

Филатов Владимир Владимирович

к.т.н., доц. каф. «Менеджмента»

filatov_vl@mail.ru

Карасев Михаил Владимирович

магистр менеджмента

магистерская программа 080500.68

«Общий и стратегический менеджмент»

ФБГОУ ВПО Московский государственный

университет технологий и управления

им. К.Г. Разумовского,

Москва, Россия

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ, ОСНОВАННЫЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОПТИМИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ

В наши дни является просто очевидным то факт, что каждый человек непрерывно взаимодействует с огромным потоком информации. Информация является одной из широких признанных составляющих практически всех сфер деятельности. Информация – основа управления, связующее звено между менеджером и средой, в которую он включен в процессе жизнедеятельности. Способность передавать абстрактные идеи является одной из важных отличительных способностей человека. Коммуникация – это процесс обмена информацией, ее смысловым значением между двумя и более людьми. Основные усилия менеджмента будут сосредоточены не столько на внутреннем состоянии большой компании, сколько на развитии внешних связей с партнерами, формировании горизонтальных структур по интересам. В результате размываются структурные границы бизнеса, снижается его закрытость и риски в условиях конкурентных рынков, проявляются преимущества феномена партнерства и самоорганизации. Поэтому в современном мире почти невозможно переоценить важность коммуникаций в управлении. Едва ли не все, что делают руководители, чтобы облегчить организации достижение ее целей, требует эффективного обмена информацией. Коммуникация является связующим процессом, потому что обмен информацией встроен во все основные виды управленческой деятельности. Под коммуникацией в широком смысле слова понимаются и система, в которой осуществляется взаимодействие, и процесс взаимодействия, и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию [1].

Прочность и качество отношений между людьми в основном представляют собой функцию того, насколько четкими и честными являются их межличностные отношения. Поскольку организация представляет собой структурированный тип отношений между людьми, она в значительной степени зависит от качества коммуникаций для обеспечения эффективного функционирования. Очевидно,

что если коммуникации между людьми не будут эффективными, люди не смогут договориться об общей цели, что составляет предпосылку существования организации как таковой. Информация в процессе коммуникаций передается не только для того, чтобы могли приниматься здравые решения, но и для того, чтобы они могли выполняться. Глубоко осмысливая коммуникации на уровне личности и организации, мы должны учиться снижать частоту случаев неэффективных коммуникаций и становится лучшими, более эффективными менеджерами. Эффективно работающие руководители – это те, кто эффективны в коммуникациях. Они представляют суть коммуникационного процесса, обладают хорошо развитым умением устного и письменного общения и понимают, как среда влияет на обмен информацией. Коммуникации представляют собой всепроникающий и сложный процесс, который является неотъемлемой частью управления. Коммуникация является одним из важнейших факторов интеграции управления. Коммуникация – это общение людей в процессе их совместной деятельности, это обмен идеями, мнениями, мыслями чувствами, обмен информацией. Без коммуникаций невозможно существование никакой организационной группы людей. Коммуникация здесь выступает как условие организации. Без коммуникации невозможно и управление, потому что оно, с одной стороны опирается на существующие и сложившиеся формы коммуникаций, а с другой – формирует те формы коммуникаций, которые облегчают как совместную деятельность, так и само управление. Понятие «Коммуникация» соединяет в себе три аспекта совместной деятельности людей: движение информации, процесс управления и отношения индивидуума к цели управления и управленческим решениям. Менеджер распределяет информацию и определяет порядок ее движения, влияет на отношение индивидуума как к информации, так и к управлению и другим индивидуумам. Нередко понятие «коммуникация» отождествляют с понятием «информация» или в практическом менеджменте рассматривают коммуникацию как следствие информационного обеспечения управления. Информация в данном контексте понимается как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы. Роль информации определяется тем, что она занимает важнейшее место среди компонентов, определяющих процесс принятия решений [2].

