

УДК 005.591.6

Е. Г. Хмельченко

ТЕХНОЛОГИИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В КОМПЛЕКСНУЮ СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аннотация. В современных условиях жесткой конкуренции между производителями товаров и услуг первостепенной становится проблема внедрения инноваций, создание новых видов продукции и услуг, совершенствование технологий и форм организации производства.

Ключевые слова: инновация, процесс внедрения инноваций, инкубатор идей, проект, команда проекта.

Elena Hmelchenko

INNOVATION IMPLEMENTATION TECHNOLOGIES IN INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE

Annotation. In the current conditions of tough competition between producers of goods and services, the problem of introducing innovations, creating new types of products and services, improving the technologies and forms of organization of production becomes paramount.

Keywords: innovation, innovation implementation process, incubator of ideas, project, project team.

Бизнес XXI в. имеет широкие возможности для реализации новых идей [3]. Однако реалии сегодняшнего времени ставят компании перед лицом ряда трудностей. Каждый день на рынке появляются новые товары, потребители становятся все искушенней, количество конкурентов стремительно растет [7].

Если организация хочет приумножить свою прибыль, сохранить и упрочнить свою позицию на рынке, быть успешной и прогрессивной, ей не обойтись без внедрения инноваций. Именно инновации являются ключевым фактором, позволяющим занять лидирующие позиции в бизнесе [5]. Инновации должны пронизывать компанию и охватывать всю ее деятельность: процессы, стратегии, новые продукты, услуги, каналы сбыта и рынки [1].

Известно, что любая инновация не возникает спонтанно, она появляется в результате целенаправленного действия достаточно большого количества факторов [10]. Так что есть инновация? Если попросить обычного человека привести пример, то в большинстве случаев вы услышите слова «ай-пэд», «андроид», «айфон», но инновации – не только высокие технологии. Прежде всего, это ответ на неудобства, выдвижение новых идей и воплощение их в жизнь.

Существует три вида инноваций – инновации продукта, процесса, стратегии:

– *инновации продукта* или услуги являются реализацией на практике нового способа решения проблемы покупателя, что приносит выгоду как покупателю, так и компании, внедрившей инновацию;

– *инновации процесса* обеспечивают рост прибыльности, сокращают затраты, повышают производительность труда и заработной плату персонала. Ее особенностью является тот факт, что она чаще всего осуществляется внутри компаний и не видна потребителю. Для организаций инновация процесса предполагает внедрение новых методов производства, которые позволяют оптимизировать внутренние процессы, сократить издержки, уменьшить сроки разработки, производства и доставки продукции. Инновация процесса всегда останется наиболее важной для роста, по той простой причине, что без совершенствования процесса невозможно внедрить инновацию продукта или стратегии;

– *инновации стратегии* заключаются в поиске новых методов создания ценностей для потребителей с тем, чтобы повысить ценность продуктов, сформировать новые рынки и новые группы потребителей для компании [8]. В отличие от инноваций процесса, где все изменения происходят внутри организации, инновации стратегии затрагивают непосредственно потребителя [6].

Стратегическая инновация дает новые подходы к маркетингу и рекламе предлагаемых продуктов и услуг, приводит к внедрению новых методов продаж, к совершенствованию обслуживания клиентов. Например, ситуация, когда торговая фирма собирается дополнительно продавать свои товары через Интернет. Стратегическая инновация включает в себя: услуги, создающие новую добавленную стоимость [2], новые методы распределения и сбыта, выход на новые рынки, новые бизнес-модели, создание новых рынков.

В теории менеджмента существует фраза: «Управлять – значит делать вещи правильно, а руководить – значит делать правильные вещи». Для внедрения инноваций существует те самые правильные вещи, которые позволят из инновационной идеи создать продукт, который принесет выгоду и новый виток в развитии компании.

Существует пять наиболее важных стратегических аспектов руководства инновациями:

1. Разработка и внедрение инновационной стратегии [4].
2. Распределение ответственности за проведение инновации.
3. Распределение ресурсов и оценка уровней риска.
4. Создание системы показателей для оценки инновации.
5. Вознаграждение за инновацию.

В первую очередь необходимо создать собственный подход к инновации, в каждой компании существует своя специфика и для того, чтобы проект стал успешным, необходимо учитывать все факторы [9]. Кроме того, необходимо оценить, сколько ресурсов необходимо потратить для внедрения данного проекта.

