



## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС КАК ТОЛЧОК К РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

А.В. Захаров, студент магистратуры 1-го курса ИФЭМ ФГБОУ ВО  
«Калининградский государственный технический университет»  
Р.Ш. Хаджаев, д-р экон. наук, проф. БФУ им. И. Канта

В данной статье раскрывается понятие и суть инновационного менеджмента. Определяется его роль в деятельности коммерческих фирм в период кризиса и дана авторская редакция этого понятия. Оценивается роль руководителя коммерческой фирмы в кризисной ситуации.

*инновации, инновационный менеджмент, маркетинг, коммерческая фирма, экономика, кризис, руководитель, бизнес, риски*

Экономика стран мира развивается по цикличной системе. Другими словами, в определенный период времени происходит спад и подъем, т. е. это является неизбежным процессом. В настоящее время Россия, наряду с другими странами, переживает период спада. Спады и подъемы, как правило, резкие по своему характеру.

Нынешний экономический кризис носит долговременный характер, при котором рост, по сравнению со спадом, практически незаметен. Конечные причины данного явления до конца не установлены.

Так что же подразумевает понятие «кризис»? Ознакомившись с трудами ученых И.К. Ларионова, В.В. Глухова, Р.А. Попова и других авторов, можно сказать, что экономический кризис (др. - греч. Krisis - поворотный пункт. В Китае слово «кризис» имеет два иероглифа «опасность» и «возможность») представляет собой глубокие нарушения в экономической деятельности. Главным проявлением кризиса является систематическое, массовое накопление долгов и невозможность их погашения в кратчайшие сроки. Причину возникновения зачастую усматривают в нарушении баланса между спросом и предложением на товары и услуги.

По видам кризис обычно разделяют на кризис недопроизводства (дефицит) и кризис перепроизводства.

Первый, зачастую, возникает по внеэкономическим причинам и связан со сбоем обычного хода (экономического) воспроизводства в силу воздействия каких-либо политических событий (вето, санкций, военных действий и т.п.) и стихийных катаклизмов.

При кризисе перепроизводства отмечается наличие огромного количества товаров, превышающего спрос потребителей. Чаще всего он происходит из-за не выявления совокупного спроса и недопустимости в условиях свободного рынка планирования совокупного производства. В конечном счете, для производителя неизвестно, сколько и чего необходимо рынку.

Экономические кризисы в большинстве случаев вызывают глубокие макроэкономические осложнения стран (регионов), приводящие к нарушениям макроэкономической стабильности, прежде всего к инфляции и безработице.

В природе бытуют различные виды циклов: технологические, инвестиционные, промышленные, сельскохозяйственные.

Технологические циклы длятся около 10 лет. В период данных циклов осуществляется обширная реновация основных технологий. Эти циклы получили наименование циклов Кузнеця.

Инвестиционные циклы сопряжены со строительным производством. Инвестиционный цикл состоит из четырех фаз:

- 1) подготовительная (накопление ресурсов);
- 2) строительство;
- 3) отделочные работы;
- 4) пуско-наладочные работы.

В СССР такой цикл в силу с порочной практики распыления капиталовложений обычно длился 10-12 лет. Это в три-четыре раза длилнее, чем в промышленно развитых странах Запада с рыночной экономикой.

Промышленные (экономические) циклы - типичны для государств с рыночной экономикой, и являются более обстоятельно изученной экономической наукой формой движения национальных экономик и мировой экономики в целом.

Сельскохозяйственным циклам присуща ритмичность двоякого рода:

во-первых, сезонная - время сеять и время убирать урожай;

во-вторых, биологическая. Скажем, груша плодоносит циклично, но в земледелии после нескольких активных лет наступает год спада.

Фазы экономических циклов наглядно представлены на рис. 1.

На графике, приведенном на рис. 2, указан индекс РТС за всю историю существования Московской биржи, показывающий историю кризисов в нашей стране за последние 25 лет.



