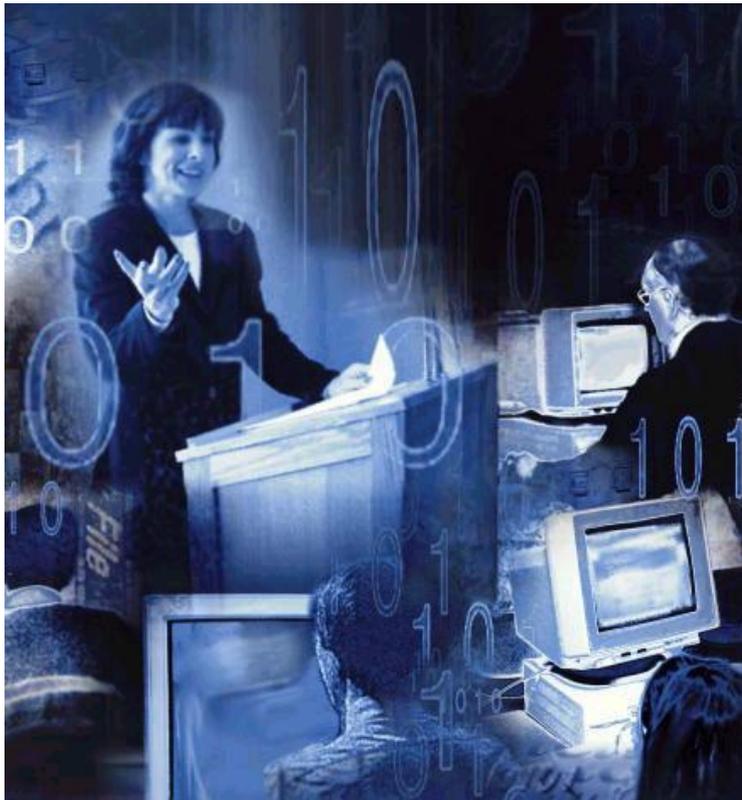
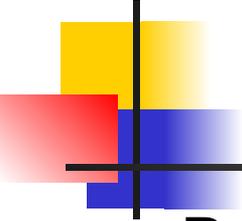


# Иновационный менеджмент



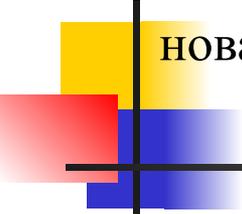


# Инновация

---

В мировой экономической литературе **"инновация"** интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях.

**Потребность в инновациях возникает у фирмы под воздействием внешних** (обострение конкурентной борьбы, задачи завоевания новых рынков, появление новых знаний и проч.) **и внутренних факторов** (неблагоприятные условия труда, рост затрат, несоответствие между тем, что есть, и тем, что должно быть, и т. п.).



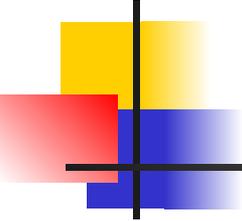
Понятие "нововведение" является русским вариантом английского слова innovation. Буквальный перевод с английского означает "введение новаций" или "введение новшеств".

---

Под *новшеством* понимается **новый порядок, новый обычай, новый метод, изобретение, новое явление.**

Русское словосочетание "нововведение" в буквальном смысле "введение нового" означает процесс использования новшества.

С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество — становится *нововведением (инновацией)*.



# Основные понятия инновационного менеджмента

---

- В соответствии с ФЗ «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации» – **ИННОВАЦИЯ (НОВОВВЕДЕНИЕ) – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке (инновация-продукт), нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности (инновация-процесс).**
- Данный нормативный акт дает определения **базисной и улучшающей** инновации.



# Основные понятия инновационного менеджмента

---

- Под ***базисной инновацией*** понимается нововведение, базирующееся на результатах научно-технических разработок, не имеющих аналогов в отечественной и мировой практике, направленное на освоение технических систем и технологий новых поколений.



