

УДК 338.45

А.Е.Ю.ПЕРЕДРІЙ**ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

У статті розглянуто методичні підходи до визначення сучасних методів інноваційного управління підприємствами. Проведено детальний аналіз розвитку менеджменту підприємств. Сформовано рекомендації по забезпеченню нового рівня інноваційного управління, яке дозволить створювати довгострокові переваги і забезпечити гідне місце на ринку, бути конкурентоспроможними. На зміну старим принципам менеджменту 1.0 прийшов час застосовувати новий менеджмент 2.0., який пов'язаний з ціннісно-орієнтованим управлінням (психологією, та духовністю людини, з творчістю тощо).

Ключові слова: інновації, менеджмент, управління, виробництво, ефективність

В статье рассмотрены методические подходы к определению современных методов инновационного управления предприятиями. Проведен детальный анализ развития менеджмента предприятий. Сформулированы рекомендации по обеспечению нового уровня инновационного управления, которое позволит создавать долгосрочные преимущества и обеспечить достойное место на рынке, быть конкурентоспособными. На смену старым принципам менеджмента 1.0 пришло время применять новый менеджмент 2.0., который связан с ценностно-ориентированным управлением (психологией, и духовностью человека, с творчеством и т.д.).

Ключевые слова: инновации, менеджмент, управление, производство, эффективность

The article considers methodological approaches to the definition of modern methods of innovative management of enterprises. A detailed analysis of the development of enterprise management was carried out. The recommendations on the provision of a new level of innovative management have been formulated, which will create long-term advantages and provide a worthy place in the market, be competitive. Society and economy are faced with changes that are characterized by greater complexity, speed, diversity, scale, multidimensionality, randomness, uncertainty and unpredictability, new risks and opportunities. In place of the old principles of management 1.0, it's time to apply the new management 2.0, which is connected with value-oriented management (psychology, human spirituality, creativity, etc.).

Keywords: innovation, management, management, production, efficiency

Вступ. Інновації в менеджменті - це вдосконалення процесів управління, реструктуризація компаній, тобто зміна організаційних структур, структур управління, складу функцій, технології та організації процесу управління, методів роботи системи управління, пов'язані з мотивацією персоналу, розв'язанням внутрішньоорганізаційні конфліктів, визначенням службових функцій співробітників, впровадження нових концепцій розвитку корпоративної культури і т.д.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів інноваційного управління підприємством у сучасних умовах. Обґрунтування появ нових підходів в управлінні організаціями.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Сучасне економічний розвиток неможливий без інноваційної діяльності, яка є формою оновлення суспільства на всіх рівнях. Й. Шумпетер, Ф. Хайек, Д. Норт, П. Ромер, Р. Лукас в своїх працях прямо пов'язують прогрес в економічному розвитку з інноваціями. Гіперконкуренція призвела до того, що лавиноподібний потік інновацій стає все більш цілеспрямованим і відтвореним на постійній основі, а рівень розвитку країни починає оцінюватися по їх інноваційної спроможності. П. Друкер стверджує, що інноваційна діяльність і підприємництво допомагає досягти тих змін, яких намагалися домогтися за допомогою різних історичних революцій, але тільки без кропролиття [1].

Крім розвитку високих технологій, як підкреслює один із засновників сучасної концепції соціальних і управлінських інновацій П. Друкер, існують і інші області інноваційної та підприємницької діяльності. Якщо ще не так давно

основною ознакою інноваційного розвитку вважалося кількість технічних винаходів і ступінь їх застосування, то однією з сучасних тенденцій є використання поняття «інновація» в більш широкому управлінському сенсі. Слід підкреслити, що інновації в менеджменті не менш важливі для економічного і соціального прогресу, ніж технологічні інновації, бо вони дозволяють трансформувати функціонування організацій. Сучасний темп розвитку змушує компанії бути більш адаптивними і винахідливими для того, щоб забезпечити значний відрив від конкурентів. Сьогодні організації більше, ніж будь-коли, потребують інновацій в сфері менеджменту. Г. Хемел стверджує, що сучасна управлінська модель, в центрі якої знаходяться контроль та ефективність, - не задовольняє вимогам сучасного світу, в якому рушійними силами успіху в бізнесі є адаптивність і креативність [2].