Конец 20-го века показал, что информационный ресурс становится главным богатством любой организации. От того, на сколько менеджер владеет информацией, зависит процесс управления. Умение обращаться с информацией зависит от многих социальных и культурных факторов, индивидуальных особенностей организатора, его ценностных ориентаций. А непосредственно от умения обращаться с информацией зависит и управление. Сегодня рассматривают различные виды информации. Одни в большей мере нужны управленцам (производственная, экономическая, социальная, политическая), другие накапливаются в процессе деятельности (актуальная, аккумулятивная), третьи необходимы менеджеру (знания, навыки, умения). Информация, полученная с помощью различных социологических, статистических и других методов, должна составлять полную картину об управляемом объекте. Информация об объекте должна отражать состояние, процессы и тенденции его развития. Однако на практике в подавляющем большинстве случаев по различным причинам (нехватка времени, отсутствие необходимого количества каналов) не

удаётся в полном объеме собрать информацию об объекте с целью принять то или иное решение. Ли Якокка однажды сказал Филиппу Колдуэллу, возглавив компанию «Форд» после ухода: «Ваша беда в том, что вы окончили Гарвард, где вас учили не переходить к действиям, пока не станут известны все факты. В вашем распоряжении имеется 95 процентов фактов, а вы тратите время на то, чтобы добыть последние 5 процентов. К моменту, когда вы их добыли, оказалось, что они устарели, так как рыночная ситуация претерпела изменения» (Ли Якокка. Карьера менеджера. / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – С. 75.). Информационные системы должны быть построены таким образом, чтобы они позволяли обрабатывать данные на теоретическом и эмпирическом уровнях. Вполне понятно, что чем больше затрат и времени предстоит израсходовать на какой-то проект, тем более достоверной и подробной должна быть предварительная информация. «Конечно, вполне естественно желание получить в свое распоряжение информацию обо всех фактах и добиваться исчерпывающего исследования, гарантирующего надежную реализацию какой-то конкретной программы... В теории все это выглядит прекрасно, но реальная жизнь просто не укладывается в такую схему. Разумеется менеджер обязан собрать возможно больше информации и прогнозных оценок. Но в какой-то момент приходится довериться интуиции и идти на риск. Во-первых, потому, что даже правильное решение оборачивается ошибочным, если оно принято слишком поздно. Во-вторых, потому что как правило, такой вещи, как абсолютная уверенность не существует» (Ли Якокка. Карьера менеджера. / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – С. 75.). Итак, роль информации в социальном управлении огромна. Исходя из этого многие авторы процесс управления сводят к процессу переработки информации с целью выработки решения. В практике управленческой деятельности лишь часть протекающих в системе процессов подвергается управленческому действию. От того, насколько правильно выбран объект управляющего воздействия, зависит эффективность процесса управления. Соответственно, не вся социальная информация вовлекается в процессы управления. Вся наша психическая деятельность настраивается и организуется для достижения программных целей: отбор, фильтрация информации, ее извлечение из памяти, переработка. Исходя из этого, условие эффективного управления является контроль над выбором цели и средств ее достижения. Сегодня многие управленческие решения принимаются при дефиците информации об объекте управления и протекающих в нем процессах. Анализ состояния управляемого объекта, который изменяется в зависимости от поставленных целей, позволяет объективно оценить ситуацию, опираясь на здравый смысл и интуицию, но, главным образом, на научно-обоснованные данные. Сравнение объекта в различные промежутки времени позволяет определить величину показателя и направленность протекающего социального процесса. Системная информация об объекте, представлена посредством коммуникаций, должна отражать состояние, процессы и тенденции его развития. Однако коммуникацию нельзя рассматривать только таким образом. Это явление социально - экономического плана, проявление сущности человека и его отношений с другими людьми, функционирования сознания и осуществления деятельности [4]. Коммуникация отражает такие понятия «неинформационного» содержания, как долг, ответственность, ценности, интересы, установки, опыт, интуиция и др. Именно