Рисунок 1 - Фазы экономического цикла

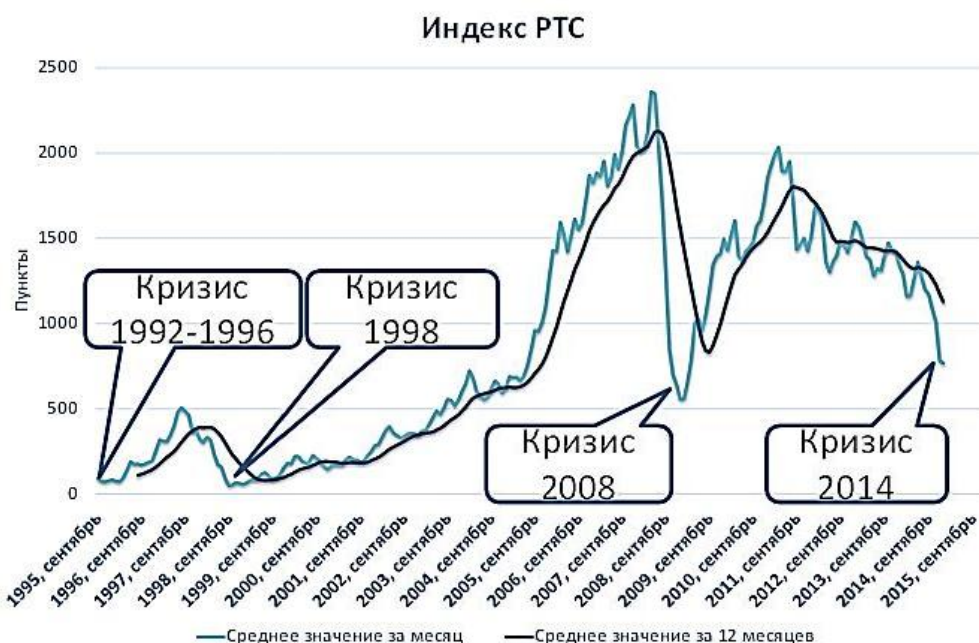


Рисунок 2 - Индекс РТС

Уже сейчас можно говорить о достаточно серьезных изменениях в потребительском поведении населения, произошедших в ответ на неблагоприятную экономическую динамику. В целом, объем розничного товарооборота России в апреле 2015 г. сократился до 90,2 % от прошлогодних показателей (в млрд. руб. в сопоставимых ценах). В группе продовольственных товаров наибольшие потери в объеме реализации статистика фиксирует в отношении таких продуктов, как сахар (минус 19,3 % к показателю в 1-го квартале 2014 г.) и крупы (минус 19,5 %), а также свежие овощи (минус 15,9 %), фрукты (минус 11,3 %), рыба и морепродукты (минус 11,3 %). Если динамику по первым двум из них определило ажиотажное потребление «впрок» на фоне обесценивания рубля в конце 2014 г., то существенное сокращение оборота по свежим продуктам и незначительный, но все же рост доли расходов на хлеб в структуре продаж свидетельствуют о том, что население перешло к режиму экономии на продуктах питания. Тот же тезис подтверждают и данные по обороту непродовольственных товаров, среди которых особенно заметно упала доля расходов на дорогостоящие товары длительного пользования – бытовую и аудиотехнику, легковые автомобили. Так, например, по телевизорам в 1-м квартале 2015 г. продажи в сопоставимых ценах по сравнению с аналогичным периодом прошлого года упали до 75,5 %. Очевидно, часть населения обновила эти товары в ноябре-декабре 2014 г. в период ужесточения кризиса, а остальные временно отложили столь крупные покупки.

В современной экономике инновационные идеи, новые продукты и высокие технологии, а также новейшие стратегические управленческие решения позволяют бизнесу завоевывать конкурентные позиции, обеспечивать его выживание и финансовую устойчивость. При этом стратегия и тактика развития инновационно-производственного сектора ставят новые условия для организации и содержания управленческой деятельности. Появляется необходимость формирования и развития инновационного менеджмента. Инновационный менеджмент, осуществляемый на предприятиях в различных отраслях народного хозяйства, должен охватывать все стадии инновационного процесса, начиная с зарождения инновационной идеи, маркетингового исследования инновации и до ее масштабного распространения в народном хозяйстве [1].

