украинских предприятий в мировой научно-технологический обмен [1].

В связи с этим остается нерешенной задача разработки и обоснования необходимости применения управленческих инноваций в деятельности промышленных предприятий как целостной, системной концепции организационно-управленческих инноваций в контексте креативного характера современного менеджмента.

Основной целью данной статьи является обоснование необходимости применения управленческих инноваций как фактора повышения конкурентоспособности предприятий.

Изложение основного материала. Инновации стали неотъемлемой составляющей современной экономики. Их внедрение коснулось всех сфер деятельности человека. Особое место занимают управленческие инновации как один из факторов повышения конкурентоспособности предприятия.

Инновации в сфере промышленности являются одним из основных факторов повышения производительности труда, приводящего к устойчивому экономическому росту и повышению общественного благосостояния.

Взаимосвязь уровня конкурентоспособности товара, фирмы, страны с нововведениями, проводимыми фирмами-производителями, однозначна и очевидна.

Анализ инноваций, проводимых на фирмах, показывает, что зачастую предприниматели отказываются от прибыльного применения ресурсов и перераспределяют их в пользу нового рискованного проекта, что приводит к временной или длительной потере или уменьшению уровня конкурентоспособности предприятия. Таким образом, инновации, проводимые на предприятии, не всегда однозначно способствуют увеличению его конкурентоспособности.

Средством развития экономики любого государства является нововведение, то есть целенаправленные изменения, новые элементы, сознательно внедрены в производственную культуру и структуру предприятия.

Переход от советского предприятия к капиталистической фирме потребовал проведения системной модернизации в области управления по трем основным направлениям: на уровне продуктов и услуг (создание новых продуктов или услуг, на которые формировался спрос на рынке); операций (повышение эффективности процессов); бизнес-модели (изменение структуры или финансовой модели организации).

Если производственные инновации в цепочке связей между результатами исследований и разработок в собственно производственном процессе выступают в форме новых продуктов и технологий, являясь основным фактором производственно-хозяйственной динамики предприятия, создавая новые научно-технические направления деятельности и ликвидируя старые, то управленческие инновации — основа постоянного процесса совершенствования как системы управления хозяйственного объекта в целом, так и ее важнейших элементов — управления инновационной деятельностью и инновационного анализа.

Управленческие инновации — целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, технологии и организации процесса управления, методом работы системы управления, ориентированное на замену элементов системы управления или системы управления в целом, с целью ускорения или улучшения решения поставленных перед предприятием задач на основе выявления закономерностей и факторов развития инновационных процессов на всех стадиях жизненного цикла продуктов, технологий и предприятия в целом [2].

Любая инновация на какое-то время «сбивает» функционирование, требует его перестройки, а затем восполнения потерь времени, труда, ритма. При этом базовым системным направлением всего механизма хозяйствования, источником формирования инноваций должно выступать, прежде всего, повышение эффективности использования имеющихся ресурсов за счет выявления новых связей в системе, то есть хозяйствование должно быть непосредственно связано с таким общесистемным параметром, как управляемость. В этом случае управленческие инновации и выступают хозяйственным рычагом, регулирующим процессы повышения качества режима деятельности, процессы перевода ресурсов из категории массовых в категорию качественных в процессе разрешения инновационных проблемных ситуаций [3].

Существует множество классификаций инноваций, наиболее общая из которых подразумевает деление инноваций на производственные, к которым относятся технологические и продуктовые инновации, а также маркетинговые и управленческие.

Производственные инновации представляют собой деятельность организации, связанную с совершенствованием существующих технологий производства, а также разработкой и внедрением принципиально новых технологий. К данной категории относятся технологические инновации, которые в свою очередь направлены на улучшение потребительских свойств товара и разработку новых товаров — продуктовых инноваций, с целью их эффективной коммерциализации. В данном случае технологические и продуктовые инновации имеют непосредственную взаимосвязь.

Маркетинговые инновации — это деятельность, направленная на реализацию новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий.

Управленческие инновации подразумевают реализацию нового метода в ведении бизнеса и решения проблем бизнес-процессов, организации рабочих мест или организации внешних связей [2].

Рассмотрим сферы деятельности предприятия, которые затрагивают организационно-управленческие инновации, такие как: организационная структура, система управления, экономическая деятельность, маркетинговая политика, юридическое обслуживание и др.

