

УДК 330

DOI: 10.34670/AR.2022.13.56.047

Теоретические аспекты инновационного менеджмента в условиях кризиса предприятия

Матыгов Мовсар Мусаевич

Ассистент,
Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,
364093, Российская Федерация, Грозный, ул. Асланбека Шерипова, 32;
e-mail: Matygov.Movsar@gmail.com

Мурадова Пия Рамзановна

Старший преподаватель,
Чеченский государственный педагогический университет,
364051, Российская Федерация, Грозный, пр. Исаева, 62;
e-mail: Milana81910@mail.ru

Исакова Бела Лемаевна

Старший преподаватель,
Грозненский государственный нефтяной технический университет,
364024, Российская Федерация, Грозный, пр. Исаева, 100;
e-mail: bellaisakova@mail.ru

Аннотация

Инновационный менеджмент – это особый вид профессиональной деятельности, направленный на достижение конкретных инновационных целей действующей в рыночных условиях фирмы, оптимальных результатов на основе рационального использования научных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов, применения многообразных принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента. Его целью является определение основных направлений научно-технической и производственной деятельности фирмы в следующих областях: разработка и внедрение новой продукции (инновационная деятельность); модернизация и совершенствование выпускаемой продукции; дальнейшее развитие производства традиционных видов продукции; снятие с производства устаревшей продукции. Инновационный менеджер имеет дело с прогнозами, расчетами, ожидаемыми показателями, учитывающими специфику инновационной деятельности. Инновационный менеджмент связан с различными видами инновационной деятельности и в зависимости от их специфики осуществляет свою управленческую деятельность. Статья содержит анализ ряда актуальных теоретико-методологических проблем трансформации инновационных предприятий в кризисных условиях. Основным предметом исследования избраны процессы управления трансформационными преобразованиями инновационных производственных систем макро- и микроуровня. На основе проектно-процессного

подхода автором предложена концепция управляющей антикризисной стратегии в инновационном бизнесе, переживающем глубокие трансформационные процессы.

Для цитирования в научных исследованиях

Матыгов М.М., Мурадова П.Р., Исакова Б.Л. Теоретические аспекты инновационного менеджмента в условиях кризиса предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 8А. С. 358-367. DOI: 10.34670/AR.2022.13.56.047

Ключевые слова

Инновационный менеджмент, модернизация, компания, руководство, бизнес.

Введение

Инновационный менеджмент – одно из направлений стратегического управления, осуществляемого на высшем уровне руководства компании. Его целью является определение основных направлений научно-технической и производственной деятельности фирмы в следующих областях: разработка и внедрение новой продукции (инновационная деятельность); модернизация и совершенствование выпускаемой продукции; дальнейшее развитие производства традиционных видов продукции; снятие с производства устаревшей продукции.

Управление современными предприятиями осуществляется в условиях высокой нестабильности внешней экономической среды. Вероятность наступления кризиса существует для любой организации. При этом характерной особенностью рыночной экономики является то, что кризисные ситуации могут возникать на всех стадиях жизненного цикла предприятия (становление, рост, зрелость, спад).

Инновационный менеджмент имеет огромное значение для развития инновационной деятельности фирм и нормального функционирования их в условиях рыночной экономики, что нет необходимости это доказывать.

В научной и методической литературе представлено достаточное количество вариантов определений инновационного менеджмента, которые акцентируют внимание на тех, или иных аспектах этого сложного управленческого процесса.

Любая социально-экономическая система достигает успеха в своей деятельности, если она находится в состоянии последовательного и неуклонного развития.

Развитие – это приобретение нового качества, определяющего усиление и устойчивость жизнедеятельности организации, ее рост. Как бы успешно она ни функционировала, но, если ее руководство не нацелено на освоение новых технологий, позволяющих производить новые виды продукции более высокого качества и с наименьшими затратами, она через определенный промежуток времени рискует стать неконкурентоспособной. А это означает ослабление позиций на рынках сбыта, потерю потребителей продукции и снижение размеров прибыли. Все это способствует возникновению кризисной ситуации в организации и может послужить причиной банкротства.