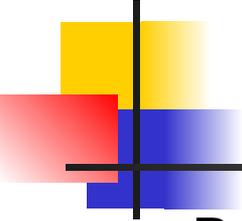
# Основные понятия инновационного менеджмента

---

- ***Улучшающая инновация***— нововведение, служащее созданию новых моделей машин и разновидностей материалов, улучшению параметров производимых товаров (услуг) и технологий их изготовления.

# Классификация инноваций

Классификационный признак	Классификационные группировки инноваций
Области применения инноваций (по содержанию)	Управленческие, организационные, социальные, промышленные (производственные), экономические и т.д.
Виды инноваций	Научные, технические, технологические, конструкторские, производственные, информационные
Направленность (по особенностям инновационного процесса)	Внутриорганизационные, межорганизационные
Темпы осуществления инноваций	Быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные
Масштабы инноваций (по уровню разработки и распространению)	Трансконтинентальные, государственные, региональные, отраслевые, корпоративные, фирменные, крупные, средние, мелкие
По сферам разработки и распространению	Промышленная, финансовая, услуги, торгово- посредническая, научно-педагогическая, правовая
Результативность инноваций	Высокая, низкая, стабильная
Эффективность инноваций	Экономическая, социальная, экологическая, интегральная



# Методология инновационного менеджмента

---

- В настоящее время **методология** системного описания инноваций базируется на международных стандартах. В соответствии с Руководством Фраскатти (документ принят ОЭСР (организация экономического сотрудничества и развития)) ***инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.***



## *Основной документ*

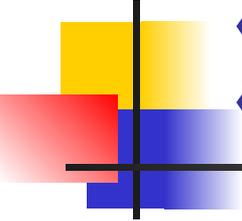
---

- Фраскати – итальянский город. Где в 1963 году была принята первая версия для **«Обследования исследований и экспериментальных разработок»**. Последняя редакция Рекомендаций Фраскати вышла в 1993 году. Методика сбора данных об инновациях базируется на рекомендациях Осло (1992 год).

# Инновационный процесс

Термины "*инновация*" и "*инновационный процесс*" не однозначны, хотя и близки.

Инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.

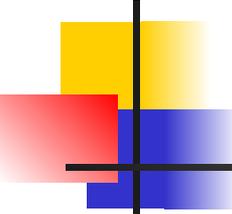


**Термин «инновация» происходит от латинского «novatio», что означает «обновление» (или «изменение»).**

---

**Понятие «инновация» было введено  
в научный обиход  
в 30-е годы XX столетия  
Йозефом Алоизом Шумпетером –  
австрийским и американским  
экономистом, социологом и  
историком экономической мысли.**





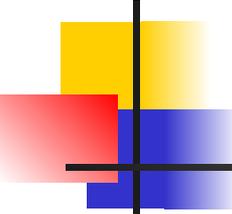
# Понятие инновации и инновационного процесса

---

Специфическое содержание инновации составляют изменения, а *главной функцией* инновационной деятельности является **функция изменения.**

И. Шумпетер выделял пять типичных изменений:

1. Использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля - продажа).
2. Внедрение продукции с новыми свойствами.
3. Использование нового сырья.
4. Изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения.
5. Появление новых рынков сбыта.



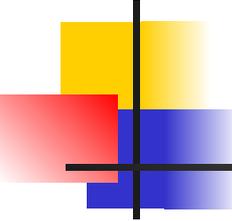
# Понятие инновации и инновационного процесса

Научно-технический прогресс представляется в виде двух составляющих:

- 1) составляющей **достижений** (результатом являются новые знания, технологии, оборудование).
- 2) составляющей **нововведений – инноваций** (результатом являются производство новых товаров или услуг, созданные для заказчика «под ключ» с использованием уже достигнутых и проверенных знаний, технологий, оборудования).

Научно-технические разработки и нововведения, по мере практического применения, превращаются в **научно-технические инновации**.

