

Понятия «развитие
системы», «новшество»,
«нововведение»,
«инновационный процесс»,
их сущность и содержание.

- ▶ Инновации как объект управления выделили в постиндустриальном обществе. На предшествующих этапах развития общества инновации не рассматривались как один из факторов конкурентного успеха, и соответственно не выделялись в отдельный предмет исследования и управления.



- ▶ **Новшество (новация)**- это оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок и экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Новшество близко к понятию “изобретение”, т.к. представляет собой конкретный результат разработки новой научной идеи, имеющий форму образца, отличающийся от применявшихся ранее качественными характеристиками, позволяющими повысить эффективность.





- ▶ Новшества могут оформляться в виде: открытий, патентов, товарных знаков, рационализаторских предложений, документации на новый или усовершенствованный продукт, технологию, управленческий или производственный процесс, организационной, производственной или другой структуры, ноу-хау, понятий, научных подходов или принципов, документа, результатов маркетинговых исследований. Таким образом, новшество - *это новый или обновленный продукт чьей-либо творческой деятельности, предлагаемый потребителям для дальнейшего преобразования и использования.*



- ▶ Процесс введения новшества на рынок принято называть процессом коммерциализации. Период времени между появлением новшества и воплощением его в нововведение называется инновационным лагом.
- ▶ Нововведения выступают как промежуточный результат научно-производственного цикла и по мере практического применения превращаются в научно-технические инновации - конечный результат. Освоение новшеств представляет собой реализацию коммерческой (предпринимательской) идеи по удовлетворению спроса на конкретные виды продукции, технологий, услуг как товаров. Наличие спроса свидетельствует об их конкурентоспособности, что является важным результатом инновационной деятельности.



- ▶ **Инновация** - это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта, т.е. прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного и иного характера.

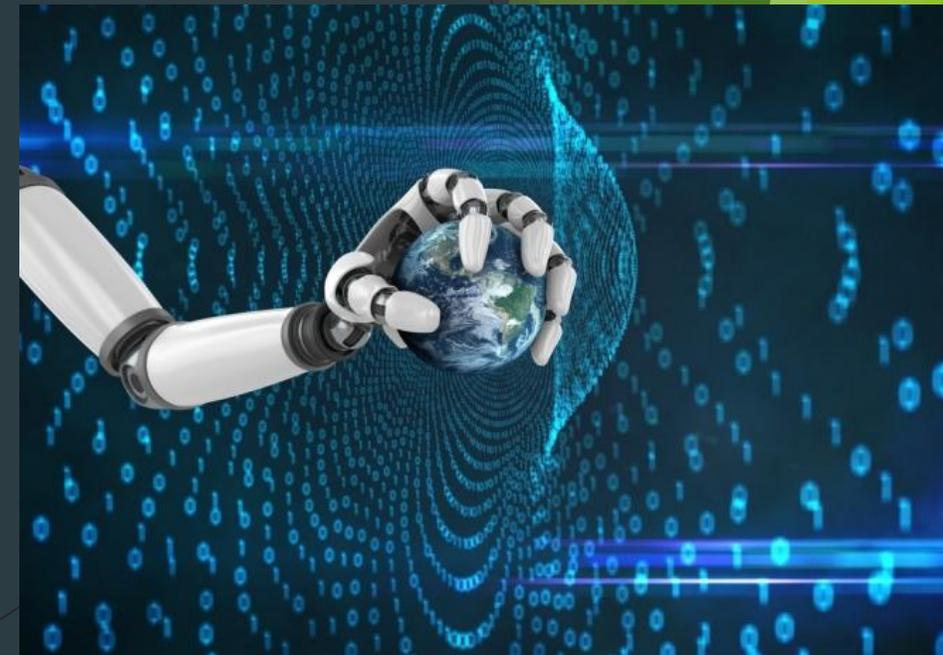
- ▶ В менеджменте инновации определяются как создание и представление товаров или услуг, которые предлагают потребителям выгоды, воспринимаемые покупателями как новые или более совершенные. Таким образом, потребители не всегда нуждаются в новом продукте, а в решениях, предлагающем новые выгоды.