Основная часть

Сложившаяся в настоящее время ситуация в российской экономике характеризуется общим спадом производства и конкурентоспособности продукции, снижением

заинтересованности большинства товаропроизводителей в проведении инновационных мероприятий, а также практически полным отсутствием у государственных структур целостной инновационной политики.

Кризис в экономике страны усугубляется инновационным кризисом, который проявляется в резком снижении управляемости процессами создания и внедрения новшеств, в отсутствии источников финансирования, в свертывании деятельности исследовательских творческих коллективов. С учетом этого поиск возможных решений проблем управления инновационными процессами становится одной из важнейших задач [Ильенкова, 2017] антикризисного управления.

Вместе с тем характер и особенности развития инновационных процессов определяют не только общая экономическая ситуация, но и закономерности развития, свойственные именно инновационной сфере, исследование которых осуществляется в рамках теории нововведений начиная с момента ее возникновения.

Наибольший вклад в развитие теории инновации принадлежит, по мнению специалистов, австрийскому экономисту Й. Шумпетеру. Он считал, что основу экономического роста составляют нововведения. В соответствии с классификацией Й. Шумпетера понятие «нововведения» рассматривается, как:

- изготовление нового, т.е. еще неизвестного потребителям;
- внедрение нового, т.е. неизвестного метода (способа) производства;
- освоение нового рынка сбыта;
- получение нового источника сырья или полуфабрикатов.

В условиях общего ускорения научно-технического прогресса, глобализации и интернационализации рынка, усиления конкуренции, которое сопровождается сокращением сроков действия конкурентных преимуществ и необходимостью разделения рынка на сектора, ниши и микросегменты, инновационность становится ключевым фактором успеха, если не единственным средством выживания. А стратегическое управление нововведениями – важнейшей задачей антикризисной политики предприятия.

Наиболее существенным направлением деятельности любого предприятия должна явиться разработка антикризисной стратегии. Любое предприятие – основное звено реализации концепции менеджмента.

Целью антикризисного управления является разработка и первоочередная реализация мер, направленных на нейтрализацию наиболее опасных (наиболее интенсивно влияющих на завершающее явление) путей, приводящих к кризисному состоянию.

Разработка, внедрение в производство новой продукции имеют для фирм важное значение как средство повышения конкурентоспособности и устранения зависимости фирмы от несовпадения жизненных циклов производимой продукции. В современных условиях обновление продукции идет довольно быстрыми темпами.

Процесс создания и освоения новой техники начинается с фундаментальных исследований (ФИ), направленных на получение новых научных знаний и выявление наиболее существенных закономерностей. Цель ФИ – раскрыть новые связи между явлениями, познать закономерности развития природы и общества относительно к их конкретному использованию. ФИ делятся на теоретические и поисковые.

Результаты теоретических исследований проявляются в научных открытиях, обосновании новых понятий и представлений, создании новых теорий. К поисковым относятся

исследования, задачей которых открытие принципов создания идеи и технологий. Завершаются поисковые ФИ обоснованием и экспериментальной проверкой новых методов удовлетворения общественных потребностей. Все поисковые ФИ проводятся как в академических учреждениях и вузах, так и в крупных научно-технических организациях промышленности только персоналом высокой научной квалификации. Приоритетное значение фундаментальной науки в развитии инновационных процессов определяется тем, что она выступает в качестве генератора идей, открывает пути в новые области знания.

Следующий этап инновационного процесса – прикладные научно-исследовательские работы. Их выполнение связано с высокой вероятностью получения отрицательных результатов. Возникает риск потерь при вложении [там же] средств в проведение прикладных НИР (научно-исследовательских работ). Когда инвестиции в инновации имеют рискованный характер, они называются рискоинвестициями.

