

И. Ю. Евграфова, Е. О. Красникова

Инновационный менеджмент. Шпаргалка



**Е. О. Красникова
И. Ю. Евграфова
Инновационный
менеджмент. Шпаргалка**

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=180332

Инновационный менеджмент. Шпаргалка.: Окей-книга; Москва; 2009

ISBN 978-5-9745-0595-9

Аннотация

Настоящее издание поможет систематизировать полученные ранее знания, а также подготовиться к экзаменам или зачетам и успешно их сдать. Пособие предназначено для студентов высших и средних образовательных учреждений.

Содержание

1 ПОНЯТИЕ «ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС»	4
2 ЦИКЛИЧНОСТЬ И ЗАКОНОМЕРНОСТЬ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА	7
3 ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ИЗДЕЛИЯ И ИННОВАЦИИ	10
4 КЛАССИФИКАЦИИ ИННОВАЦИЙ	12
5 ИННОВАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ	15
6 ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ФИРМЫ – ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	18
7 МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ	21
8 СТАНОВЛЕНИЕ НАУЧНОЙ КОНЦЕПЦИИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	24
Конец ознакомительного фрагмента.	26

И. Ю. Евграфова, Е. О. Красникова Инновационный менеджмент. Шпаргалка

1 ПОНЯТИЕ

«ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС»

В мировой литературе «инновация» объясняется как переводение научно-технического процесса в реальный, выраженный в новых продуктах и технологиях. С переходом России от командно-административной к рыночной экономике «инновация» стала более распространенным понятием. Появились и стали использоваться такие понятия, тесно связанные с инновацией, как «инновационная деятельность», «интеллектуальная собственность», «патент», «изобретение», «полезная модель», «промышленный образец», «товарный знак», «инновационное решение», «лицензирование», «инновационный процесс».

Согласно Ф. Котлеру инновация (innovation) – идея, товар или технология, запущенные в производство и представленные на рынке, которые потребитель воспринимает как со-

вершенно новые или обладающие некоторыми уникальными свойствами. Это новые качества, впервые реализованные в некотором товаре или технологии и представленные на рынке.

Насчитывается более 100 различных определений инновации как отечественных, так и зарубежных специалистов. Например, в зависимости от масштаба, инновации бывают локальными, масштабными. Инновации делятся по стадиям жизненного цикла, по признаку внутренней структуры (экономические, управленческие, производственные и т. д.).

Инновационный процесс – совокупность последовательно осуществляемых действий по внедрению и применению научных исследова-

ний, изобретений, разработок, проектов и иного в производственный процесс, в результате которого образуются новые товары, услуги, новая технология, навыки, организационно-управленческие приемы.

Инновационный процесс преобразует нововведения из теоретической части (разработки) в практическую (применение в конкретных условиях).

Инновационный процесс – это последовательность действий по инициации инновации, при которой происходят создание новых продуктов и операций, а также их успешная реализация на рынке. В дальнейшем принимаются меры по более широкому распространению полученных результатов.

Обычно выделяют шесть элементов инновационного про-

цесса. К этим элементам относятся:

- 1) зарождение идеи инновации;
- 2) маркетинг инновации;
- 3) оценка экономической эффективности инновации;
- 4) освоение инновации;
- 5) коммерческая реализация инновации;
- 6) продвижение инновации.

Для того чтобы инновации были использованы в производстве, необходима четкая организация инновационного процесса.

В условиях современного рынка компаниям нужно постоянно внедрять инновационные разработки.

2 ЦИКЛИЧНОСТЬ И ЗАКОНОМЕРНОСТЬ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Характер инновационного процесса цикличен и закономерен, это видно из хронологического порядка появления новшеств в различных областях науки и техники.

Экономическое и технологическое воздействие инновационного процесса лишь частично воплощается в новых продуктах или технологиях, больше оно проявляется в увеличении экономического и научно-технического потенциала как предпосылки возникновения новой техники, т. е. повышается технологический уровень инновационной системы и ее составных элементов, тем самым увеличивается восприимчивость к инновациям.

Циклы можно разделить на:

- 1) короткие (продолжительность 3–3,5 года);
- 2) торгово-промышленные (средние) циклы (7—11 лет);
- 3) большие циклы (48–55 лет). Кардинальные изменения происходят в условиях экономической жизни общества и проявляются до начала и в начале повышающей волны каждого длинного экономического цикла инноваций, заключа-

ющиеся в глобальных изменениях технической оснащенности (чему предшествуют в свою очередь глобальные технические открытия и изобретения), привлечении в мировые экономические связи новых стран, изменении добычи золота и денежного обращения.

Главная роль в цикличности и закономерности инновационных процессов принадлежит научно-техническим новациям.

