знать и уметь

инновационно-активная деятельность предприятия

Одной из характерных особенностей современной экономики является появление предприятий, основанных на знаниях, в которых источниками конкурентного преимущества становятся не материальные ресурсы и дешевая рабочая сила, а информация и идеи. Их деятельность можно уверенно классифицировать как инновационно-активную.

Бережнов Г.В.
д-р экон. наук, профессор Астраханского государственного технического университета

Для инновационных предприятий характерны:

а) хорошо организованная и стабильно финансируемая система получения новых знаний, в том числе регулярное обучение персонала;

б) ориентация на творческий потенциал личности, групп людей и организации в целом;

в) развитая инфраструктура усвоения знаний;

г) постоянное и гармоничное наращивание имеющегося интеллектуального потенциала предприятия.

Теоретическим обоснованием инновационной деятельности можно считать *принцип отождествления знаний и действия*: все действия являются знаниями, все знания являются действиями [1]. Знания без действия являются просто информацией или «сырьевой базой» знаний. Увязка всех компонентов знания в логически последовательные модели достижения целей и решения задач превращает информацию в собственно знание.

Знание информации можно продемонстрировать *высказыванием, описанием или демонстрацией, т.е. символически*. Собственно знание можно продемонстрировать только дейс-

твием. Отделение знания от действия есть отрицание самой возможности инновационной деятельности.

В рамках инновационной деятельности знание представляет собой целенаправленное координирование действия. Его эффективность проявляется в достижении цели. Качество знания может быть оценено по качеству продукта или качеству координирования процесса, поэтому необходимо перенести акцент с информации на знания, с символических описаний действия на само действие.

Новая модель бизнеса строится на знаниях. Поэтому знание управляет возможностями предприятия, а интеллектуальные активы ценятся выше материальных. В этих условиях управление материальными активами отходит на второй план, а предприятие должно концентрироваться на формировании внутренних дополнительных активов знания. Соответственно и деятельность предприятия должна оцениваться экономической и рыночной добавленной стоимостью.

Инновационные предприятия ориентированы на наращивание собственных возможностей. Для них характерны:

- адаптивные организационные структуры и методы действия;
- интеграция, перекрестное стимулирование идей и методов работы;
- развитие индивидуальных и командных навыков решения проблем;
- упор на эксперимент, исследование и постоянное обучение в процессе тренинга и подготовки руководящих кадров;
- поддержка альтернативных методик решения проблем и моделей принятия решений.

Инновационные предприятия развивают творчество и ориентированы на коммерческий результат, имеют общие ценности, децентрализованную структуру и гибкость в импровизации и переоснащении.

В отличие от инновационной имитационная деятельность предприятия носит характер внешнего заимствования и механического

знания без действия являются просто информацией или «сырьевой базой» знаний

приспособления, имитации под заимствованный образец. Такой механический приток технологий и знаний от более развитых предприятий предполагает постоянное запаздывание и обреченную догоняющую стратегию.

Для имитационной деятельности характерны неблагоприятная обстановка для индивидуального и организационного творчества (доминирование отношений иерархии, недостаток коммуникационных связей, открытых баз данных и т.п.).

Очень близки к имитации инновации в форме модификации, не затрагивающие функциональных свойств, где центральным звеном становится создание *модельного ряда* – серии изделий, функционально одинаковых, но различающихся аксессуарами.

От имитационной деятельности следует отличать имитационные модели реальной ситуации и выполнения экспериментов с целью понять, как будет реально изменяться ситуация. Имитация как метод моделирования означает процесс создания модели и ее экспериментальное применение для определения изменений реальной ситуации.

Современное предприятие чаще всего определяется как совокупность материальных активов и интеллектуального капитала, которое обладает способностью сложных систем к адаптации, т.е. к спонтанной приспособляемости к изменениям. Предприятия трансформировались в *научающиеся организации*, внедряющие новые продукты и новые услуги.

В развитии экономики выделяются эпохи *эффективности*, продолжавшейся в 1950-е и 1960-е годы, *качества* – в 1970-х и 1980-х, *гибкости* – в 1980-е и 1990-е годы XX века. Современный этап развития экономики определяется как эпоха инноваций. Отличительным признаком инновационной деятельности является ее ориентация на финансовый результат, постоянный рост и процветание компании.

отделение знания от действия есть отрицание самой возможности инновационной деятельности

При помощи инновации, то есть внедрения новой технологии, производства новых това-

ров и услуг, формирования новых рынков и введения новых организационных форм, должна увеличиваться итоговая ценность для потребителей и инвесторов. Это, в конечном счете, увеличивает стоимость акций предприятия, финансовые потоки, позволяет осуществлять последующие капиталовложения в дальнейшую разработку товаров, услуг и процессов, делая инновационный цикл замкнутым.

знание управляет возможностями предприятия, а интеллектуальные активы ценятся выше материальных

Инновация есть коммерциализация чего-то нового – новой технологии, форм товаров, услуг или процессов, которых не было раньше, нового рынка или рыночного сегмента, новой организационной формы или нового подхода к менеджменту, а также комбинации двух или более составляющих. Структурно инновационную деятельность можно представить в четырех основных аспектах: технологическом, прикладном, рыночного сегментирования или группирования потребителей, организационном [3].

