

Инновационная деятельность на малом предприятии

- **б) основная литература**

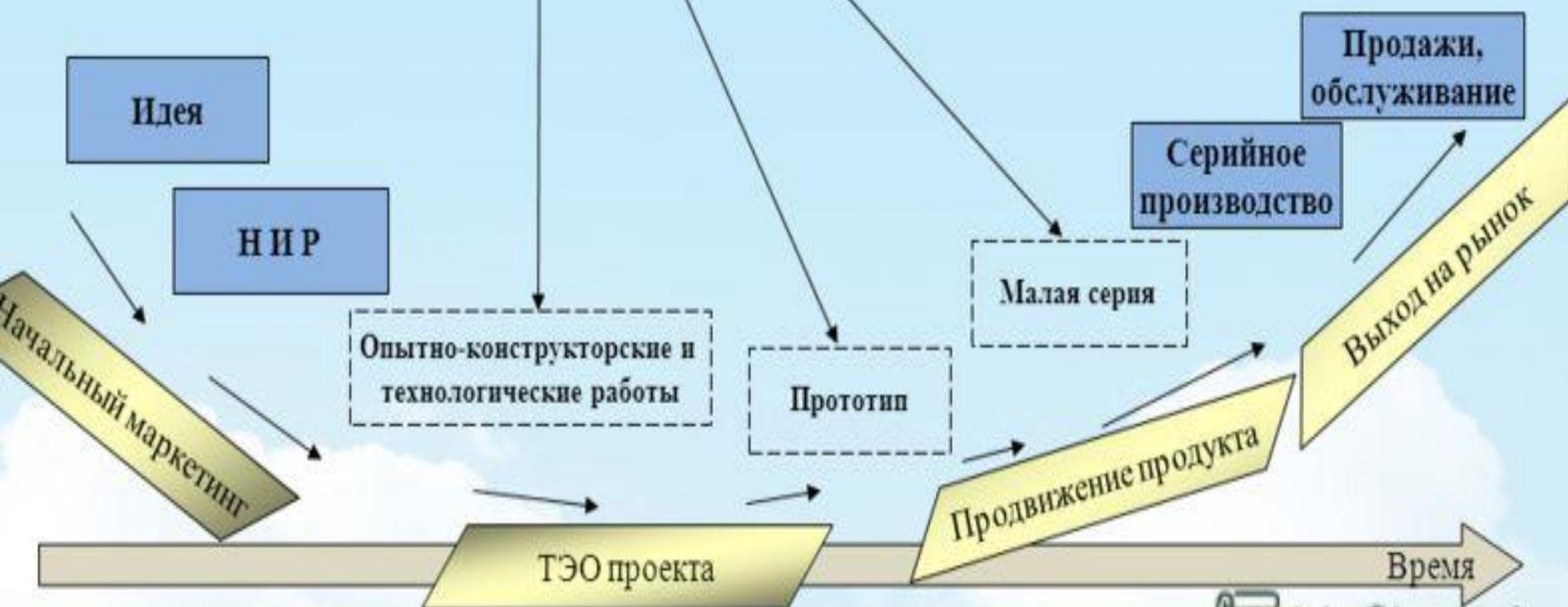
- 1. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. - Москва : Проспект, 2015, 2014. - 424с.
- 2. Инновационный менеджмент [Текст] : Учебное пособие / К.В.Балдин, А.В.Барышева, Е.Л.Макриденко, И.И. Передеряев; под ред. д.э.н., проф. А.В.Барышевой. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. - 384с.
- 3. Беляев Ю. М. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров / Ю. М. Беляев. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014. - 220с.
- 4. Тебекин А.В. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / А.В. Тебекин. - 2-е изд., перераб. и доп. ; Рек. УМО. - М : Издательство Юрайт, 2014. - 481с.

