

Лекция 1. Инфраструктура инновационной деятельности

Лекции по дисциплине «Экономика инноваций и изменений в
туризме»

© О.А. Никитина

Основные термины и понятия

Инновация или нововведение – это создание, использование и распространение нового средства, продукта, процесса (технического, экономического, организационного, культурного и др.)

Инновация (нововведение) в туризме – конечный результат новаторской деятельности, воплощенный в виде нового или усовершенствованного продукта (товара, услуг), внедренного в туристское обращение, нового или усовершенствованного технологического процесса; нового подхода к услугам (туристским, гостиничным, социальным, музейным).

С коммерческих позиций **инновация** - это экономическая необходимость, осознанная через потребности рынка.

Специфическим содержанием инновации являются **изменения**.

Инновационная деятельность

Инновационная деятельность – это деятельность по доведению научно-технических идей, изобретений, новых организационных и управленческих разработок до результатов в практическом использовании.

В полном объеме **инновационная деятельность** включает все виды научно-технической деятельности, проектно-конструкторские, технологические, опытно-испытательные действия и другие виды деятельности по освоению новшеств в оказании услуг, производстве и потреблении.

Как **экономическая категория - инновационная деятельность** является основой экономического развития.

Предприниматель, создавая **новшество**, стремится превзойти своих конкурентов и произвести что-то уникальное, новое.

Как и всякая другая деятельность в рыночных условиях, инновационная имеет **циклический характер**.

Основными направлениями инновационной деятельности туристских организаций являются:

- 1) использование новой техники и технологий в оказании традиционных услуг;
- 2) внедрение новых услуг с новыми свойствами;
- 3) использование новых туристских ресурсов, ранее не использовавшихся;
- 4) изменения в организации производства и потребления традиционных туристских услуг;
- 5) выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг и товаров;
- 6) инновационный менеджмент и управление проектами
- 7) инновационный маркетинг
- 8) финансирование инновационного предпринимательства, создание туристских наукоградов.

Виды инновационной деятельности

- 1) деятельность, направленная на инновации продукции
- 2) деятельность, направленная на инновации технологии
- 3) деятельность, направленная на социальные инновации

Деятельность, нацеленная на инновации продукции

- направлена на процесс обновления сбытового потенциала предприятия, который в свою очередь, обеспечивает увеличение объема получаемой прибыли, расширение доли на рынке, сохранение клиентуры, укрепление независимого положения, расширение рыночной ниши повышение престижа и «гудвилла» компании, создание новых рабочих мест и т.п.

деятельность, нацеленная на технологические инновации

- процесс обновления производственного потенциала, направленный на повышение производительности труда и экономию энергии, сырья и других ресурсов, что дает возможность увеличить объем прибыли предприятия, усовершенствовать технику безопасности, провести мероприятия по защите окружающей среды, эффективно использовать внутрифирменные информационные системы и т.п.

Деятельность, нацеленная на социальные инновации

- процесс планомерного улучшения социальной сферы предприятия. Применение таких инноваций и изменений расширяет возможности на рынке рабочей силы, мобилизует персонал предприятия на достижение поставленных целей, укрепляет доверие к социальным обязательствам предприятия.

Поиск идей, новшеств, изменений

Инновации – это специфический инструмент предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а **направленный организованный поиск** новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур.

Предпринимательство

Инновационное предпринимательство – это особый новаторский процесс создания чего-то нового (товаров, технологий, структуры и т.п.), процесс хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации.

Классическое предпринимательство - нацелено на организацию деятельности с расчетом на максимальную отдачу ресурсов, имеющихся в распоряжении предпринимательской структуры.

