

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ГУДВИЛЛА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ

Аннотация. Статья посвящена обоснованию особой роли инноваций в системе управления предприятием в современных условиях как фактора, формирующего его деловую репутацию. На основе теоретического анализа определен вклад системы управления в формирование инновационного потенциала хозяйствующего субъекта, определяющего возможность развития и удержания сильных рыночных позиций, что оказывает непосредственное влияние на увеличение гудвилла предприятия. В работе доказано, что внедрение организационно-управленческих инноваций в действующую систему управления предприятием будет способствовать его развитию и созданию положительной деловой репутации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, гудвилл, инновационное развитие, система управления, организационно-управленческие инновации, инновационный потенциал.

В настоящее время основной движущей силой, заставляющей участников рынка изыскивать и реализовывать новые направления улучшений и изменений как в деятельности, так и в предоставляемых продукции и услугах является конкурентоспособность, понятие которой трактуется специалистами как «инструмент своевременного реагирования и реакции хозяйствующего субъекта на происходящие во внешней среде изменения, определяющий способность использования имеющегося ресурсного потенциала с целью обеспечения необходимого уровня конкурентных преимуществ на рынке, где осуществляется его деятельность» [8]. В результате, современные хозяйствующие субъекты находятся в непрерывном поиске решений, ориентированных на обеспечение

способности осуществлять эффективную конкурентную борьбу. При этом в качестве основного критерия конкурентоспособности называется быстрдействие и использование уникальных идей [2, с. 134].

Бесспорным является тот факт, что возможность обеспечения и повышения конкурентоспособности тесно связана с аспектами инновационного развития. Достаточно часто в исследовательских работах категория «конкурентоспособность» сопряжена с категориями «инновация» и «инновационное развитие».

Учитывая общий вектор развития отечественной экономики, основные приоритеты при рассмотрении направлений повышения конкурентоспособности расставлены на технической и технологической стороне вопроса. Другими словами, диапазон интересов сфокусирован на разработке и внедрении продуктовых и технологических инноваций. Именно технологические формы инноваций в современных экономических условиях рассматриваются в качестве тех необходимых изменений, которые обеспечивают поддержание требуемого уровня конкурентоспособности в непрерывно меняющемся окружении, или, другими словами, как действенный инструмент повышения конкурентоспособности.

С другой стороны, учитывая относительно равную возможность применения различными участниками рынка элементов материального производства, в настоящее время можно отметить увеличивающуюся роль нематериального аспекта в формировании конкурентных преимуществ в борьбе за покупателей. Одним из таких факторов является гудвилл или деловая репутация, представляющая собой стоимостную оценку вклада нематериальных активов, определяющую дополнительный лаг между рыночной стоимостью предприятия и стоимостью материальных активов, а также объектов интеллектуальной собственности. К таким нематериальным активам можно отнести фирменное наименование, репутацию, технологическую культуру, характер взаимодействия и долгосрочность связей с контрагентами, новых знаний и практик в области организации и управления, а также другие составляющие, вносящие вклад в формирование положительного восприятия предприятия со стороны потребителей.

Конечно же, разработка и реализация новых продуктов и услуг оказывает непосредственное влияние на репутацию хозяйствующего субъекта и его бренд. Непрерывность процесса вывода на рынок инноваций способствует усилению бренда и, соответственно, гудвилла. Как отмечается, «инновации становятся не столько средством реального улучшения продукции компаний, сколько средством улучшения впечатлений о них» [7, с. 121].

Тем не менее, можно с уверенностью говорить о том, что развитие только лишь технологической сферы предприятия является недостаточным для формирования сильных конкурентных позиций и укрепления его деловой репутации. Для достижения лучшего результата в борьбе за потребителя необходим комплексный подход, при котором улучшения должны охватывать более широкий диапазон. Поэтому в данном контексте обоснованным является утверждение о необходимости проникновения процессов инновационного развития не только в сферу производства предприятия, но и в сферу управления как один из элементов, составляющих его гудвилл.