- **в) дополнительная литература**

- 1. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / В.Г. Медынский. - Электрон. текстовые данные. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 295 с. - Режим доступа: ЭБС ZNANIUM.COM
- 2. Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Н.А. Жданкин. - Электрон. текстовые данные. - Москва : КноРус, 2017. — 315 с. - Режим доступа: ЭБС BOOK.ru
- 3. Соколова О.Н. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Н. Соколова. - Электрон. текстовые данные. - Москва : КноРус, 2017. — 203 с. - Режим доступа: ЭБС BOOK.ru
- 4. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: Учебник / А.Н. Кузьминов, Р.Р. Погосян, А.А. Юрков; Под ред. В.М. Джухи. - Электрон. текстовые данные - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 380 с. - Режим доступа: ЭБС ZNANIUM.COM
- 5. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: практикум/ В.М. Кожухар— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 198 с.— Режим доступа: ЭБС «IPRbooks»

Технологический разрыв – барьер внедрения инноваций

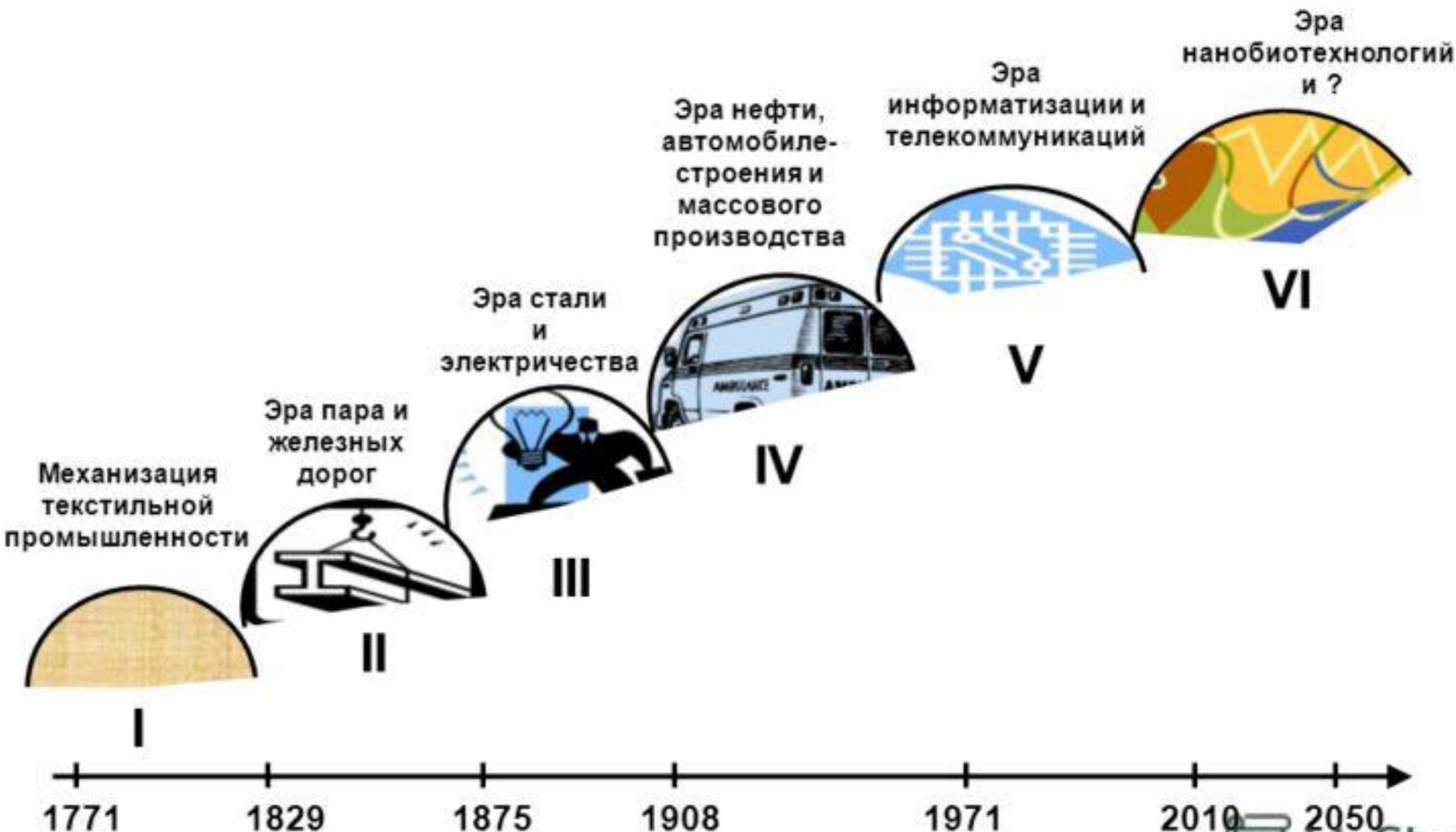
Уровень «зрелости» сегодняшних университетских разработок недостаточен для немедленного использования промышленными предприятиями



