

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: НОВЫЙ ВЗГЛЯД¹

*Е.В. БОНДАРЕНКО, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет
e-mail: elenavbondarenko28@gmail.com*

Аннотация

Необходимость внедрения инноваций неоспорима. Управление инновациями — сложный процесс, требующий глубоких знаний. В рецензируемом учебном пособии² раскрыты теоретические и практические аспекты управления инновациями. Рассмотрены вопросы теории инноваций, основы управления инновационными проектами, интеллектуальной собственности в инновационном менеджменте, оценка эффективности инновационного проекта, понятийный аппарат. В каждой главе представлены контрольные вопросы и задания и тест на проверку усвоения рассмотренного материала.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, организация, инновации, управление инновационными проектами, интеллектуальная собственность, промышленная собственность, маркетинг инноваций, эффективность инновационного проекта.

DOI: 10.31429/2224042X_2022_68_80

Успех любого бизнес-начинания невозможен без грамотного управления. Умение составить адекватный экономическим условиям план развития, контролировать его выполнение, вовремя выявить возникшие трудности и разработать способы их преодоления — задача каждого менеджера. Особое значение вопросы управления имеют в сфере инноваций — подверженных риску, требующих моментальной реакции на изменения внешней и внутренней среды. Именно инновации выступают тем рычагом, который способен дать мощный толчок продолжительному развитию организации. Вызовы, стоящие перед государством, экономикой, обществом, наглядно демонстрируют необходимость сме-

ны парадигмы ведения бизнеса. Управление инновациями требует особого внимания со стороны собственников и менеджмента компании. Сложность управления инновациями обусловлена многими факторами — неопределенность результата, длительность инновационного проекта, его высокая стоимость. Текущие условия функционирования экономики требуют от предпринимателей взвешенного подхода к ведению бизнеса.

Однако практика невозможна без теории. По тематике инновационного менеджмента написано множество учебников и учебных пособий. По нашему мнению, описываемое учебное пособие, предназначенное для студентов вузов по направлению «Менеджмент», привносит новый взгляд на вопросы инновационного менеджмента.

Изучение учебного пособия «Инновационный менеджмент» (автор — кандидат экономических наук, доцент Ю.Н. Александрин) позволит студентам, равно как и всем желающим, получить достаточно глубокие знания в области управления инновациями. В частности, рассмотрена роль инноваций в развитии экономики, описаны подходы к управлению инновационными проектами и оценки их эффективности, раскрыты аспекты инфраструктуры инноваций, освещены вопросы интеллектуальной и промышленной собственности, уделено внимание маркетингу инноваций.

Остановимся подробнее на содержании учебного пособия. Автор знакомит читателя с историей развития методологических основ инновационного менеджмента, что закладывает фундамент для дальнейшего изучения.

¹Рецензия на учебное пособие Ю.Н. Александрина «Инновационный менеджмент».

²Александрин Ю.Н. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2022.

Приведены основные факторы, влияющие на сокращение инновационного цикла, что позволяет оптимизировать инновационную деятельность предприятия. Большое внимание уделено описанию особенностей модели инновационной экономики, подробно описана классификация инноваций.

Раскрыв теорию инноваций, автор переходит к более практическим вопросам — в частности, к основам управления инновационным проектом и в дальнейшем — оценке его эффективности. Описаны отличия инновационного проекта от инвестиционного, что дает возможность читателю лучше понять специфику инновационной деятельности. В учебном пособии представлено детальное описание содержания каждого этапа инновационного проекта, позволяющее глубоко вникнуть в суть инновационной деятельности. Особо следует отметить главу, посвященную структуре и содержанию бизнес-плана инновационного проекта. Структура бизнес-плана представлена в соответствии с общепризнанным стандартом UNIDO. Детальное описание каждого раздела бизнес-плана позволит избежать многих ошибок при его дальнейшем составлении.