**Научно-технические же инновации** (результат - научно-техническая продукция) являются материализацией новых идей и знаний, открытий, изобретений и научно-технических разработок в процессе производства с *целью* их **коммерческой реализации** для удовлетворения определенных запросов потребителей.



# Свойства инновации

---



научно-техническая новизна

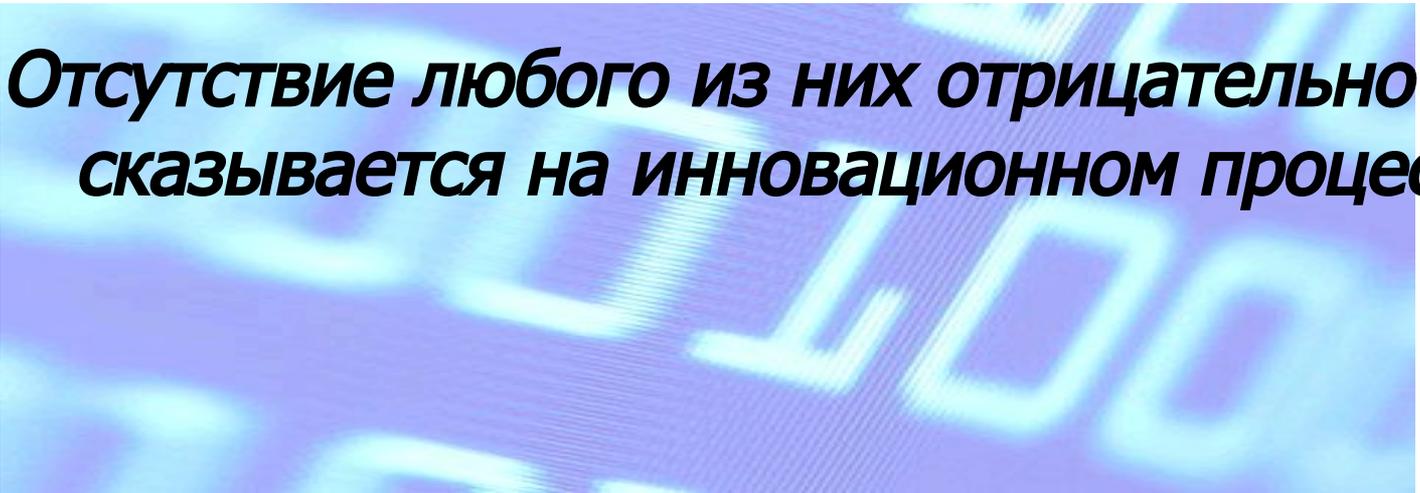


производственная применимость

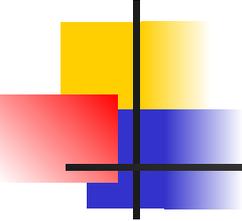


коммерческая реализуемость

***Отсутствие любого из них отрицательно сказывается на инновационном процессе.***



# Характеристика инновационного процесса

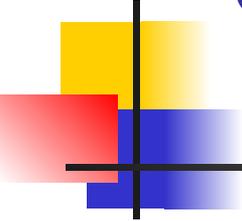


---

**Под инновационным процессом понимается последовательная цепь событий от исследований и разработки новой технической идеи до практического внедрения созданного на ее основе новшества.**

Особенности инновационного процесса в сравнении с текущей деятельностью состоят в том, что его конечной целью является удовлетворение принципиально новой, а не уже существующей потребности.

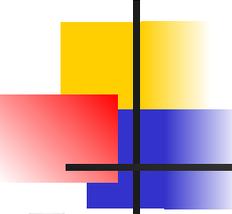
**Инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.**



# Формы инновационного процесса

---

- простой внутриорганизационный (натуральный),
- простой межорганизационный (товарный),
- расширенный.



# Формы инновационного процесса

---

**Простой инновационный процесс** предполагает создание и использование новшества *внутри* одной и той же *организации*, новшество в этом случае не принимает непосредственно товарной формы.

При **простом межорганизационном инновационном процессе** новшество выступает как предмет купли-продажи. Такая форма инновационного процесса означает *отделение функции создателя* и производителя новшества *от функции его потребителя*.