Модели инновационного предпринимательства

1) Инновационное предпринимательство на основе внутренней организации,

когда инновация создается и /или осваивается внутри фирмы ее специализированными подразделениями (занимаются определенным инновационным проектом)

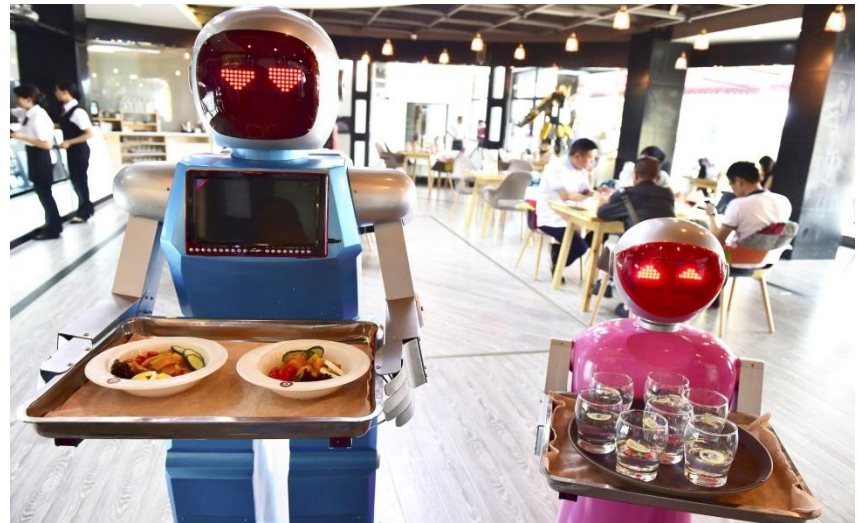
2) **Инновационное предпринимательство на основе внешней организации при помощи контрактов**, когда заказ на создание и /или освоение инновации размещается между сторонними организациями.

3) **Инновационное предпринимательство на основе внешней организации при помощи венчуров**, когда фирма для реализации инновационного проекта учреждает дочерние венчурные фирмы, привлекающие дополнительные сторонние средства.

Источники инновационных идей

- 1) Неожиданное событие (для предприятия, отрасли, неожиданный успех, неожиданная неудача, неожиданное внешнее событие);
- 2) Разрыв в восприятии действительности (неконгруэнтность) – несоответствие между реальностью и нашими представлениями о ней.
- 3) нововведения (основаны на необходимости изменений, потребности их, т.е. видны недостатки и их следует устранить, т.н. «слабые места»).