На основе проведенного автором исследования существующих методологических подходов к оценке конкурентоспособности предприятий можно констатировать об увеличивающейся роли управленческого фактора, при которой особое значение приобретает система управления как критерий, характеризующий способность хозяйствующего субъекта вести эффективную конкурентную борьбу. Уровень развития и качество управленческих процессов и функций на предприятии непосредственно влияет на значения отдельных параметров конкурентоспособности. Так, исследователи отмечают, что в динамически меняющихся условиях ведения деятельности «конкуренция товаров и услуг трансформируется в конкуренцию организаций, в соперничество управленческих знаний, искусства и мастерства управления» [1]. Кроме того, эффективная система управления становится тем «мультипликатором», который позволяет увеличивать положительный эффект при расчете уровня конкурентоспособности за счет обеспечения синергетики отдельных составляющих конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Возможность осуществления инновационной деятельности предприятием зависит от его инновационного потенциала, в отношении сути, структуры и содержания которого в настоящее время существует большое разнообразие мнений специалистов и исследователей. Для выявления ключевых характеристик и основных элементов, составляющих понятие «инновационный потенциал» автором проведен анализ существующих теоретических подходов к его определению [5]. Полученные в результате исследования результаты позволяют резюмировать, что к настоящему времени в качестве составляющих инновационного потенциала рассматривается и совокупность ресурсов, и неиспользованные возможности, и конкурентные технические и технологические решения. При этом наблюдается различие как в подходах к смысловому и качественному содержанию инновационного потенциала, так и относительно его объемной характеристики. Это могут быть как отдельно взятые структурные составляющие имущественного и научного потенциала, так и совокупность имеющихся ресурсов, начиная от производственных активов и заканчивая идеями и знаниями. Однако единым для многих научных взглядов является согласие в том, что инновационный потенциал является определяющим фактором для осуществления инновационной деятельности. Так, по мнению Т. В. Колосовой, основополагающей задачей инновационного потенциала является определение уровня инновационной восприимчивости и инновационной активности предприятия [6].

Анализ теоретических подходов к определению структуры и функционала инновационного потенциала предприятия позволяет сделать вывод, что одной из важнейших его составляющих является действующая система управления, так как результаты ее деятельности непосредственно влияют как на результаты функционирования предприятия, так и на результаты его инновационной деятельности. От реакции и быстрогодействия системы управления, выработки своевременных и эффективных управленческих решений в условиях неопределенности и быстрой «сменяемости» условий ведения хозяйственной деятельности зависит возможность создания адекватной адаптационной модели, способной поддержать и

обеспечить инновационный процесс. Как указывается, в современных условиях, характеризующихся динамичным изменением производственной сферы, возрастает потребность в «синхронном» изменении управления [3].

Как показывает практика, действующие в настоящее время на отечественных предприятиях системы управления характеризуются «неподвижностью», отсутствием гибкости и адаптивности, неспособностью быстро реагировать на изменения и потребности внешней и внутренней среды. Системы управления отечественных предприятий в своем большинстве не соответствуют требованиям современности, что требует новых форм и технологий управления.

Вместе с этим, положительным моментом является увеличивающийся научный интерес к проблематике повышения эффективности управления. Растет число научных работ, в которых имеет место указание на необходимость оптимизации системы управления как одного из определяющих факторов конкурентоспособности, и не только на уровне отдельного хозяйствующего субъекта. Например, ставятся задачи выявления резервов системы управления, совершенствования организации управления, уделяется внимание процессам отбора и последующей реализации управленческих решений, процессам получения, развития и преобразования знаний в коммерческий продукт, управленческим навыкам, новым методам корпоративного управления и управления регионами.

Развитие предприятия, и особенно — основанное на разработке и реализации инноваций, требует от действующей системы управления способности обеспечить решение сложных управленческих проблем, возникающих в процессе осуществления инновационных проектов. Внедрение новых производственных технологий и изготовление новой продукции требует также и новых технологий управления. Как указывается практиками, не удовлетворяющая требованиям и задачам бизнеса действующая управленческая система является для предприятия «тормозом» в его развитии, определяет низкие показатели конкурентоспособности и деятельности. Поэтому ориентация на развитие, расширение и выход на новые рынки в обязательном порядке сопряжена с реорганизацией систе-

мы управления [4]. Другими словами, перед тем как приступить к освоению нового производства или технологий, созданию инновационного продукта, необходимо научиться, прежде всего, управлять этим процессом по-новому.

Важной предпосылкой осуществления инновационной деятельности является наличие инноваций в сфере управления, или организационно-управленческих инноваций, основная цель которых заключается в повышении эффективности действующих систем управления, обеспечения соответствия происходящим изменениям в среде бизнеса. Именно разработка и реализация организационно-управленческих инноваций на предприятии создает условия для осуществления инноваций других видов.