Инновации переводят хозяйственную конъюнктуру с понижающей на повышающую тенденцию. Инновации распределяются по отрезкам времени неравномерно, возникая группами (кластерами).

Часто объяснение экономических колебаний сводят к техническим новшествам и совершенствованию, к внедрению в эксплуатацию новых ресурсов и освоению новых территориальных сегментов. Периоды повышенной экономической активности являются отрезками времени, в течение которых развитие техники и открытие новых ресурсов дают возможность для роста инвестиций. В эти периоды времени темп технического прогресса увеличивается по сравнению с ожидаемым результатом. В периоды экспансии вводится в действие новая техника, создающая основу для увеличения массы капитальных благ и роста инвестиций. Когда новый процесс успешно претворен в действие, другие могут попросту имитировать его, что в итоге приводит к возникновению бума. В период кризиса экономическая система переходит в

новое состояние равновесия и стабильности, которое следует за нарушениями, вызванными бумом, т. е. обстановка стабилизируется. Период депрессии определяется как период времени, а протяжении которого заканчиваются приспособление и адаптация к новой промышленной обстановке, которая была создана в предыдущий период внедрения инноваций.

3 ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ИЗДЕЛИЯ И ИННОВАЦИИ

Жизненный цикл – это совокупность связанных между собой явлений, процессов, работ, образующих завершённый круг развития в определённый период времени. Жизненный цикл инновации представляет собой отрезок времени, в течение которого инновация обладает активной жизненной силой и приносит и производителю, и продавцу прибыль или какую-либо другую реальную выгоду.

Концепция жизненного цикла заключается в следующем:

- 1) руководитель вынужден анализировать хозяйственную деятельность позиции реального времени в перспективе ее развития;
- 2) он аргументирует необходимость систематических разработок по планированию выпуска инноваций, а также по приобретению инноваций;
- 3) концепция является основой анализа и планирования инновации.

Анализ инновации позволяет определить, на какой стадии жизненного цикла пребывает данная инновация, ее ближайшие перспективы, периоды резкого спада и окончания существования.

Классифицируют жизненные циклы инновации по видам

инноваций, т. е. по общей длительности цикла, длительности каждой стадии внутри цикла, специфики развития самого цикла.

Жизненный цикл нового изделия состоит из семи конкретных стадий, таких как:

- 1) разработка нового изделия – организация инновационного процесса, вложение капитала;
- 2) выход на рынок – изделие приносит прибыль в период внедрения;
- 3) развитие рынка – рост объема продаж изделий на рынке, анализ времени, когда новое изделие активно продается и рынок достигает насыщения этим изделием;
- 4) стабилизация рынка – прекратился рост объема продаж;
- 5) уменьшение рынка – происходит спад сбыта изделия, но спрос на данное изделие есть, значит, есть объективные предпосылки к увеличению объема продажи изделия;
- 6) подъем рынка – спрос существует, производитель изучает условия спроса, меняет свою кадровую и ценовую политику, применяет различные формы материального стимулирования продажи изделия, активизирует рекламу. Это позволяет увеличить объем продажи на какой-то период времени;
- 7) падение рынка – происходит полная реализация изделия или полное прекращение продажи изделия из-за его невостребованности у покупателя.

4 КЛАССИФИКАЦИИ ИННОВАЦИЙ

Существует несколько мнений по поводу признаков, на основе которых производится классификации инноваций. Рассмотрим некоторые из них.

Российский исследователь Ю. В. Яковец предложил следующую классификацию инноваций:

- 1) базисные инновации – реализуют крупнейшие изобретения и становятся основой кардинальных переворотов в технике, формируются новые ее направления, отрасли;
- 2) улучшающие инновации – предусматривают реализацию изобретений среднего уровня и служат базой для создания новых моделей взамен старой на новую, либо расширяют сферу ее применения;
- 3) микроинновации – улучшают некоторые производственные или потребительские характеристики выпускаемых моделей техники и применяемых технологий на основе использования мелких изобретений, способствуя тем самым более эффективному производству этих моделей либо повышению эффективности их использования;
- 4) псевдоинновации – направлены на модернизацию моделей машин и технологий, представляющих уже вчерашний день техники. Можно представить классификацию иннова-

ций по следующим признакам:

- 1) по областям применения: управленческие, социальные, промышленные, организационные и др.;
- 2) по этапам НТП, результатом которых стала инновация: технические, технологические, научные, конструкторские, производственные и информационные;
- 3) по темпам осуществления: быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные;
- 4) по степени интенсивности: равномерные, слабые, массовые;
- 5) по масштабам: трансконтинентальные, транснациональные, региональные, крупные, средние, мелкие;
- 6) по результативности: высокие, низкие, средние;
- 7) по эффективности: экономические, экологические, социальные, интегральные.

