

УДК 338

DOI 10.25799/AR.2019.80.1.080

Инновационный менеджмент или менеджмент инноваций: определение приоритета

Крючков Валерий Анатольевич

кандидат технических наук, доцент, проректор,
Институт деловой карьеры,
109044, Российская Федерация, Москва, шоссе Варшавское, 23;
e-mail: ideka@ideka.ru

Нехамкин Виталий Генрихович

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и финансового права,
Институт деловой карьеры,
109044, Российская Федерация, Москва, шоссе Варшавское, 23;
e-mail: ideka@ideka.ru

Аннотация

Дополняя традиционные источники ресурсного обеспечения управления: материальные, финансовые и кадровые, информационный ресурс стал значим настолько, что потребовал обоснования концепции информационного менеджмента, разработки процессно-ориентированных моделей систем управления определенными сферами как информационными бизнес-процессами. Достаточность и релевантность информации помогают менеджеру генерировать инновационные идеи или получать их от сотрудников, организуя процесс управления инновационным развитием организации как творческой среды. Менеджеры минимизируют разрыв в организационных и экономических аспектах управления инновациями, что требует инновационного управления, образуя дуализм понятий: «инновационный менеджмент» и «менеджмент инноваций». Многоаспектность первого проявляется в методах управления современной организацией. Условия и факторы развития внешней среды её функционирования стимулируют формирование новых векторов самоуправления и творческой самоорганизации при которой мониторинг и контроллинг постепенно вытесняют классический анализ и контроль как традиционные методы и функции управления, минимизируя «нагромождение» инструкций, предписаний и правил. Современные методы менеджмента в сфере инноваций эволюционируют от административных и дисциплинарных к креативным и самоорганизующим, от плотной опеки и тотальной формализации к творчеству внутренней ответственности.

Для цитирования в научных исследованиях

Крючков В.А., Нехамкин В.Г. Инновационный менеджмент или менеджмент инноваций: определение приоритета // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 1А. С. 775-782.

Ключевые слова

Инновации, менеджмент, инновационный менеджмент.

Введение

В современной литературе обозначенные в заглавии статьи дефиниции чаще всего используются как синонимы или стилистические заменители, наравне с понятием «менеджмент инновационной направленности». Так, А.И. Султанов, озаглавив статью «Менеджмент инноваций», ведет речь исключительно об инновационном менеджменте [Султанов, www...], Д.С., Макарчук и О.В. Гостева анализируют вопрос в обратной последовательности [Макарчук, Гостева, 2013] и таких примеров в литературе много.

Такое смешение понятий, на первый взгляд, вполне оправдано. Успехи цифровой экономики, изменение структуры факторов успеха, смещающейся от материальных факторов к человеческому капиталу, формируют новый понятийный аппарат наук, объясняющих новое состояние экономики и общества, в том числе и менеджмента.

Основное содержание

Инновации и изменения, как образно выразилась И.Е. Никулина, «проникают во все отрасли хозяйствования», соответственно менеджмент, будучи наиболее мобильной и отвечающей потребностям рынка отраслью знаний и набором практик, должен отвечать современным реалиям [Никулина, 2011]. В связи с этим, в современных системах управления все большую долю занимают методы инновационного менеджмента, способные активировать интеллектуальные ресурсы.

В литературе акценты расставлены по-разному. Часть авторов акцентируют внимание на ресурсном обеспечении инновационных проектов [Твисс, 2005], другие – на финансово-экономических и организационно-технических вопросах, третьи – на корпоративной культуре и политике организации по новшествам [Башкатов, Шаранин, 2013].

В своем классическом понимании менеджмент возник вместе с разделением труда и кооперацией исполнителей. Именно здесь создаются предпосылки вертикального разделения управленческих и исполнительских компетенций. Менеджмент выполнял задачу координации персонала для достижения определенного результата, а его суть состояла в мотивации, организации, стимулировании и координации коллективов на целенаправленную деятельность по решению определенной задачи. Так было в индустриальную эпоху.