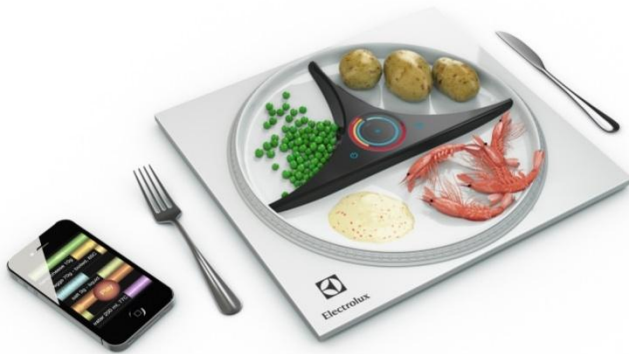
Идеи



SmartPlate / Умная тарелка - Тарелка, которая считает калории



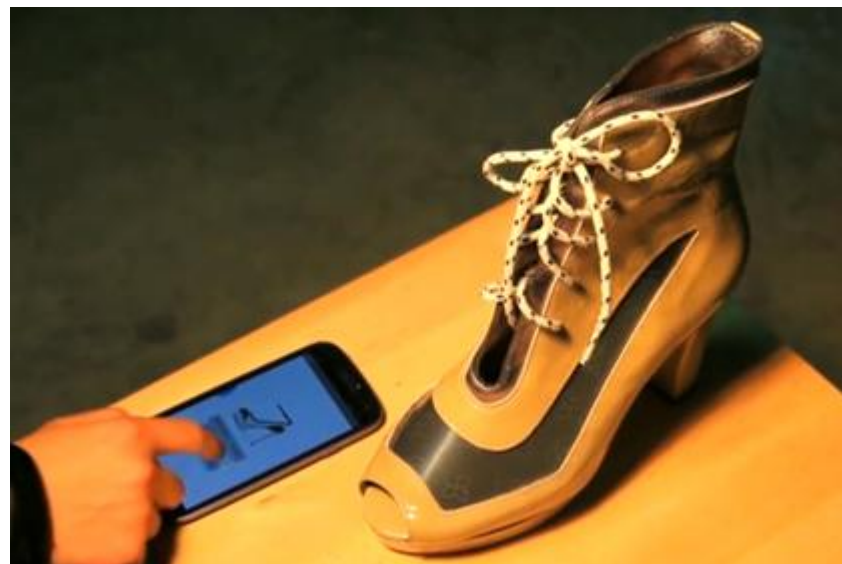
«Умная тарелка» разделена на три отдела, каждый из которых оснащён мини-камерой и датчиком веса. Устройство определяет состав и количество еды и по Wi-Fi и Bluetooth передаёт данные на специальное приложение для iPhone и Android, которое вычисляет калории. База данных сервиса состоит из 8000 позиций.



«УМНЫЕ ТУФЛИ»

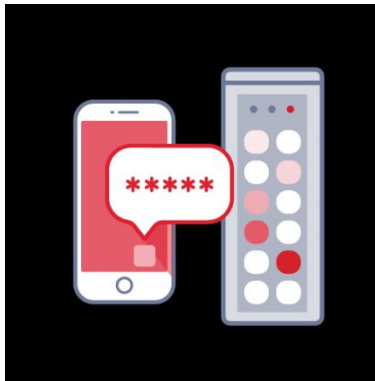
Компания Ishuu Technologies (Вильнюс) разработала технологию умных туфель, поверхность которых сделана по технологии электронных чернил (e-Ink).

Поверхность из «электронных чернил» позволяет владельцу подобрать под настроение любой черно-белый узор на поверхность обуви. Для подключения к смартфону туфли используют связь Bluetooth, соответствующая электронная начинка встроена в подошву.



<https://www.indiegogo.com/projects/volvorii-timeless>

Отель без персонала



Omena Hotel Helsinki Yrjönkatu

- Доступ в отель по коду, без ключей/карточек и регистрации у администратора;
- Заселение с 16.00. Ресепшена нет. Чтобы войти в отель, в лифт и в номер надо знать код, который присылают по эл.почте;
- Раньше 16 часов код-пароль не срабатывает.

Новые формы рекламы



Источники инновационных идей

- 4) Внезапные изменения в структуре отрасли или рынка
- 5) Демографические изменения
- 6) Изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках потребителей
- 7) Новые знания

Жизненный цикл инновации

Наука – техника – производство-применение

- 1) Зарождение идеи, появление изобретения
- 2) Научные исследования и разработки, экспериментальная проверка возможности воплощения замысла
- 3) Появление нового изделия на рынке, формирование спроса (стадия роста)
- 4) Широкое изготовление новых изделий (стадия зрелости)
- 5) насыщение рынка
- 6) Сокращение продаж и вытеснение изделия новым, более совершенным.

В зависимости от жизненного цикла инновации, компании, участвующие в инновационной деятельности подразделяют на 5 групп:

1) Эксплеренты

2) Пациенты

3) Виоленты

4) Коммутанты

5) Предприятия, находящиеся в предбанкротном состоянии.

1) Эксплеренты

Реализуют стратегию, направленную на радикальные нововведения. Они ориентированы на использование в бизнесе высокоэффективных изобретений с достижением максимальной прибыли. Риск работы этих компаний достигает 85 %. Этой стратегии придерживается венчурный бизнес.

На начальном этапе наукоемкого бизнеса создаются единичные образцы наукоемкой продукции и оформляются единичные патенты.

Основное назначение таких фирм – участие в формировании высокотехнологичной промышленности в самой начальной стадии.

