Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра экономического управления организацией

Лекция 2. Понятие инноваций и их роль в развитии предприятия

Самсонова М.В.

1. Значение инноваций для развития предприятий

2. Классификация инноваций

3. Инновационная политика предприятия: цели, принципы, основные направления

Как показывает практика, сражение в конкурентной борьбе выигрывает тот, кто строит свою деятельность преимущественно на основе инновационного подхода и главной целью ставит разработку новых видов продукции.

Именно вклад инноваций является решающим фактором успешной производственной деятельности любого предприятия.

Инновация, нововведение (англ. *innovation*)

это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком.

Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации.

https://yandex.ru/images/search?text=%Do%BA%Do%Bo%D1%8o%D1%8-%Do%B8%Do%BD%Do%BA%Do%B8+%Do%B8%Do%BD%Do%BD%Do%BE%Do%B2%Do%Bo%D1%86%Do%B8%D1%8F&redircnt=1445680873.1

Инновационный процесс -

это процесс использования новшества, связанный с его получением, воспроизводством и реализацией в материальной сфере общества.

Процесс распространения инноваций называют диффузией технологий.

Классификация инноваций

- распространенность;
- место в производственном процессе;
- преемственность;
- ожидаемый охват доли рынка;
- степень новизны и инновационный потенциал

Виды инноваций по распространенности:

- ❖единичные;
- ❖диффузные;

Виды инноваций по месту в производственном цикле:

- ❖сырьевые;
- ❖обеспечивающие (связывающие);
- ❖продуктовые;

Виды инноваций по преемственности:

- ❖замещающие;
- ❖отменяющие;
- ❖возвратные;
- ❖открывающие;
- ❖ретровведения

Виды инноваций по ожидаемому охвату доли рынка

- ❖локальные;
- ❖системные;
- ❖стратегические

По степени новизны и инновационному потенциалу

- ❖радикальные;
- ❖комбинаторные;
- ❖совершенствующие

По степени новизны для рынка

- ❖новые для отрасли в мире;
- ❖новые для отрасли в стране;
- ❖новые для данного предприятия (группы предприятий)

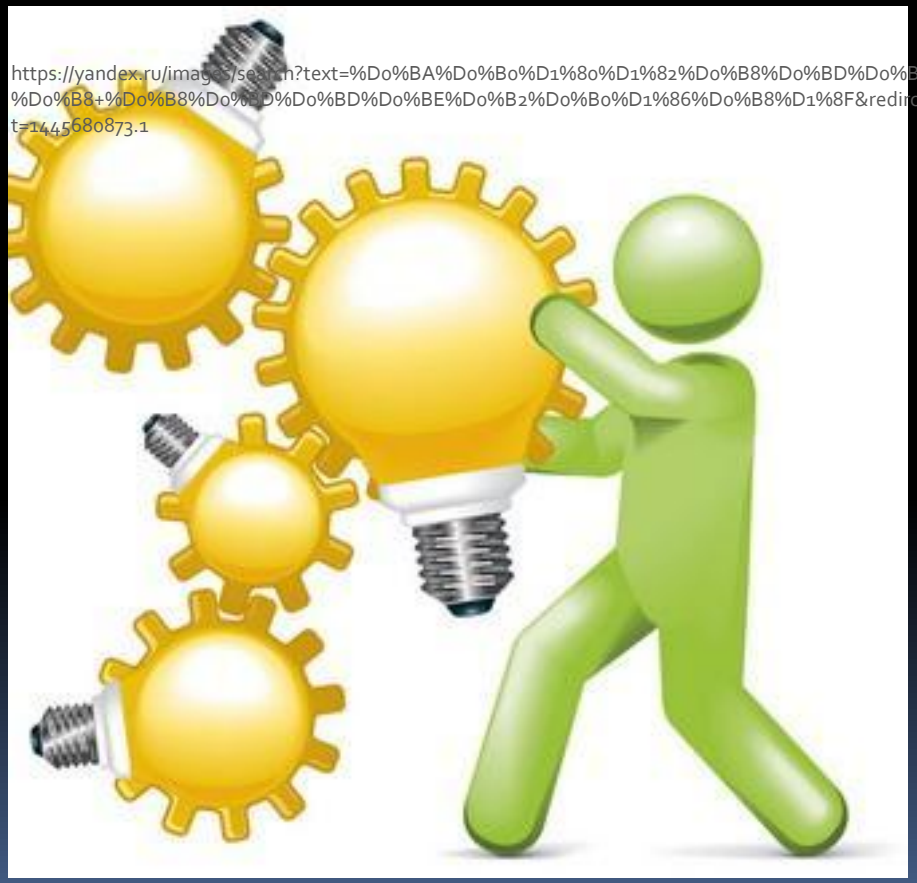
Кроме того, классифицировать инновации можно:

- по степени воздействия на экономику;
- по уровню воздействия на процесс производства;
- по уровню воздействия на факторы производства;
- по области применения; по причинам возникновения;
- по характеру удовлетворяемых потребностей.

2. Классификация инноваций

По уровню воздействия на экономику

1. Базовые основаны на научных открытиях и крупных изобретениях новых поколений техники и технологии;
2. Улучшающие инновации способствуют диффузии, растворению базовых инноваций;
3. Псевдоинновации - позволяют путем незначительного совершенствования базовых и улучшающих инноваций достигнуть максимальной их эффективности. При этом расширяются рынок сбыта и сфера использования инноваций.



Виды инноваций по уровню воздействия на процесс производства

1. Расширяющие инновации направлены на использование принципов и методов базовых инноваций в других экономических областях;

2. Замещающие инновации предназначены для производства операций другим, более эффективным способом;

3. Улучшающие инновации служат для повышения качества выполняемых работ.

Виды инноваций по области применения:

- технологические;
- организационно-управленческие;
- экономические;
- маркетинговые;
- социальные;
- экологические;
- информационные

.

Технологические инновации - новые продукты и процессы ввода новых технологий, оборудования и материалов.

К **организационным** инновациям относятся разработка и внедрение новой организационной структуры управления предприятием;

к **экономическим** - использование неприменяемых ранее систем и форм оплаты труда, методов управления издержками производства;

к маркетинговым - освоение новых рынков и способов продвижения;

к **социальным** - применение ранее неиспользуемых методов мотивации труда;

к **экологическим** - использование новых технологий, реализация новых технологий в области охраны окружающей среды;

к **информационным** — использование новых информационных технологий.

Виды инноваций по причинам возникновения

https://yandex.ru/images/search?text=%

- **Стратегические** инновации носят, как правило, перспективный характер и предназначены для обеспечения конкурентоспособности продукта или услуги предприятия, организации;

- **Реактивные** инновации возникают как реакция на действия конкурентов и, так же как стратегические, направлены на повышение конкурентоспособности товара или услуги.

В промышленности принято различать два вида технологических инноваций:

продуктовые

Технологически новый продукт (радикальная продуктовая инновация) — это продукт, технологические характеристики которого или предполагаемое использование принципиально новые либо существенно отличаются от аналогичных характеристик и использования ранее производимых продуктов

Технологически усовершенствованный продукт - это существующий продукт, качественные или стоимостные характеристики которого были заметно улучшены за счет использования более эффективных компонентов и материалов, частичного изменения одной или ряда технических подсистем (для комплексной продукции).

процессные

Включают разработку и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов.

Инновации такого рода основаны на использовании нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса или их совокупности, а также на использовании результатов исследований и разработок.

Инновационная политика предприятия представляет собой определение целей инновационной стратегии и создание механизма поддержки приоритетных программ и проектов предприятия.

Цель инновационной политики - создать условия для обеспечения эффективной деятельности предприятия, с помощью повышения его конкурентоспособности и конкурентоспособности продукции, которую оно выпускает.