В. В. Горшков и Е. А. Кретьева в качестве основы классификационной схемы инноваций используют два признака: структурную характеристику и целевые изменения.

С точки зрения структурной характеристики инновации подразделяются на 3 группы:

- 1) инновации на «входе» в предприятие;
- 2) инновации на «выходе» из предприятия;
- 3) инновации структуры предприятия как системы, которая включает в себя отдельные элементы и взаимосвязи между ними.

По целевому изменению инновации разделяются на инно-

вазии технологические, производственные, экономические, торговые, социальные и инновации в области управления.

Рассматривая различные подходы к классификации инноваций, необходимо учитывать, что обобщение и систематизация классификационных признаков и создание на этой почве научно обоснованной классификации инноваций имеют достаточно весомую практическую значимость, поскольку обладают потенциальной способностью дать детальное представление о характеристиках того или иного прогрессивного новшества. А это в свою очередь необходимо для осуществления реальной, ощутимой поддержки со стороны государственных органов по внедрению инноваций на предприятиях страны.

5 ИННОВАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Инновации – это процесс постоянного обновления в различных областях распространения производства. Инновацией называют любые разработки в технических и технологических сферах, стимулирующие производственную деятельность обновления. Инновации реализуются в жизнь, базируясь на комплексном анализе работы с целью определения возможностей своего потенциала на рынке.

Комплексный анализ состоит из:

- 1) рассмотрения предпочтительного положения на рынке изделий;
- 2) анализа положения изделий на новых рынках;
- 3) оценки производимых изделий с позиции целесообразности производства;
- 4) рассмотрения перспективы! выпуска изделия для новых сегментов рынка;
- 5) оценки трансформации в системе сбыта. Инновации являются главным средством развития предприятия на рынке.

Предпосылки для возникновения инноваций активизируются потребителями, новыми научными открытиями или потребностями фирмы. В связи с проведением инновацион-

ного процесса будет определяться величина риска на рынке. Если фирма создает инновацию для нового сегмента рынка, риск значительно ниже, чем при реализации инновации научного открытия.

Инновации разделяются на два вида: продукта (нового товара) и процесса (новые технология, методика, организация труда).

При проведении внутриорганизационной инновации нововведение разрабатывается и применяется в границах фирмы, инновация не имеет товарной формы. При проведении межорганизационной инновации обязанности разработчика и производителя инноваций разделены с обязанностями его потребителей.

Стратегия, которая определяет развитие, оказывает влияние на инновационное поведение фирмы.

Фирма проводит реактивные или стратегические инновации в связи с рыночной ситуацией или выбранной стратегией.

Реактивная инновация – нововведение, которое обеспечивает конкурентоспособность фирмы на рынке, инновация претворяется в жизнь как противодействие конкурентным фирмам. Реактивная инновация сохраняет сегменты рынка для фирмы, но не организует добавочные преимущества.

Стратегическая инновация – нововведение, которое дает при проведении в жизнь добавочные конкурентные преимущества в будущем. Стратегическая инновация больше на-

правлена на создание исключительно новых потребностей.

Базисная инновация – оригинальные решения, в результате которых образуются новые отрасли на основе научного открытия.

Модифицирующая инновация – решения, несущие существенные изменения основных инноваций, они не изменяют принципов, но совершенствуют показатели пионерских моделей.

Псевдоинновация – решения, несущие незначительные изменения основных инноваций.

6 ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ФИРМЫ – ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Опыт показывает, что стабильное развитие производства в течение длительного времени зависит не только от ресурсов, но и от характера, от размеров инновационной деятельности, связанной с разработкой, внедрением, применением нововведений, которая направлена на внедрение итогов научных исследований и разработок в практический технологический процесс, т. е. она соединяет в себе производство, обмен, потребление и включает многие сферы деятельности, главная цель которой можно определить как создание, накопление и развитие научно-технических возможностей субъекта хозяйствования, которая обеспечивает его конкурентоспособность, экономическую безопасность и дальнейшее развитие.

Основной чертой современной экономики является скорость воплощения инновационного процесса. Инновацион-

ная стратегия в современной экономике – это обязательность выхода на рынок с инновациями по мере возникновения технологических возможностей. Источники идей часто находятся вне фирмы. Отсюда возникает интерес в увеличении взаимодействия с разными структурами. Из-за этого укорачивается жизненный цикл товара и усиливается конкуренция. Отличительная черта современной экономики – это ускоренное развитие нематериальной сферы (производство, распространение и использование знаний – основа, а всемирная информационная сеть – инфраструктура).