Венчурный бизнес

(мост между будущим и настоящим)

- интеллектуальная и инвестиционная деятельность для финансирования новых, растущих или борющихся за место на рынке предприятий и фирм (стартапов), сопряжена с высокой или относительно высокой степенью риска.

2) Пациенты

- это фирмы, которые производят ограниченное количество продукции высшего качества по высоким ценам. Функционирование этих фирм требует привлечения крупных инвестиций, залогом которых являются первые **патенты**.

Пациенты реализуют самую агрессивную технологию выхода на рынок (товаров, технологий). Часто эти компании находятся под финансовым контролем **виолентов**.

В России такой стратегии могут придерживаться компании, работающие на рынке телекоммуникаций (при наличии существенного портфеля патентов).

3) Виоленты

- компании, которые ориентированы на массовый выпуск продукции с реализацией стратегии снижения издержек, которые возможны только на новом и новейшем оборудовании (на этапе формирования спроса)

Венчурные фирмы подталкивают виолентов к принятию решений о массовом производстве новейших разработок (повышая конкурентоспособность продукции и производства). Часто используется механизм (№3)– компания виолент, создает венчурную дочернюю компанию под нововведения → инвестиционная компания субсидирует этот венчур → создается «полезная модель» для получения патента на компанию Пациента → **выход на рынок**

Статистика: 20-30% компаний получают доход 200-300%; 10-20% фирм разоряются; остальные 50% имеют рентабельность 40%.

4) Коммутанты

-это компании, которые используют небольшие ниши товарного рынка.

5) Предприятия, находящиеся в предбанкротном состоянии

Инфраструктура инновационной деятельности

- это комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур, обеспечивающих основу для решения инновационных проблем и условия функционирования инновационных компаний.

По данным национального центра по мониторингу инновационной деятельности к инновационной инфраструктуре относятся в РФ 933 организации.

Состав организаций по типу инновационной инфраструктуры (группы)

- 1) Производственно-технологическая группа
- 2) Финансовая группа
- 3) Экспертно-консалтинговая группа
- 4) Информационная группа
- 5) Сбытовая группа

1. Производственно-технологическая группа

- Ассоциация
- Бизнес-инкубатор
- Инновационно-промышленный комплекс
- Инновационно-технологический центр
- Технологический кластер
- Технопарк (технологический парк)
- Центр коллективного пользования

2. Финансовая группа

- Бюджетный инвестиционный фонд РФ
- Венчурный фонд
- Инновационный фонд
- Страховой фонд
- Финансовый институт

3. Экспертно-консалтинговая группа

- Инновационный центр
- Коучинг-центр
- Центр консалтинга
- Центр субконтракции
- Центр трансфера технологий

4. Информационная группа

- Аналитический центр
- Базы данных и знаний
- Информационно-аналитический центр
- Информационный центр
- Научно-координационный центр
- Статистический центр

Важные объекты инфраструктуры инновационного предпринимательства

Технопарк – инновационная организация, имеющая тесные связи с одним или несколькими высшими учебными заведениями или научными центрами, промышленными предприятиями, региональными и местными органами власти для осуществления на ее территории формирования современной инновационной среды с целью поддержки инновационного предпринимательства.

Бизнес-инкубатор – это организация, занимающаяся поддержкой стартап-проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до её коммерциализации, которая располагает программой комплексной помощи вновь создаваемым, молодым предприятиям, нацеленная на их поддержку с помощью формирования благоприятных условий для их становления и успешного развития.

Инновационно-технологический комплекс – это организация, созданная на базе научной организации или ее опытного завода, обладающая имущественным комплексом в виде офисных, производственных помещений и соответствующего оборудования, использующая его для представления в аренду малым предприятиям на основе договоров или для осуществления собственной инновационной деятельности, обладающая квалифицированным персоналом сотрудников, оказывающих технологические, информационные, консультационные и иные услуги по обеспечению информационной деятельности, имеющая различное местонахождение; разную степень хозяйственной самостоятельности - состоящая на балансе научной организации или на отдельном балансе, в последнем случае его подчиненность научной организации должна быть оговорена в официальном документе (уставе организации, структуре, схеме научной организации).