Один из самых важных шагов – определение инновационной команды. На этих сотрудников ложится задача по планированию и реализации всех шагов проекта, и преодолению организационных барьеров препятствующим инновациям. Рассмотрим пример внедрения инновационного проекта (Star Trek InnovAction) в международной компании. По распоряжению руководства из головного офиса организации было принято решение сформировать инновационную команду, которая будет отвечать за внедрение проекта Star Trek InnovAction в российском филиале. В ее состав входят 5 человек, в числе которых: руководитель проекта, лидер по коммуникациям, креативный лидер и координатор проекта. Их главными задачами является создание условий для внедрения инновационных проектов компании и построение корпоративной культуры, в которой инновационность является базисной ценностью.

Одним из основных факторов влияния научно-технического прогресса на все сферы деятельности человека является широкое использование новых информационных технологий [11].

Для решения первой задачи команда проекта создала инструмент – «Инкубатор идей» на базе корпоративного ресурса Intranet. С его помощью любой сотрудник компании может подать свою идею, посмотреть предложения коллег, обменяться мнениями по поводу любой идеи. Инкубатор является онлайн ресурсом и имеет легкий и удобный в использовании интерфейс.

В структуре Инкубатора были выделены 10 категорий – те направления работы компании, в которых сотрудники могут предлагать свои инновационные идеи. Команда проекта не ограничивала «Инкубатор» узкими категориями. Сотрудники могут размещать любые идеи, как по улучшению существующих процессов, оптимизации процедур, так и новые идеи, направленные на развитие бизнеса и увеличения продаж. Для этого достаточно пройти по ссылке Intranet выбрать категорию, создать новую идею и кратко описать ее суть. Команда проекта предусмотрела, что простого размещения

предложений в «Инкубаторе» не достаточно. Для того чтобы идеи впоследствии стали инновационными проектами и были внедрены, необходимо было создать простую и понятную систему отбора и оценки. Главной отличительной особенностью этого процесса является принцип прозрачности.

Итак, существует несколько ступеней оценки каждой идеи.

Первый этап – общее голосование. Любой сотрудник компании может поставить Like понравившейся идее и добавить свой комментарий. Эта опция позволила с легкостью определить, какие идеи популярны среди сотрудников компании, и установить первоочередность второго этапа оценки.

Второй этап – анализ идеи командой проекта. Все заявки, которые размещены в «Инкубатор» можно разделить на три вида: идеи быстрые для реализации («быстрые победы»), потенциальные проекты и идеи, требующие доработки (см. рис. 1).

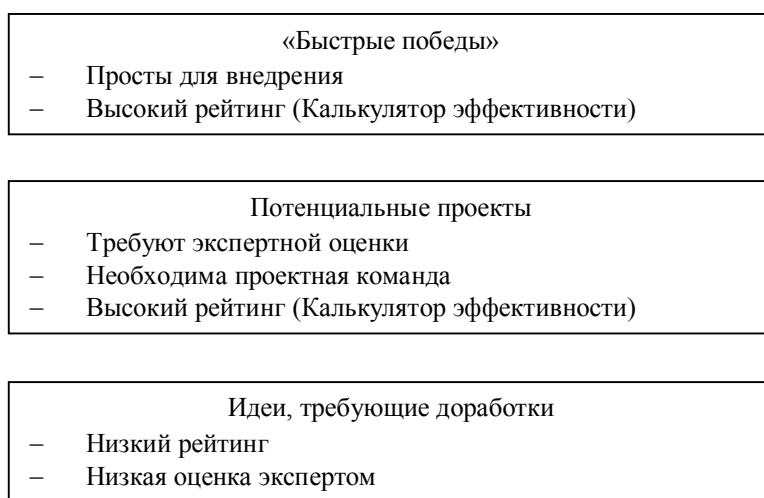


Рис. 1. Классификация идей в Инкубаторе

Для того чтобы определить первичный потенциал идеи было принято решение создать «Калькулятор эффективности». В его состав входят базовые критерии оценки потенциала, такие как время, деньги, сотрудники (см. табл. 1).

Таблица 1

Калькулятор эффективности

Название	Время	Деньги руб.	Сотрудники	Рейтинг	Итого баллов
Идея 1	8 недель	3000	2 чел.	400 Likes	8,75
Идея 2	24 недели	> 50000	5 чел.	50 Likes	5,20

Проектная команда вносит приблизительные показатели в «Калькулятор эффективности», автоматически заложенная формула выводит итоговый балл. Это своего рода предварительный просчет того, сколько затрат потребуется для реализации инновационного проекта. Если идея набирает низкий балл эффективности, это означает, что затраты на реализацию нецелесообразны, такой заявке присваивается категория «идея, требующая доработки». Но если она набирает 8 баллов, это дает право проектной команде отнести идею к «быстрым победам» или к «потенциальным проектам».

Именно последние две категории имеют высокий потенциал, различие состоит в необходимости получения дополнительной экспертной оценки для «потенциальных проектов» и создания команды для внедрения.

