

ДВИЖУЩИЕ МОТИВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 1) наличие рыночного спроса на новшество;
- 2) наличие внутренней потребности предприятия в инновационных преобразованиях;
- 3) благоприятные экономические условия;
- 4) обеспеченность ресурсами.

1. Преимущества стратегического характера:

- создание благоприятной деловой репутации в глазах потребителей, потенциальных партнеров, инвесторов;
- рост эффективности производства за счет модернизации и обновления производственных мощностей; обеспечение развития предприятия за счет расширения рынков сбыта и диверсификации деятельности.

2. Увеличение рентабельности предприятия вследствие:

- временной монополизации рынка и возможности получения сверхприбыли от реализации радикальных новинок; повышения качества и конкурентоспособности изделий; увеличения доли продукта на рынке.

3. Снижение издержек хозяйственной деятельности благодаря:

- реструктуризации деятельности;
- снижению непроизводительных расходов;
- экономии энергетических и сырьевых ресурсов
- за счет внедрения берегающих технологий;
- экономии средств в результате использования вторичного сырья;
- снижению количества брака.

4. Специальные выгоды и льготы:

- информационная и правовая поддержка со стороны государства и частных структур;
- льготное налогообложение; льготное кредитование.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ

- **Управление инновационными проектами**
(Программно-целевое управление)
- селективность (выбор проектов по приоритетным направлениям развития экономики);
- • системность (взаимосвязь проекта с концепцией развития предприятия);
- • комплексность (увязка элементов проекта между собой, комплексное управление проектом);
- • обеспеченность (наличие необходимых ресурсов для осуществления работ по проекту).

ПОИСК ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ

- научные разработки, выполняемые НИИ;
- результаты маркетинговых исследований;
- разработки, предоставляемые по каналам коммерческого технологического обмена (в том числе по лицензиям);
- патентная информация; разработки потенциальных конкурентов.
- различные печатные издания, статистические сборники, справочники, отчеты акционерных компаний, информация из системы сбыта;
- обмен опытом на выставках, форумах и т.п.

Генерирование идей

- 1) «мозговой шторм»;
- 2) синектика;
- 3) метод ассоциаций и аналогий;
- 4) метод фокальных объектов.

Источники инновационных идей (классификация П. Друкера)

1. неожиданное событие
2. несоответствие между реальностью и нашими представлениями о ней
3. нововведения, основанные на потребности процесса
4. внезапные изменения в структуре отрасли или рынка

Внутренние

5. демографические изменения
6. изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках
7. новые знания (как научные, так и ненаучные).

Внешние

Неожиданное событие (для организации или отрасли)

- неожиданный успех
- неожиданная неудача
- неожиданное внешнее событие

неожиданный успех

- Минимальный риск
- Минимальные затраты
- Может остаться незамеченным
- Изменение мировоззрения руководства
- Изменение миссии фирмы

- Руководство должно рассматривать неожиданный успех, задаваясь следующими вопросами:
- Какими будут последствия, если мы им воспользуемся?
- Куда это приведет?
- На какие шаги придется пойти, чтобы превратить успех в новую возможность?
- Что с ним делать?

неожиданная неудача

- Невозможно отказаться или не заметить
- Источник только при правильной подготовке
- Возможно необходимо изменение мировоззрения руководства

- Изменилась маркетинговая среда
- Изменился рынок на котором продвигается товар

Неожиданное внешние событие

- Как правило – изменения во внешней среде, которые не были предсказаны, а иногда невозможно объяснить

Условия успешного использования

- наличие знаний и опыта в данном этом сегменте рынка (рынке)
- использование внешнее событие не должно менять сути бизнеса
- успешнее используются крупными компаниями

НЕСООТВЕТСТВИЕ

- Несоответствие – расхождение между реальностью, как есть на самом деле, и тем, как все считают (или как должно быть). Далеко не всегда известны причины несоответствия, но можно использовать его для инновации и без этого

Основные свойства

- Несоответствие – признак перемен
- Несоответствие – лежит внутри рынка, прямо на глазах у специалистов, работающих в этой области

Типы несоответствий

- Несоответствие экономических реалий отрасли (или сферы государственного управления) и представлениями о них
- Несоответствие между реальными и воспринимаемыми ценностями и ожиданиями потребителей
- Внутренние несоответствия в ритме или логике процесса