Линейная модель инновационного процесса: «от идеи до бизнеса»

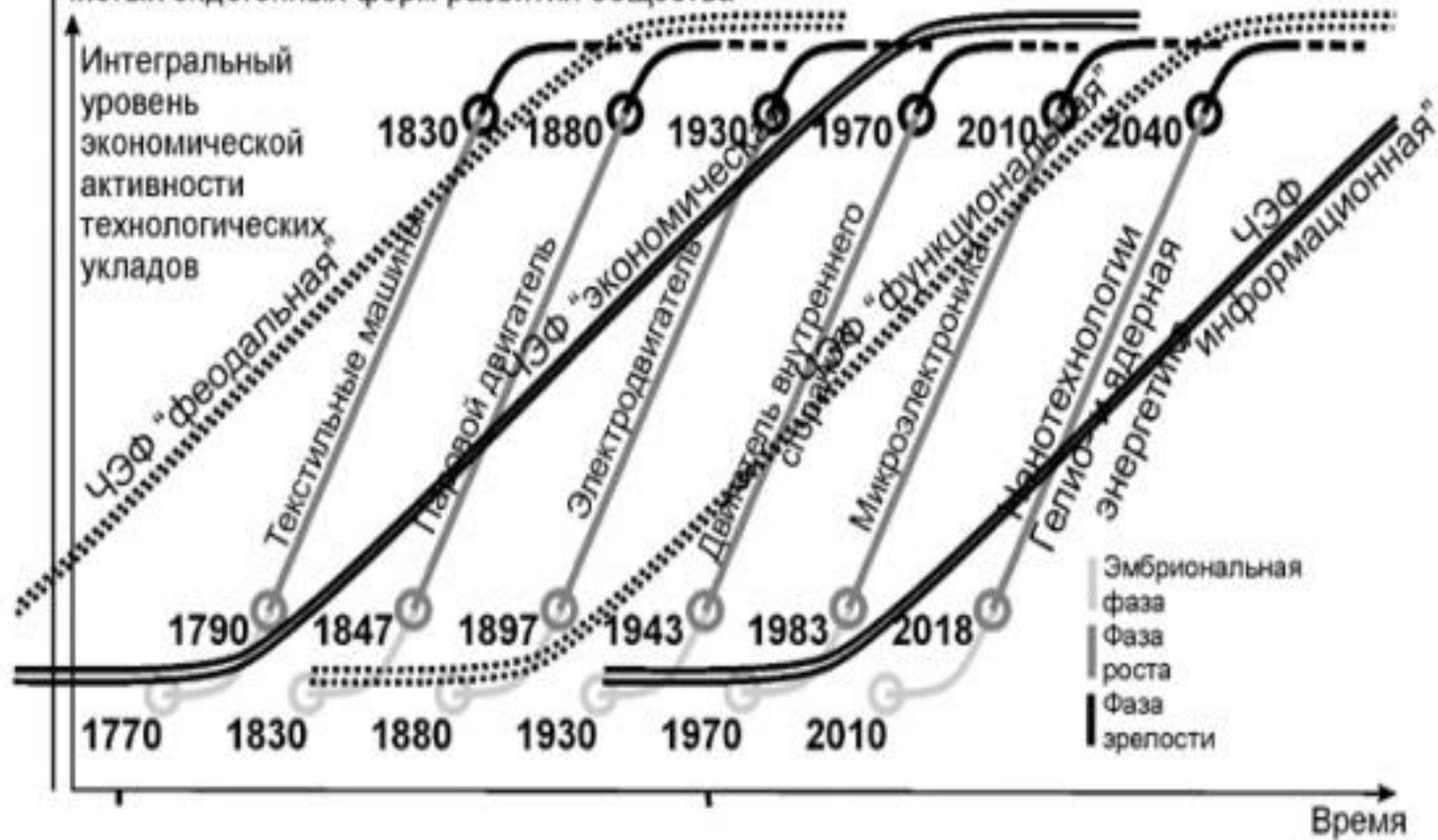
Российская инновационная экономика – технологический фон