Некоторые идеи сложны по своему содержанию и затрагивают разные аспекты деятельности компании. Для того чтобы оценить потенциал необходимо просчитать риски и выявить возможные ограничения с учетом политик и процедур компании. Именно поэтому, для получения более подробного анализа команда проекта привлекает экспертов в той или иной области (см. рис. 2).

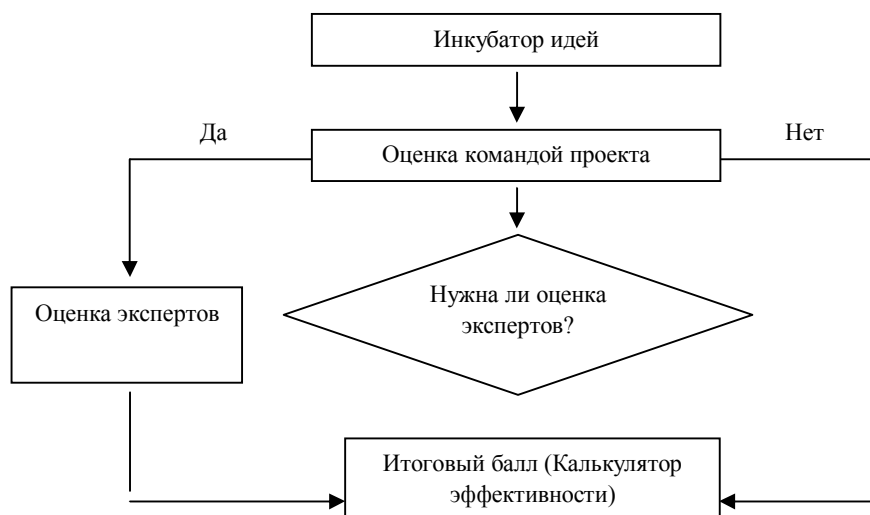


Рис. 2. Схема оценки идеи

На протяжении всего процесса анализа идей «Инкубатора» проектная команда информирует авторов идей и обновляет статусы в системе, что позволяет исключить появление информационного вакуума и обеспечивает реализацию принципа прозрачности процесса.

Таким образом, основываясь на данном примере можно сделать вывод, что внедрение инновационного проекта – это комплекс мер и весьма долгий и сложный процесс. Необходимо учитывать большое количество факторов, нужно быть готовым выделить ресурсы и продумать четкий план действий. Но стоит понимать, что результат может превзойти все ожидания. Ведь инновация в XXI в. является ключевым двигателем прогресса и обеспечивает успешность деятельности компании.

Библиографический список

1. Антипов, С. В. Инновационные преобразования в реализации социально значимых программ в городе Москве / С. В. Антипов, Н. Н. Мусинова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 8. – С. 82–86.
2. Зуденкова, С. А. Систематизация существующих инструментов прямого государственного регулирования сферы услуг / С. А. Зуденкова // Сервис plus. – 2013. – № 3. – С. 72–78.
3. Инновация XXI века [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zadocs.ru/matematika/25859/index.html?page=3> (дата обращения : 25.03.2017).
4. Милькина, И. В. Анализ институтов развития в системе поддержки инновационной деятельности в регионах и муниципальных образованиях / И. В. Милькина // Наука. Инновации. Образование. – 2016. – № 2(20). – С. 61–84.
5. Милькина, И. В. Практические аспекты стимулирования предпринимательской деятельности в инновационной сфере муниципальных образований / И. В. Милькина // Муниципальная академия. – 2016. – № 1. – С. 87–93.
6. Московская финансово-промышленная академия. Лекции. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://gendocs.ru/v13803/%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%B8_-_%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD

%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82 (дата обращения : 25.03.2017).

7. Сибиряев, А. С. Система государственного управления инновационной политикой в России и за рубежом / А. С. Сибиряев // Вестник Московского государственного областного гуманитарного института. Серия: История, философия, политология, право. – 2015. – Т. 1. – № 1-1(2015). – С. 11.
8. Тип 3: инновация стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mybiblioteka.su/tom2/9-26722.html> (дата обращения : 27.03.2017).
9. Убушаева, Б. Г. Интеграция инновационных предприятий и субъектов Российской Федерации в мировую экономику как механизм инновационного развития / Б. Г. Убушаева // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2011. – № 11. – С. 172–175.
10. Хмельченко, Е. Г. Интеллектуальный капитал – основа развития экономики и инновационных процессов в РФ / Е. Г. Хмельченко // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2014. – № 16. – С. 246–248.
11. Хмельченко, Е. Г. Информационные технологии управления жилищно-коммунальной сферой / Е. Г. Хмельченко // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2011. – № 20. – С. 124–128.