- ▶ *Особенности определения инновационной деятельности:*
- ▶ Часто термин «инновация» используется в качестве синонима слова «изобретение». Специалисты в области технологий, часто употребляют такие словосочетания как, например, «инновационные разработки», что скорее соответствует терминам: технология, бизнес-процесс, бизнес-идея.



- ▶ Существует распространенное заблуждение, что инновации происходят в сфере высоких технологий. В действительности инновации происходят во всех областях - от выпечки хлеба до добычи нефти. Просто существуют компании, которые предпочитают инновационный путь развития, то есть постоянно подкрепляют отраслевое или рыночное лидерство техническими нововведениями. Они выделяют значительные средства на НИОКР, содержат большой штат специалистов, не боятся отдавать на аутсорсинг разработку новых продуктов и процессов. Инновации помогают компаниям опередить конкурентов, получить дополнительную прибыль за счет снижения издержек, увеличения производительности, создания новых продуктов и новых рынков и т.д.



- ▶ Самая плодородная почва для рождения инноваций - это конкуренция. Именно конкуренция заставляет постоянно совершенствоваться, сокращать издержки, искать новые рынки. А инновации представляют собой весьма весомое конкурентное преимущество. И зачастую именно инновации являются шансом для небольших компаний совершить качественный рывок, оставив позади более крупных, участников рынка.
- ▶ Инновация должна иметь цель. Наличие цели способно повысить качество инноваций - что означает увеличение количества эффективных новых разработок, причем часто без роста инвестиций. При этом наличие цели не гарантирует повышенной чувствительности к изменениям рынка.
- ▶ В любом случае, для успеха нужно сначала принять решение о том, куда двигаться дальше. И какую при этом преследовать цель.





- ▶ Инновационная деятельность синоним предпринимательской деятельности. Для удобства анализа следует разграничить компании по объему: крупные - в которых присутствуют целые отделы инновационного развития и мелкие - в которых основную роль играет предприниматель-инноватор. Для успеха необходимо расширить рамки восприятия. Но если у предпринимателей с этим нет проблем, то крупные корпорации, глядящие на рынок через призму отчетов своих отделов маркетинга, часто оказываются неспособными на эффективные инновации, если не определяют цели процесса разработок и исследований. Наличие цели также дает некую стабильность, которая позволяет инноваторам дольше оставаться открытыми к восприятию идей и возможностей. В связи с этим, инноватор тождественен предпринимателю.

- ▶ Необходимо оценивать эффект не только с позиции продавца, но и с позиции потребителя, а так же учитывать отрицательные последствия освоения инноваций.
- ▶ Новый товар становится успешной инновацией в том случае, если он отвечает следующим **четырем критериям**.
- ▶ **1. Важность.** Новый продукт или услуга должны представлять такие выгоды, которые воспринимаются потребителями как значимые.
- ▶ **2. Уникальность.** Выгоды нового товара должны восприниматься как уникальные. Если потребители уверены, что существующие продукты обладают теми же преимуществами, что и новинка, она вряд ли получит высокую оценку.
- ▶ **3. Устойчивость.** Новый продукт может представлять уникальные или важные выгоды, но если он легко воспроизводится конкурентами, его перспективы завоевания рынка представляются весьма туманными. Иногда препятствием на пути конкурентов становятся патенты, но в большинстве отраслей наиболее эффективными средствами обеспечения устойчивости инноваций являются «расторопность» компании на рынке и «сильные» торговые марки поставщика».
- ▶ **4. Ликвидность.** Компания должна иметь возможность реализовать созданный товар, а для этого он должен быть надежным и эффективным; должен продаваться по цене, которую могут себе позволить заплатить потребители; для доставки и поддержки продукта компания должна разработать эффективную систему распределения.

Список литературы

- ▶ Азгальдов Г.Г., Костин А.В. К вопросу о термине «инновация».
- ▶ http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin_doklad_2009-2_about-innovation.htm <http://www.Progressive-Management.com.ua/>
- ▶ Ломакин А.Л., Нейман В.Г. Применение инноваций в высшем профессиональном образовании. Научно-методическое пособие. М.: МЭЛИ, 2008
- ▶ <http://www.slovarus.ru/?di=222338>
- ▶ Грицанов А.А. Новейший философский словарь.
- ▶ <http://terme.ru/dictionary/175/word/novovedenie>