Для цифровой экономики характерна инновационная направленность, которую приобретает и инновационный менеджмент, рассматриваемый в виде совокупности приемов и методов реализации любых инновационных проектов.

Принципы инновационного менеджмента, как база методов, сформировались относительно недавно в особых условиях решения задач управления в инновационных проектах, где присутствовали не характерные для «старого», т.е. классического бизнеса «персонажи»: изобретатель, учёный, конструктор, инноватор-предприниматель, а также специфика проектной организации. В этой связи современный инновационный менеджмент целесообразно рассматривать уже не только как теорию и практику управления, а также и продуцирования нового научного знания. Таким образом, инновационный менеджмент постепенно становится особым направлением экономической теории и практики. В прикладном, практическом

значении это интегрированная методология (принципы, формы и методы управления процессами и инновационными проектами), направленная на генерацию инновационного продукта.

Для ИМ характерно активное вариативное моделирование в математических, физических и иных сферах. При этом ИМ опирается как на формальные правила и установки, так и на совокупность неформальных, нетрадиционных для классического менеджмента, диспозиций. Так, жесткость традиционного менеджмента применительно к инновационному управлению не достигают искомого результата, тогда как «мягкий» или скорее, гибкий тип организационной культуры, более продуктивен, хотя в его основе скорее современная культурология, чем «чистый» менеджмент.

Руководитель, прежде всего, должен формировать позитивные ценности, и только потом быть управляющим [Виханский, Наумов]. Таким образом, потребность в менеджменте инноваций породила инновационный менеджмент, в методологии которого произошли существенные и даже знаковые перемены в виде новых направлений. Их возникновение не случайно и было обусловлено кросс-культурным и национальным взаимодействием, а также процессами глобализации. Так, в методологии менеджмента возникли новые направления теории. Прежде всего, это синергетический менеджмент, в рамках которого неравновесие современных социально-экономических систем стимулирует действие механизмов самоорганизации систем управления. Принимая во внимание принципы и свойства системности, новые структурные образования проявляют свои, как сейчас принято говорить «прорывные», то есть улучшенные свойства, дающие возможность самообучения организаций.

Нельзя не отметить и гендерный менеджмент, активно развивающийся с 1980-х годов, когда гендерные аспекты управления оказались в фокусе научного внимания. Дело в том, что в постиндустриальном обществе трансформировался характер отношений полов.

За достижением формально-юридического равенства мужчин и женщин должно было последовать и равенство возможностей их самореализации в экономике.

Относительно новым направлением стал сетевой менеджмент, реализуемый в сетевых структурах современных организации в целях эффективного управления такими структурами. Быстрое развитие сетевых структур продиктовано динамикой глобализации, в ходе которой сетевые структуры быстрее адаптируются к быстро меняющимся условиям. Динамическая сеть, где основные функции выполняют агенты – внешние независимые организации, а ядро компании осуществляет профессиональный менеджмент, генерирует новые идеи, формирует имидж компании. Таким образом, в рамках современной парадигмы управления, головная компания контролирует финансовые потоки, определяет целевые ориентиры и контролирует их достижение.

Глобализация требует инновационности и от стыковых сфер, например, логистических аспектов финансового менеджмента [Нуштаева, 2012].

Новым направлением следует считать и креативный менеджмент, применимый в случаях, когда экономические, организационные либо технические проблемы не могут быть формализованы, а применение стандартных схем не решает задач. Креативный менеджмент способен раскрыть творческий потенциал сотрудников, а соответственно, может применяться в работе с творческими сотрудниками, когда необходим «прорыв» в виде генерации принципиально новых идей. Такому творческому по своему характеру процессу необходимо соответствующее управление, где организация рассматривается в виде объекта предпринимательской инициативы, а менеджер – организует производственный процесс в виде новых форм использования ресурсов.

В инновационном менеджменте креатив необходим для нахождения новых эффективных приемов работы, особенно в ситуациях выхода на качественный прорыв. Очевидно, что один сотрудник крайне редко соединяет в себе прекрасного исполнителя и творческую личность, генерирующую идеи. В обычном, стандартном коллективе менеджер ищет оптимальное соотношение «художников» и «рабочих лошадок», организуя их совместную работу, сглаживая их недостатки, стимулируя сильные стороны и обеспечивая не просто «притирку», а эффективную работу.