Методологія. Інновації в менеджменті, на відміну від технологічних, набагато вигідніше і не так затратні, тому що не вимагають значної кількості коштів на покупку устаткування, реконструкцію виробничих площ, але реалізація управлінських інновацій здійснюється набагато складніше, ніж технологічних, тому що серйозний вплив надає психологічний фактор, що виражається в опорі персоналу до змін, пов'язаних зі змінами в корпоративній культурі, поведінці, звичках і уявленнях співробітників про управління та господарської діяльності компанії [3]. Найчастіше опір пов'язано з інертністю і консерватизмом, а також з побоюванням співробітників виявитися недостатньо компетентними для виконання нових функцій і втратою раніше завойованого соціального статусу.

З іншого боку, люди чіпляються за минулий досвід і прошлом успіхи, не завжди усвідомлюючи їх тимчасовий характер, до кінця не усвідомлюючи чому, в якій ситуації і за рахунок цей успіх досягнутий. Просте копіювання чужого досвіду при цьому не дає позитивних результатів. У сучасному бізнесі немає нічого побудованого «навічно». Також існує автоматизм і стереотипи сприйняття певних нових явищ і процесів, способів вирішення проблем, причому сприйняття в старій парадигмі мислення.

«Що неможливо виміряти, тим не можна управляти»- це один з постулатів управління ХХ століття. Насколько актуальна така постановка зараз? [4].

За часів фундаментальних змін і перетворень, в тому числі революційних (які ми переживаємо зараз), необхідно вибудувати нову ідентичність, нову систему смислів, що пояснюють сучасний світ. І ця нова система починає конкурувати і навіть конфліктувати зі старою, поступово витісняючи її. Але смислові протиріччя і конфлікти існують і на більш низьких рівнях як при постановці цілей і завдань, так і у взаємовідносинах різних зацікавлених осіб. Наприклад, говорячи про відносини власників і менеджерів, звикли трактувати їх конфлікт як конфлікт інтересів. Але якщо подивитися глибше, то проблемою є сенс корпоративного управління. Кожен з контрагентів бачить багато речей і сприймає їх по-різному, тому що по-різному бачить сенс і призначення своєї діяльності і існування. За цим йдуть різні цінності, інтереси, ризики, поведінку, відповідальність та інше.

У роботах практично всіх відомих сучасних гуру менеджменту, що вийшли на початку ХХІ століття, так чи інакше, стає проблема ідеологічної перезавантаження бізнесу і менеджменту. В даному контексті ідеологія - це елемент культури менеджменту, що відображає смисли, цінності, етичні норми і правила поведінки і діяльності в бізнесі в тій чи іншій історичний період часу з урахуванням конкретних обставин. По суті ідеологія стає одним з найважливіших факторів зміни парадигми менеджменту. Ключовими моментами тут є переосмислення сутності сучасного бізнесу і конкуренції, сутності менеджменту в нових умовах і всієї системи його цінностей, самої організації і її призначення, що превалюють в ній цінностей. Зокрема, ієрархія, контроль, працівник, ефективність, відповідальність, інформація, знання, активи і ін.. [5,6]

Перехід до нестабільного (кризового або мобілізаційного) режиму, не дивлячись, як правило, на величезне напруження сил, великі витрати, ризики і т.п. незмінно веде до більшої конкуренції та результативності. На практиці світ сучасного бізнесу - це суміш і боротьба смислів, цінностей і ідей. Як пише авторитарний американський автор Г. Хемел, «ця година у вашій компанії співіснують бізнес-процеси, які спираються на Інтернет 21 століття, управлінські процеси - на постулати середини 20 століття, а принципи менеджменту, вироблені ще в 19 столітті. [7].

Грунтуючись на ідеях Г. Хемела о відмінних «геномах менеджменту» і поглядах ряду інших видатних теоретиків сучасного менеджменту, можна виділити кілька критеріїв, за якими відбувається поділ моделей менеджменту 1.0 і менеджменту 2.0, представлених в таблиці 1.

