

Взаимозависимость принципов и содержания элементов стратегического и инновационного менеджмента

Аннотация:

Данная статья описывает генезис инновационного и стратегического менеджмента, одновременно сопоставляя сущность и содержание каждого из приведенных терминов. В статье можно проследить за тесной взаимосвязью стратегических и инновационных процессов в динамике их эволюционного развития.

Ключевые слова:

Иинновация, НИОКР, планирование, стратегия, управление, НТП.

Научно-технический прогресс привел к появлению новых технологий и производств и вызвал существенную трансформацию привычного экономического уклада. Влияние новых технологий оказывается столь всеобъемлющим и нарастающим, что возникает острая необходимость исследования взаимосвязи между научно-техническим прогрессом и содержанием методов стратегического управления предприятием.

Ежедневно на рынке появляются все новые и новые товары и услуги. Происходит постоянное совершенствование существующих и появление новых продуктов потребления. Ассортиментный ряд расширяется быстро.

Развитие новых технологий и рынков привело к тому, что сегодня во всем мире экономический рост хозяйствующих субъектов определяется той долей продукции и оборудования, которые содержат прогрессивные знания и современные решения.

Специалисты прогнозируют, что то предприятие, тот регион или та страна, которые окажутся не способными наращивать свой научно-технологический потенциал, будут обречены как минимум на глубокую зависимость, а скорее на поглощение (прямое или косвенное) другими инновационно сильными предприятиями, регионами, государствами.

Каковы же самые современные принципы и тенденции в методологии инновационного управления? Инновации принято считать не только залогом устойчивого экономического развития, но и связывать с венчурным, а значит рискованным предпринимательством. Как показывает передовой зарубежный и ведущий отечественный опыт, внедрение инноваций может оказаться высоко рискованным только для тех, кто не обладает достаточной компетентностью и не владеет современной методологией.

Экономическая наука выделяет восемь ключевых пространств или основных сфер деятельности, в границах которых предприятие определяет свои главные цели. Это — положение предприятия на рынке, уровень производительности, наличие производственных ресурсов, степень стабильности, система управления, профессионализм персонала, социальная ответственность и инновационная деятельность.

Среду предприятия мы рассматриваем традиционно как состоящую из трех сфер: общего (политика и экономика, НТП, общество и экология), непосредственного (поставщики и потребители, конкуренты, акционеры и кредиторы) и внутреннего окружения (НИОКР, маркетинг, производство, финансы и персонал). Развитие новых технологий оказывает существенное влияние на каждый из выделенных элементов в отдельности, начиная от принятия политических решений и заканчивая продвижением персонала по службе.

На первых порах (1900–1950 гг.) руководство научно-исследовательской работой осуществляли сами ученые. Они же отвечали за отбор и выполнение исследовательских проектов.

Научно-исследовательскую деятельность, управление которой осуществлялось самими учеными-исследователями, принято относить к НИОКР первого поколения.

Со временем (1950–1970 гг.) корпоративные менеджеры осознали необходимость управления научно-исследовательской деятельностью. Теперь компании сосредотачивали свое внимание на тех проектах, которые, прежде всего, служили целям их бизнеса. Сегодня такое управление научно-исследовательской работой мы относим ко второму поколению НИОКР.

С развитием НТП (1970–1990 гг.) происходит рост промышленных НИОКР. Соответственно возрастают расходы на научно-исследовательскую деятельность. Теперь вложения в разработку продуктовых и процессных инноваций начинают составлять все большую и большую часть общих корпоративных затрат. Перспективы компаний все сильнее зависят от успешной работы научно-исследовательских подразделений. Тогда, как и сейчас, научно-исследовательская деятельность была совершенно непредсказуема, и никто не мог сказать, «когда» в лаборатории родится «достойный рынка» продукт.

Для того чтобы снизить рыночную и временную неопределенность, компании начали формировать сбалансированный бизнес-портфель, направленный на рациональное распределение прибыли и риска между выпускаемой продукцией и перспективными продуктовыми инновациями. Научно-исследовательские проекты начали отбирать на основе портфельных матриц, анализа конкурентоспособности и жизненного цикла. Практику технологического управления, основанную на

концепции стратегического планирования, принято относить к третьему поколению НИОКР.

В практике третьего поколения основное внимание уделяется удовлетворению «явных» потребностей покупателей, т.е. тех, что лежат на поверхности. Предприятия предлагают на рынок новые продукты на основе маркетинговых исследований. При таком подходе потребители могут только догадываться о товарах и услугах, которые в скором времени появятся на рынке. А оптовые торговцы, поставщики, держатели акций могут только предполагать, куда инвестировать свои средства. При этом так называемые «скрытые» нужды остаются неудовлетворенными.

В данном случае предлагается совместное участие в разработке новой продукции как производителей, так и покупателей, поставщиков и других заинтересованных лиц. И когда новация будет готова для коммерциализации, ее полезные свойства уже будут опробованы всеми заинтересованными лицами.