Технологический кластер – это саморегулируемая организация, в которой объединяются группы компаний и группы технологий, рассматриваемые как самостоятельные единицы и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга; в технологическом кластере участие и исполнение всех принятых стандартов кластера выгодно прежде всего каждому предприятию - участнику кластера.

Пример: Санкт-Петербург - инновационный технологический кластер машиностроения и металлообработки. В него вошли 15 предприятий, в том числе ОАО «Звезда», «Светлана», «Ленполиграфмаш», «Силовые машины», ЗАО «Завод им. Козицкого» и др.

Центр коллективного пользования (ЦКП) научным оборудованием - имущественный комплекс (как правило, на базе высших учебных или научно-исследовательских организаций), обеспечивающий режим коллективного пользования прецизионным (высокоточным) дорогостоящим научным и технологическим оборудованием структурными подразделениями базовой организации, а также сторонними пользователями.

Примеры, Санкт-Петербург –

ЦКП "Компьютерные технологии" выполняет заказы крупных компаний по компьютерному моделированию масштабных объектов и процессов, что стало для высокотехнологичных производств неотъемлемой частью производственного процесса;

ЦКП "Живые системы" по заказам торговых организаций проводит анализы пищевых продуктов с целью выявления генномодифицированных компонентов.

Центр Субконтрактации (ЦС) осуществляет инфраструктурную поддержку развития промышленной субконтрактации в регионе при поддержке и одобрении региональных органов исполнительной власти.

Субконтрактация — передача подрядных заказов на производство или обработку деталей и комплектующих.

Применение механизма субконтрактации позволяет главному предприятию — Контрактору избавиться от непроизводительных издержек на содержание недозагруженных производств и сконцентрировать усилия на важнейших задачах — технологическом перевооружении, обновлении модельного ряда выпускаемой продукции.

Субконтракторы (как правило, малые и средние предприятия), выполняя работы по субконтрактам, достигают высокого уровня загрузки оборудования и высокой производительности, оптимизируют процесс производства и повышают конкурентоспособность, как на уровне предприятия, так и на уровне региона.

Механизм субконтракции применяют малые и средние предприятия для организации собственного производства. В этом случае МП самостоятельно производит только узлы, несущие в себе ключевые ноу-хау и осуществляет финишную сборку. Все остальные узлы и детали производятся на крупных предприятиях по субконтракту. Это позволяет малым предприятиям производить качественную продукцию и не тратить средства на приобретение оборудования, аренду производственных площадей.

Основными целями деятельности Центра Субконтракции являются:

- Создание благоприятных условий для развития предпринимательства в промышленности на территории региона;
- Повышение конкурентоспособности малых и средних промышленных предприятий в регионе;
- Развитие наиболее эффективных форм субконтрактных и партнерских отношений между малыми, средними и крупными промышленными предприятиями в регионах.

Коучинг-центр – ставит своей целью качественное и интенсивное обучение персонала и подготовку коучей самой высокой квалификации с выдачей международных сертификатов. Кроме обучения программам коучинга, предлагает также спецпрограммы обучения персонала с учетом максимальной краткосрочности, интенсивности и экономичности (минимальная цена), в которых собраны практические навыки, оказавшиеся наиболее полезными для слушателей более длительных программ той же тематики.

Центр трансфера технологий

Специальная организация, создаваемая при крупных исследовательских центрах для оказания помощи разработчикам в осуществлении процессов передачи технологий, создания связей между исследовательскими организациями и промышленностью.

Центр трансфера технологий (ЦТТ) создается с целью коммерциализации результатов научных исследований и разработок, полученных институтами научных центров, отраслевыми НИИ и другими научными организациями региона (в РФ ЦТТ создаются также в федеральных округах). Цели:

- создание эффективного механизма коммерциализации научно-технических разработок академических институтов и других научных организаций региона;
- интеграция науки и промышленности региона путем активизации трансфера новых технологий, образования новых технологических компаний, участия в деятельности бизнес-инкубаторов;
- получение заказов на технологические разработки для научных организаций региона от промышленных предприятий;
- пресечение недобросовестной конкуренции и «утечки» научно-технической информации.