Таблиця 1 – «Геноми» менеджменту

Менеджмент 1.0 Г.Хемел: «інквіменталісти, племнік історії, прагматичні діячі»	Менеджмент 2.0 «Революціонери- новатори»
Робити краще, более, швидше, дешевше	Робити інакше, робити інше
Інженерна управлінська парадигма, раціональність, результативність, оптимізація	Етико-психо-біологічна парадигма (управління живим соціальним організмом)
Бюрократія, ієрархії, контроль	Мережі, співучасть, соціальний договір, самоконтроль
Жорсткі правила, норми, процедури, повноваження	Рухливість, мінливість, компроміс, толерантність, відповідальність, борг
Примус, покарання, матеріальна вигода	Ініціатива, самовираження, творчість, довіру
Традиційна влада, лідерство	Сила / влада знання, таланту, вміння, компетенції, творчості, етичне, ухове лідерство
Фокус акціонери / менеджери	Фокус: стейкхолдери, що забезпечують «організаційне багатство»
Відомий споживач	Новий емоційний споживач, новий попит
Бухгалтерське мислення	Ціннісне мислення

Це один гуру сучасного менеджменту Генрі Мінцберг говорить про необхідність переосмислення ролі спільноти і організацій, як певної сили, що з'єднує нас в ім'я вищого блага. В основі цих спільнот - довіру, здорова культура і нове лідерство. «Справа в тому, що наші машини і механізми ..., Наші соціальні системи, особливо наші організації - також притупили наші почуття і розум, позбавили здатності мислити інтуїтивно і все более ускладнюють задачу правильного способом вирішення наявних проблем. Коротше кажучи, наше суспільство стало некерованим саме в результаті управління» [8]

Сьогодні менеджмент зіткнувся з проблемами, пов'язаними з істотними змінами зовнішнього середовища. Організаціям приходить працювати в умовах безперервних змін та зростаючої взаємозалежності, вбудовуватися в потік креативного розвитку та своєчасно мінятися, щоб утриматися на плаву, шукати шляхи стимулювання співробітників до прояву ініціативи і творчості, намагатися враховувати інтереси все більшого числа зацікавлених осіб. Принципи стандартизації, спеціалізації, ієрархії,

контролю і першорядної важливості інтересів власників організації, що характеризують М 1.0, недостатні для вирішення зазначених завдань. Тому менеджмент вимагає, щоб його «винайшли заново». Для руху вперед менеджерам необхідно в першу чергу усвідомити необхідність назрілих змін і вийти за звичні рамки мислення для пошуку радикально нових способів мислення і організації насамперед людських здібностей.

Результат дослідження. Зміна парадигми управління - це, перш за все, зміна визначеної системи цінностей. Наприклад, перехід до економіки знань, до управління змінами та інноваціями - це перехід до іншої системи цінностей (від бюрократії і контролю до незалежності творчості взаємодії, до самовираження і толерантності і т.п.) Тому не дивно, що саме поняття цінності міцно увійшло в лексику управлінської науки в кінці ХХ століття. Але цікаво те, як воно входило в цей лексикон і як це звертатись до організаторів на виникненні різних концепцій, де це поняття так чи інакше присутнє.

Якщо умовно розділити розуміння поняття цінності (value) на дві складові - морально-етичну (важливе, значуще, правильне, нормальне і т.п.) і економічну (благо, корисність, споживна вартість), то, кажучи про першу, ми повинні повернутися в 70-ті роки минулого століття. Саме тоді зародилося етичне спрямування бізнесу і менеджменту, з'явилися нові навчальні курси з етики бізнесу, професійні організації, що займаються цими питаннями. Далі в 80-90-е рік були розроблені перші етичні програми в великих компаніях-лідерах, значно розширився потік публікацій з цієї проблематики, а на початку 2000-х були розроблені спочатку принципи, а потім національні етичні кодекси компаній з етики та корпоративного управління. Крім чисто професійних рекомендацій, вони фактично задавали нові ціннісні орієнтири, згодом які трансформувалися в реальні бізнес-практики, нові освітні програми тощо. Паралельно з цим активно розвивалися теоретичні концепції корпоративної соціальної відповідальності та спонсорства до сучасних концепцій «корпоративного громадянства» і «стійкої конкурентоспроможності». В їх основі також переоцінка цінностей - від особистих до суто прагматичних (суто ринковим) і далі до об'єднання останніх з соціальними і екологічними цінностями.