они лежат в основе коммуникации и определяют ее характер, особенности, тип, роль в совместной деятельности. Информация – это лишь внешнее проявление коммуникации, ее результат. Информация возникает, существует и передается благодаря коммуникации. Коммуникация опосредуется информацией, но не тождественна ей. Связи отражают интересы и ценности, стремление совместно выполнить какую-нибудь работу, это и рождает и питает информационные потоки в группах совместного труда. Понимание коммуникации как связей, в основе которых лежат интересы и ценности, имеет большое практическое значение. Менеджер, занимающийся только диспетчеризацией информационных потоков, распределением и перераспределением информации, никогда не будет иметь успеха в своей деятельности. Ведь необходим отбор и поиск информации. Для этого необходимо понимать, что людей соединяют интересы, а не информация. Информация «работает» тогда, когда она воспринимается в соответствии с определенными интересами, когда она принимаема и понимаема. В практике управления оказывается важным соотношение различных видов коммуникаций. Именно оно и определяет и возможности успешного решения проблем, и конкретные виды управленческих решений, и успех всех действий менеджера. В зависимости от направления потока информации коммуникации подразделяют на горизонтальные и вертикальные. Вертикальное направление, в свою очередь, подразделяется на нисходящее и восходящее. Коммуникативный поток, который перемещается от одного уровня в группе или организации к другому, более низкому уровню, называется нисходящим. Он используется руководителями групп постановки задач, описания работ, информирования о процедурах с тем, чтобы выделить проблемы, требующие внимания, предложить варианты обратной связи по результатам работы. При этом чем больше уровней проходит информация, тем меньше вероятность того, что она не будет искажена. Наиболее характерным примером является общение начальников со своими подчиненными. Восходящая информация, от более низкого к более высокому уровню, используется для обратной связи подчиненных с руководителями с целью информирования о результатах работы и текущих проблемах. Такая информация не просто служит средством доведения мнения работников до сведения руководителей, а позволяет вышестоящим органам и руководителям своевременно реагировать на происходящие изменения в коллективном мнении. Руководители анализируют эту информацию с целью принятия правильного управленческого решения. Восходящая информация используется для информирования начальников определенного уровня руководителями более низкого звена. Это может использоваться путем предоставления отчетов, итоговых документов по отдельным проектам в вышестоящие руководства. В производственном процессе пока еще господствуют системы коммуникаций, организованные по схеме «сверху вниз». В таких системах основное производственное звено воспринимается как исполнительная ступень, которая должна выполнять распоряжения управленческих структур. Согласование работы звеньев такой организации осуществляется через руководство, которое превращается в посредника в коммуникации между ними. В работниках воспитывается психология исполнителя. Поэтому любая неувязка в решении производственных или социальных вопросов может вызывать недовольство руководителями. Практика управления в такой системе основывается на принципах