На рисунке 1 видно, что организационно-управленческие инновации затрагивают многие сферы деятельности, которые влияют на эффективное функционирование предприятия. Рассматривая и анализируя каждую область на предприятии, мы имеем возможность вовлечь управленческие инновации в каждую из них, разработать мероприятия, направленные на эффективность и конкурентоспособность предприятия на рынке.

В создании и распространении организационно-управленческих инноваций принимают участие не только представители бизнеса, но и профессиональные консультанты по управлению.



Рисунок 1 – Сферы деятельности предприятия, затрагиваемые организационно-управленческими инновациями [собственный рисунок]

Для повышения устойчивости и адаптационной способности к изменениям потребительского поведения необходимо целенаправленно проводить организационные изменения как эволюционного, так и революционного характера. Это невозможно без управленческих инноваций, выступающих в мировой практике хозяйствования современным источником конкурентных преимуществ. В ходе таких преобразований структуры управления приобретают гибкость; появляется возможность многоцелевого использования производственных мощностей; повышается уровень качества выпускаемой продукции; происходит ускорение процессов производства и реализации продукции при одновременном сокращении затрат на эти этапы жизненного цикла продукции; улучшаются условия труда; начинают функционировать новые системы стимулирования сотрудников, обеспечивающие высокую степень их инновационной активности.

Различные виды инноваций: технические, организационные, управленческие, которые по своему влияют на разные виды конкурентоспособности. Так, например, полезные нововведения в организации труда и управлении персоналом позволяют сократить потери рабочего времени и трудоемкость, или, введение в оборот нового энергосберегающего оборудования и безотходных и малоотходных технологий существенно снижают материалоемкость и энергоемкость. Эти же инновации параллельно повышают экологичность и рациональность. Плюс, применение этих инноваций в комплексе существенно влияет на экономическую составляющую конкурентоспособности – снижает издержки, и, как следствие, может снизить цену товара или услуги. И, наконец, психологическая составляющая. Ни для кого не секрет, что обновление дизайна изделия, что также является своеобразной инновацией, следование моде и стилю явно привлекает покупателя. Так же и с услугами – внедрение новых технологий, используемых для их оказания, даже некоторая оригинальность во внешнем виде и поведении обслуживающего персонала может стать большим плюсом для обслуживающей организации [4].

Также уровень конкурентоспособности предприятия определяют, в основном, конкурентные преимущества, которыми оно обладает в сравнении с другими в одной отрасли, на одном рынке или сегменте рынка.

М. Портер совершенно справедливо подчеркивает, что решающим в конкурентной борьбе для фирмы является то, как долго она сможет удержать имеющиеся у нее конкурентные преимущества. Это зависит от трех факторов:

1) тип источника преимущества: более низкого ранга, например, дешевая рабочая сила или сырье, которые могут получить и конкуренты; или более высокого ранга – таких, как передовая технология или репутация фирмы, основанная на усиленной маркетинговой деятельности;

2) количество имеющихся у фирмы источников конкурентного преимущества: хорошо их иметь как можно больше;

3) самый важный фактор – постоянная модернизация всех видов деятельности, иногда необходимо даже отказываться от имеющихся преимуществ, чтобы добиться новых. Например, на корейских судах отказались от дешевой рабочей силы в пользу автоматизации – и получили огромную эффективность и мощь.

Однако настоящие конкурентные преимущества дают предприятию только инновации. Причем под инновациями понимается удовлетворение новой потребности или старой, но по-новому [5].

Управленческие инновации позволяют создать необходимые условия для осуществления инноваций других типов, и являются основой для организации инновационного процесса на предприятии.

Основанием для управленческих нововведений является изменение задач, решаемых предприятием, которое, в свою очередь, вызвано объективными изменениями, происходящими во внешней среде его деятельности.

Управленческие инновации тесно связаны с технологическими инновациями во всех сферах экономики. Залогом успешной деятельности организации в долгосрочной перспективе является ее способность меняться в соответствии с изменяющимися рыночными условиями, которая обеспечивается наличием управленческих механизмов, контролирующей необходимость и обеспечивающих проведение изменений. Таким механизмом является механизм поддержки управленческих инноваций. Управленческие инновации позволяют создать необходимые условия для осуществления инноваций других типов, и являются основой для организации инновационного процесса на предприятии. Организационно-управленческие изменения (управленческие инновации) могут происходить по следующим направлениям:

– разработка и реализация новой или значительно измененной корпоративной (акционерной) стратегии в организации (группе организаций);