Автор уделяет значительное внимание оценке эффективности инновационного проекта. Ошибки, допущенные разработчиками проекта на этом этапе, приведут к значительным потерям в будущем, вплоть до закрытия проекта без вывода инновационного товара на рынок. Описаны методы и принципы оценки эффективности инновационного проекта. Автор уделяет большое внимание показателям эффективности инновационного проекта.

Ю.Н. Александрин очень подробно описывает инфраструктуру, которая обеспечивает инновационную активность хозяйствующих субъектов. Рассмотрены три направления — имущественная, финансовая и информационная инфраструктура. Автор раскрывает преимущества и недостатки элементов, входящих в состав указанных направлений. Интересным для читателя будет глубокий исторический экскурс, представляющий этапы станов-

ления отдельных элементов инновационной инфраструктуры.

Кроме того, автор описывает основы интеллектуальной собственности в инновационном менеджменте. Выделены два типа объектов интеллектуальной собственности — объекты промышленной собственности и объекты авторского права. Подробно рассматриваются особенности таких объектов промышленной собственности, как изобретение, ноу-хау, полезные модели, промышленный образец, топология интегральных микросхем, товарные знаки и знаки обслуживания, географическое указание и наименование места происхождения товара. Отдельно рассмотрена система патентования объектов промышленной собственности. Также автор знакомит читателей с процедурой получения патента в Российской Федерации.

Глава 6 посвящена рынку объектов промышленной собственности в РФ. Раскрываются специфика указанного рынка, затем автор переходит к видам лицензионных договоров, подробно их описывая, значительное внимание уделяет оценке стоимости объектов промышленной собственности в лицензионных договорах. Рассмотрены факторы, повышающие и понижающие цену лицензий.

В гл. 7 автор переходит к маркетингу инноваций. Маркетинговые исследования важны для всех направлений экономической деятельности, но особую роль играют в инновационной сфере. В учебном пособии раскрыты два подхода к проведению маркетинговых исследований — технический (инженерный) и маркетинговый. Помимо этого автор описывает отличительные черты стратегического и оперативного маркетинга в инновационной деятельности. Представленная информация об особенностях стратегического маркетинга в инновационной деятельности позволит читателям избежать ошибок при формировании соответствующей стратегии, а раскрытие ключевых направлений оперативного маркетинга — не только выстроить надлежащую политику достижения стратегических целей, но и своевременно отреагировать на текущие изменения. Заслуживают

отдельного внимания выводы автора об особенностях маркетинговых мероприятий в зависимости от жизненного цикла инновационного товара. Описание различных стратегий проникновения инновационного товара на рынок позволит читателям выбрать для себя оптимальную в зависимости от условий и целей деятельности.

В учебном пособии приведены таблицы, рисунки, которые упрощают восприятие и понимание представленной информации. Каждый раздел проиллюстрирован практическими примерами, которые подтверждают выводы автора. Статистическая информация, а в соответствующих разделах — формулы расчета определенных показателей, позволит читателю глубже вникнуть в суть представленной информации.

Учебное пособие, помимо теоретических аспектов, содержит контрольные вопросы, тесты (задачи) по каждому рассмотренному разделу, что дает возможность проверить степень усвоения информации. Весьма полезным для читателей будет глоссарий.

Внимательное изучение учебного пособия позволит овладеть знаниями в области стандартов инновационной деятельности, особенностей инновационного процесса, содержания бизнес-планов инновационной деятельности, интеллектуальной собственности, содержания этапов инновационного проекта и оценке его эффективности, а также особенностях маркетинга в инновационной сфере. Полученные теоретические знания дадут возможность разрабатывать соответствующие бизнес-планы, стратегии развития инновационной компании и текущие планы реализации принятой стратегии, корректно определять сегмент позиционирования инновационного продукта.

Следует отметить, что при подготовке учебного пособия было изучено значительное количество специальной литературы, как отечественной, так и зарубежной.

Предлагаемое издание соответствует требованиям ФГОС, имеет не только теоретическую значимость — оно будет полезно широкому кругу читателей, включая субъектов инновационной деятельности.