Актуальность ориентации на организационно-управленческие инновации определяется и рядом свойственных им специфических черт, проявляющихся в процессе их реализации и способствующих осуществлению новых технических идей. Прежде всего, это возможность получения «быстрого» положительного финансового результата, который может быть направлен на поддержание реализации технических изменений, сопряженной, как правило, с существенными затратами. В свою очередь, разработка и внедрение организационно-управленческих инноваций не всегда требует существенных затрат, что решает проблему поиска дополнительных источников финансирования для модернизации. Во-вторых, организационно-управленческие инновации обеспечивают получение «накапливаемого» во времени результата, то есть достигаемый эффект имеет свойство увеличиваться с течением времени, что обеспечивает «непрерывность» поддержки процесса изменений в производственной сфере. Отдача от внедрения инноваций в системе управления позволяет существенно покрыть ресурсную потребность, возникающую при разработке и реализации технологических форм инноваций, что является крайне важным, учитывая современное состояние хозяйствующих субъектов. Как показывает практика, предварительное внедрение организационно-управленческих инноваций «подготавливает» систему управления к преобразованиям, делая процесс перехода к новому состоянию не таким

радикальным и болезненным для всех участников изменений на предприятии, и прежде всего — его работников, что также положительно отразится на общем состоянии конкурентности предприятия.

Соответственно, повышение конкурентоспособности за счет обеспечения эффективности системы управления на основе организационно-управленческих инноваций в современных условиях имеет ряд неоспоримых преимуществ, обеспечивающих не только усиление деловой репутации за счет повышения уровня развития управленческой системы, но и бренда предприятия на рынке. Поэтому, организационно-управленческие инновации должны занимать приоритетное положение в вопросах инновационного развития предприятия.

Таким образом, организационно-управленческие инновации, внедренные в систему управления, являются не только необходимым элементом инновационного потенциала предприятия, так как определяют его способность и готовность к изменениям, сопряженным с процессом реализации инновационной деятельности. Организационно-управленческие инновации определяют возможность формирования и увеличения деловой репутации предприятия. При этом такое влияние проявляется не только через непосредственное улучшение управленческой культуры на предприятии, но и обеспечении благоприятных условий для осуществления деятельности по разработке и реализации продуктовых и технологических форм инноваций, что также вносит непосредственный вклад в создание положительной репутации на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блинов А. О., Рудакова О. С. Процессные инновации в системе управления развитием предприятий. — URL: <http://refdb.ru/look/1541638.html> (дата обращения: 15.03.2020).
2. Волосатов В. Д., Бабанова Ю.В. Сущность и структура инновационного потенциала промышленного предприятия // Вестник Челябинского государственного университета. — 2010. — № 3 (184). — С.134-138.
3. Игнатьева А. В., Максимцов М. М. Исследование систем управления. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 157 с.

4. Керкорян К. Эффективность управления предприятием — ключевая задача менеджмента. — URL: http://www.classs.ru/stati/menejment1/effectivnost_upravljenija.html (дата обращения: 18.03.2020).
5. Киселева О. Н. Организационно-управленческие инновации как фактор развития предприятия: монография. — Саратов: Изд-во СГТУ им. Ю. А. Гагарина, 2016. — 187 с.
6. Колосова Т. В. Системный подход к развитию инфраструктурных элементов инновационной деятельности предприятия // Транспортное дело России. — 2009. — № 1. — С. 12-15.
7. Макаров Е. И., Дьяконова С. Н. Зависимость деловой репутации предприятия от инновационного уровня развития // Креативная экономика. — 2012. — № 7. — С.119-124.
8. Шелакин М. Б., Кривошеева Е. В., Третьяков Р. М. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях их маркетинговой ориентации // Научный журнал КубГАУ. — 2012. — № 81 (07). — URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/07/pdf/73.pdf> (дата обращения: 01.02.2020).

УДК 339.138

Н. Е. КОСОЛАПОВА

*студентка направления «Менеджмент» ТюмГУ,
г. Тюмень
e-mail: kosolapova_ne_99@mail.ru*

А. А. ДАНИЛЮК

*старший преподаватель кафедры
менеджмента и бизнеса ТюмГУ,
г. Тюмень
e-mail: a.a.danilyuk@utmn.ru*

ЦИФРОВЫЕ БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ: ЭФФЕКТИВНАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ = УСПЕШНЫЕ ПРОДАЖИ?

Аннотация. Данная статья является кратким примером того, как важно в современном мире правильно выстраивать визуализацию. От этого зависит, заинтересуется ли потребитель организацией, станет ли он лояльным потребителем или же, наоборот, станет негативно относиться