

УДК 658

ЛОГИСТИКА ОПЫТА КАК СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Бочаров А.А.*Смоленский гуманитарный университет, Смоленск, e-mail: shu@shu.ru*

В статье рассмотрены этапы жизненного цикла отрасли. Определены направления деятельности отечественных производителей бриллиантов. Представлено обоснование применения концепции инновации опыта для всех звеньев логистической цепи, а не только взаимоотношений производителя и конечного потребителя. Для повышения эффективности инновационного процесса предложено внедрение в организации механизма управления, основанного на логистике опыта, которая позволяет эффективно получать необходимые знания из различных источников, интегрировать и передавать их в соответствии с поставленной целью. Описан механизм управления инновацией опыта, представляющий собой совокупность объектов и субъектов управления, принципов и функций управления на различных этапах жизненного цикла опыта. Процесс совместного создания стоимости участниками логистической системы сопровождается формированием и распространением их опыта, причем составляющие процесса совместного создания стоимости должны быть реализованы на каждой стадии жизненного цикла опыта.

Ключевые слова: инновации, инновационная стратегия, организационное развитие, логистика, инновационная логистика, логистика опыта

LOGISTICS OF EXPERIENCE AS INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM AT AN ENTERPRISE

Bocharov A.A.*Smolensk University for Humanities, Smolensk, e-mail: shu@shu.ru*

In this article there have been considered industry life-cycle stages. Business lines of home diamond manufacturers have been determined. There has been substantiated the application of the experience innovation concept for all stages of the logistics chain, not merely the relationships between the manufacturer and the end consumer. To improve the innovation process efficiency there has been suggested implementing management mechanism based on the logistics of experience which allows obtaining the necessary knowledge from various sources, integrate and transfer it according to the set goal. There has been described the mechanism of experience innovation management which includes the total of objects and subjects of management, principles and functions of management at different stages of the experience life-cycle. The process of joint creation of value by the members of the logistics system is accompanied with the accumulation and distribution of their experience and components of this process of joint creation of value shall be actualized at every stage of the experience life-cycle.

Keywords: innovations, innovation strategy, organizational development, logistics, innovative logistics, logistics of experience

В настоящее время экономические процессы, протекающие на предприятиях алмазообрабатывающей отрасли, претерпевают большие изменения. Для успешного преодоления кризисных явлений предприятия должны ориентировать свои стратегии на их активное взаимодействие с потребителями, поставщиками и партнерами, что позволит изменить условия деловой среды в направлении, соответствующем внутренним возможностям организаций. Решение данной задачи невозможно без определения стратегических приоритетов инновационной деятельности и стратегий инновационного развития.

В связи с этим переход алмазообрабатывающей отрасли на новую стадию своего жизненного цикла влечет за собой изменение стратегических приоритетов. С развитием отрасли должны также изменяться и инновационные стратегии организаций.

На начальном этапе жизненного цикла отрасли часто преобладает технологическая инновация, осуществляемая предприятиями-новаторами, которые ориентированы на разработку технологий или на создание новых идей, способных радикально изменить технологию. Такие организации представляют

собой структурные подразделения в составе крупного завода отрасли или небольшие опытно-исследовательские предприятия, которые создают радикальное прорывное новшество, закладывая тем самым основу формирования новой отрасли бизнеса. На первом этапе жизненного цикла, как правило, появляется технология, которая занимает господствующую позицию на рынке.

На этапе зрелости большинство предприятий отрасли осваивают ставшую стандартной, технологию, после освоения которой, значительно возрастает их производительность. На данном этапе развития предприятия отрасли начинают накапливать опыт, что наряду с положительным эффектом масштаба производства способствует снижению издержек и дает возможность обеспечить лидирующие позиции тем из них, которые обеспечат оптимальные объемы продаж.

По мере повышения качественных характеристик продукта часть сегментов рынка становится удовлетворенной достигнутым уровнем, и потребители начинают ценить другие параметры продукта (цену, доступность, эстетику, качество полировки бриллиантов). В условиях относительно

стабильной технологии высокой степенью нестабильности продолжает характеризоваться потребительский спрос. Потребности клиентов быстро изменяются, что приводит к появлению новых сегментов рынка [3]. В таких условиях успеха добиваются организации, обладающие знанием рынка и опытом его сегментирования.

Конкурентоспособность организации в таких условиях зависит от ее способности предоставить потребителям большую полезность в логистической цепи, дизайне или маркетинге [9, 10]. Вместе с тем организации могут использовать также радикальные инновации (новые технологии, улучшить свойства продукта или принципиально изменить подходы к сегментированию), что изменит отрасль и приведет ее на новый жизненный цикл.