Собственно, что же такое инновационный менеджмент? Раскроем понятие и его суть.

Изучив материалы Википедии, труды таких авторов, как И.П. Степанова, Т.Ф. Палей и других, авторы статьи сделали вывод, что инновационный менеджмент - это разновидность направления стратегического менеджмента, в котором организован упорядоченный и взаимозависимый комплекс действий, направленный на достижение и поддержание нужного уровня жизнедеятельности фирмы, с помощью механизмов управления инновационными процессами.

Суть инновационного менеджмента заключается в управлении изменениями, ведущими в конечном счете к росту конкурентоспособности организации и её продукции, управлению развитием с помощью инноваций.

Макроэкономическая нестабильность в стране, а вместе с ней и возрастающий риск подталкивает инвесторов работать с проектами, которые обещают быструю отдачу капитала. Важная роль при внедрении инноваций отводится иностранным инвестициям.

Таким образом, необходимо отметить, что прямые иностранные инвестиции обеспечивают конкурентоспособность и экономический рост не только предприятия, но и страны в целом. Иностранные инвесторы здесь выступают не только в качестве источника финансирования, но и как «прародитель» более высоких технологий в производстве, менеджменте и других областях. Тем не менее, привлечение иностранных инвестиций – трудно решаемая задача, которая значительно обострилась в текущее время. И сложность тут заключается, прежде всего, в отсутствии благоприятного инвестиционного климата, а именно политической и экономической нестабильности в мире, что, как следствие, приводит к неуверенности иностранного инвестора в обеспечении защиты его финансовых интересов.

Однако необходимо учитывать то, что «если темп прироста выручки от инновационных проектов выше темпов прироста инфляции, наблюдается рост внедрения инноваций в производство» [2]. На сегодняшний день инновация в мире – это не модная тенденция, а необходимость сохранения конкурентоспособности и востребованности на рынке. Эти и многие другие моменты оставляют проблему внедрения новых технологий и техники на предприятии одной из важнейших и актуальных в наше время.

Основной целью от внедрения инноваций остается получение положительного результата; расширение и привлечение новых лиц в клиентскую базу, рост прибыли организации и ее рентабельности, высокая конкурентоспособность предприятия.

Поэтому, чтобы снизить нежелательные риски, с которыми сталкивается предприятие, а также привлеченные инвесторы, необходимо провести комплекс мероприятий, а именно:

- научно-исследовательские работы по разработке инновации;
- лабораторные исследования, позволяющие создать утвержденный образец нового вида продукта, технологии или техники;
- подборка наилучших видов материала (сырья) по соотношению «цена - качество», которые способны соответствовать требованиям, предъявляемым к инновации;
- проведение маркетинговых наблюдений и исследований по продвижению инновации в своем регионе, по стране в целом и за рубежом.

Основные недочеты в работе по внедрению инноваций, приводящие к серьезным рискам, неэффективности инновации и неудачи с выводением нового продукта, заключаются в следующем:

- неполноценный анализ возможностей предприятия как с производственной точки зрения, так и с финансовой;
- неполноценный анализ работы конкурентов и степени роста перспектив развития рынка;
- непрофессиональный маркетинг [3].

Система управления предприятием состоит из управляющей и управляемой подсистем. В качестве управляющей подсистемы выступает организационная структура управления, а управляемой - производственная структура предприятия. В современных условиях, т. е. в условиях экономического кризиса, в целях выживания и дальнейшего развития многие фирмы вынуждены проводить реструктуризацию производства. Процесс реструктуризации связан с необходимостью совершенствования организационной структуры управления предприятием.

С одной стороны, здесь следует учитывать, насколько новая структура будет обеспечивать достижение фирмой результатов, соответствующих поставленным перед ней производственно-хозяйственным целям, с другой – насколько её внутреннее построение и процессы функционирования будут адекватны объективным требованиям к их содержанию, организации и свойствам.

