

Научная статья

Original article

УДК 334

DOI 10.55186/25876740\_2024\_8\_3\_8

**ПРАКТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ И МЕТОДОВ  
УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ**  
PRACTICAL REVIEW OF INNOVATION MANAGEMENT TOOLS AND  
METHODS



**Лу Чэнь**, аспирант кафедры прикладной экономики высшей школы управления, ФГАОУ ВО «Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы», г. Москва, E-mail: [104519607@qq.com](mailto:104519607@qq.com)

**Lu Chen**, postgraduate student at the Applied Economics Department of the Higher School of Management, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow  
E-mail: [104519607@qq.com](mailto:104519607@qq.com)

**Аннотация.** В статье анализируется процесс создания и внедрения новых идей или концепций, которые приносят пользу организации. Инструменты и методы управления инновациями имеют решающее значение для того, чтобы организации оставались конкурентоспособными на рынке. В данной работе представлен практический обзор инструментов и методов управления инновациями с примерами применения в отраслях и компаниях. Сделан вывод, что, применяя систематические практики управления инновациями, компании

могут значительно повысить производительность, увеличить прибыльность для увеличения и доли рынка и укрепления позиции в конкурентной среде.

**Abstract.** The article analyzes the process of creating and implementing new ideas or concepts that benefit the organization. Innovation management tools and techniques are critical for organizations to remain competitive in the marketplace. This paper provides a practical overview of innovation management tools and methods with examples of application in industries and companies. It is concluded that by applying systematic innovation management practices, companies can significantly improve productivity, increase profitability to increase market share and strengthen their position in a competitive environment.

**Ключевые слова:** управление инновациями, системные инновации, культура, работа с идеями

**Keywords:** innovation management, system innovation, culture, working with ideas

### **Введение**

Инструменты и методы управления инновациями можно разделить на три основные области: генерация идей (включая формулировку и оценку проблем), организация отбора и тестирования перспективных решений, проработка процедур и возможности их внедрения. Инструменты и методы генерации идей в компании часто также применяются для формулировки новых компетенций, часто на стыке решения нескольких проектных задач. Современные практические примеры в классическом виде включают в себя мозговой штурм, работу с персональными суждениями через проявление каждого мнения через создание ментальных карт, привлечение грамотного ментора или профессионального фасилитатора, таких технологически проработанных приемов интеграционной либо агрегационной модели, как краудсорсинг, краудфандинг, краудлендинг. Инструменты и методы выбора удобного инструмента используются для оценки и приоритизации идей и выбора наиболее значимых на временном интервале в текущем времени. Управленческими базами могут послужить имеющиеся и наработанные в

прошлом данные из статистики организации при работе за несколько предыдущих периодов, возможно посредством качественной проработки SWOT-анализа, анализа ключевых показателей, затрат и выгод, а также приводящих к успеху успешных управленческих решений. Инструменты и методы внедрения используются для исполнения и реализации выбранных идей на всех этапах их жизненного цикла с применением любых возможных инструментов управления инновационными проектами и компаниями с целью их успешной коммерциализации.

### **Цель исследования**

Инструменты и методы управления инновациями необходимы организациям для сохранения конкурентоспособности на рынке и достижения долгосрочного успеха. Теоретический и практический обзор подчеркивает различные категории и применения инструментов и методов управления инновациями. Обзор практик применения инструментов и методов в инновационной деятельности поможет сформулировать понимание формулировки управленческих задач для достижения проработки эффективного управления компанией при разработке инновационной стратегии и позиционировании на рынке в постоянно меняющейся среде.

### **Практический обзор**

Инструменты и методы управления инновациями широко используются в организациях различных отраслей. Например, такие компании, как Google и 3M, известны своей инновационной культурой, и они внедрили несколько инструментов и методов управления инновациями для стимулирования креативности и генерации новых идей вовлекая в процесс сотрудников всех уровней. Google использовал политику «20% времени», которая позволяет сотрудникам тратить 20% своего рабочего времени на проекты, которыми они лично увлечены, что привело к разработке таких продуктов, как Google Maps и Gmail. Компания «3M» внедрила программу «исследования ведущих

пользователей», где компания сотрудничает с ранними пользователями и новаторами для разработки новых продуктов.

Инструменты и методы управления инновациями также используются в здравоохранении для разработки новых методов лечения и технологий отслеживания их изменений, автоматизации и фиксации прогрессивных воздействий на улучшение состояния пациентов и повышение качества их жизни. Например, фармацевтические компании используют клинические испытания для оценки безопасности и эффективности новых лекарств, а компании, занимающиеся медицинскими устройствами, используют дизайн-мышление для создания продуктов, соответствующих потребностям пациентов и медицинских специалистов, причем, с учетом будущих потребностей рынка.