Мир стоит на пороге шестого технологического уклада



Относительный уровень сложности
производительных сил и производственных отношений
чистых эндогенных форм развития общества

Интегральный
уровень
экономической
активности
технологических
укладов



Инновация

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ИННОВАЦИИ

Подражание
другим
учреждениям

Возрастающие
запросы
к ОУ

Стремление
коллектива
повысить
качество

Неудовлетворенность
достигнутыми
результатами



Источники возникновения идей для инноваций.

Внутренние источники:

1. Неожиданное событие (для предприятия или отрасли) – успех, неудача, внешнее событие.
2. Неконгруэнтность – несоответствие между реальностью (какова она есть на самом деле) и нашими представлениями о ней.
3. Нововведения, основанные на потребности процесса.
4. Внезапные изменения в структуре отрасли или рынка.

Внешние источники:

5. Демографические изменения
2. Изменения в восприятии, настроениях и ценностных установках.
3. Новые знания (как научные, так и ненаучные)

Схема возникновения и реализации инноваций/нововведений



Что такое инновация?

Инновация

Инновация в широком смысле
(в том числе и в общественной
жизни)

Некое позитивное изменение,
являющееся результатом
целенаправленной деятельности
конкретных лиц, коллективов,
организаций, общества в целом

Инновация в системе
государственной поддержки
бизнеса

Определение, идентичное
утвержденному в законодательстве
и соответствующих подзаконных актах

Инновация на уровне
функционирования относительно
обособленных систем

Изменение, позволяющее повысить
эффективность функционирования
системы, коллективов, организаций и
конкретных лиц

Инновация на уровне личности

Результат интеллектуальной и
прикладной деятельности,
востребованный обществом,
организациями, коллективами и
конкретными лицами

Свойства инноваций

- *Научно-техническая новизна*
- *Производственная применимость*
- *Коммерческая реализуемость*

Они должны:
удовлетворять рыночный спрос
и приносить прибыль



Коммерциализация инноваций!

Степень новизны инноваций

- **Базисная (радикальная) инновация** – базируется на научном открытии или крупном изобретении и направлена на создание принципиально новых продуктов и услуг, технологий новых поколений (пример: создание сотового телефона, принципиально отличающегося от стационарного).
- **Улучшающая инновация** – улучшение параметров производимых продуктов и используемых технологий, совершенствование продуктов и технологических процессов (пример: создание очередной модификации сотового телефона – доп. функции, дизайн, др.)
- **Псевдо-инновации** – частичное улучшение устаревших поколений техники и технологий – обычно тормозят технический прогресс.