На последнем этапе жизненного цикла отрасли основное внимание уделяется управлению сопряженными товарами (родственными по технологиям, системам распределения и т.п.), эффективность которого определяется наличием синергетического эффекта от реализации бизнес-процессов внутри организации, а также партнерами за ее пределами. Таким образом, в основе конкурентных преимуществ лежит не просто предложение высокой полезности каждому сегменту рынка, а эффективное взаимодействие участников деловой сети и связь между видами бизнеса диверсифицированных организаций.

При выборе инновационной стратегии организации и реализации ее конкурентных преимуществ необходимо учитывать стадию жизненного цикла отрасли, а также инновационный потенциал организации.

Алмазообрабатывающая отрасль находится в настоящее время на стадии зрелости, следовательно, перспективным направлением инновационного развития является использование открытого подхода к управлению инновациями, предполагающего привлечение к инновационному процессу всех заинтересованных сторон [1]. Основным направлением деятельности отечественных производителей бриллиантов должно быть постоянное поддержание высокого уровня качества, что требует совершенствования технологических и управленческих процессов с целью обеспечения высокой конкурентоспособности и экономической эффективности современного алмазообрабатывающего предприятия [5].

С точки зрения процессно-ориентированного подхода к управлению, любая организация рассматривается как совокупность бизнес-процессов. В цепочке создания стоимости каждый последующий бизнес-процесс является потребителем результата предыдущего бизнес-процесса, а в системе создания стоимости отношения «поставщик-потребитель» характерны для всех организаций-

звеньев. Поэтому представляется целесообразным применять концепцию инновации опыта (формирования новых впечатлений – *experience innovation*) для всех звеньев логистической цепи, а не только взаимоотношений производителя и конечного потребителя.

Опыт представляет собой знание, приобретаемое в процессе впечатлений, наблюдений и практических действий [2]. Эмпирические (опытные) знания позволяют определить качественные и количественные характеристики объектов и явлений в явной и неявной форме. Опыт, приобретаемый в процессе производства, реализации и потребления продукции может распространяться по всей стоимостной цепочке и использоваться для создания новых ситуаций, в которых формируются впечатления потребителей.

Для повышения эффективности инновационного процесса предлагается внедрение в организации механизма управления, основанного на логистике опыта. Логистика опыта позволяет эффективно получать необходимые эмпирические знания из различных источников, интегрировать и передавать их в необходимом контексте, вовремя и в соответствии с поставленной целью [7, 8].

Управление инновацией опыта участников процесса создания стоимости включает в себя действия по формированию, распространению и использованию опытных знаний для повышения полезности производимой продукции. Объектами управления являются факторы и условия, формирующие ситуацию для возникновения и распространения опыта на различных стадиях его жизненного цикла в новых пространственно-временных условиях [6]. Субъектами управления являются органы управления предприятий-звеньев логистической системы создания стоимости. Механизм управления инновацией опыта представляет собой совокупность объектов и субъектов управления, принципов и функций управления на различных этапах жизненного цикла опыта.

Процесс совместного создания стоимости участниками логистической системы сопровождается формированием и распространением их опыта, что предполагает:

- свободное общение всех заинтересованных сторон (производителей, поставщиков, посредников, потребителей);
- обеспечение доступа к информации, впечатлениям, возможностям за минимальную плату без получения права собственности;
- разделение рисков и ответственности между производителями и потребителями;
- прозрачность для заказчиков бизнес-схем, основанных на доверии.

Составляющие процесса совместного создания стоимости должны быть реализованы

на каждой стадии жизненного цикла опыта. На стадии идентификации опыта необходимо определить ситуацию, в которой появился опыт, выявить носителей опыта, а также возможности его передачи и хранения. На стадии накопления определяются методы передачи и получения опыта (впечатления, наблюдения, эксперименты и т.п.). Формирование компетенций предполагает получение специалистами опыта и интеграцию его в свою базу знаний и организационное знание. На стадии инновации опыта компетенции должны быть использованы для создания ситуации для формирования нового опыта совместного создания стоимости [4]. Создаваемая ситуация должна предлагать всем участникам логистической цепи новые возможности формирования опыта, способствовать их использованию, а также признавать различные аспекты опыта, полученного в процессе совместного создания стоимости.

В процессе управления инновацией опыта совместного создания стоимости согласно циклу Деминга (модели PDCA) должны быть реализованы следующие действия:

- установление целей и планирование изменений впечатлений потребителей от использования предлагаемых товаров и услуг;
- реализация запланированных изменений (первоначально в небольших масштабах);
- выявление полученных результатов, выявление и анализ отклонений;
- принятие корректировочных мер по устранению причин отклонений.