Центр трансфера технологий

- строит свою деятельность **на основе двух и многосторонних договоров и контрактов** с заинтересованными структурными подразделениями научных и промышленных предприятий региона, а также иностранными научными организациями, фирмами, российскими и международными фондами;
- **формирует систему контрактного финансирования и конкурсного отбора работ, программ и проектов**, выполняемых в сфере НИОКР;
- **привлекает** для участия в исследованиях и разработках, руководстве инновационными проектами **ведущих ученых и специалистов региона;**
- формирует **развитую информационную среду** научно-технической деятельности в регионе;
- **разрабатывает механизмы правовой охраны и управления интеллектуальной собственностью** научных организаций в регионе;
- совершенствует **методическое обеспечение в области коммерциализации новых технологий** на базе современных информационных технологий путем разработки единых методических документов (программ, методических материалов и т.п.);

Центр трансфера технологий

— проводит перспективные исследования и разработки за счет средств государственного бюджета, бюджетов субъектов Федерации, внебюджетных источников (венчурных и инвестиционных фондов и т. п.), а также по хозяйственным договорам с предприятиями и организациями, по контрактам и договорам с фирмами и организациями зарубежных стран;

— устанавливает тесные связи с академическими институтами и научными организациями региона и зарубежных странах, разрабатывающими и использующими новые технологии, программное и методическое обеспечение с целью повышения уровня научных исследований прикладного характера;

— осуществляет подготовку и издание сборников инновационных разработок организаций региона, методических пособий, выпуск и рассылку коммерческих бизнес-предложений, проспектов с рекламными и техническими материалами по законченным НИОКР;

— осуществляет создание малых инновационных предприятий, способных эффективно функционировать в рыночных условиях;

— вырабатывает комплексные решения по передаче результатов научных разработок в реальный сектор экономики, доведению их до потребителя.

Кейс по дисциплине

«Экономика инноваций и изменений в туризме»

Кейс 1. Острая конкуренция на туристическом рынке стимулирует компании к поиску новых идей для развития дополнительных сервисов и новых продуктов. Компании *«то и дело расширяют список услуг, стремясь создать для путешествующего клиента идеальные условия»*. Используя ресурсы Интернет специализированных порталов по туризму и гостеприимству, создайте ТОП-10 самых инновационных «фишек», которые компании (турагентства, гостиничные компании, рестораны и смежные индустрии) используют, чтобы привлечь туристов и повысить их лояльность. Отчет по кейсу должен содержать не менее 3-х отдельных рейтингов (ТОП-10) по направлениям:

- ТОП-10 (турагентства: дополнительные сервисы и новые продукты),
- ТОП-10 (гостиничные компании: дополнительные сервисы и новые продукты),
- ТОП-10 (рестораны: дополнительные сервисы и новые продукты),
- ТОП-10 (смежные индустрии: досугово-развлекательная деятельность, музеи, транспортное обслуживание и т.п.)

Для определения рейтинга каждой позиции используйте оценочный метод принятия решений (экспертный, Метод Дельфи, интернет-опрос, анкетирование, другие). Все материалы представить в сводном отчете (произвольная форма).

Вопросы для самоконтроля:

1. Основные термины и понятия инновационной деятельности.
2. Виды инновационного предпринимательства
3. Модели инновационного предпринимательства
4. Источники инновационных идей
5. Жизненный цикл инновации.
6. Компании, функционирующие в инновационном бизнесе (эксплеренты, пациенты, виоленты)
7. Понятие инновационной инфраструктуры.
8. Перечислите основные группы инновационных предприятий. Приведите примеры, поясните их роль в развитии инновационной экономической деятельности.