– внедрение современных (на основе информационных технологий) методов управления организацией (имеются в виду технологии с использованием современных средств вычислительной техники и специальных программных средств для решения, например, задач бухгалтерского и складского учета, учета кадров и других видов ресурсов, планирования потребностей организации, анализа финансового состояния организации и поддержки принятия управленческих решений, систем автоматизированного документооборота организации, информационно-справочных систем для учета заказчиков, подрядчиков, клиентов и т. п.);

– разработка и внедрение новых или значительно измененных организационных структур в организации;

– нововведения в использовании сменного режима рабочего времени;

– применение современных систем контроля качества, сертификации продукции, включая использование современных отечественных и зарубежных стандартов качества;

– разработка новых или значительно измененных методов и приемов организации труда в организации и т.д.;

– создание специализированных подразделений по проведению научных исследований и разработок, практической реализации научно-технических достижений (технологические и инжиниринговые центры, малые инновационные предприятия);

– организация и совершенствование маркетинговой службы в организации, включая как создание специализированных групп и подразделений, так и формирование фундаментальной концепции (стратегии) маркетинга организации;

– прочие организационно-управленческие изменения [6].

Организация управленческих инноваций осуществляется посредством методов, которые обеспечивают разработку и реализацию нововведений в сфере административной деятельности. В

данном случае методы представляют собой выработанные и апробированные способы воздействия на объект инноваций с целью получения инновационного эффекта.

Инновационная активность есть суть внутреннего состояния предприятия, которой оно может управлять, целенаправленно используя возможности креативно настроенного персонала. Конкурентоспособность предприятия, напротив, является отражением внешней среды, которой оно управлять в явном виде не может, однако способно оказывать на нее влияние через повышение своей инновационной активности.

Управленческие изменения должны быть направлены на достижение следующих основных характеристик товаров и услуг, формирующих конкурентную среду и обеспечивающих конкурентоспособность предприятия (таблица 1).

Перечисленные в таблице характеристики, отражающие отдельные параметры конкурентоспособности, должны быть интегрированы в общее понятие конкурентоспособности продукции предприятия. Причем взаимосвязь и диалектическое единство данного множества характеристик может быть реализовано только благодаря интеллектуально-креативным способностям специалистов организации.

Корпоративная инновационная активность, являющаяся отражением созидательной (креативной) деятельности всего коллектива предприятия, может трансформировать представленные характеристики в множество конкурентоспособных логических моделей товаров и услуг [4].

Таблица 1 – Основные характеристики товаров и услуг, обеспечивающие конкурентоспособность продукции предприятия

| Область конкурентоспособности | Товар (изделие) | Услуга |
|--|--|--|
| | <i>Характеристики</i> | <i>Характеристики</i> |
| Производственно-технологическая | Материалоемкость Энергоемкость Трудоемкость Производительность Производственный цикл Стандартизация Унификация | Ремонтопригодность Удобство обслуживания |
| Экономическая: Ценовые факторы Неценовые факторы | Цена Издержки Себестоимость Технологичность Функциональная пригодность Надежность Долговечность | Издержки сервисного обслуживания Качество сервисного обслуживания Время, требуемое на сервисное обслуживание |
| Социальная | Экологичность Безопасность Рациональность | Транспортировка Предпродажная подготовка Гарантия |
| Психологическая | Выразительность Оригинальность Гармоничность Целостность Соответствие моде Соответствие стилю | Окружающая среда Месторасположение точки продаж Надежность Возможность установления контакта Вежливость Отзывчивость Коммуникабельность Доступность |

Научно-технический прогресс в последнее десятилетие приобретает ряд качественно новых черт. Новое качество рождается в сфере взаимодействия науки, техники и производства.

Источником эволюционных инноваций служат научно-исследовательская и опытно-конструкторская деятельность (разработки и внедрение изобретений), которые необходимо постоянно совершенствовать.

Предприятиям необходимо научиться оперативно реагировать на изменение потребностей, но эта стратегия сможет обеспечить ему только временное преимущество, поскольку будет очень скоро использована конкурентами. Инновационно настроенное руководство предприятий должно превосходить пожелания потребителей, видеть контуры будущего рынка. Именно таким образом они должны создавать продукты и услуги, у которых некоторое время не будет конкурентов.