Новшество (новация)
Новый порядок, метод,
изобретение

коммерциализации

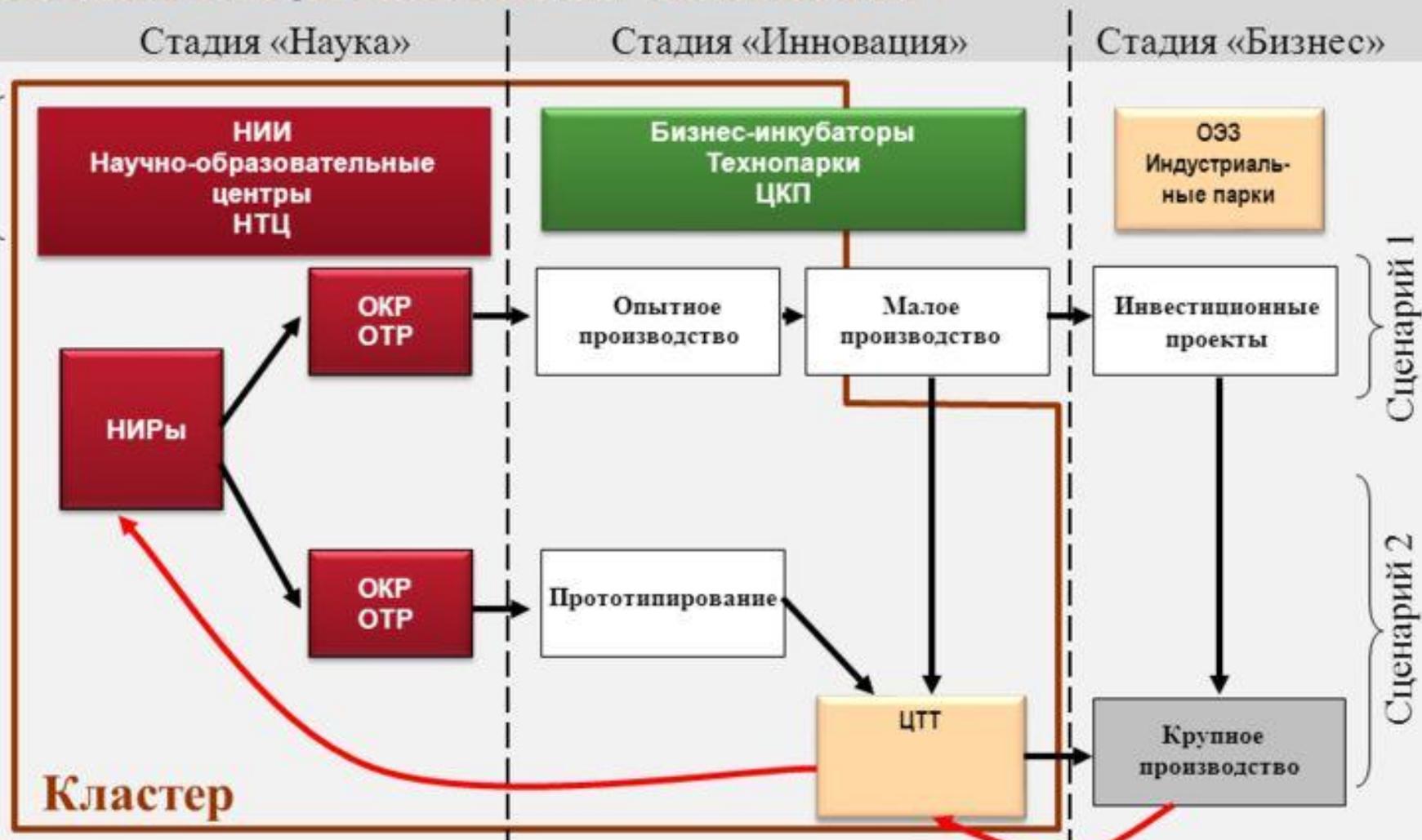
Нововведение
Новшество выведенное на
рынок

