

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет экономики и права

Л.И. Троицкая
Е.В. Пьянова

РАЗВИТИЕ. ИННОВАЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ

Иркутск
Издательство БГУЭП
2010

УДК 005
ББК 65.291.551-21
Т 91

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета экономики и права

Рецензент канд. экон. наук, доц. И.Б. Жижко

Троицкая Л.И., Пьянова Е.В.
Т 91 Развитие. Инновации. Управление / Е.В. Пьянова, Л.И. Троицкая. –
Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2010. – 104 с.

ISBN 978-5-7253-2250-7

Определены ключевые проблемы в развитии любой бизнес-системы, детализирована проблематику современного управления бизнесом, рассмотрены тактики инновационных ходов развития бизнеса, идеология инновационного предпринимательского мышления. Впервые инновационное предпринимательское мышление рассматривается с точки зрения его роли и места в процессах управления. Детализирована концепция устойчивого равновесия социально-экономической системы предприятия в среде обосновывается *инновационный подход* внедрения современной логики предпринимательства.

Для преподавателей, аспирантов и студентов экономических факультетов вузов, всех заинтересованных лиц.

ББК 65.291.551-21

ISBN 978-5-7253-2250-7

© Троицкая Л.И,
Пьянова Е.В., 2010
© Издательство БГУЭП, 2010

Оглавление

Введение	4
1. Инновационный и ценностной подход в развитии и управлении бизнес-системами	5
1.1. Становление научной концепции инновационного менеджмента	5
1.2. Инновационный ход в развитии бизнеса: «креативный» инновационный менеджмент.....	11
1.3. Знания в процессе развития: ключевой ресурс для производства креативных технологий управления	18
1.4. Идеология инновационного предпринимательского мышления как парадигмы управления	27
2. Инновационное предпринимательство как стратегическая компонента развития бизнеса	36
2.1. Основы бизнес-инжиниринга	36
2.2. Стратегический инновационный менеджмент в системе инновационного предпринимательского мышления	51
3. Многогранность управления знаниями – основа проектирования успешного бизнеса	62
3.1. Тактики использования технологий управления знаниями и принятия управленческих решений в условиях глобализации экономики	62
3.2. Инновации как значимая составляющая устойчивого экономического развития систем	72
3.3. Развитие бизнеса на основе знаний и технологии управления ими ...	79
3.4. Управление знаниями с точки зрения эволюции ресурсов и перспективы развития бизнеса	93
Заключение	98
Список использованной литературы.....	99

Введение

Представленная монография является результатом многолетних размышлений автора по проблеме недостаточного инновационного развития современных управленческих структур, обостренных мировым экономическим кризисом, о предпосылках и основах внедрения в современную практику инновационных ходов в практику.

Первая часть данного исследования посвящена анализу концепции, позволяющей обосновать переход на новую экономическую парадигму управления и организации предпринимательского мышления. В этих целях особое внимание уделяется устройству внедренческой системы инноваций, глобальный кризис которой мы переживаем в наши дни. Кризисное состояние позволяет автору научно обосновать применение механизмов инновационных ходов в экономических бизнес-системах в виде тактик управления знаниями, обосновывая при этом стремление любой бизнес-системы к устойчивому развитию. При этом появляется возможность определить множество ближайших векторов развития и акцентировать внимание на идеологии инновационного предпринимательского мышления. В ходе написания монографии были выявлены основные тенденции управления знаниями как ресурса развития бизнеса, а также обозначена многогранность управления ими. Рассмотрение инновационных технологий в управлении и более детальный анализ управления знаниями включен в систему проектирования успешного бизнеса.