Инновационная активность предприятий зависит от многих факторов, главным из которых является инновационно-креативный потенциал сотрудников предприятий. Это подтверждается современными исследованиями, которые говорят о том, что "успех инноваций на 85-90% зависит от уровня подготовки персонала, при этом особая роль принадлежит управленческим кадрам". Таким образом, не просто квалифицированная подготовка и богатый профессиональный опыт сотрудников на сегодня являются важными факторами повышения инновационной активности предприятий и, как следствие, его конкурентоспособности, а уровень проявления творческой энергии (созидательной деятельности) каждым из специалистов.

Инновационная активность есть суть внутреннего состояния предприятия, которой оно может управлять, целенаправленно используя возможности креативно настроенного персонала. Из чего следует отметить, что организационно-управленческие инновации являются основным фактором повышения конкурентоспособности предприятия, т.к. управленческие инновации ставят своей целью преобразование управленческой структуры компании, совершенствование системы корпоративных финансов, а также управление персоналом.

Выводы. На фоне бурных экономических изменений во всем мире растет конкурентная борьба производителей за ограниченный спрос потребителей. Конкурируя на рынках, фирмы стремятся приобрести и удержать конкурентные преимущества, с тем, чтобы повысить свою конкурентоспособность. Но основные преимущества предприятию дают проводимые на постоянной основе инновации. Особенно важна для предприятий сама способность к инновациям.

Сегодня нельзя делать ставку только на увеличение прибыли, на простое приращение новшеств или конкурентных преимуществ. Предприятие должно стремиться стать отличным от других, внедряя инновации.

Ключевой стратегией для этого должен быть переход от концепции, ориентированной на некоторый конечный результат инноваций, к инновации самой модели бизнеса: новой технологии управления, нетрадиционных стратегий (например, корпоративной), умения управлять инновациями так же, как качеством. Инновации должны быть не средством достижения каких-либо целей организации, а самой целью.

Залогом успешной деятельности организации в долгосрочной перспективе является ее способность меняться в соответствии с изменяющимися рыночными условиями, которая обеспечивается наличием управленческих механизмов, контролирующих необходимость и обеспечивающих проведение изменений.

Перспективы дальнейших исследований. Дальнейшие исследования в данном направлении могут быть использованы для выявления более конкретного описания проблем и факторов повышения конкурентоспособности предприятий за счет управленческих инноваций; также использование предприятиями, при разработке системы мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности; результаты и выводы могут быть учтены в процессе выработки конкретных организационно-управленческих решений.

Библиографический список использованной литературы

1. Управление обеспечением качества и конкурентоспособности продукции: учеб. для вузов / Н.Л. Маренков, В.П. Мельников, В.П. Смоленцев, А.Г. Схиртладзе; Под ред. Н.Л. Маренкова. — М.: Нац. ин-т бизнеса; Ростов н/Д: Феникс, 2004. — 508 с.: ил.
2. Румянцев А.А. Возможности инновационного развития в регионе / А.А. Румянцев // Экономист. — 2004. — С. 34–39.
3. Маренков Н.Л. Инноватика: учеб. пособие / Н.Л. Маренков. — М.: КомКнига, 2005. — 304 с.
4. Максимова И. Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий / И. Максимова // Маркетинг. — 1996. — № 3. — С. 33–39.
5. Национальный доклад «Организационно-управленческие инновации: развитие экономики, основанной на знаниях» / Под ред. С.Е. Литовченко. — М.: Ассоциация Менеджеров, 2008. — 104 с.

6. Управление инновациями / В.Н. Гунин, В.П. Баранчев, В.А. Устинов, С.Ю. Ляпина; науч. ред. А.Н. Зобов. — М.: Инфра – М, 2000. — 251 с.

7. Ваганов П.И. Теория и методология инновационного управления и управленческих инноваций / П.И. Ваганов. — СПб., 2003. — 355 с.

Поступила в редакцию 28.03.2013 г.

Щьокіна Е.Ю. Управлінські інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств

Розглядаються питання здійснення організаційно-управлінських інновацій на промислових підприємствах, які є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності. Розглянуто конкурентні переваги, які дають підприємству тільки інновації.

Ключові слова: інновації, управлінські інновації, конкурентоспроможність.

Shchekina E.U. Management innovation as a factor in increasing the competitiveness of enterprises

This article deals with the implementation of the organizational and managerial innovations in industry, which is essential for competitiveness. Considered competitive advantages that give the company only innovation.

Keywords: innovation, management innovation, competitiveness.