разделения и специализации труда, его унификации, преобладания административных, правовых и экономических методов управления. Современные руководители, воспитанные в старых структурах управления, предпочитают эту систему и не всегда могут впитаться в новые системы коммуникации [5]. Горизонтальные коммуникации в одних случаях являются непременным атрибутом реализации определенного алгоритма управления, а в других – происходят спонтанно. Коммуникации осуществляются между членами группы, имеющими равный ранг, а также между равнозначными группами. Крупнейший американский менеджер Ли Якокка, после прихода генеральным директором в фирму «Крайслер», «не мог поверить, что менеджер, возглавляющий конструкторский отдел, не поддерживает постоянной связи с руководителем производственного отдела». «Никто в корпорации «Крайслер», казалось, не понимал, что взаимодействие различных функций в компании абсолютно необходимо. Другой пример: сбыт и производство автомобилей находились в ведении одного вице-президента. Для меня это было непостижимо, так как мы здесь имеем дело с чрезвычайно трудоемкими и совершенно различными функциями. К тому же – что еще хуже – обе эти области деятельности не поддерживали между собой практически никакой связи» (Ли Якокка. Карьера менеджера. / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – С. 179). Обмен информацией начинается с формулирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую значимую идею или сообщение следует сделать предметом обмена. К сожалению, многие попытки обмена информацией обрываются на этом первом этапе, поскольку отправитель не затрачивает достаточного времени на обдумывание идеи. Кит Дэвис подчеркивает важность данного этапа: «Неудачное сообщение не станет лучше на глянцевого бумаге или от увеличения мощности громкоговорителя. Лейтмотив этапа - «не начинайте говорить, не начав думать». Важно помнить, что идея еще не трансформирована в слова или не приобрела другой такой формы, в которой она послужит обмену информацией. Отправитель решил только, какую именно концепцию он хочет сделать предметом обмена информацией. Чтобы осуществить обмен эффективно, он должен принять в расчет множество факторов. К примеру, руководитель, желающий обменяться информацией об оценке результатов работы, должен четко понимать, что идея состоит в том, чтобы сообщить подчиненным конкретную информацию об их сильных и слабых сторонах и о том, как можно улучшить результаты их работы. Идея не может заключаться в смутных общих похвалах или критике поведения подчиненных. Этот пример показывает также связь между восприятием и коммуникацией. У руководителя, который считает подчиненных способными к развитию и совершенствованию, а значит, нуждающимися в информации с оценкой результатов их работы, скорее всего, найдутся дельные позитивные идеи для обмена информацией на указанную тему по существу. Управляющий, который воспринимает подчиненных как детей, ждущих, чтобы их поправляли и направляли, скорее всего, заложит в свои идеи критицизм отрицательного свойства, свойственный такому образу мышления. Еще один пример потенциальных проблем на этапе зарождения идеи дает нам начальник цеха, только что принявший сообщение от высшего руководства о том, что компании нужно на 6 % увеличить производство видеоигр без увеличения сверхурочных выплат. Если начальник цеха не сможет сообразить, каким путем лучше всего обменяться этой

информацией с подчиненными и направит им это сообщение в точности таким, каким оно было получено, возможны недоразумения, поскольку рабочие поймут лишь сам факт того, что изменения необходимы. Если же руководитель, в самом деле, продумает те идеи, которые требуют передачи, он может прийти к следующим заключением [6]:

1) Рабочие должны понять, какие именно нужны изменения - прирост объема производства на 6% без дополнительных сверхурочных.

2) Рабочие должны понять, почему нужны эти изменения, иначе они могут сделать вывод, что компания пытается выжимать из них побольше, а платить поменьше, и взбунтоваться.

3) Рабочие должны понять, каким образом следует осуществить изменения - качество продукции и уровень брака не должны измениться вследствие прироста объема производства, иначе эффективность может снизиться, а не возрасти, как того требует в своем сообщении высшее руководство.

Руководители, неудовлетворительно обменивающиеся информацией, могут действовать неудачно, поскольку по отношению к ним именно так действует высшее руководство. Дело в том, что руководители высшего звена часто служат ролевой моделью для поведения подчиненных. Если наши руководители склонны к принуждению или не откровенны в обмене информацией с нами, мы вполне можем повести себя подобным образом, обмениваясь информацией со своими подчиненными. Однако вы находитесь в ином положении, чем ваше начальство. Поэтому вовсе необязательно действовать в том же стиле, даже если этот стиль эффективен. Что в действительности необходимо, так это осознать - какие идеи предназначены к передаче до того, как вы отправляете сообщение, и уверенность в адекватности и уместности ваших идей с учетом конкретной ситуации и цели. Менеджер является не только носителем статуса должностного лица, наделенного определенными правилами и полномочиями, но и обладает необходимой эрудицией, широким кругом профессиональных знаний, навыков и умений, к числу которых относится умение обращаться с людьми. В этом случае речь идет о важной стороне его компетентности. Умение общаться – основная составляющая коммуникативной компетентности, т.е. способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с людьми, готовность личности к общению, развитию соответствующих ценностей, установок и умений. Эффективность обмена информацией, вызывающего те или иные действия, зависит от коммуникативной компетентности. Причем ключевой механизм социального взаимодействия людей обнаруживает себя на всех уровнях социокультурной организации общества. Таким образом, составляющими коммуникативной компетентности следует, по меньшей мере, считать: во-первых, умение вступать в коммуникацию с другими людьми, постоянно поддерживать с ними нужные контакты, а во-вторых, владение и умение оперировать этой смысловой информацией, которая характеризует как общую, так и профессиональную эрудицию управленца, вне зависимости от сферы его деятельности. Обмен информацией охватывает разные части организации Конечно, обмен информацией в организациях не всегда так эффективен, как следовало бы. На деле люди общаются между собой менее эффективно, чем им это кажется [7].