Конечным критерием эффективности при сравнении различных вариантов организационной структуры является наиболее полное и устойчивое достижение целей.

Причины для оптимизации организационной структуры различны. Это может быть самое распространенное увеличение расходов в связи с чрезмерным количеством персонала, персонал не эффективно использует свое рабочее время и т.д. Снижение показателей деятельности компании – один из результатов кризиса. Что может сделать руководитель, чтобы держать прибыли на докризисном или близком к нему уровне? Самый распространенный и легкий способ – снижение затрат на персонал.

Варианты этого могут быть следующие:

- уменьшение фонда заработной платы, но одновременно повышение нематериального стимулирования;

- если наш продукт не является продуктом первой необходимости то скорее всего спрос на него во время сложной экономической ситуации снизится, соответственно необходимо и уменьшение объемов производства (соответственно и сокращение персонала);

- также, если объемы производства сокращаются, сокращаются и поставки сырья, возможно, даже ликвидируются какие-то дополнительные мощности (цеха);

- возможно уменьшение нагрузки на бухгалтерию, что, в свою очередь, будет иметь смысл воспользоваться аутсорсинговыми услугами.

Новое мышление необходимо и в области подготовки менеджеров. В переходных условиях в их обязанности должны входить не только руководство финансами, рынками и продукцией, но и ответственность за инновационную деятельность предприятия.

В связи с этим роль руководителя или, как его еще можно назвать, топ-менеджера очень велика.

В значительной мере неудачи малых коммерческих фирм связаны с неопытностью менеджеров, некомпетентностью руководителей, их злоупотреблениями, неэффективностью управления, принятием ошибочных решений. Даже крупные фирмы не застрахованы от этого. Основной причиной неудач коммерческих фирм является кризисные ситуации, создающиеся на рынке за счет изменения конъюнктуры, а также чрезмерные издержки производства продукции из-за использования устаревшего оборудования, излишних управленческих расходов, брака, нерационального использования ресурсов. Все это ведет к снижению конкурентоспособности, созданию рискованных венчурных фирм, своевременно не успевающих реагировать на изменение требований рынка. Там, где не придается важного значения планированию и прогнозированию сроков и объемов поступления доходов, проведению платежей – предприятие оказывается неплатежеспособным. Отрицательным признаком является уменьшение суммы денежных средств на счетах предприятия. Резкое увеличение также показывает на неэффективность инвестиционной политики. Часто это начинается с повышения дебиторской задолженности. Резко возрастающие долги покупателей и увеличение сроков дебиторской задолженности может привести к банкротству. Антикризисное управление должно провести мероприятия по изменению политики коммерческого кредита к своим заказчикам, выбрать платежеспособных и расширить их, обеспечить дополнительные доходы.

Таким образом, можно сказать, что ключевыми принципами успешных руководителей являются:

- предвидение;
- интеллект;
- предпринимательские способности.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Макаров, В. Л. Инновационный менеджмент в России: Вопросы стратегического управления и научно-технологической безопасности. / В.Л. Макаров, А.Е. Варшавский. – Москва: Наука, 2004.- 889 с.

2. Бакланов, А. О. Роль инноваций в мировых процессах экономического роста и развития / А.О. Бакланов, Н. И. Диденко. – Санкт-Петербург, 2007.- 414 с.

3. Фатхудинов, Р.А. Инновационный менеджмент/ Р. А. Фатхудинов.– Москва, 2003.- 400с.

## INNOVATION MANAGEMENT IN THE PERFORMANCE OF COMMERCIAL FIRMS

A. Zakharov, student, Kaliningrad State Technical University  
Hadzaev. R. Sh., Doctor of Economic Sciences, Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University

This article deals with the concept and essence of innovation management. It defined its role in the activity of commercial companies in the period of crisis and given the author's edition of this concept. Appreciates the role of the head of a commercial company in a crisis situation.

*innovation, innovation management, marketing, commercial company, economy, crisis, manager, business risks*