Эмпирические исследования подтверждают влияние управления инновациями на производительность компании и ее привлекательность на рынке. Роджер Калантон провел исследование, в котором представлен всесторонний анализ взаимосвязи между управлением инновациями и финансовым успехом. Результаты исследования показывают, что компании, внедряющие систематические практики управления инновациями, такие как структурированные процессы НИОКР и стратегическое планирование инноваций, демонстрируют более высокий рост продаж и лучший возврат на инвестиции по сравнению с их коллегами, которые используют менее структурированный подход к инновациям. Эта корреляция подчеркивает ощутимые преимущества, которые могут быть получены благодаря дисциплинированному управлению инновациями [1,2].

Еще один значительный вклад в эту область был сделан Робертом Купером, которые исследовали эффективность конкретных инструментов и методов управления инновациями. В результате исследования сделан вывод, что компании, использующие формализованные инструменты для генерации и отбора идей, такие как процессы Stage-Gate и воронки идей, достигли более высоких показателей инноваций и успеха в разработке продуктов. Эти исследования показывают, что структурированные инструменты могут помочь

компаниям более эффективно фильтровать и уточнять свои идеи, что приводит к запуску более успешных продуктов и укреплению инновационного портфеля компании в целом [3,7].

Помимо финансовых показателей, инструменты и методы управления инновациями играют ключевую роль в обеспечении и поддержании устойчивого конкурентного преимущества. В условиях быстро меняющихся рыночных условий способность постоянно разрабатывать новые продукты и услуги, соответствующие изменяющимся потребностям клиентов, является решающей. Управление инновациями поддерживает эту способность, предоставляя структуру, в рамках которой компании могут систематически идентифицировать, развивать и запускать новые предложения, оставаясь впереди развивающихся рыночных тенденций и потребностей клиентов.

Однако эффективность этих инструментов не является гарантированной и зависит от нескольких организационных факторов. Например, культура внутри организации должна быть благоприятной для инноваций, создавая среду, в которой поощряются и развиваются новые идеи. Лидерство также играет критическую роль. Отмечается, что без поддержки и приверженности высшего руководства инновационные инициативы могут лишиться направления и срочности. Кроме того, выделение ресурсов — как финансовых, так и человеческих — является необходимым для успешного внедрения и выполнения практик управления инновациями.

С учетом этих факторов, крайне важно, чтобы организации не только выбирали инструменты управления инновациями, которые соответствуют их стратегическим целям, но и обеспечивали, чтобы их организационная инфраструктура могла эффективно поддерживать эти инструменты. Соответствие между инструментами, целями компании и ее операционными возможностями является ключом к реализации преимуществ управления инновациями. Это соответствие включает в себя подбор правильных практик в соответствии с конкретным контекстом компании, таким как отрасль, размер и рыночная позиция.

Кроме того, организациям необходимо постоянно оценивать и адаптировать свои практики управления инновациями. Этот итеративный процесс включает мониторинг результатов, сбор отзывов и применение полученных уроков для постоянного совершенствования инновационного процесса. Таким образом, компании могут повысить свою адаптивность к внутренним и внешним изменениям, использовать новые возможности и проактивно решать возникающие проблемы. Такой динамичный подход переводит процесс управления инновациями в неотъемлемую и эффективную часть инновационной стратегии компании, способствуя ее долгосрочному росту и успеху.

Инструменты системных инноваций — это набор методологий, специально разработанных для решения проблем, которые обладают системным характером, то есть глубоко укоренены в процессах и структурах организации или отрасли. Такие инструменты нацелены не только на выявление корневых причин сложных проблем, но и на разработку вмешательств, которые приводят к существенным и долгосрочным изменениям. В отличие от решений, которые затрагивают симптомы на поверхностном уровне, системные инновации стремятся трансформировать основные структуры, поведение и паттерны, порождающие вызовы рынка. Это может включать переосмысление организационных ролей, изменение управленческих структур или перепроектирование процессов для повышения эффективности и результативности.

Одним из ключевых преимуществ инструментов системных инноваций является их способность способствовать устойчивым решениям. Вместо предложения быстрого решения эти инструменты требуют от практиков принятия долгосрочной перспективы, учитывая будущие последствия и потенциальные непреднамеренные последствия любых изменений. Устойчивость в этом контексте означает выносливость и адаптивность решений в экономическом, экологическом и социальном измерениях. Например, в области экологической устойчивости инструменты системных инноваций

используются для создания решений, которые не только решают текущие экологические проблемы, но и способствуют долгосрочным практикам, приносящим пользу окружающей среде [5].

На практике инструменты системных инноваций редко используются изолированно. Они наиболее эффективны, когда применяются в сочетании, обеспечивая комплексный подход, учитывающий многогранный характер системных проблем. Это может включать комбинацию аналитических инструментов для понимания текущей системы, креативных инструментов для предвидения будущих возможностей и совместных инструментов для вовлечения широкого круга заинтересованных сторон. Целью является создание холистического решения, которое учитывает все аспекты системы, от индивидуальных поведенческих моделей до широких социальных норм и от оперативных проблем до стратегических вызовов на долгосрочную перспективу.

Различные контексты могут воспользоваться применением инструментов системных инноваций. Проекты в области экологической устойчивости могут использовать эти инструменты для выявления более экологически ответственных бизнес-практик. В социальной инновации они могут быть важны для разработки новых подходов к решению общественных проблем, таких как бедность или здравоохранение. В бизнес-сфере инструменты системных инноваций могут использоваться для пересмотра бизнес-модели компании или для формирования культуры непрерывной инновации. В каждом случае инструменты адаптируются под конкретный контекст и цели системы вопроса.

