

Обращение главного редактора

Дорогие друзья, уважаемые коллеги!

Каждое время вырабатывает свои критерии эффективности развития. В современных условиях основой динамичного развития экономической системы выступает инновационная деятельность, степень развития которой оценивается количеством нового продукта, выводимого экономикой того или иного государства на рынок в единицу времени. В мире происходят непрерывные изменения во все более ускоряющемся темпе. Вот почему так чрезвычайно актуально сегодня звучит тезис о том, что в современном мире не столько важен продукт, сколько скорость его вывода на рынок. Если на вывод нового продукта компания затрачивает чрезмерно большие временные ресурсы, то эффективность выхода последнего будет минимальна, так как он (в смысле продукт) мгновенно будет вытеснен более оперативным аналогом.

Информационное поле сегодня сжато до состояния, близкого к бифуркации, когда очевидно ожидать появления либо радикально новых коммуникаций, либо каких-то значительных пространственно-территориальных изменений. Это обстоятельство совершенно не позволяет изобретателям «держат паузу». Новые перспективные научные разработки мгновенно становятся достоянием мирового сообщества, а дальше все решает «скорость бега», по той простой причине, что в условиях происходящей информационной революции главная задача большинства компаний – максимизация прибыли. Именно прибыль является главным приоритетом современной глобальной экономики, эмерджентный феномен технологической и организационной сложности которой отражается в устройстве современной деловой среды. В таких условиях успешно функционировать компаниям, структура которых основана на ньютоново-картезианской механистической парадигме и метафорически ассоциируется с машиной, становится все сложнее. Успех таких компаний оценивается по величине прибыли, и в периоды кризисов, стремясь снизить затраты, они сокращают работников. В дальнейшем это приводит к неминуемому растворению подобных организаций в кризисно-агрессивной деловой среде. Другие компании, в которых основную ценность составляют не материальные активы, а знания, которыми обладают сотрудники, из кризиса стремятся выйти за счет накопленного интеллектуального потенциала и выброса на рынок инновационного продукта.

Однако современные реалии таковы, что для достижения успеха по выходу из кризиса важно не просто изобрести и вывести новый продукт, востребованный потребителем, на рынок, но куда важнее – суметь вывести этот продукт максимально оперативно. В связи с чем для ускорения выхода нового продукта на рынок на каждом шаге «инновационной лестницы» исследователями выявляются все более детальные бизнес-процессы и предпринимаются попытки произвести их максимальную автоматизацию. Деятельностью, связанной с сокращением сроков вывода продукта на рынок посредством автоматизации всех соответствующих бизнес-процессов, занимается такая новая дисциплина, как инноватика.

Редсовет журнала и наши эксперты, проявляя высочайшую заинтересованность в новейших разработках и технологиях, обращают особое внимание на работы, выявляющие возможности сокращения сроков вывода продукции на рынок, и приглашают всех исследователей, занятых этой темой, к публикации своих работ на страницах нашего журнала.

Г.А. Наумова,
доктор технических наук, профессор