Процессы по выявлению, приобретению, распространению, использованию, контролю, обмену опытными знаниями и их инновации необходимы для обеспечения конкурентоспособности и развития организации. Поэтому управлению данными процессами в организации должно уделяться особое внимание. Отсутствие институциональных систем управления инновацией опыта может привести к утрате неформального знания вместе с уходом сотрудников из организации, внутренней дезинтеграции, отсутствию распространения и генерации нового опытного знания в новых ситуациях.

Помимо вышеперечисленных процессов в организации, внедряющей систему управления инновацией опыта, должны быть налажены: процесс защиты знаний, предотвращающий незаконную «утечку» интеллектуальной собственности за пределы организации; процесс обновления и развития опыта, предусматривающий частичное превращение неформальных знаний в «явные» и доступные для сотрудников; процесс интеграции накопленных опытных знаний с приобретаемыми или обновляемыми знаниями для более эффективного их использования.

Список литературы

1. Абакумова Н.Н. Принципы организации педагогического мониторинга инноваций // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2013. – № 12. – С. 135–139.
2. Андреева А.В., Максимова Н.А. ИСУ ВУЗ как инструмент управления качеством образования // В мире научных открытий. – 2013. – № 11.8 (47). – С. 22–28.
3. Андреева А.В., Максимова Н.А., Лифанов А.А. Развитие рынка интернет-провайдеров в Смоленской области // Региональные исследования. – 2013. – № 4. – С. 44–48.
4. Бочаров А.А. Подготовка персонала в ОАО «ПО «Кристалл» // Цветные металлы. – 2013. – № 2. – С. 36–37.
5. Бочаров А.А., Фомченкова Л.В. Управление инновациями в контексте организационного развития // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). – 2010. – № 1. – С. 21–23.
6. Бочаров А.А. Инструменты распространения и инноваций опыта в системе создания стоимости // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2010. – № 23. – С. 34–39.
7. Бочаров А.А., Фомченкова Л.В. Управление инновацией опыта на основе логистики на предприятиях алмазно-бриллиантового комплекса РФ // Интеграл. – 2009. – № 1. – С. 40–41.
8. Бочаров А.А. Механизм влияния стратегического партнерства на инновационное развитие организации // Журнал правовых и экономических исследований. – 2009. – № 3. – С. 53–56.
9. Дыбская В.В., Зайцев Е.И., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. Логистика: Учебник. – М.: Эксмо, 2008. – 944 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг XXI века. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2005. – 432 с.

References

1. Abakumova N.N. Principy organizacii pedagogicheskogo monitoringa innovacij. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 2013. no. 2. pp. 135–139.
2. Andreeva A.V., Maksimova N.A. ISU VUZ kak instrument upravleniya kachestvom obrazovaniya. V mire nauchnykh otkrytij, 2013. no. 11.8 (47). pp. 22–28.
3. Andreeva A.V., Maksimova N.A., Lifanov A.A. Razvitie rynka internet-provayderov v Smolenskoj oblasti. Regional'nye issledovaniya, 2013. no. 4. pp. 44–48.
4. Bocharov A.A. Podgotovka personala v ОАО «ПО «Кристалл». Cvetnye metally, 2013. no. 2. pp. 36–37.
5. Bocharov A.A., Fomchenkova L.V. Upravlenie innovacijami v kontekste organizacionnogo razvitiya. Vestnik Rossijskoj akademii estestvennyh nauk (Sankt-Peterburg), 2010, no. 1, pp. 21–23.
6. Bocharov A.A. Instrumenty rasprostraneniya i innovacii opyta v sisteme sozdaniya stoimosti. Uchenye zapiski Rossijskoj Akademii predprinimatel'stva, 2010. no. 23. pp. 34–39.
7. Bocharov A.A., Fomchenkova L.V. Upravlenie innovacij opyta na osnove logistiki na predpriyatiyah almazno-brilliantovogo kompleksa RF. Integral, 2009. no. 1. pp. 40–41.
8. Bocharov A.A. Mehanizm vlijaniya strategicheskogo partnerstva na innovacionnoe razvitie organizacii. Zhurnal pravovyh i jekonomicheskikh issledovanij, 2009. no. 3. pp. 53–56.
9. Dybskaja V.V., Zajcev E.I., Sergeev V.I., Sterligova A.N. Logistika: Uchebnik. Moscow, Jeksmo, 2008. 944 p.
10. Kotler F. Marketing XXI veka. Sankt-Peterburg, Izdatel'skij Dom «Neva», 2005. 432 p.

Рецензенты:

Земляк С.В., д.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга, Смоленский филиал, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Смоленский филиал Финансового университета), г. Смоленск;

Матвеева Е.Е., д.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики, ФГОУ ВПО «Смоленский государственный университет», г. Смоленск.