Для эффективного использования инструментов системных инноваций как индивидуально, так и организациями, необходимо принятие системной перспективы, выходящей за рамки изолированных проблем, чтобы понять, как различные компоненты системы взаимосвязаны и влияют друг на друга. Это требует не только аналитических навыков, но и открытости ума и креативности для предвидения новых возможностей. Кроме того, успех в системных

инновациях часто зависит от взаимодействия целой команды и способности поддержки их сотрудничества. Поскольку системные проблемы обычно охватывают различные отделы, организации или даже секторы, работа за пределами границ и привлечение разнообразных заинтересованных сторон является необходимым.

### **Заключение**

Управление инновациями включает в себя разнообразные инструменты и методы, предназначенные для стимулирования креативности, оптимизации процесса вывода новых продуктов на рынок и, в конечном итоге, повышения производительности компании. Грамотное и эффективное использование инновационных инструментов — это не просто корпоративная процедура, а отражение приверженности компании и ее способность удерживать на себе фокус внимания, чтобы оставаться лидером в своей отрасли. Применяя систематические практики управления инновациями, компании могут значительно повысить производительность, что, в свою очередь, может привести к увеличению прибыльности и доли рынка, укрепляя их позиции в конкурентной среде.

### **Список литературы.**

1. World Bank, 2016, World Bank GNI per capita Operational Guidelines & Analytical Classifications, Washington D.C.
2. Li T., Calantone R.J. The impact of market knowledge competence on new product advantage: Conceptualization and empirical examination // Journal of Marketing. — 1998. — № 62. — P. 13–29.
3. Kline S. J., Rosenberg N. An overview of innovation // The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth / Edited by Landau R. & Rosenberg N. – Washington : National Academy Press, 1986. – 640 pages.
4. Eysteinnsson F., Gudlaugsson T. The Essential Competencies of Marketing Managers in Retail firms // The European Institute of Retailing and Services Studies, 2010

5. Литвинова А.Г. «Разработка показателей инновационной активности компании инновационного процесса в компании». Журнал ВАК Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 11 (часть 2) – С. 244-250. DOI 10.17513/vaael.1942

6. Litvinova A.G. «Razrabotka pokazatelej innovacionnoj aktivnosti kompanii innovacionnogo processa v kompanii». ZHurnal VAK Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava. – 2021. – № 11 (chast' 2) – S. 244-250. DOI 10.17513/vaael.1942

7. Литвинова А.Г. «Разработка инновационной стратегии и факторов успеха компании «Инновационные системы управления (IMS) с применением Stage-Gate процесса». Журнал ВАК Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 6 (часть 1) – С. 74-83.

8. Litvinova A.G. «Razrabotka innovacionnoj strategii i faktorov uspekha kompanii «Innovacionnye sistemy upravleniya (IMS) s primeneniem Stage-Gate processa». ZHurnal VAK Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava. – 2021. – № 6 (chast' 1) – S. 74-83.

### References

1. World Bank, 2016, World Bank GNI per capita Operational Guidelines & Analytical Classifications, Washington D.C.
2. Li T., Calantone R.J. The impact of market knowledge competence on new product advantage: Conceptualization and empirical examination // Journal of Marketing. — 1998. — № 62. — P. 13–29.
3. Kline S. J., Rosenberg N. An overview of innovation // The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth / Edited by Landau R. & Rosenberg N. – Washington : National Academy Press, 1986. – 640 pages.
4. Eysteinnsson F., Gudlaugsson T. The Essential Competencies of Marketing Managers in Retail firms // The European Institute of Retailing and Services Studies, 2010
5. Литвинова А.Г. «Разработка показателей инновационной активности компании инновационного процесса в компании». Журнал ВАК

Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 11 (часть 2) – С. 244-250. DOI 10.17513/vaael.1942

6. Litvinova A.G. «Razrabotka pokazatelej innovacionnoj aktivnosti kompanii innovacionnogo processa v kompanii». Zhurnal VAK Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava. – 2021. – № 11 (chast' 2) – S. 244-250. DOI 10.17513/vaael.1942

7. Литвинова А.Г. «Разработка инновационной стратегии и факторов успеха компании «Инновационные системы управления (IMS) с применением Stage-Gate процесса». Журнал ВАК Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 6 (часть 1) – С. 74-83.

8. Litvinova A.G. «Razrabotka innovacionnoj strategii i faktorov uspekha kompanii «Innovacionnye sistemy upravleniya (IMS) s primeneniem Stage-Gate processa». Zhurnal VAK Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava. – 2021. – № 6 (chast' 1) – S. 74-83.

© Лу Чэнь, 2024. *International agricultural journal*, 2024. № 3, 844-853.

**Для цитирования:** Лу Чэнь Практический обзор инструментов и методов управления инновациями // *International agricultural journal*. 2024. № 3, 844-853.