

УДК 332.012.23

**ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

*Е.В. Романова, студентка 3 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Г.В. Лапшина,  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная  
сельскохозяйственная академия»*

*Ключевые слова: Инновационный менеджмент, инновационный процесс, конкурентоспособность, инновации*

*Одна из наиболее актуальных проблем российской экономики – повышение конкурентоспособности промышленности за счет ее технологического переоснащения и подъема наукоемких отраслей производства, создающих высокую добавленную стоимость. Поэтому возникает острая необходимость в получении предприятиями доступа к передовым технологиям.*

Научно-технический прогресс, признанный во всем мире в качестве важнейшего фактора экономического развития, все чаще и в западной, и в отечественной литературе связывается с понятием инновационного процесса. Это, как справедливо отметил американский экономист Джеймс Брайт, единственный в своем роде процесс, объединяющий науку, технику, экономику, предпринимательство и управление. Он состоит в получении новшества и простирается от зарождения идеи до ее коммерческой реализации, охватывая, таким образом, весь комплекс отношений: производства, обмена, потребления.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. Инновация может быть рассмотрена как в динамическом, так и в статическом аспекте. В последнем случае инновация представляется как конечный результат научно-производственного цикла (НПЦ).

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.

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.

Оно сравнительно новое понятие для научной общественности и предпринимательских кругов России. Именно в настоящее время Россия переживает бум новаторства. На смену одним формам и методам управления экономикой приходят другие. В этих условиях инновационной деятельностью буквально вынуждены заниматься все организации, все субъекты хозяйствования от государственного уровня управления до вновь созданного общества с ограниченной ответственностью в сфере малого бизнеса.

Общеизвестно, что переход от одного качества к другому требует затрат ресурсов (энергии, времени, финансов и тому подобное). Процесс перевода новшества (новации) в нововведение (инновации) также требует затрат различных ресурсов, основными из которых являются инвестиции и время. В условиях рынка как система экономических отношений купли – продажи товаров, в рамках которой формируются спрос, предложение и цена, основными компонентами инновационной деятельности выступают новшества, инвестиции и нововведения. Новшества формируют рынок новшеств (новаций), инвестиции рынок капитала (инвестиций), нововведения (инновации) рынок чистой конкуренции нововведений. Эти три основных компонента и образуют сферу инновационной деятельности [1].

Под инновациями в широком смысле понимается прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера. Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его использования принято называть жизненным циклом инновации. С учетом последовательности проведения работ жизненный цикл инновации рассматривается как инновационный процесс.

Он связан с созданием, освоением и распространением инноваций. Создатели инновации (новаторы) руководствуются такими крите-

риями, как жизненный цикл изделия и экономическая эффективность. Их стратегия направлена на то, чтобы превзойти конкурентов, создав новшество, которое будет признано уникальным в определенной области. Научно-технические разработки и нововведения выступают как промежуточный результат научно-производственного цикла и по мере практического применения превращаются в научно-технические инновации — конечный результат. Научно - технические разработки и изобретения являются приложением нового знания с целью его практического применения, а научно-технические инновации (НТИ) — это материализация новых идей и знаний, открытий, изобретений и научно-технических разработок в процессе производства с целью их коммерческой реализации для удовлетворения определенных запросов потребителей. Непременными свойствами инновации являются научно - техническая новизна и производственная применимость.

Следовательно, научно-технические инновации должны:

1. обладать новизной;
2. удовлетворять рыночному спросу;
3. приносить прибыль производителю.

Распространение нововведений, как и их создание, является составной частью инновационного процесса [2].

В России вплоть до последнего времени инновационная деятельность осуществлялась исключительно в крупных государственных учреждениях, управляемых посредством волевых решений бюджетного финансирования и планирования, но без учета особенностей и закономерностей самого инновационного процесса.

В настоящее время технический прогресс «дорожает», так как требует создания и применения все более дорогостоящих станков, линий, роботов, средств компьютерного управления; повышенных расходов на экологическую защиту. Все это отражает на увеличении доли затрат на амортизацию и обслуживание применяемых основных фондов в себестоимости продукции.

Тем не менее, конкурентоспособность фирмы или предприятия, их способность удержаться на рынке товаров и услуг зависит, в первую очередь, от восприимчивости производителей товаров к новинкам техники и технологии, позволяющим обеспечить выпуск и реализацию высококачественных товаров при наиболее эффективном использовании материальных ресурсов.

Создатели инновации (новаторы) руководствуются такими критериями, как жизненный цикл изделия и экономическая эффективность.

Их стратегия направлена на то, чтобы превзойти конкурентов,

создав новшество, которое будет признано уникальным в определенной области.

Эффект от использования инноваций зависит от учитываемых результатов и затрат. Определяют экономический, научно-технический, финансовый, ресурсный, социальный и экономический эффект.

### **Библиографический список:**

1. Друкер, Питер Фердинанд, Бизнес и инновации. — М.: «Вильямс», 2007. — С. 432;
2. Гершман М. А. Инновационный менеджмент. — М.: Маркет ДС, 2008. — 200 с.

## **INNOVATIVE MANAGEMENT**

*Romanova E.V., Lapshina G.V.*

*Key words: Innovative management, innovative process, competitiveness, innovations*

*One of the most actual problems of the Russian economy – increase of competitiveness of the industry at the expense of its technological re-equipment and the lifting of the knowledge-intensive branches of the production creating high added cost. Therefore there is an urgent need in receiving by the enterprises of access to advanced technologies.*

**УДК 339.318**

### **«ПРОГРАММНО – ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ»**

*Н.Г. Руденко, студентка 4 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Т.Ю. Сушкова, доктор экономических наук,  
профессор кафедры «Экономика и управление на предприятиях АПК»  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная  
сельскохозяйственная академия имени П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** программа, государственная поддержка, развитие сельских территорий, регион.

*В Ульяновской области и, особенно в сельской местности, на-*