Этап опытно-конструкторских и проектно-конструкторских работ связан с разработкой нового вида продукции. Он включает: эскизно-техническое проектирование, выпуск рабочей конструкторской документации, изготовление и испытание опытных образцов.

Под опытно-конструкторскими работами (ОКР) понимается применение результатов прикладных научно-исследовательских работ для создания (или модернизации, усовершенствования) образцов новой техники, материала, технологии. ОКР – это завершающая стадия научных исследований, своеобразный переход от лабораторных условий и экспериментального производства к промышленному производству. К ОКР относятся: разработка определенной конструкции инженерного объекта или технической системы (конструкторские работы); разработка идей и вариантов нового объекта; разработка технологических процессов, т.е. способов объединения физических, химических, технологических и других процессов с трудовыми в целостную систему.

Исполнителями работ на предварительном этапе являются творческие коллективы ученых и инженерно-технических работников вузов, университетов РАН, государственных и научно-исследовательских центров (НТЦ).

При реализации новой стратегии необходимо сконцентрировать внимание на том, как изменения будут восприняты, какие силы будут сопротивляться, какой стиль поведения надо выбрать. Сопротивление необходимо уменьшить до минимума или устранить независимо от типа, сущности и содержания изменения. На стратегию предприятия оказывают влияние и накладывают определенные ограничения, существующие структура и система управления; управленческая культура; навыки и ресурсы.

Структура предприятия во многом определяет его способность реагировать на изменения внешней среды. В случае если предприятие имеет слишком жесткую организационную структуру, она может стать преградой на пути гибкого приспособления к новым реальным условиям, тормозить процесс инноваций и препятствовать творческому подходу к решению новых проблем и задач. В основном менеджеры стремятся избежать структурных изменений, которые обычно сопровождаются неразберихой, недовольством со стороны персонала. В результате реорганизация откладывается на максимально длительный период.

Если же предприятие специализируется на создании инновационных технологий, в режиме реального времени, разработке уникальных высокотехнологичных решений и внедрении их в различные сферы жизнедеятельности – компания видит свой путь развития в выходе на позицию инновационного лидера, тем самым, поднимая престиж и укрепляя позиции

предприятия на международной арене. Активное взаимодействие с административными органами и аппаратом государственного управления, реализация ряда масштабных проектов на базе инноваций, оригинальные и эффективные презентации и промо-акции в области рекламы. Доверие партнеров, широкий спектр и высокое качество оказываемых услуг, многолетний опыт успешной работы в инновационном сегменте рынка являются компонентами реализации, выбранной бизнес стратегии. Направления деятельности:

- Инновации. Внедрение инновационных решений в различные сферы жизни.
- Технологические решения. Инновационный подход, внедрение новейших технологий с целью оптимизации производства.
- Высокотехнологичное оборудование.
- Биометрические камеры.
- Создание инновационных технологий.
- Интеграция уникальных разработок.
- Единая федеральная интерактивная рекламная сеть.
- Консолидация рекламных ресурсов для повышения качества сервиса.
- Визуальный мерчендайзинг.
- Интерактивные витрины, демонстрирующие ассортимент товаров с содержащимся в видеоролике рекламным посланием.
- Интерактивные виртуальные миры.
- Коммерциализация новых технологий.
- Инвестиции.
- Бюджетное финансирование.
- Создание инновационных технологий.

первооткрывателя, инновационные решения и их оригинальное воплощение, продукция, способная адекватно справляться с инкриминируемыми задачами, принося реальную пользу потребителю, – это постоянные и неотъемлемые критерии производства компании, использующей инновационный менеджмент, как стратегию видения бизнеса. Постоянно проводящаяся модернизация производства и жесткие требования к стандарту качества будут позволять предприятию занимать устойчивую, конкурентоспособную позицию на рынке.