В наше время с ростом научно-технической конкуренции инновации стали главным условием выживания. Снижение нормы прибыли служит побудительным фактором к крупным инвестициям в инновации.

Инновационная деятельность очень сильно влияет на экономическое развитие страны и отдельной фирмы.

Предприниматели рассматривают издержки, которые связаны с созданием инноваций, как неизбежные вложения.

Что дает инновационное развитие фирмы предпринимателю:

- 1) позволяет приспособиться к меняющимся условиям;
- 2) помогает увеличить качество товаров и услуг, более широко удовлетворить запросы потребителей;
- 3) создает условия для выживания и развития в конкурентной борьбе;
- 4) оказывает содействие в поддержании высокого уровня

эффективности производства;

5) укрепляет финансовое положение фирмы;

6) укрепляет имидж фирмы, поднимает ее конкурентоспособность;

7) упрочает партнерские связи;

8) способствует развитию организационной структуры;

9) способствует повышению квалификации персонала;

10) увеличивает производительность труда.

В основе научно-технической политики РФ в области науки и технологий на срок 2002–2010 гг. и на дальнейшую перспективу стоит задача перевода экономики главным образом на инновационный путь развития.

7 МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ

Как только новшество принято к реализации, оно получает новое свойство – становится инновацией. Временной период между созданием новшества и реализацией его в инновацию именуют инновационным лагом.

Процесс преобразования новации в инновации вызывает расходы разнообразных ресурсов, главные из которых – время и инвестиции.

В рыночных условиях экономические отношения формируются как система купли-продажи товаров. На базе этого формируются спрос, предложение и цена. Главными составляющими инновационной деятельности являются новшества, инвестиции и инновации. Новшества основывают рынок новаций, инвестиции основывают рынок капитала, инновации – рынок чистой конкуренции инноваций. Эти три рынка формируют область инновационной деятельности.

Под инновациями в целом подразумевают применение новаций с целью получения прибыли в качестве новейших технологий, видов изделий и услуг, организационно-технических и социально-экономических выводов.

Временной период от зарождения замысла, создания и внедрения нововведения до его применения называют жиз-

ненным циклом инновации. Учитывая последовательности совершения работ, жизненный цикл инновации называют инновационным процессом.

Рынок новаций работает с товаром, который считается продуктом научно-технической, интеллектуальной деятельности с авторскими правами.

Рынок чистой конкуренции инноваций – это общность продавцов и покупателей, которые совершают сделки с похожим товаром в условиях, при которых покупатель или продавец не влияют на уровень текущих цен. Используя понятия «чистой» конкуренции, не берут во внимание анализ вопросов ценовой, неценовой, недобросовестной и других политик при борьбе фирм за наиболее выгодные сегменты вложения капитала, рынки сбыта, источники ресурсов и научно-технические новации.

При всем многообразии форм участия организаций на рынке новшеств решающим условием считается количество инвестиций как в сферу научной и научно-технической деятельности, так и в процесс реорганизации новшеств в нововведения.

Рынок капитала: наличие необходимого количества капитала ограничивается удовлетворением потребностей фирмы. Капитал бывает ссудным, оборотным, акционерным, венчурным, уставным. Инвестиции делятся на:

- 1) реальные инвестиции – их реализуют фирмы, покупая активы;

2) финансовые инвестиции – это приобретение фирмами и частными лицами ценных бумаг разных эмитентов.

8 СТАНОВЛЕНИЕ НАУЧНОЙ КОНЦЕПЦИИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Понятие «инновации» возникло в самом начале XX в., так было положено начало изучению инновационных процессов Н. Д. Кондратьевым. Именно он сформулировал понятие больших циклов («длинных волн») сроком от 40 до 60 лет, источником которых является всякое радикальное новшество, они представляют собой группу вторичных, подверженных совершенствованию новаций. Им были описаны эмпирические закономерности, которые сопровождают колебания и неравномерное распределение инноваций в пространстве и времени.

Й. Шумпетер на основании выводов А. Афталъона, М.Ленуара, М.Туган-Барановского, В.Парето, открывших существование коротких и средних волн, и Кондратьева сформулировал теорию инноваций. Он определил роль предпринимателя в процессе инноваций, т. е. предприниматель связывает изобретение и новацию. По мнению Й. Шумпетера, техническая новация — это экономическое средство для получения высокой прибыли.

Русский экономист С. Ю. Глазьев ввел понятие технологического уклада, состоящего из ядра, ключевого фактора, организационно-экономического механизма, который подразумевает группы технологических баз, взаимосвязанных однотипными технологическими цепочками. Им были выделены пять технологических укладов с жизненным циклом в три фазы и периодом 100 лет.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.