практическое применение

Инновация
Конечный результат
введения и использования
новшества

Схема коммерциализации технологий

Основные механизмы стимулирования развития



Сценарий 1 – Коммерциализация через создание нового бизнеса Сценарий 2 – Коммерциализация через продажу технологий

НИР – научно-исследовательские работы ОКР, ОТР – опытно-конструкторские, опытно-технологические работы

НТЦ – научно-технический центр ЦТТ – центр трансфера технологий

ЦКП – центр коллективного пользования

ОЭЗ – особые экономические зоны

Схема коммерциализации продукции (технологии, проекта)



1. Предварительный отбор Продукта.
2. Решение о регистрации Продукта.
3. Регистрация Продукта.
4. Внесения Продукта в базу данных.
5. Решения о предварительной проработке.

1. Оформление регистрационной карты.
2. Получение от автора Продукта просьбы о его продвижении.
3. Обработка запроса (анкета) для получения дополнительной информации о Продукте.
4. Получение и обработка дополнительной информации о Продукте.
5. Определение коммерческого потенциала Продукта.
6. Аудит Продукта.
7. Принятие решения о продвижении Продукта.
8. Оформление Паспорта Продукта.
9. Оформление карточки учета продвижения Продукта.

1. Получение необходимой дополнительной информации.
2. Подготовка и подписание пакета юридических документов на продвижение Продукта.
3. Расчет финансово-экономических показателей коммерческой эффективности применения Продукта.
4. Разработка Технико-коммерческого (инвестиционного) предложения.
5. Концепция продвижения Продукта.
6. Разработка рекламных материалов Продукта.
7. Заполнение карточки учета продвижения Продукта.

1. Определение рыночных ниш Продукта.
2. Подготовка списка рассылок.
3. Разработка Плана продвижения.
4. Согласование Плана продвижения с автором Продукта.
5. Реализация Плана продвижения:
 - рассылка Продукта потенциальным потребителям;
 - участие в выставках;
 - участие в конференциях и семинарах;
 - организация презентаций;
 - публикации в СМИ.
6. Заполнение карточки учета продвижения Продукта.