Свою специфику имеют коммуникации в малых группах. В отличие от

массовых коммуникаций члены малой группы имеют возможность высказывать собственные суждения, что повышает возможность потенциальных способностей. При обсуждении информации в малой группе руководитель с целью повышения эффективности коммуникации должен поощрять аргументированные высказывания и ценные предложения, добиваться точности и объективности информации. Критикуя идеи и утверждения, нельзя переносить критику на личности, тем более обсуждать их личные качества, нужно уважать мнения других лиц, а также групп, если они содержат ценные предложения и рекомендации.

В организациях коммуникации осуществляются одновременно сверху вниз, снизу вверх, а также горизонтально. Коммуникации между руководителями и подчиненными преимущественно осуществляются сверху вниз. Информационное воздействие, которое преобладает в таких коммуникациях, строится как по общим, так и по специфическим принципам и правилам, предполагающим их знание, умение ими пользоваться и приобретение соответствующего опыта. Наиболее правильно организована система коммуникаций в тех организациях, в которых все сотрудники задействованы в организационных коммуникациях. При этом не имеется ввиду, что все участники коммуникационных процессов в равной степени управляют информационными потоками. Руководитель должен учитывать настроенность как своей, так и противоположной стороны, взаимные ожидания, уметь сопереживать. Чем выше ранг руководителя, тем больше информации проходит через него. Однако руководитель должен обеспечить прохождение информации и в те звенья коммуникативных цепей, которые нуждаются в этой информации [8].

Руководители, придерживающиеся либерального стиля управления, используют неформальную многоканальную систему коммуникаций. Они поощряют расширение связей по всем направлениям. Отсюда коммуникативные связи отражают структуру организации, а информация доходит до получателя достаточно полной и адекватно отражает состояние дел. Консервативный стиль управления поощряет хорошо структурированную цепь команд. Ограничивается число связей, коммуникации осуществляются преимущественно сверху вниз. Качество коммуникации всегда соответствует требованиям организации. Много информации искажается или теряется в каналах прямой и обратной связи. Разделение труда между работниками и функций между подразделениями упрощает коммуникации в организациях. Организации разрабатывают системы коммуникации, которые тщательно учитывают потоки информации и точность реализации коммуникативных процедур в каждом звене. Параллельно со структурированной сетью коммуникаций в организации вольно или невольно образуется параллельная неформальная сеть, которая может или помогать работе основной сети или, наоборот, препятствовать ей. В авторитарной системе коммуникаций чаще всего неформальная сеть коммуникаций препятствует работе основной сети коммуникаций, а в либеральной сети становятся способствующими осуществлению оптимальной коммуникационной связи и максимально точной передачи информации. Значение коммуникаций для руководителей в том, что они являются главным инструментом выполнения руководителями функций управления по следующим причинам [9]: правильно организованные коммуникации способствуют повышению эффективности управления; коммуникации способствуют утверждению авторитета руководителя;

коммуникации повышают эффективность функционирования всех других сфер жизнедеятельности организации.