Термин «инновация» был предложен австрийским экономистом Дж. Шумпетером, который определил его как коммерциализацию всех новых комбинаций, основанных на:

- применении новых материалов и компонентов;
- введении новых процессов;
- открытии новых рынков;
- введении новых организационных форм.

Другими словами, когда изменение происходит только на уровне технологии, оно является лишь изобретением. И только тогда, когда к изменениям подключается бизнес, оно становится инновацией.

Инновация – это попытка осуществить содержательное, целенаправленное изменение в экономическом или технологическом потенциале предприятия на основе применения новых идей и процессов для решения существующих проблем и создания новых возможностей [2].

Инновации требуют знаний, творческого мышления, изобретательности и целеустремленности.

инновация есть коммерциализация чего-то нового

Цель управления инновациями состоит в том, чтобы инициировать, генерировать, контролировать новые идеи и управлять ими в масштабах всей организации и выводить полученные результаты на рынок.

Слово «инновация» многозначно по смыслу. Оно может означать:

- как процесс творения, так и само творение;
- процесс внедрения новых товаров, обычно относящихся в той или иной мере к высоким технологиям (изобретение становится инновацией только после того, как оно вышло на рынок);
- метод создания новых товаров;
- статус организационной функции или процесс управления изменениями.

Инновация это создание новых источников удовлетворения покупателей [2].

Инновационное мышление представляет собой связующее звено между творчеством и интеллектом и сочетает принципы рационального принятия решений, основанного на формально-логических процедурах, фактах, знаниях и информации, а также на интуиции, чувствах и опыте. Творческие процессы служат в нем для генерации оригинальных идей, которые затем классифицируются, проходят отбор, организуются и проверяются с применением рационального и логического мышления.

Главная проблема инновационного мышления состоит в том, что в нем должны продуктивно сочетаться логическое мышление (рациональное, традиционное, аналитическое, сходящееся, вертикальное или «левостороннее» мышление, за которое отвечает левое полушарие головного мозга) и творческий подход. Последний характеризуется воображением, оригинальностью, интуицией, всесторонним отношением, расходящимся, «правосторонним» мышлением, за которое отвечает правое полушарие головного мозга.

В сходящемся решении проблем существует одно и только одно решение, которое нужно найти в массиве существующих знаний. В расходящемся мышлении решения рассеяны в

знать и уметь

поисках множественных вариантов решения каждой проблемы.

Первый подход эффективен в отношении хорошо структурированных проблем. Второй направлен на изучение всех типов возможностей в каждой проблеме. Он основан не на анализе, а на поиске идей, в том числе на подсознательном уровне.

Поскольку творчество легко блокируется оценкой и критикой, во всех методах улучшения и развития как индивидуального, так и группового творчества и производства новаторских идей (перебор свойств и внесение в список; построение сценариев незавершенных процессов; метод мозговой атаки и др.), процесс генерации идей отделен от процесса их оценки и выбора лучшей идеи.

Таким образом, инновационная деятельность предприятия представляет собой взаимосвязь и взаимодействие интеллекта (логического мышления), творчества (креативного мышления) и инновационного мышления (объединение творческого и логического элементов).

В основе управления инновациями лежит сбалансированное сотрудничество новаторов и тех, кто отвечает за направление деятельности организации и ее стабильность. Для надлежащего управления творческими процессами менеджеры должны найти и устранить помехи на пути инноваций, обеспечить мотивацию и создать такие отношения в организации, которые будут поддерживать личную и групповую инновационную инициативу.

Для предприятия могут быть характерны различные уровни инновационной деятельности или их сочетание, а именно:

- *макроинновации*, к которым относятся совершенно новые продукты или технологии, вызывающие радикальные изменения в отраслях, экономике или обществе в целом;
- *базовые инновации*, т.е. отдельные инновации, которые вместе дают мощный толчок в технологическом развитии;

инновационные предприятия развивают творчество и ориентированы на коммерческий результат

инновационное мышление представляет собой связующее звено между творчеством и интеллектом

● *инновации-модификации* как составляющие отдельных возможностей для бизнеса.

Несмотря на то, что можно разделить инновации на новые продукты и новые процессы, они часто взаимно дополняют друг друга.

Инновации-продукты представляют собой усовершенствованные варианты существующей товарной линии или совсем новые товары. Тогда как инновационные процессы направлены на улучшение технологии производства определенных товаров. Разработка нового продукта может потребовать или не потребовать нового производственного процесса, в то время как новые технологии производства всегда становятся основой для выпуска новых продуктов.

Инновационная деятельность характерна для целого класса организаций (корпорация знаний, виртуальная организация, обучающаяся организация, креативная организация, инновационная и т.п.), основой функционирования которых являются знания. Поэтому целью инновационной деятельности предприятия является получение нового знания, ориентированного на решение его проблем, в центре которой находится не знание как таковое, а создание организационного знания, посредством которого создается новое знание (новые товары, услуги или методы) внутри организации и таким образом обеспечивается основа для появления инноваций.

Литература

1. Желены М. Знание против информации // Информационные технологии в бизнесе. - СПб.: Питер, 2002.
2. Срика В. Управление инновациями // Информационные технологии в бизнесе. - СПб.: Питер, 2002.
3. Янсен Ф. Эпоха инноваций. - М.: ИНФРА-М, 2002.

КЭ