Один із дослідників майбутнього менеджменту Роберт Салмон доводить, що в конкурентній боротьбі в перспективі виграють ті компанії, які, долаючи стереотипи, і цінності техногенної цивілізації, створюють альтернативне майбутнє (наприклад, з огляду на не тільки економіку, а й вимоги екології, етичні ідеали, трансформації свідомості, виходячи з Нових реалій і типів соціальності). Він поставив перед собою складне завдання переконати сучасних менеджерів в тому, що ключем до майбутнього організації є майже релігійна віра в Потенціал людини, і призводить до життя без князі практично незаперечні докази справедливості цього, здавалося б, простого виводу, з котрого, проте, слід необхідність кардинально змінити спосіб нашого мислення.

Тому вже не дивує формулювання їм місії сучасної компанії. «Перед менеджером-гуманістом майбутнього стоїть складне завдання знайти належний баланс між трьома моментами, які вважаються в кінці ХХ століття найбільш суттєвими: підприємницькими цінностями (технічні досягнення, комерційна таємниця, фінансовий успіх); технократичними цінностями (технічні досягнення, науково-обґрунтована логіка розвитку організації); нарешті цінностями демократії, моралі і етики увагу до людського фактору і повагу особистості представляються для менеджера тим орієнтиром, який має велике майбутнє» [9].

Друга складова розуміння цінності (вартості) - економічна - теж пройшла свій шлях розвитку. Перш за все, звертаємо увагу, які чинники згадані вище Г. Хемел ставить в ряду ключових для створення нових цінностей (благ) і яка їхня значимість, з його точки зору: пристрасть (35%), креативність (25%), ініціатива (20%), і інтелект (15%) [7]. Термінологія, яку в своїх публікаціях в сучасному бізнесі та менеджменті використовують багато інших видатних авторів: «талант», «компетентність», «креативність», «толерантність», «емоційний інтелект», «потік уваги споживачів», «силове поле привабливості», «економічний ефект душевності», «мудрість», «духовний менеджмент». На перший погляд, в основному дещо незвичайна термінологія для науки, але це тільки на перший погляд. Насправді все це так чи інакше характеризує сучасне управління, акцент уваги якого все більше зміщується з чисто матеріального до нематеріального, від чисто раціонального до багато в чому ірраціонального.

Такий похід досить часто позначається і в акцентах нових теоретичних практичних підходах. В середині 80-х років виникла концепція ціннісно-орієнтованого управління (Value-Based Management), суть якого в стратегічному управлінні, орієнтованому на створення матеріальної і нематеріальної цінності / блага (продукту, послуги, знання, організації і т.п.) і виведення їх на ринок, в використанні методів розрахунку доданої вартості і подальше підвищення ринкової вартості компанії-творця цієї цінності. «Ті організації, що фокусувалися на конкуренції, зазнали поразки, а ті, що створювали цінність, досягли успіху», - пише в одній зі своїх численних книг Едвард де Боно [10]. Він придумав навіть термін «valuefactory» - «виробництво цінності», що забезпечується відповідною креативною стратегією.

Слідством такого переосмислення стало, наприклад, розвиток теорії конкурентних сил М. Портера. Якщо в концепції М. Портера конкуренцію визначають 5 сил (нове гравці, нове товари, постачальники, споживачі, конкуренти в галузі), то в новому розумінні її об'єднує одна загальна сила - взаємодія стейкхолдерів. Інакше кажучи, цінністю стають відносини (святи, взаємодія, обмін знаннями). Така сила вимірюється як різниця між вартістю, створеною завдяки взаємодії компанії з її існуючими партнерами, і потенційної вартістю втрачену можливість, тобто вартістю, яку вона могла б створити з іншими партнерами. Чим більші ці остання

можлива ціна в порівнянні з реальною, тим мощення конкурентна сила.

Крім того, чітко розмежовується вартість, створена спільно гравцями ринку, і частка цієї вартості, присвоюються кожним з них. Компанії, які конкурують з іншими учасниками ринку, стратегам слід звернути увагу на те, як ці учасники ринку конкурують за компанію, а сама компанія створює силу їх тяжіння.

Висновки. Суспільство і економіка стикаються зі змінами, які характеризуються більшою складністю, швидкістю, різноманітністю, масштабом, багатомірністю, випадковістю, невизначеністю і непередбачуваністю, новими ризиками і можливостями. І в цьому стрімкому потоці є одна важлива обставина люди не завжди встигають за цими змінами в святі з їх системою цінностей, знань, навичок, компетенцій.