Поэтому руководители не менее трех четвертей своего времени тратят на формирование взаимодействия как внутри организации, так и вне ее. Коммуникации в нашем быстро меняющемся мире являются основным компонентом успешной работы менеджера. Применение компьютерной техники существенно повысило оперативность работы любой организации. Сокращается время доступа к информации, время реакции руководства на изменение составляющих рынка. В настоящее время наблюдается тенденция к созданию так называемых интегрированных пакетов, которые вмещают в себя возможности и текстовых редакторов, и таблиц, и графических редакторов. Наличие большого числа различных программ для выполнения в сущности одинаковых операций - создания и обработки данных обусловлено наличием трех различных основных видов информации: числовой, текстовой и графической. Для хранения информации чаще всего используются СУБД, которые позволяют соединять все эти типы данных в единое целое. Сейчас идет бурное развитие двух других видов информации: звуковой и видеoinформации. Для них уже созданы свои редакторы и не исключено что в скором времени эти виды информации станут неотъемлемой частью большинства баз данных [10].

Широкое развитие информационно-коммуникационных технологий изменило взгляд на современные методы управления. Активное использование Интернета, мобильной и спутниковой связи заставляет корпорации перестраивать бизнес-модели и организационную структуру под новую электронную основу. Внедряя информационные технологии для взаимодействия с другими субъектами рынка (потребителями, поставщиками, кредиторами), предприятие получает возможность быстрого и гибкого реагирования на изменения во внешней среде. Информационные потоки становятся все более широкими и динамичными, объем информации, необходимой для принятия решений, сокращается. Без современных способов обработки, хранения и передачи информации обеспечить эффективные коммуникации предприятия невозможно. Задача, однако не сводится только к внедрению компьютеров и других технических средств в производственно-хозяйственную деятельность предприятия. Необходимо провести комплексную автоматизацию бизнес-процессов, предусматривающую интеграцию внутренней и внешней информационной среды предприятия через Интернет. Под термином «информационные технологии в корпоративном управлении» традиционно понимают комплексные системы автоматизации управления. Известны и другие их названия – системы масштаба предприятия, корпоративные и информационные системы (КИС), корпоративные системы управления (КСУ), автоматизированные системы управления (АСУ). Основное назначение информационных систем – оперативное предоставление непротиворечивой, достоверной и структурированной информации для принятия управленческих решений. Такие системы образуют единое информационное пространство предприятия, его управленческих служб [11].

Комплексные системы автоматизации управления обычно представляют собой универсальные решения, пригодные для различных типов предприятий. Ориентированные в первую очередь на крупные многопрофильные структуры предприятия комплексные системы автоматизации не только предлагают развитый

набор функций, но и обеспечивают надежное хранение и обработку больших объемов информации. Современные информационные технологии, коммуникации и Интернет позволяют решать задачи удаленного доступа к единой базе данных, актуальные для корпоративного управления. Практически все программные средства, используемые в корпоративном управлении, представляют собой регистрирующие факты и документы финансово-хозяйственной деятельности для построения различных отчетов и справок. В базу данных вносится структурированная информация, связанная между собой справочниками, классификаторами, параметрами и формами типовых документов. По имеющейся в базе данных информации инструментальными средствами готовится «разрез» отчетов и справок. Получив отчеты и справки, часто называемые аналитическими, руководство может принимать обоснованные управленческие решения. Использование программного обеспечения на любом предприятии неизбежно влечет в той или иной степени реорганизацию его деятельности. Нельзя слепо подчинять имеющиеся программные и системные возможности руководителю того или иного уровня процесса управления, так же как и буквально следовать заложенным в систему принципам и методам выполнения процедур, обработки и представления информации. Коммуникация как деятельные отношения и управление этими отношениями базируется на системе взглядов по экономической оптимизации инноваций [12].

Во-первых, оптимизация коммуникаций возможна только при рационализации их совокупности на всем инновационном пути либо путем оптимизации значительных участков этого пути. Для решения такой задачи необходимо с системных позиций подходить к выбору коммуникативных отношений, структуризации управления, к проектированию взаимосвязанных процессов движения ресурсов в инновациях.