Таким образом, нужды клиентов и технические возможности претерпевают одновременное развитие в рамках четвертого поколения НИОКР. Это процесс «взаимозависимого» обучения («mutually dependent learning»), в котором «реальные» потребности рассматриваются и решаются в свете технологически осуществимых концепций и возможностей. Такой подход к выполнению НИОКР – это наметившаяся тенденция, обусловленная переходом к инновационной экономике.

В методологии стратегического управления также выделяют четыре этапа развития. Их эволюция зеркально отражает принципы развития четырех поколений НИОКР.

Первые системы планирования в рамках развития стратегического менеджмента в мировой практике (1900–1950 гг.) были основаны на составлении ежегодных финансовых смет-бюджетов по статьям расходов на различные цели. Их главная задача состояла в управлении издержками. В этот период развития хозяйственных отношений осуществление финансового планирования считалось достаточным условием для эффективного функционирования экономических субъектов. Реакция на изменения была сильно занижена (3).

В 1950–1970 гг., с ускорением темпов экономического развития и соперничества, компании не могут больше полагаться на формирование бюджета как на систему подготовки к решению будущих конкурентных проблем. Чтобы повысить конкурентоспособность в новых условиях, они перешли к долгосрочному планированию, которое быстро доказало свою полезность и было принято большинством крупных и значительным числом средних фирм.

По мере нарастания кризисных явлений и ужесточения конкуренции прогнозы на основе экстраполяции перестали отвечать требованиям динамично меняющейся внешней среды. Финансовое и долгосрочное планирование интегрировались в стратегическое планирование, назначение которого заключалось в определении будущей рыночной позиции, с тем, чтобы компания могла адекватно отреагировать на ее изменения.

В 1970–1990 гг. западные фирмы переходят от стратегического планирования к стратегическому менеджменту своей деятельности, который также называют рыночным, подчеркивая при этом внешнюю ориентацию управления организацией. Такой подход к управлению позволяет хозяйствующим субъектам перейти от реактивной формы управления (принятие управленческих решений как реакция на текущие проблемы) к управлению на основе анализа и прогнозов. Это позволяет не только реагировать на изменения внешней среды, но и создавать их, влиять на них. Методологический принцип современного стратегического управления заключается в построении стратегии не от прошлого к настоящему, а от будущего через прошлое к настоящему и определяется как управление «на основе гибких экстренных решений».

Таким образом, возникновение методологии стратегического управления, что и инновационного менеджмента, принято рассматривать с точки зрения эволюции систем планирования как реакции хозяйствующих субъектов на усложнение внешних условий ведения бизнеса.

Таблица 1

Общность функций стратегического и инновационного менеджмента в процессе принятия управленческих решений

Классификационный признак	Стратегическое управление	Инновационный менеджмент
1. Время действия	Осуществляется на период от 3 до 5 лет.	Смена продуктового ассортимента должна осуществляться за период от 3 до 5 лет.
2. Тип целей	Направлено на выявление путей долгосрочного выживания.	Нацелено на разработку путей перспективного развития.
3. Основные функции	Включает: анализ, планирование, реализацию и контроль стратегической деятельности предприятия.	Включает: анализ, планирование, организацию и контроль инновационной деятельности предприятия.
4. Учет факторов	Основными факторами, учитываемыми при разработке стратегии, являются глобальные изменения во внешнем окружении, размещение ресурсов и стратегия НИОКР.	При принятии решений в отношении стратегии НИОКР необходимо рассмотреть такие стратегические факторы, как: глобальные изменения во внешней среде, размещение ресурсов и корпоративную стратегию.

Тенденции развития и влияния НТП свидетельствуют об актуальности интеграции стратегического и инновационного менеджмента. Ведь любая стратегия – это изменения, а любые изменения, направленные на совершенствование какого-либо процесса, – это инновации. Одного участия технологов в стратегических вопросах недостаточно. В мире новых технологий стратегия и инновации должны слиться воедино. Речь идет о том, чтобы во главе каждого стратегического плана стояла задача по разработке и выведению продуктовой инновации и/или освоению новых процессных технологий.

Взаимопроникновение стратегического и инновационного управления может привести к тому, что возможно в будущем эти два вида менеджмента, один из которых сегодня относится к общему управлению (стратегический), а другой к функциональному (инновационный), полностью интегрируются. Такое предположение основано на том, что инновации все

больше и больше определяют генеральную линию перспективного развития предприятия.

Таким образом, на основе выделенных функций стратегического и инновационного менеджмента в процессе управления предприятием и принимая во внимание наметившуюся в мировой экономике тенденцию перехода к инновационному типу развития экономики, можно сделать вывод о том, что в экономической теории и практике есть определенные предпосылки для интеграции двух типов управления.

Примечания:

1. Новосельский В.И. Развитие экономики с учетом влияния глобализации и научно-технического прогресса // Промышленность России. – 2000. – № 9.
2. Управление организацией: Учебник / Под. ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 1999.