Если предприятие своевременно отслеживает появление внешней угрозы и располагает временем, достаточным для выработки эффективной реакции, оно может последовательно ликвидировать все проблемы. Но в кризисной ситуации реализацию изменений надо осуществить в жестко ограниченный срок. Поэтому при планировании антикризисной стратегии необходимо стремиться к максимальной параллельности работ. Внедрение антикризисной стратегии наиболее эффективно, если она совмещается с уже адаптированной структурой и подчиняется сбалансированной системе целей. Преодоление сопротивления требует осуществления двух групп мероприятий. Во-первых, психологических – определение культурных ориентации различных групп персонала на основе их отношения к изменениям, создание опорных точек внедрения антикризисной стратегии, ограничение влияния на принятие решений со стороны групп, невосприимчивых к изменениям. Во-вторых, системных – формирование переходной структуры предприятия, решающей задачи по внедрению изменений без помех для оперативной деятельности.

На средних и малых предприятиях, для которых характерна хорошая восприимчивость

персонала к изменениям, можно последовательно адаптировать старую структуру, накладывая на нее новые проектные единицы, ответственные за внедрение антикризисной стратегии.

При значительных масштабах предприятия с отрицательным восприятием персоналом изменений требуется использовать варианты так называемой двойной структуры, когда внедрение антикризисной стратегии отделяется от оперативной деятельности. Это позволяет менеджерам обеспечить поддержку изменениям в подразделениях, которые заняты их реализацией.

Инновации связывают различные по характеру и способам управления области хозяйственной деятельности: науку, производство, инвестиции, реализацию продукции. Совершенствование стилей и приемов инновационного управления, быстрое и адекватное реагирование на изменение конъюнктуры рынка, острая необходимость в управлении внедрения новшества, развитие новых направлений инструментов в работе фирмы, совершенствование всех основных элементов современного инновационного менеджмента применительно к специфике рынка дают возможность инноваторам использовать все виды резервов для успешной инновационной деятельности.

Инновационное управление представляет процесс постоянного обновления различных сторон деятельности фирмы.

Оно включает не только технические или технологические разработки, но и любые изменения в лучшую сторону во всех сферах деятельности предприятия, а также в управлении процессом новых знаний.

Ему предстоит объединить большое количество участников инновационного процесса, создать экономические условия и стимулы для работы, нацеленной на обновление деятельности фирмы.

Внедрение инноваций всегда связывается с потребностями рынка. Инновационный менеджер определяет, какие продукты требуют, работ и услуг должны обеспечить нужную долю рынка, какие продукты требуют модернизации, для того чтобы была обеспечена сбалансированность [Алексеев, 2016] краткосрочных и долгосрочных программ, т.е. он выявляет, как добиться в конкурентных условиях оптимального варианта собственной доли рынка, повышения отдачи от используемого инновационного потенциала.

В деятельности менеджеров упор приходится делать не на стандартные решения, а на способность быстро и правильно оценивать хозяйственную ситуацию и находить тот единственно возможный в данном положении подход, который и является в конкурентных условиях оптимальным.

Инновационный менеджмент – это особый вид профессиональной деятельности, направленный на достижение конкретных инновационных целей действующей в рыночных условиях фирмы, оптимальных результатов на основе рационального использования научных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов, применения многообразных принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента. Инновационный менеджер имеет дело с прогнозами, расчетами, ожидаемыми показателями, учитывающими специфику инновационной деятельности.

Инновационный менеджмент связан с различными видами инновационной деятельности и в зависимости от их специфики осуществляет свою управленческую деятельность. В его функции входят:

- Постоянная корректировка инновационных целей и программ в зависимости от состояния