Креативные методики подразумевают применение методов наблюдения, в том числе и включенного, интервью, замены перспектив, организацию и работу мобильных фокус-групп, загрузку ассоциаций, мозговой штурм и пр. [Котин, Бочарский, 2004]

В числе новых методов, пришедших в инновационное управление следует назвать командный менеджмент, под которым принято понимать теорию и практику управления организацией, опирающиеся на командные эффекты: взаимопомощь в достижении общей цели; самомотивацию, готовность лично отвечать за неудачную работу коллектива, как и делить общий успех; инициативный обмен информацией и ресурсами; командный дух и соответствующая корпоративная культура и т.п.

Примеры инновационных прорывов доказывают, что самоуправляемые команды способны ставить перед собой амбициозные цели и добиваться уникальных результатов, опираясь на высокую мотивацию, максимально эффективно используя совокупность индивидуальных ресурсов членов команды. В командном менеджменте применяется совокупность методов: перепроектирование команды при участии сотрудников, вовлечение их в процесс изменений, как форма стимулирования инициативы и активности; обучение потенциальных командных лидеров; развитие навыков по налаживанию полезных командных взаимосвязей; налаживание обратной связи через коммуникации, для обеспечения ответной реакции и внесения корректировок; привлечение в команду новых членов со свежими идеями.

В числе перспективных направлений следует отметить развитие коммуникативного и коммуникационного менеджмента, в основе которого лежит коммуникация – процесс обмена информацией. При этом «коммуникативный» и «коммуникационный» нередко употребляются как синонимы, но на самом деле различны.

«Коммуникационный» - раскрывает процесс формирования и «настройки» коммуникационных связей в организации. Здесь управляющее воздействие осуществляется на каналы коммуникации, а коммуникативный менеджмент отлаживает и обеспечивает передачу информации: анализируя её количество, пропускную способность каналов коммуникации, уязвимость передающейся информации для помех и т.п., не учитывая при этом семантику сообщений и смысл информации.

В «коммуникативной» части, напротив, главное «перенос смысла», где важна именно семантическая составляющая. Коммуникативный менеджмент организует управление смысловыми частями информации, нередко не принимая во внимание каналы движения сообщения в организации, времени передачи и другие технические аспекты.

Создание эффективной системы коммуникации в организации неизбежно включает и ту и другую составляющую передачи информации, их для удобства объединяют в одно.

Указанные выше новшества в методах инновационного менеджмента, полностью не заменяют классический «общий» менеджмент, который до сих пор принято дифференцировать на: производственный, кадровый, финансовый, внешнеэкономический, инновационный, а также управление маркетингом. В современном экономическом образовании принято, что каждый вид менеджмента образует отдельную дисциплину в учебном процессе. Наука управления, которая

развивается и вносит свои инновационные изменения в механизмы, системы, инструментарий, совершенствуя методы исследования в данных областях знаний.

В современном производственном менеджменте инновационно меняется организация производства; ресурсосбережение; технически и конструктивно меняется продукция. Все это меняет как технологию производства, так и управление. Новые тенденции развития инновационных процессов в промышленности меняют методы и решения в современном производственном менеджменте.

Те же изменения характерны и для финансового менеджмента, который вынужден меняться под воздействием перемен, появления новых финансовых инструментов и методов управления финансовым портфелем. Здесь следует упомянуть фандрайзинг, аутсорсинг, формирование новых денежных фондов (эндаумент и др.), эволюцию методов мотивации и стимулирования.

Существенные изменения происходят в современном маркетинге, который уже перестал быть просто рыночной технологией, а приобретает философия бизнеса, которая стремится формировать рынок через формирование потребностей потребителя. Так, в маркетинге внедрен и работает финансовый маркетинг – представляющий собой системную тактику инвесторов-продавцов в деле управления реализацией финансовых активов и инвесторов-покупателей в деле управления наращиванием финансовых активов.