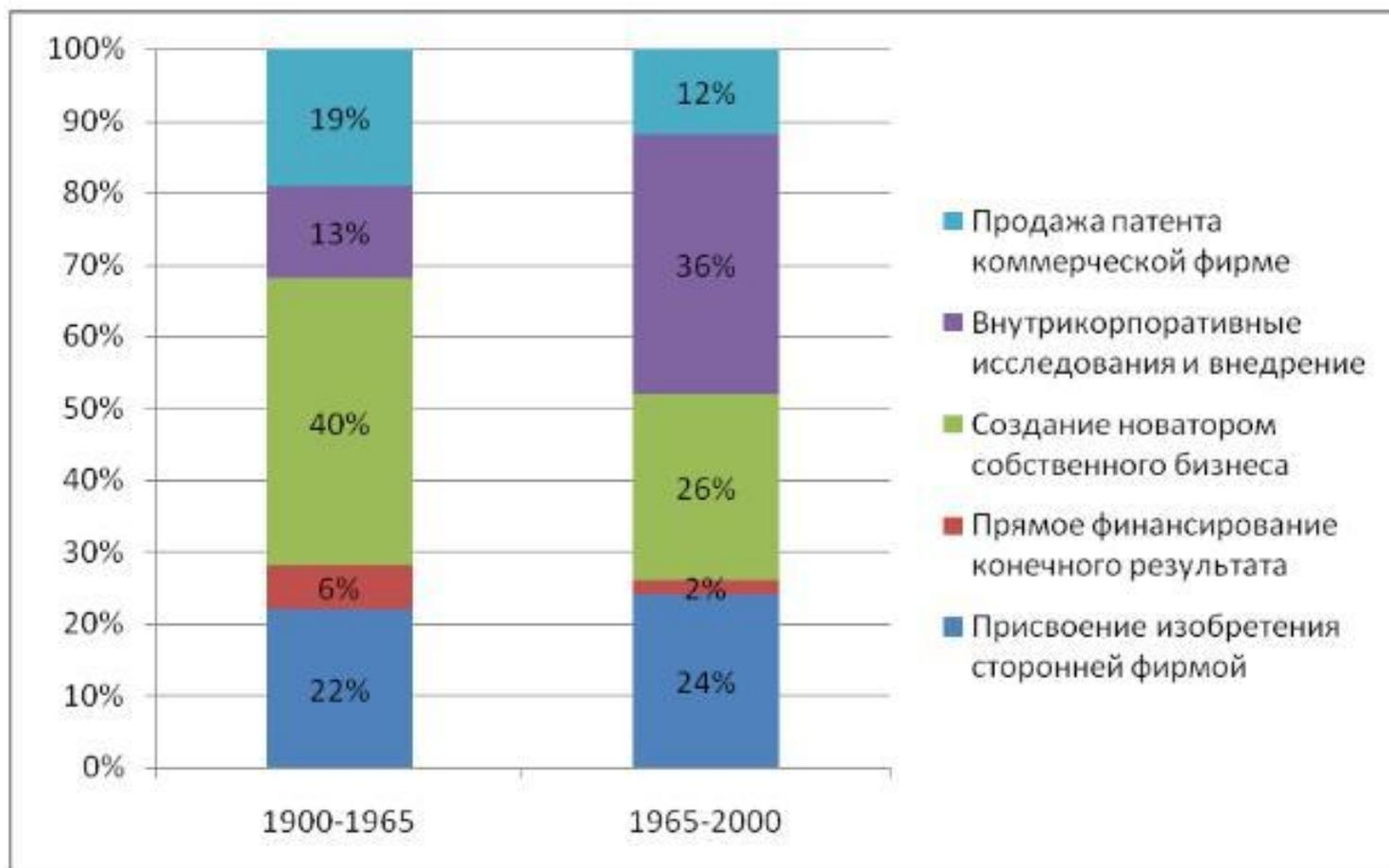
1. Получение запросов потребителей Продукта.
2. Оформление паспорта работы по поступившему запросу.
3. Предварительная проработка запроса:
 - согласование запроса с автором Продукта;
 - согласование с автором условий коммерциализации Продукта;
 - получение от автора дополнительной информации для Заказчика;
 - подписание Протокола или других аналогичных документов.
4. Заполнение карточки учета продвижения Продукта.

1. Подготовка и подписание пакета юридических документов между автором, Заказчиком и Исполнителем.
2. Коммерческое использование Продукта.
3. Получение оплаты.

Форма и механизм коммерциализации успешных инноваций в XX веке



Схемы коммерциализации успешных инноваций в XX веке



Коммерциализация технологий

1. Создание идеи
2. Технологическая разработка идеи, научные исследования
3. Расчет эффективности изобретения
4. Создание опытно-конструкторского образца
5. Написание технологической документации
6. Поиск потенциальных покупателей разработки
7. Проведение переговоров
8. Заключение сделки купли-продажи технологии