-
- рынка, изменений внешней среды;
 - Ориентация на достижение запланированного конечного результата инновационной деятельности фирмы;
 - Использование современной информационной базы для многовариантных расчетов при принятии управленческих решений;
 - Изменение функций стратегического управления и планирования – от текущего к перспективному;
 - Упор на все основные факторы изменения и улучшения инновационной деятельности фирмы;
 - Оценка управления работы в целом только на основе реально достигнутых конечных результатов;
 - Привлечение всего научно-технического и производственного потенциала фирмы к ее управлению;
 - Осуществление управления на основе предвидения изменений и развития гибких решений;
 - Обеспечение инноваций, нововведений в каждом сегменте работы фирмы, принятие нестандартных решений;
 - Проведение глубокого экономического анализа каждого экономического решения.
- Инновационным менеджерам приходится решать комплекс задач:
- Определение целей стратегического управления и развития фирмы;
 - Выявление приоритетных задач, их очередность и последовательность решения;
 - Управление изменениями на фирме;
 - Разработка стратегии развития фирмы – системы хозяйственных задач и путей их решения;
 - Подготовка системы мероприятий по разработке и освоению новых видов продукции (в рамках жизненного цикла продукции);
 - Оценка необходимых ресурсов и поиск источников их обеспечения;
 - Обеспечение жесткого контроля за выполнение поставленных задач в сфере инновационной деятельности;
 - Прогнозирование как предвидение результатов развития фирмы, происходящего под воздействием существующих факторов;
 - Обеспечение жизнеспособности своего предприятия в условиях жесточайшей конкуренции, несмотря на любые рыночные коллизии и неожиданности;
 - Достижение максимальной прибыли в конкретных условиях хозяйствования;
 - Постоянное совершенствование всей работы фирмы на основе применения наиболее современных методов управления;
 - Заблаговременная подготовка необходимых нововведений;
 - Улучшение в соответствии с изменяющимися требованиями организационной структуры предприятия;
 - Обеспечение эффективной работы каждого работника в отдельности и коллектива в целом как единой взаимодействующей системы;
 - Систематическая разработка и внедрение в практику предприятия более совершенных форм бизнеса, проникновение в новые сферы предпринимательства;
-

- Определение и достижение на практике целей, соответствующих интересам фирмы, исходя из запросов рынка, потребителя;
- Умение в разумных пределах идти на риск и в то же время быть способным минимизировать воздействие рискованных ситуаций на финансовое положение фирмы.

Заключение

Инновационный менеджмент располагает своим собственным экономическим механизмом и тесно связан с методологией научного управления. Экономический механизм менеджмента объективно обусловлен работой фирмы в рыночных условиях, когда результаты деятельности всей фирмы получают оценку на рынке.

Библиография

1. Алексеев А.А. Инновационный менеджмент. Люберцы: Юрайт, 2016. 247 с.
2. Горфинкель В.Я. (ред.) Инновационный менеджмент. М.: Юнити, 2015. 391 с.
3. Елагина А.С. Стандарты управления инновационными процессами компании: поиск институциональной модели // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 1А. С. 696-704.
4. Елагина А.С. Структура рынков инновационных товаров: подходы к оценке влияния на эффективность // Крымский научный вестник. 2015. № 2 (2). С. 59-64.
5. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент. М.: Юнити, 2017. 496 с.
6. Смирнова С.М., Елагина А.С. Генезис инновационных агропромышленных кластеров: российский и международный опыт // Крымский научный вестник. 2016. № 2 (8). С. 325-332.
7. Appio F. P. et al. Digital transformation and innovation management: A synthesis of existing research and an agenda for future studies // Journal of Product Innovation Management. – 2021. – Т. 38. – №. 1. – С. 4-20.
8. Guertler M. R., Kriz A., Sick N. Encouraging and enabling action research in innovation management // R&D Management. – 2020. – Т. 50. – №. 3. – С. 380-395.
9. Haefner N. et al. Artificial intelligence and innovation management: A review, framework, and research agenda ☆ // Technological Forecasting and Social Change. – 2021. – Т. 162. – С. 120392.
10. Huesig S., Endres H. Exploring the digital innovation process: The role of functionality for the adoption of innovation management software by innovation managers // European Journal of Innovation Management. – 2018.