В некоммерческом маркетинге субъекты действуют в общественных интересах, не стремясь к прибыли. Кроме того, выделились сетевой, социальный, стратегический маркетинг, брендинг; бенчмаркинг и др.

Инновации в науке и практике общего (классического) менеджмента сегодня проявляются во взаимосвязи элементов воздействия на объект управления, т.е. в принципах, методах, и функциях управления, а также отдельных элементах его обеспечения. Так, здесь используются относительно новые принципы управления: децентрация, с признанием наиндивидуальной логики; самоколлаж - посредничество; хрематика, полисемичность - самоформирование множества интерпретаций; панетрация - измерение уровней фузности (fuzzy) бизнес-процессов: диффузии (распространение, растекание, рассеивание), трансфузии (переливание), эффузии (разливание); беспрецедентность - отсутствие прежнего развития; кризисность; инволюция - упрощение структуризации в процессе менеджмента как отказ от научного рационализма и др [Никулина, 2011].

Развитие менеджмента инноваций предполагает разрешение вопроса о приоритетах: «креатива и инноваций» или традиционного «административного контроля и риск-менеджмента». Следует согласиться с тем, что установление оптимального соотношения между указанными направлениями лежит в плоскости отношений неформальной системы управления и формальных средств контроля [Вохминцев, 2017].

Многоаспектность современного инновационного менеджмента хорошо видна на примере методов управления организацией. Так, условия и факторы развития внешней среды функционирования организаций, их трансформация, стимулируют развитие способов достижения предпринимательских целей. На этом фоне формируются новые векторы самоуправления и творческой самоорганизации при которой мониторинг и контроллинг постепенно вытесняют классический анализ и контроль как традиционные методы и функции управления, минимизируя «нагромождение» инструкций, предписаний и правил.

Современные методы менеджмента в сфере инноваций эволюционируют от административных и дисциплинарных к креативным и самоорганизующим, от плотной опеки и тотальной формализации к творчеству внутренней ответственности.

Науке и практике последних двух столетий были известны три источника ресурсного обеспечения управления: материальные, финансовые ресурсы и кадры. В XX в. был признан

(существовал и раньше) информационный ресурс. Сегодня его значимость настолько возросла, что в теоретическом плане уже обосновываются концепции информационного менеджмента. Здесь уже разрабатываются процессно-ориентированные модели системы управления определенными сферами как информационными бизнес-процессами [Пилюгин, Юртайкин].

Заключение

Оставаясь в ресурсной базе менеджмента, информация обеспечивает функционирование рыночной среды, помогая индексировать макро- и мезоэкономические параметры, способствует получению экономически значимого результата, улучшению позиций компании на рынке. Достаточность и релевантность информации помогают современному менеджеру генерировать инновационные идеи или получать их от сотрудников, организуя процесс управления инновационным развитием организации; формируя творческую среду, в которой персонал становится частью организации, а не лишь её наемными агентами. В этом смысле компетенции менеджеров направлены на минимизацию разрыв в организационных и экономических аспектах управления инновациями, которое требует инновационного управления. Именно так следует разрешить соотношения «инновационный менеджмент» и «менеджмент инноваций».