1. ИННОВАЦИОННЫЙ И ЦЕННОСТНОЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ И УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕС-СИСТЕМАМИ

1.1. Становление научной концепции инновационного менеджмента

Имеет смысл акцентировать внимание на становления научной концепции инновационного менеджмента. Наиболее серьезное исследование процессов обновления производства и в целом влияния новых товаров и новых технических и управленческих решений было предпринято в начале XX в. австрийским экономистом Й. Шумпетером. Он впервые ввел в экономическую теорию понятие «инновация» (в русском языке этому термину соответствует определение «нововведение»). В своей работе «Теория экономического развития» он определяет инновации как любые изменения с целью внедрения и использования новых товаров, рынков и форм организации компании и выводит тип нового, предприимчивого предпринимателя, названного им «новатор».

Теоретическое обоснование значимости внедрения нововведений было предпринято английским исследователем Джоном А. Гобсоном (1858–1940). По его высказыванию, подлинная сила предпринимателя связана со способностью изыскивать новые рынки, производить новые товары и открывать новые способы изготовления товаров. Такое производство он называл «сферой прогрессирующей промышленности». Иными словами, такой предприниматель Гобсона это, по существу, «новатор» Й. Шумпетера, фигура, которой Гобсон приписывал важные социальные функции.

Концепция Й. Шумпетера была развита и некоторыми другими западными учеными, в частности ведущим американским специалистом по проблемам управления П. Друкером в его книге «инновация и предпринимательство». «Нововведение, — отмечает он, — это особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг». Таким образом, если Й. Шумпетер теоретически обосновывал важность нововведений для фирменного соперничества, то есть для рыночной конкуренции на основе достижений в области науки и техники, то П. Друкер прямо указывает на важность нововведений для развития бизнеса.

«Инновации, — пишет П. Друкер, — в основе которых лежат новые знания, — это «суперзвезды» предпринимательства. Такие нововведения становятся объектом внимания и приносят большие доходы... Нововведения должны быть нацелены на рынок и руководствоваться соображениями рыночной конъюнктуры. Есть только один способ уцелеть во время конъюнк-

турных потрясений – это прибегнуть к предпринимательскому управлению (внедрение систематизированной организационной структуры, долгосрочное планирование, применение управленческой информации и контроля). Нововведение может быть успешным, если оно подкрепляется сконцентрированными и скоординированными действиями всех заинтересованных сторон». В сжатой форме эти строки содержат накопленные знания в области управления инновационным процессом. Поиск инновационных возможностей и формирование их эффективных комбинаций в реальных экономических условиях для реализации конкретного инновационного проекта представляют, по существу, инновационную стратегию на уровне фирмы, реализующей инновационный проект.

В экономической литературе существуют определенные различия в подходах к определению инновации (нововведения). Нововведение, как правило, определяется как «процесс», однако содержание этого процесса, его составные элементы и фазы – все это остается предметом расхождений. Согласно теории Й. Шумпетера, экономические изменения вызываются «нововведениями». Совершенно очевидно, что нововведение не тождественно изобретению. Последнее является технологическим фактором, тогда как нововведение представляет собой экономическое и социальное явление. Нововведение, утверждал Шумпетер, есть категория предпринимательской деятельности в том смысле, что существующие производительные силы используются для решения новых задач. С технической точки зрения рационализация приводит к возникновению новой «производственной функции», всегда связанной с появлением передовых предприятий. Новая технология, как он считал, не может иметь места в рамках старых предприятий. Так называемые «старые» фирмы в состоянии выжить после суровых экономических потрясений лишь благодаря тому, что они коренным образом преобразуются под влиянием внедрения нововведений, отрешившись от консерватизма.

Процесс внедрения нововведений не протекает равномерно, он характеризуется скачками и рывками. Как только один передовой предприниматель, допустим, преодолевает технологические и финансовые затруднения и открывает новые пути получения прибыли, другие стремятся последовать за ним. Включение новых предпринимателей и фирм в процесс инновационной деятельности сопровождается разрушением ценностей. Ошибки и просчеты приводят фирмы, не способные к восприятию нового, фирмы, которые не могут перестроиться в ответ на требования рынка, – к банкротству. Характерно, что этот процесс Шумпетер назвал «созидательным разрушением», то есть прежняя система хозяйствования должна уступать место новому, более совершенному экономическому механизму. Это является, по его мнению, су-