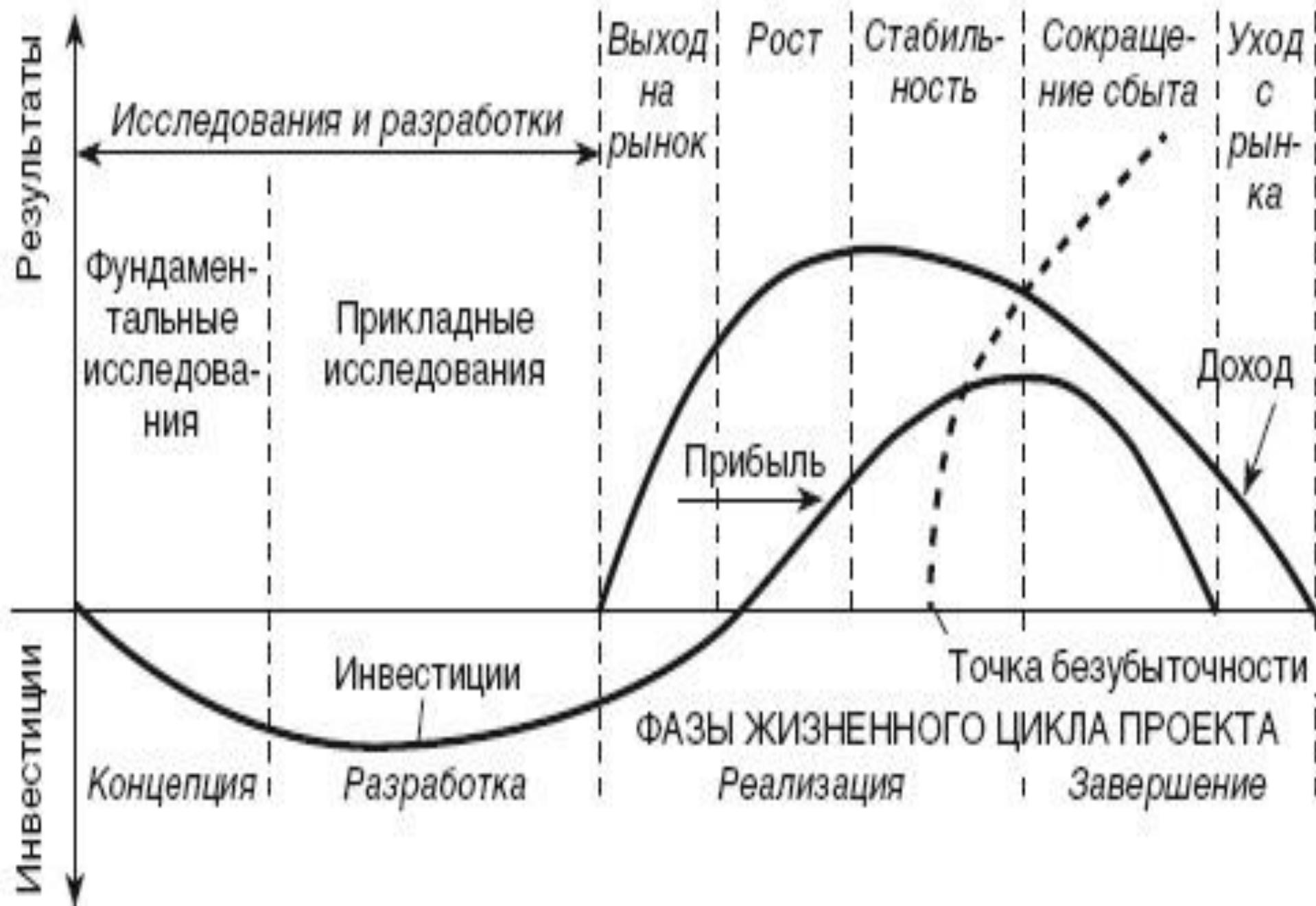
Передача технологии

1. Создание идеи
2. Технологическая разработка идеи, научные исследования
3. Расчет эффективности изобретения
4. Создание опытно-конструкторского образца
5. Написание технологической документации
6. Поиск потенциальных покупателей разработки
7. Проведение переговоров
8. Адаптация опытно-конструкторского образца к технологическим возможностям покупателя технологии
9. Создание экспериментального производства на базе клиента
10. Полная адаптация разработки к экспериментальным условиям производства
11. Заключение сделки купли-продажи технологии
12. Выведение инновации на массовое (серийное) производство, превращение технологии в инновацию

Анализ жизненного продукта (технологии, товара, услуги)



ФАЗЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА





Классификации инноваций по признакам