Во-вторых, учитывая социально-экономическое содержание инновационной системы, коммуникативные отношения строятся в ней не столько менеджерами, сколько за счет сети субъектных отношений.

В-третьих, возникающие издержки коммуникаций на протяжении всего инновационного процесса (рекрематической цепи) можно рассматривать как плату за партнерство субъектов инновации. Чем выше способность инновационной системы к адаптации в условиях все возрастающей неопределенности окружающей среды, тем более эффективными являются инновационные коммуникации.

Охарактеризуем основные общие свойства системы инновационных коммуникаций: система инновационных коммуникаций есть целостная совокупность экономических отношений субъектов инновации; между субъектами такой системы действуют существенные связи, которые с закономерной необходимостью определяют интегративные качества системы; коммуникации между субъектами инновации определенным образом упорядочены, т.е. присутствуют черты организации; система инновационных коммуникаций обладает интегративными качествами. Указанные свойства коммуникаций проявляются всегда, когда они наполнены инновационными потоками, имеющими определенную целевую направленность и динамику. В инноватике постоянно предпринимаются попытки построения единой теории инновационного процесса от начала до конца, т.е. когда этот процесс рассматривается во взаимосвязи стадий создания и коммерциализации

новшеств. В результате было замечено, что эффективность инновационного процесса обеспечивается не столько результативностью каждого этапа инновации, сколько надежностью «стыков», скоростью перехода от любого предыдущего этапа к последующему. Динамика и результаты создания и реализации новшеств зависят в первую очередь от самих участников инноваций и их взаимодействия. Наиболее полная коммуникация субъектов инновации возникает на этапах активации и освоения новшества в производстве. Инновационные коммуникации и характерные для них отношения возникают там, где участники инновации вступают в рыночные отношения и обмениваются информацией по предмету и объекту нововведения, а также (и это главное) разделяют будущий результат и несут риски, связанные с ним.

Повысить эффективность коммуникаций в инновациях можно путем реализации партнерских отношений, охватывающих максимально возможные фазы (стадии) инновационного процесса в каждом конкретном случае. Теоретически основные субъекты инноваций могут выступать партнерами с момента начала разработки базового новшества до его полной коммерциализации. Наиболее долговременной коммуникацией являются отношения между инвестором и производственным предпринимателем, так как они теоретически могут осуществлять совместную инновационную деятельность на пяти основных этапах жизненного цикла инновации. Но он может быть партнером предпринимателя на стадии производства, если примет решение о реинвестировании капитала, что зависит от участия в капитале субъекта нововведения [12].

Хорошую перспективу в создании эффективных коммуникационных связей при нововведениях в материальном производстве имеют некоммерческие партнерств (НП). Главной целью юридических и физических лиц объединенных в НП, является развитие инновационного потенциала и имущества в социально значимой области деятельности граждан и юридических лиц. Основными задачами и предметом деятельности инновационных партнеров являются управление научными и инновационными проектами, направленными на повышение конкурентоспособности партнеров, привлечение средств инвесторов, организация потребительского спроса на новшества. Деятельность инновационных партнеров будет содействовать получению и использованию прав интеллектуальной и промышленной собственности, развивая рынок инвестиционных товаров.

Любой российской промышленной компании предстоит перманентно реорганизовывать свой бизнес с целью перехода в область наукоемкого производства, осваивать смежные предпринимательские сферы. Одной из сильных сторон такой политики становится скорость инновационных преобразований. Процесс управления – информационный процесс, включающий в себя формирование, восприятие, передачу, обработку и хранение информации. Понятно, всякое управление, в том числе персоналом, не сводится только к информации, но и не мыслимо вне информации. Именно поэтому всегда будет потребность в людях, обладающих опытом работы области информационных коммуникаций. Ведь эффективные коммуникации – это одна из составляющих успеха любого бизнеса.