Библиография

1. Султанов И. А. Менеджмент инноваций// <http://projectimo.ru/innovatika/innovacionnyj-menedzhment.html>
2. Никулина Ирина Евгеньевна Инновации в современном менеджменте // Вестник Томского государственного университета. 2011. №342. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sovremennom-menedzhmente> (дата обращения: 20.12.2018).
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями/Сокр. пер. с англ. Авт. предисл. и науч. ред. К.Ф. Пузыня. М.: «Экономика», 2005. 295 с.
4. Башкатов И.П., Шаранин А.С. Инновация как экономическая категория в менеджменте// Вестник Международного института менеджмента ЛИНК. 2013. № 1. С. 60-65.
5. Виханский О. С, Наумов А. И. Менеджмент. Учебник. 4-е изд, перераб. и доп. М.: Новое издание, 2006. С.
6. Макачук Д.С., Гостева О.В. Менеджмент инноваций// Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2013. Вып. 2. №9. С. 37-38.
7. Нуштаева Е.В. Логистическое бюджетирование как инновация в финансовом менеджменте организации// Инновационная деятельность. 2012. № 1 (19). С. 74-78а.
8. Котин М., Бочарский К. Тень рождения идей// Секрет Фирмы. 2004. №19 (58).
9. Вохминцев В.В. О проблеме баланса между инновациями и риск-менеджментом в промышленных организациях// Инновационное развитие экономики. 2017. № 3 (39). С. 12-17.
10. Пилюгин А.Б., Юртайкин Е.А. Процессный подход к информационному менеджменту// Ползуновский вестник. 2006. № 1. С. 181-190.

Innovative management or innovation management: defining priority

Valerii A. Kryuchkov

PhD in Technical Sciences,
Associate Professor,
Vice Rector,
Institute of Business Career,
109044, 23, Varshavskoe highway, Moscow, Russian Federation,
e-mail: ideka@ideka.ru

Vitalii G. Nekhamkin

PhD in Economic, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Economics and Financial Law,
Institute of Business Career,
109044, 23, Varshavskoe highway, Moscow, Russian Federation,
e-mail: ideka@ideka.ru

Annotation

Complementing the traditional sources of resource management: material, financial and human resources, the information resource became so significant that it required substantiation of the concept of information management, the development of process-oriented models of control systems for certain areas as information business processes. Sufficiency and relevance of information help the manager to generate innovative ideas or get them from employees, organizing the process of managing the innovative development of the organization as a creative environment. Managers minimize the gap in the organizational and economic aspects of innovation management, which requires innovation management, forming a dualism of concepts: "innovation management" and "innovation management". The multidimensionality of the first is manifested in the methods of managing a modern organization. The conditions and factors for the development of the external environment of its operation stimulate the formation of new vectors of self-government and creative self-organization in which monitoring and controlling gradually supersede classical analysis and control as traditional management methods and functions, minimizing the "accumulation" of instructions, prescriptions and rules. Modern methods of management in the sphere of innovations evolve from administrative and disciplinary to creative and self-organizing, from dense custody and total formalization to the creation of inner responsibility.

For citation

Kryuchkov V.A., Nekhamkin V.G. (2019) Innovatsionnyy menedzhment ili menedzhment innovatsiy: opredeleniye prioriteta [Innovative management or innovation management: defining priority]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (1A), pp. 775-782.

Key words

Innovation, management, innovation management.

References

1. Sultanov I. A. Innovation management <http://projectimo.ru/innovatika/innovacionnyj-menedzhment.html>
2. Nikulina I.E. (2011) Innovations in Modern Management. Tomsk State University Bulletin. №342. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-sovremennom-menedzhmente>
3. Twiss B. (2005) Management of scientific and technical innovations. Moscow. "Economy", 295 p.
4. Bashkatov I.P., Sharanin A.S. (2013) Innovation as an economic category in management. Bulletin of the International Institute of Management LINK. No. 1. p. 60-65.
5. Vikhansky O. S, Naumov A. I. (2006) Management. Textbook. Moscow. New edition, p. 406
6. Makarchuk DS, Gosteva OV (2013) Innovation management. Actual problems of aviation and cosmonautics. Vol. 2. №9. Pp. 37-38.
7. Nushtaeva E.V. (2012) Logistic budgeting as an innovation in the financial management of the organization. Innovation activity. № 1 (19). Pp. 74-78a.
8. Kotin M., Bocharsky K. (2004) The Shadow of the Birth of Ideas. The Secret of the Firm. No. 19 (58).

9. Vokhmintsev V.V. (2017) On the problem of the balance between innovation and risk management in industrial organizations. Innovative development of the economy. № 3 (39). Pp. 12-17.
10. Pilyugin AB, Yurtaykin E.A. (2006) The process approach to information management // Polzunovsky Vestnik. No. 1. P. 181-190.