**Расширенный инновационный процесс** проявляется в создании все новых и новых производителей нововведения, что способствует через взаимную конкуренцию совершенствованию потребительских свойств выпускаемого товара. В условиях товарного инновационного процесса действует как минимум два хозяйственных субъекта: производитель (создатель) и потребитель (пользователь) нововведения.

# Фазы инновационного процесса

а) создание; б) диффузия нововведения; в) распространение.

---

**Создание** включает последовательные этапы научных исследований, опытно-конструкторских работ, организацию опытного производства и сбыта, организацию коммерческого производства.

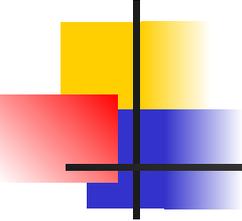
**Диффузия инновации** – процесс, посредством которого *нововведение передается* по коммуникационным каналам *между членами* социальной системы *во времени* (это распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или местах применения). В результате диффузии возрастает число и изменяются качественные характеристики как производителей, так и потребителей.

**Распространение инновации** – это *информационный процесс*, форма и скорость которого зависит от мощности коммуникационных каналов, особенностей восприятия информации хозяйствующими субъектами, их способностей к практическому использованию этой информации и т. п.

# Формы, фазы и этапы инноваций



# Инновационный процесс

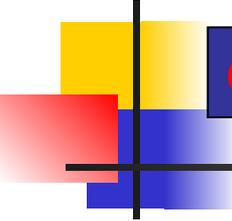


---

**Субъекты инновационного процесса делятся на группы:**

**новаторы и имитаторы** (ранние реципиенты (объект, получающий (принимающий) что-либо от другого объекта); раннее большинство и отстающие).

В общем виде ИП можно представить в развернутом виде так:



**ФИ - ПИ - Р - Пр - С - ОС - ПП - М - СБ**

---

**ФИ** – фундаментальное (теоретическое) исследование;

**ПИ** – прикладные исследования;

**Р** – разработка;

**Пр** – проектирование;

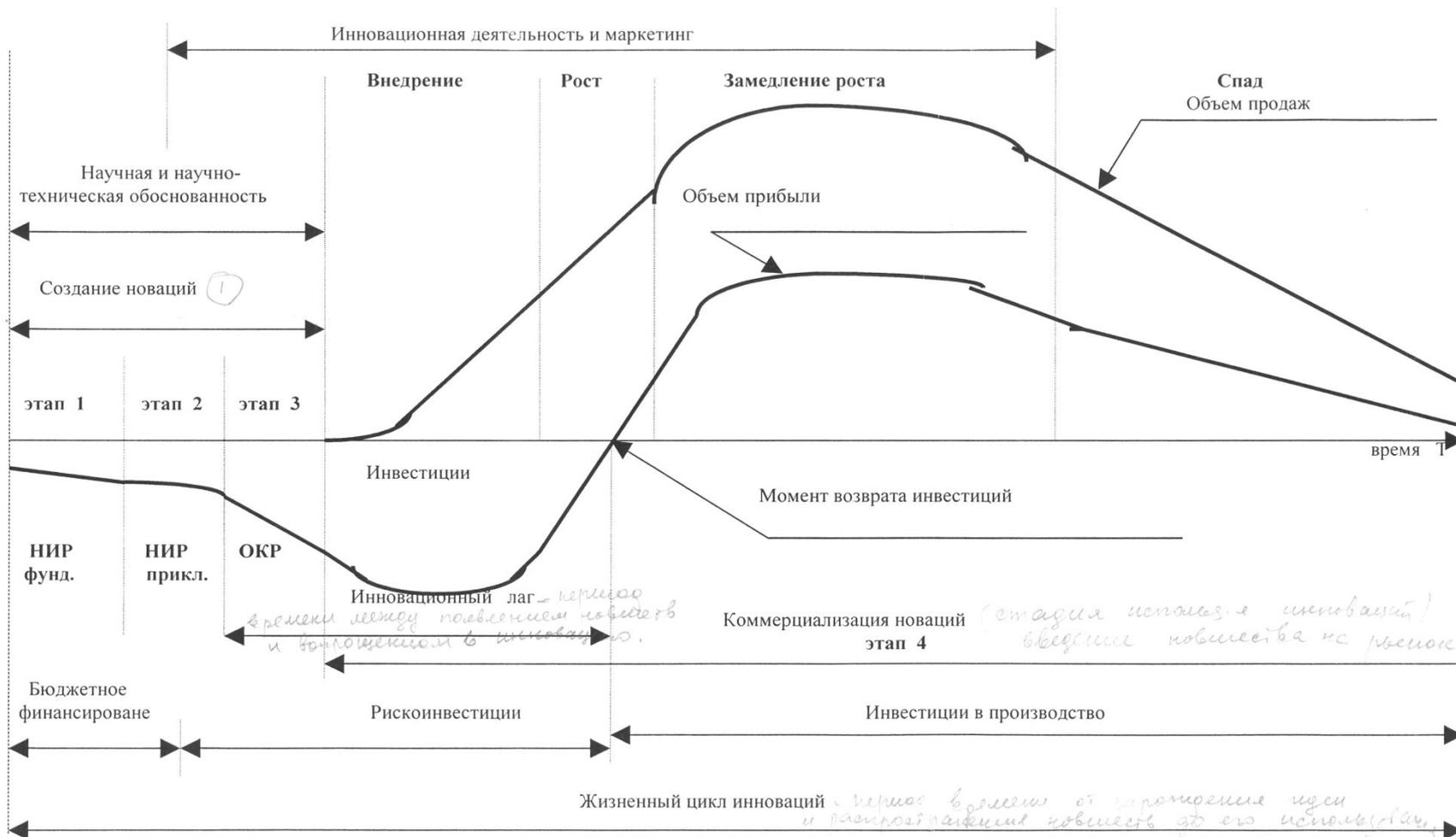
**С** – строительство;

**ОС** – освоение;

**ПП** – промышленное производство;

**М** – маркетинг;

**СБ** – сбыт.



**Рис. 6: Основные этапы инновационного процесса** – жизнен. цикл с учетом послереализацион. работы

# Научные исследования и разработки

Научные исследования и разработки (НИР) охватывают: **фундаментальные исследования, прикладные исследования.**

**Цель ФИ - познание и развитие процесса (теории вопроса).**

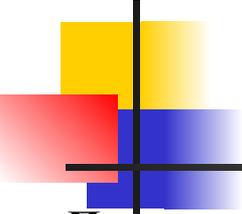
---

**Фундаментальные исследования**, *сбор и систематизации информации по соответствующей проблеме.* Задача этого этапа состоит в познании явлений окружающего мира, открытии новых закономерностей его развития, анализе необходимости и возможности изменений, генерировании перспективных идей, их отборе и разработке, оценке возможности реализации. В свою очередь, этот этап делится на две стадии. На теоретической формируются новые научные подходы к проблеме, на второй - новые принципы создания изделий и технологий.

**Научная работа** – *исследовательская деятельность, направленная на получение и переработку новых, оригинальных, доказательных сведений и информации.* Любая научная работа должна обладать новизной, оригинальностью, доказательностью.

Теоретическое (ФИ) исследование не связано непосредственно с решением конкретных прикладных задач. Однако именно оно является *фундаментом инновационного процесса.*

Фундаментальные исследования, как правило, воплощаются в прикладных исследованиях, но происходит это не сразу.



# Прикладные исследования

---

**Прикладные исследования**, направлены на выявление способов применения результатов предыдущего этапа. Они могут быть теоретическими и экспериментальными.

Конечным результатом этого этапа является *техническое задание, рекомендация, образец*.