Сьогодні менеджмент зіткнувся з проблемами, пов'язаними з істотними змінами зовнішнього середовища. Наука управління розвивається і ставить перед науковцями нове завдання завдання. Спроби застосувати відомі інструменти, ефективні в минулому, далеко не завжди закінчуються успіхом. Тому потрібен перехід до нового вигляду, новим принципам, новому менеджменту 2.0., який пов'язаний з ціннісно-орієнтованим управлінням (психологією, та духовністю людини, з творчістю тощо).

Список літератури:

1. Друкер П. Бизнес и инновации. М.: Вильямс, 2009. - 432 с.
2. Хэмель Г. Будущее менеджмента / Пер. с англ. В. Мишучков. СПб.; Best Business Book, 2013. - 280 с.

3. Латкин А.Г. Управленческие нововведения. М.: Макс Пресс, 2008. - 134 с.
4. Кузин Д.В. Стратегическое управление смыслами. /Д.В.Кузин // Экономические стратегии / - 2015/ - № 7. - С. 176.
5. Хэмель Г. Манифест лидера. Что действительно важно сейчас. М.: Издательство. «Мани, Иванов и фербер», № 2013. - 302 с.
6. Кузин Д.В. Другой менеджмент. Метафизика современного управления. М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2014. - 312 с.
7. Hamel G., Breen B. The future of Management ю Boston:Harvard Business School Press, 2007. - 255p.
8. Минцберг Г. Менеджмент: Природа и структура организаций глазами гуру. М.: Издательство Альпина, 2008. - 390 с.
9. Салмон Р. Будущее менеджмента. СПб: Издательский дом «Питер», 2004. - 140 с.
10. De Bono. New Thinkingfor thr New Millennium. London Books, 2000, - 95 p.

References (transliterated)

1. Drucker P. Business and Innovation. Moscow: Williams, 2009. - 432 p.
2. Hamel G. The future of management / Trans. With the English. V. Mishuchkov. St. Petersburg; Best Business Book, 2013. - 280 pp.
3. Latkin A.G. Managerial innovations. Moscow: Max Press, 2008. - 134 p.
4. Kuzin D.V. Strategic management of meanings. / D.V. Kuzin // Economic Strategies / - 2015 / - No. 7. - P. 176.
5. Hamel G. Manifesto of the leader. What is really important now. M. : Publishing House. "Mann, Ivanov and Ferber No., 2013. - 302 p.
6. Kuzin D.V. Other management. Metaphysics of modern management. M. : Publishing house of the International University in Moscow, 2014. - 312 p.
7. Hamel G., Breen B. The future of Management Boston: Harvard Business School Press, 2007. - 255p.
8. Mintsberg G. Management: Nature and structure of organizations through the eyes of a guru. Moscow: Alpina Publishing House, 2008. - 390 p.
9. Salmon R. The future of the manager. St. Petersburg: Publishing House "Peter", 2004. - 140 p.
10. De Bono. New Thinkingfor thr New Millennium. London Books, 2000, - 95 p.

Надійшла: 17.03.2016

Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions

Інноваційне управління підприємством в сучасних умовах/ А.Е.Ю.Передрій// Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 24(1246).- С. 40-43 . Бібліогр. 10 назв. – ISSN 2519-4461.

Инновационное управление предприятием в современных условиях/ А.Э.Ю.Передрий// Вестник Национального технического университета "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 24(1246).- С. 40-43 . Библиогр.: 10 названий. – ISSN 2519-4461.

Innovative management of the enterprise in modern conditions / А.Е.У.Передрий// Bulletin of National technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic Sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 24(1246).- P. 40-43 . Bibliogr.: 10 names. – ISSN 2519-4461.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Передрій Андреа Елізабет Юрійвна – асистент кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», м. Харків; тел.: (067)418-66-57; ORCID /0000-0003-0495-9676, e-mail: peredrii8@gmail.com

Передрий Андреа Элизабет Юрьевна – ассистент кафедры организации производства и управления персоналом Национального технического университета «Харьковский политехнический институт», г. Харьков; тел.: (067)418-66-57; ORCID /0000-0003-0495-9676, e-mail: peredrii8@gmail.com

Peredrii Andrea Elizabeth Yurievna - Assistant of the Department of Organization of Production and Personnel Management of the National Technical University "Kharkov Polytechnic Institute", Kharkov; Phone: (067) 418-66-57; ORCID /0000-0003-0495-9676, E mail: peredrii8@gmail.com