# ПРИКЛАДНЫЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

к.и.н., доцент

Н.В. Трапезникова

#### инновации и инновационный процесс

(англ. innovation – нововведение, новаторство)

• Инновация представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новые продукты или технологию, в новые формы организации производства труда, обслуживания, управления и т.п.

- Процесс создания, освоения и распространения инноваций называется инновационной деятельностью или инновационным процессом.
- Результат инновационной деятельности называют **инновационным продуктом**.

### классификаторы инноваций

- материально-технические и
- социальные инновации.

#### Социальные инновации включают

• экономические, организационноуправленческие, правовые и педагогические инновации, инновации человеческой деятельности

### Материально-технические инновации

• подразделяются на **продуктовые и процессные**.

# В зависимости от глубины вносимых изменений выделяют:

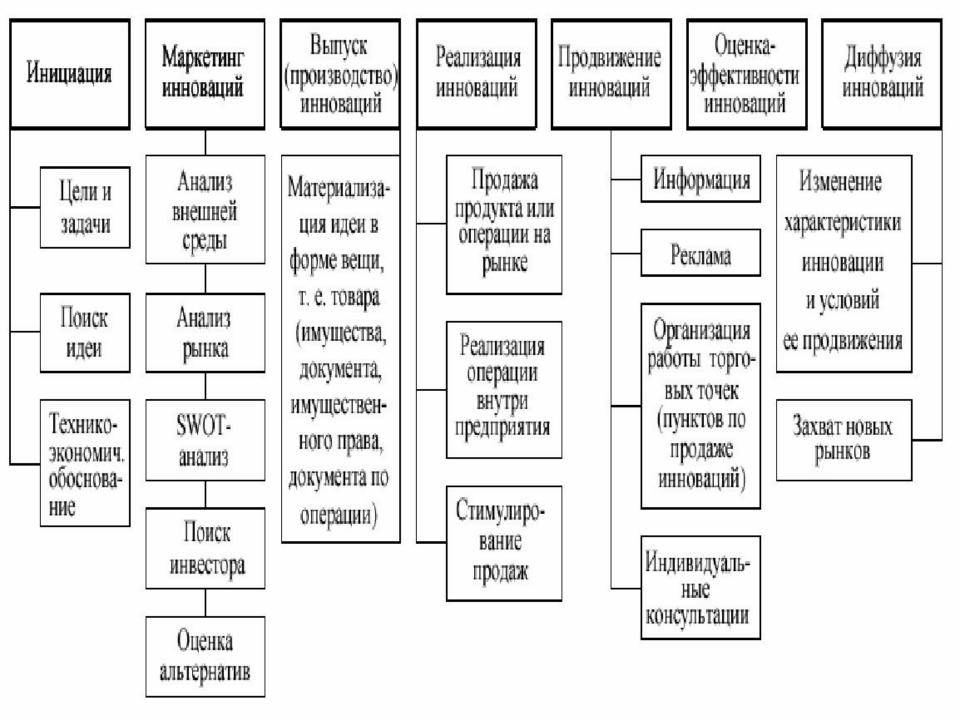
- 🗆 радикальные (базисные) инновации,
- 🗆 улучшающие инновации,
- 🗆 модификационные (частные) инновации.

• Главной функцией инновации является функция изменения.

# Обязательными свойствами инноваций является:

• научно-техническая новизна и производственная применимость и коммерческая реализуемость. • Процесс создания, освоения и распространения инноваций называется инновационным процессом.

• 🗆 инициация инновации;	
• 🗆 маркетинг инновации;	
• 🗆 выпуск (производство) инновации;	
• 🗆 реализация инновации;	
• 🗆 продвижение инновации;	
• 🗆 оценка экономической эффективности	[
инновации;	
• 🗆 диффузия (распространение) инноваці	ии.



Группа	Факторы, препятствующие	Факторы, способствующие
факторов	инновационной деятельности	инновационной деятельности
Экономические, технологические	Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научнотехнической базы,	Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой
Политические, правовые	Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, патентно-лицензионного законодательства.	Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций
Социально- психологические культурные	Сопротивления переменам, боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу.	Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, самореализация,
Организационно- управленческие	Устоявшаяся организационная структура компании, излишняя централизация, авторитарный стиль управления,	Гибкость оргструктуры, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации

## Жизненный цикл нового продукта состоит из семи стадий:

- 🗆 разработка нового продукта;
- 🗆 выход на рынок;
- 🗆 развитие рынка;
- 🗆 стабилизация рынка;
- 🗆 уменьшение рынка;
- 🗆 спад рынка;
- 🗆 падение рынка.

### Жизненный цикл технологической инновации включает четыре стадии:

- разработка новой технологии и ее оформление в виде документа;
- 🗆 реализация технологии;
- 🗆 стабилизация рынка;
- 🗆 падение рынка.

### ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ

Идея – это то, с чего начинается процесс инновационного предпринимательства. Толчком для возникновения инновационной идеи могут послужить Ваши знания, личный и профессиональный опыт и способность применить его в реальной ситуации.

инновационная идея - реально существующая возможность производства оригинального товара, продукта, услуги или же их улучшенных вариантов неохификаций).

- Открыть новый способ создания некоторой полезности, имеющей ценность для потребителей.
- Создать комбинацию особых способностей, обеспечивающих создание данной полезности
- Создать уникальную формулу, с помощью которой можно достичь максимально возможной предпринимательской маржи в стоимости создаваемой полезности и иметь возможность присваивать эту маржу в виде прибыли.

### информационные источники

- Потребители;
- 🗆 Конкуренты;
- П Торговые агенты, дилеры и прочие посредники;
- П Непосредственно работники предприятия.

• П Неожиданное событие; • 🗆 несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о ней; • П Нововведения, основанные на потребности процесса • 🗆 Демографические изменения; • П Изменения в восприятии, настроениях или ценностных установках людей; • 🗆 Появление новых знаний, как научных, так и ненаучных.

• 🗆 В чем конкретно состоит Ваша идея (товар, услуга)? ullet  $\square$  B чем заключается новизна идеи? • 🗆 Кто будет потребителем (покупателем) результата инновационного процесса? • 🗆 Что необходимо (ресурсы), чтобы начать реализацию идеи? • 🗆 Что может воспрепятствовать реализации выбранной идеи?

### МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

#### Основные мотивы

- П повышение конкурентоспособности своих новых продуктов;
- П повышение своего имиджа на рынке;
- 🗆 захват новых рынков;
- 🗆 увеличение величины денежного потока;
- 🗆 снижение ресурсоемкости продукта.

### Конкурентоспособность нового продукта обусловлена:

- качеством;
- ценой;
- поставкой в заданные сроки;
- послепродажным сервисом;
- соответствием продукта международным национальным *стандартам*;
- рекламой.