Theoretical aspects of innovation management in a crisis of the enterprise

Movsar M. Matygov

Assistant,
Chechen State University,
364049, 32, Sheripova str., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Matygov.Movsar@gmail.com

Piya R. Muradova

Senior Lecturer,
Chechen State Pedagogical University,
364068, 62, Isaeva ave., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Milana81910@mail.ru

Bela L. Isakova

Senior Lecturer,
Grozny State Oil Technical University,
364024, 100, Isaeva ave., Grozny, Russian Federation;
e-mail: bellaisakova@mail.ru

Abstract

Innovation management is a special type of professional activity aimed at achieving specific innovative goals of a company operating in market conditions, optimal results based on the rational use of scientific, labor, material and financial resources, the application of diverse principles, functions and methods of the economic mechanism of management. Its purpose is to determine the main directions of scientific, technical and production activities of the company in the following areas: development and implementation of new products (innovation); modernization and improvement of products; further development of the production of traditional types of products; removal from production of obsolete products. An innovation manager deals with forecasts, calculations, expected indicators that take into account the specifics of innovation activity. Innovation management is associated with various types of innovation activities and, depending on their specifics, carries out its management activities. The article contains an analysis of a number of topical theoretical and methodological problems of the transformation of innovative enterprises in crisis conditions. The main subject of the research is the processes of managing transformational transformations of innovative production systems at the macro- and microlevels. Based on the project-process approach, the author proposes the concept of a managing anti-crisis strategy in an innovative business that is undergoing deep transformational processes.

For citation

Matygov M.M., Muradova P.R., Isakova B.L. (2022) Teoreticheskie aspekty innovatsionnogo menedzhmenta v usloviyakh krizisa predpriyatiya [Theoretical aspects of innovation management in a crisis of the enterprise]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (8A), pp. 358-367. DOI: 10.34670/AR.2022.13.56.047

Keywords

Innovation management, modernization, company, management, business.

References

1. Alekseev A.A. (2016) *Innovatsionnyi menedzhment* [Innovation management]. Lyubertsy: Yurait Publ.
2. Appio, F. P., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Neirotti, P. (2021). Digital transformation and innovation management: A synthesis of existing research and an agenda for future studies. *Journal of Product Innovation Management*, 38(1), 4-20.
3. Elagina A.S. (2015) Struktura rynkov innovatsionnykh tovarov: podkhody k otsenke vliyaniya na effektivnost' [Structure of innovative goods markets: approaches to assessing the impact on efficiency]. *Krymskii nauchnyi vestnik* [Crimean Scientific Bulletin], 2 (2), pp. 59-64.
4. Elagina A.S. (2019) Standarty upravleniya innovatsionnymi protsessami kompanii: poisk institutsional'noy modeli [Standards for managing innovative processes of the company: finding an institutional model]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (1A), pp. 696-704.
5. Gorfinkel' V.Ya. (ed.) (2015) *Innovatsionnyi menedzhment* [Innovation management]. Moscow: Yuniti Publ.
6. Guertler, M. R., Kriz, A., & Sick, N. (2020). Encouraging and enabling action research in innovation management.

-
- R&D Management, 50(3), 380-395.
7. Haefner, N., Wincent, J., Parida, V., & Gassmann, O. (2021). Artificial intelligence and innovation management: A review, framework, and research agenda☆. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120392.
 8. Huesig, S., & Endres, H. (2018). Exploring the digital innovation process: The role of functionality for the adoption of innovation management software by innovation managers. *European Journal of Innovation Management*.
 9. Il'enkova S.D. (2017) *Innovatsionnyi menedzhment* [Innovation management]. Moscow: Yuniti Publ.
 10. Smirnova S.M., Elagina A.S. (2016) Genezis innovatsionnykh agropromyshlennykh klasterov: rossiiskii i mezhdunarodnyi opyt [The genesis of innovative agro-industrial clusters: Russian and international experience]. *Krymskii nauchnyi vestnik* [Crimean Scientific Bulletin], 2 (8), pp. 325-332.