Инновационная политика предприятия

- использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

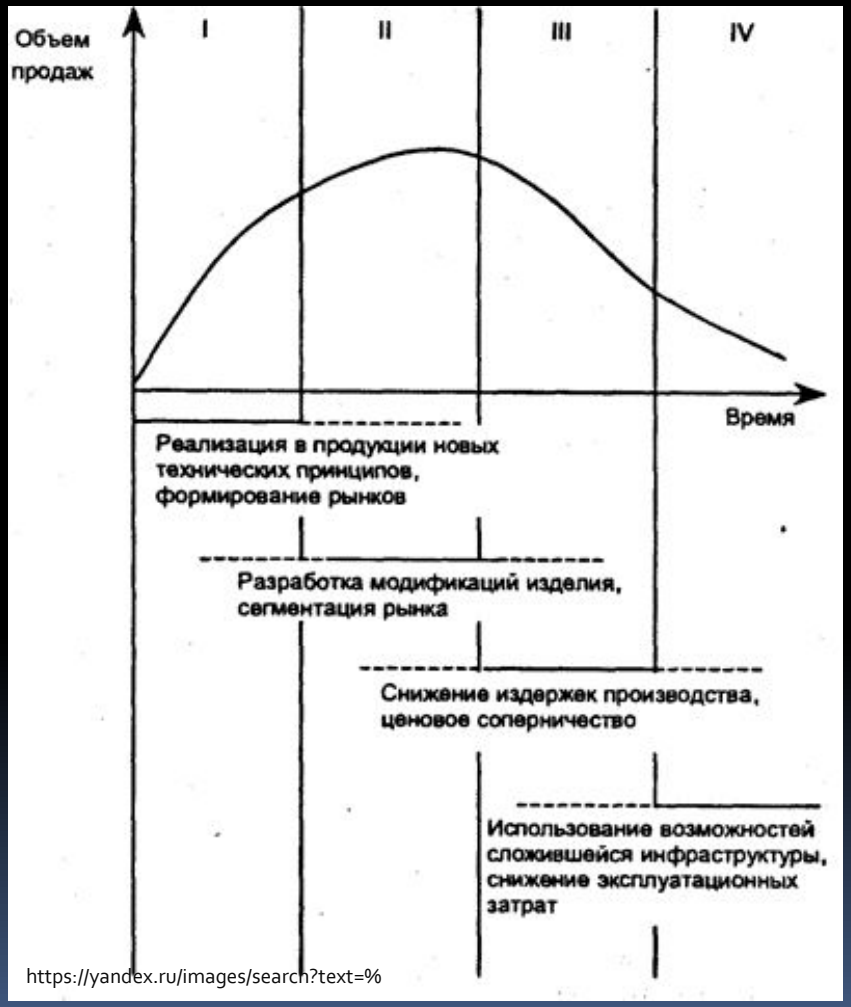
При разработке инновационной политики принято использовать два подхода:

- 1. Цель внедрения — завоевание, или закрепление, небольшого сегмента рынка с минимальной прибылью с последующим увеличением доли на рынке и прибыли.

- 2. Цель инноваций — получение значительной прибыли на определённом отрезке времени за счет «пионерства» в какой-либо области.

Значение инноваций для предприятия

Инновационная деятельность предприятия направлена прежде всего на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуг).



https://yandex.ru/images/search?text=%

Рекомендуемая литература:

1. Инновационный менеджмент : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Менеджмент" и специальностям экономики и управления / под ред. С. Д. Ильенковой.- 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 392 с. : ил. - Библиогр.: с. 387. - Терминол. указ.: с. 388-389.

2. Якобсон, А. Я. Инновационный менеджмент / А. Я. Якобсон.- 2-е изд., стер. - М. : Омега - Л, 2014. - 176 с. - (Библиотека высшей школы). - Слов. терминов: с. 138-174. - Библиогр.: с. 175-176.

3. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под ред. Л. П. Гончаренко; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 640 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Академический курс). -

4. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики : учеб. пособие для вузов / Н. И. Лапин. - М. : Логос, 2010. - 328 с. - (Новая университетская библиотека). - Прил.: с. 318-326

Инновации : учеб. пособие / А. В. Барышева [и др.]; под ред. А. В. Барышевой.- 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2010. - 382 с.

5. Баранчеев, В. П. Управление инновациями : учебник для бакалавров / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 711 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Глоссарий: с. 686-703. - Библиогр.: с. 704-711.