

2. Политика управления персоналом ОАО «ЛУКОЙЛ». Режим доступа: http://www.lukoil.ru/static_6_5id_261_.html3.

3. Социальный кодекс ОАО «ЛУКОЙЛ». Режим доступа: http://www.lukoil.ru/materials/doc/LUKOIL-HR_Policy.pdf

*С.А. Андрианова, А.Д. Тазиев**

КУДА ВЕДЕТ МЕНЕДЖМЕНТ ИЛИ БУДУЩЕЕ МЕНЕДЖМЕНТА ЗА ИННОВАЦИЯМИ

Сегодня менеджмент столкнулся с проблемами, связанными с существенным влиянием внешней среды, организациям приходится работать в условиях непрерывных изменений и растущей взаимозависимости, встраиваться в поток креативного развития и своевременно меняться, чтобы удержаться на плаву, искать пути стимулирования сотрудников к проявлению инициативы и творчества, стараться учитывать интересы все большего числа заинтересованных сторон.

Менеджмент, прежде чем дойти до нас таким, какой он сейчас многое прошел в своей структуре. Но до сих пор многие предприятия используют опыт «поколений», чтобы выйти из той или иной ситуации, но правильно ли перенимать только накопленные знания и не идти вперед. И здесь возникает «проблема» информации, знания. Знание становится товаром и становится сложнее выделиться среди других. Резко ускорилось старение знаний, и обладание ими не становится надолго конкурентными преимуществами, а также имеет место период полураспада знаний, который говорит о том, что все распространяется очень быстро, от более изобретательных к менее, от прогрессивных компаний к отстающим. И тем самым, становится важно не то знание которым вы обладаете, а насколько быстро вы можете

* © Андрианова С.А., Тазиев А.Д., 2012

создать свое уникальное знание, как быстро вы можете его обновить, ведь его устаревание происходит каждые 3-5 лет. А чтобы быть конкурентоспособным необходимо постоянно создавать, генерировать и обновлять свои знания. Тогда конкуренция вам не страшна, так как вашу идею никто не сможет украсть. Смогут позаимствовать, но пока научатся использовать, вы уже успеете придумать столько нового, что вас снова придется догонять [1].

Также важными являются не только знания, но и скорость, быстрота реакции, ведь в современном бизнесе побеждает тот, кто вовремя спохватился и правильно реализовал информацию для своего дела. Понятно, что в условиях жесткой конкуренции оперативность принятия решений необходимо для успешного и стабильного развития компании. Высокая скорость принятия решений очень важна, поскольку промедление в этом вопросе зачастую обходится компании в миллионы рублей, в том числе за счет упущенных возможностей бизнеса. Билл Гейтс, величайший бизнесмен и стратег нашего века выразил мысль, что бизнес должен совершаться со скоростью мысли. Конечно, необдуманных, не взвешенных решений тоже лучше не принимать, но если минусов у идеи мало, так почему же медлить. Если Вы не реализуете свою идею, ее реализует кто-либо еще, так как мысль не всегда оригинальна, а логически думающих людей в мире хватает. Одним из основных способов увеличения скорости принятия управленческих решений является внедрение инновационных методов и технологий.

Таким образом, можно выделить три основных принципа управления для инновационной организации:

1. Инновации должны формально стать частью процесса стратегического планирования. Благодаря этому инновации можно не только стимулировать, но также управлять ими, отслеживать и измерять их — это ключевой элемент стратегии, ориентированной на рост.
2. Менеджеры могут более эффективно применять имеющиеся (и часто вообще неиспользуемые) возможности для инноваций, не внедряя новые программы изменений, отрицательно влияющие на

привычный ход работы, а создавая условия для появления и динамичного развития инновационных сетей.

3. Менеджеры могут принять четкие меры, позволяющие поощрять культуру инноваций, основанную на доверии сотрудников. В такой культуре люди понимают, что их идеи воспринимаются и ценятся, что они могут безопасно высказывать свои соображения и вместе с руководством вырабатывать пути решения проблем. Подобная атмосфера может оказаться куда эффективнее денежного стимулирования инноваций.

Полный список необходимых мер не исчерпывается этими шагами. Но, если учесть, что время и средства на внедрение инноваций ограничены, а положительные результаты нужны уже в краткосрочной перспективе, внедрение инновационной системы опирается на имеющийся человеческий капитал и ресурсы. Эти три принципа могут стать отправной точкой, и опора на них позволит более успешно стимулировать и воспроизводить инновации в самой важной области среди сотрудников компании [2].

Как минимум – надо достаточно регулярно обновлять знания организации во всех ключевых сферах деятельности. Для этого надо отслеживать все эти новинки на внешнем рынке знаний. Как максимум – научить самим создавать эти знания, новые методы работы.

Библиографический список

1. Гэри Хэмел, Во главе революции, пер. с англ. Мишучков В., 1-е издание, 2007 г.,- с. 368.

2. ООО “Бренд Девелопмент Групп” – “Мы – за инновации!”, [Электронный ресурс]: http://b-d-g.ru/news/ooo_brend_development_grupp_mji_za_innovazhii.php