Понимание механизма коммуникационных процессов позволяет сформировать эффективную систему бизнес-коммуникаций (обмен информацией и деловое взаимодействие) компании. Коммуникации встроены во все виды

управленческой деятельности, они являются связующими звеньями, оказывающими существенное влияние на эффективность всех процессов, происходящих в организации. Безусловно, существует множество преград на пути успешного осуществления коммуникаций. Распространенными препятствиями на путях обмена информацией в организации служат фильтрация плохих новостей подчиненными, перегрузка информационной сети и неудовлетворительная структура организации. Плохая обратная связь и неумение слушать мешают эффективному обмену информацией. Следовательно, тормозятся и другие процессы управленческой деятельности, что в свою очередь приостанавливает успешное развитие организации. Таким образом, мы видим, что от развития коммуникаций зависит успех управленческой деятельности. Поэтому менеджеру приходится постоянно следить за протеканием коммуникационных процессов, контролировать их эффективность и целенаправленность.

Литература

1. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В. и др. Теоретические основы проектирования систем менеджмента производственных предприятий в условиях экономической нестабильности. – Монография. – Издательство «Центральной Научно-технической библиотеки пищевой промышленности», 2008 – 282 с.
2. Кобиашвили Н.А., Филатов В.В. Управление социально- коммуникативными технологиями в формировании современного инновационного общества. //Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.391-401
3. Пашкевич Е.С., Филатов В.В.. Инновационные социально-коммуникативные технологии в сфере управления трудовыми ресурсами в условиях неопределенности внешней среды. //Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.440-449
4. Пашкевич С.А., Филатов В.В. Управление изменениями, коммуникациями и инновационными социальными технологиями в условиях экономической нестабильности. Мат.-лы VII Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной экономики: теория и практика» секция: «Инновации в управлении маркетинговой деятельностью и коммуникациями», М.:ЕОИ, 2011- с.449-458
5. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В. Управление коммуникациями между менеджером – оценщиком и заказчиком при осуществлении управленческого консалтинга и мониторинга рынка в современных условиях Научно-теоретический и прикладной журнал «Альманах современной науки и образования» – Выпуск №10(65), Издательство «Грамота» , 2012 –с.162-167.
6. Филатов В.В.// Управление инновационной деятельностью хозяйствующих субъектов РФ, инновационными инфраструктурами и экономическим развитием региональных систем. – Монография, Издательство: ЦНТБ Пищевой

промышленности, 2008 г. - 481 с.

7. Филатов В.В.// Управление венчурным капиталом, инновационным предпринимательством и трансфером инновационных технологий в региональных экономических системах РФ. – Монография, Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2009 г. - 510 с.
8. Филатов В.В.// Региональные аспекты управления инновационной деятельностью хозяйствующих субъектов СНГ в условиях экономической нестабильности – Монография, Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2010 г. - 481 с.
9. Филатов В.В.// Управление государственной инновационной политикой РФ с учетом влияния глобализации на структурную экономику России на современном этапе – Монография, Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2011 г. - 392 с.
10. Филатов В.В., Кобулов Б.А., Колосова Г.М., и др.// Инновационный менеджмент – Учебное пособие с тестовыми заданиями, с грифом УМО, Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2011 г. - 479 с.
11. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Богданова И.С. Управление стоимостью и оценка активов предприятия. Ч.1. Основные понятия и подходы к оценке бизнеса, оценка материальных активов предприятия. Учебно-практическое пособие с тестовыми заданиями в 2ух частях, с грифом УМО. Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2012 г. - 472 с.
12. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Богданова И.С. Управление стоимостью и оценка активов предприятия. Ч.2. Организационное обеспечение, оценка финансово-хозяйственной деятельности и нематериальных активов предприятия. Учебно-практическое пособие с тестовыми заданиями в 2ух частях, с грифом УМО. Издательство: ЦНТБ Пищевой промышленности, 2012 г. - 350 с.