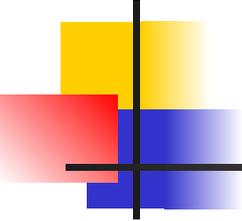
**Опытно-конструкторские разработки (ОКР)** направлены на создание образцов, прошедших испытания и пригодных для производственного и коммерческого использования.

**Освоение производства (ОС)** нового изделия предполагает оценку рыночных перспектив, финансовых возможностей, соответствия принятым стандартам, обеспеченности патентной защиты.

**Процесс коммерциализации** состоит от запуска в производство (ПП) и выхода на рынок (М и СБ) и далее по основным этапам жизненного цикла продукта.

Таким образом, **инновационный процесс охватывает цикл от разработки идеи до ее реализации на коммерческой основе.**

Период времени между появлением новшества и воплощением его в нововведение (инновацию) называется **инновационным лагом**.



# Жизненный цикл инновации

---

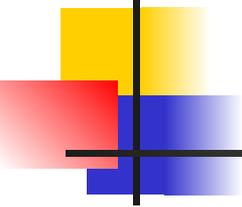
Состоит из трех основных элементов:

1. периода от начала разработки *до выхода новшества на рынок* (при этом, новшество может устареть, а нововведение еще не начаться);
2. периода *от выхода на рынок до снятия с производства*;
3. периода устаревания *от снятия с производства до прекращения эксплуатации* у потребителей.

Таким образом, **полный жизненный цикл новшества имеет две основных стадии - его создания и использования.** Последняя, в свою очередь, состоит из двух подстадий - производства, сбыта и послепродажного обслуживания.

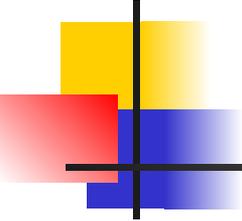
Инновационный менеджер имеет дело с различными стадиями инновационного процесса и с учетом этого строит свою управленческую деятельность.

# Инновационный менеджмент

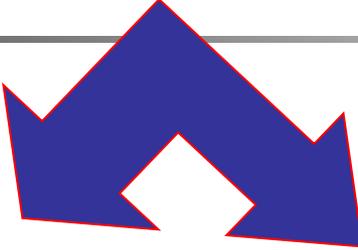


**взаимосвязанный  
комплекс действий,  
нацеленный на достижение или  
поддержание необходимого уровня  
жизнеспособности и  
конкурентоспособности  
предприятия с помощью  
механизмов управления  
инновационными  
процессами.**

# объекты инновационного менеджмента



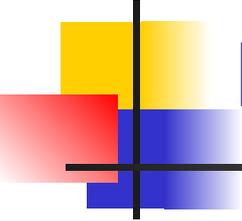
---



**Инновация**

**инновационный  
процесс**

# Этапы инновационного процесса



## **1) Фундаментальные исследования**

сбор и систематизация информации по соответствующей проблеме о потребностях и тенденциях развития. Целью этого этапа является осознание потребности и возможности изменений, генерирование перспективных идей, их отбор и разработка, определение возможности реализации.

## **2) Прикладные исследования**

направленные на определение способов применения результатов предыдущего этапа и их уточнение. Конечным результатом этого этапа является техническое задание, рекомендация, образец.

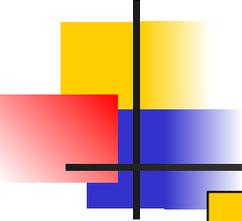
## **3) Опытнo- конструкторские разработки**

направлены на создание новых образцов, прошедших испытание и пригодных для производственного и коммерческого использования.

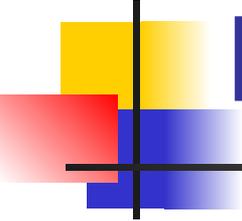
## **4) Освоение производства нового изделия.**

инновационный процесс охватывает цикл от разработки идеи до ее реализации на коммерческой основе.

## **5) Понятие, виды и результат инновационной деятельности.**



***Главная цель инновационного менеджера – снизить риск в жизнедеятельности фирмы и создать комфортные условия работы для сотрудников.***



# Ключевые моменты:

---

