

Тема: Инновации в рыночной экономике

План:

- ✓ Введение
- ✓ Тенденции мирового и национального развития, переход к инновационной экономике.

Появление теории инноватики обусловлено историческим развитием общественного производства, особенно в период индустриализации. Спорадически сменяющиеся фазы оживления производства, затем его бурного подъема, кризиса перепроизводства, переходящего в стадию депрессии, стали восприниматься как некие закономерности функционирования капитала и некоторое свойство, присущее экономике машинного производства.

Побудительным механизмом развития инноваций, в первую очередь, является рыночная конкуренция. В условиях рынка производители продукции или услуг постоянно вынуждены искать пути сокращения издержек производства и выхода на новые рынки сбыта. Поэтому фирмы, первыми освоившие эффективные инновации, получают весомое преимущество перед конкурентами.

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. На сегодняшний день без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, в рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Весь путь мировой цивилизации показывает, что издревле вся борьба и

войны между странами велись за завоевания новых рынков. И если раньше это решалось в основном военным путем, то в современных условиях это приходится делать путем экономического завоевания новых рынков сбыта. Если страна планирует выход на новые мировые рынки, то именно создание инновационной экономики может ей обеспечить такую возможность, т.к. инновации предполагают создание новых товаров, а значит, и создание новых рынков, при этом создавать рынки и занимать на них лидирующие позиции проще, нежели пытаться закрепиться на уже существующих рынках с жесткой конкуренцией. Благополучие российской экономики сейчас обеспечивается, прежде всего, исключительно высокими ценам на энергоносители, что делает ее крайне уязвимой в случае ухудшения мировой конъюнктуры мирового топливного рынка. Эти факторы также свидетельствуют об отсутствии явных преимуществ для резкого скачка в экономике. Именно с инновационным ростом руководство страны связывает планы перевода экономики России на качественно новый уровень.

Инновационный сценарий развития отечественной экономики является прорывным, но при этом связан с необходимостью структурных изменений в самой экономике. При этом инновации следует трактовать довольно в широком смысле, в том числе и в свете управления, что крайне актуально для России. Но тут возникает момент дефицита менеджеров для реализации инновационного проекта развития. В этой связи можно задать следующий вопрос: «А есть ли потенциал для инновационного развития в России?».

В настоящее время без интеллектуального продукта, получаемого в результате инновационной деятельности, практически невозможно создавать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. В настоящее время на долю США приходится 39%, Японии — 30%, Германии — 16% мирового рынка высоких технологий. В мире на одного ученого приходится примерно 10 менеджеров, которые отбирают перспективные научно-технические

достижения, своевременно патентуют изобретения, занимаются продвижением наукоемких товаров на рынок. В нашей стране на 10 ученых приходится один менеджер. В результате при наличии на внутреннем рынке до 10% высокотехнологичных товаров организовать их продажу на внешнем рынке практически весьма сложно.

Безусловно, у России высокий научный потенциал, но он крайне неорганизованный. Некоторые российские инновационные решения уже сейчас широко используются в мире, причем не только на уровне технологических разработок, но и в виде конечного продукта.

В России априори много идей и теорий, но очень мало реальных воплощений. В российской науке из 100 направлений исследований имеются 17 опережающих мировой уровень. По ним разрабатываются проекты с детальными бизнес-планами, которые предполагают выход на мировой рынок. Имеется еще целый ряд направлений с возможностью через несколько лет выйти на мировой уровень конкурентоспособности.

В настоящее время для России остро необходимым и наиболее перспективным является инновационный путь развития. Основной проблемой для реализации стратегии инновационного развития России остается дефицит кадров для инновационной деятельности, способных объединить интеллектуальные и технологические ресурсы страны и обеспечить коммерциализацию новшеств на внутреннем и глобальном рынках. Как показывает мировой опыт, для инновационной деятельности требуются специалисты, обладающие особой подготовкой и владеющие специфическими знаниями, умениями и навыками, обеспечивающими эффективность инновационного процесса на основе междисциплинарной координации знаний.

Управление инновациями — особый вид профессиональной деятельности, направленный на достижение инновационных целей фирмы на основе рационального использования научных, организационных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов, применения принципов, функций и

методов экономического механизма менеджмента.

В функции управления инновациями — входят:

- формирование и корректировка инновационных целей и программ;
- прогнозирование и планирование конечного результата инновационной деятельности;
- формирование инновационных стратегий и маркетинг инноваций;
- управление инновационными проектами;
- управление изменениями на предприятии в случае реализации инновационных проектов;
- стратегический контроль за инновационными изменениями;
- формирование инновационного потенциала предприятия.

Управление инновациями — сравнительно новое направление в профессиональной деятельности менеджеров предприятий и организаций. Объектами управления выступают процессы создания, освоения производства и коммерциализация новшеств как результатов научно-технической деятельности, распространения и использования инноваций в качестве готовой продукции технологий и услуг.

Основные определения:

Инновационный менеджмент — одно из направлений процесса управления, ориентированное на получение новых положительных качеств различного свойства (продуктового, технологического, информационного, организационного, собственно управленческого и др.) в результате разработки и реализации нестандартных управленческих решений.

Главная задача *инновационного менеджмента* — управление процессами разработки и внедрения инноваций на любом уровне посредством их качественного и количественного изменения в результате применения адекватных методов организации и управления, обеспечивающих единство науки, техники, производства и потребления, т.

е. удовлетворение общественных потребностей в инновационном продукте. Кроме этого, одной из важнейших задач инновационного менеджмента является *формирование среды*, которая бы воспроизводила и осуществляла целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений, обеспечивающих конкурентоспособность организации.

Особо тщательного рассмотрения требуют ключевые понятия теории инновационного менеджмента — *новация* и *инновация*. Впервые термин «*инновация*» появился в научных исследованиях культурологов еще в XIX в. и буквально означал введение некоторых элементов одной культуры в другую. «*Инновация*» является синонимом нововведения, или новшества, и может использоваться наряду с ними. В литературе встречается несколько подходов к определению сущности инновации.

Наиболее распространены две точки зрения: в одном случае нововведение представляется как результат творческого процесса в виде новой продукции (техники), технологии, метода и т. д.; в другом — как процесс введения новых изделий, элементов, подходов, принципов вместо действующих.

В трудах современных авторов можно насчитать как минимум десять различных толкований новации и инновации. Наиболее часто *инновация* определяется как результат творческого процесса в виде созданных (либо внедренных) новых потребительных стоимостей, применение которых требует от использующих их лиц либо организаций изменения привычных стереотипов деятельности и навыков.

При этом важнейшим признаком *инновации* в условиях рыночного хозяйствования выступает новизна его потребительских свойств. Техническая же новизна играет второстепенную роль. Таким образом, понятие инновации распространяется на новый продукт или услугу, способ их производства, новшество в организационной, финансовой, научно-исследовательской и других сферах, любое усовершенствование,

обеспечивающее экономию затрат или создающее условия для такой экономии.

Инновация возникает в результате использования результатов научных исследований и разработок, направленных на совершенствование процесса производственной деятельности, экономических, правовых и социальных отношений в области науки, культуры, образования, в других сферах деятельности общества. Этот термин может иметь различные значения в разных контекстах, их выбор зависит от конкретных целей измерения или анализа.

Инновация (нововведение) рассматривается с нескольких сторон:

- во-первых, как некоторый законченный общий процесс получения, освоения, приспособления к новшеству (адаптации к нему), трансформации и выгодного использования новшества;
- во-вторых, как часть процесса, ограниченная рамками фирмы-создателя, рамками организаций, взявших на себя функции передачи новшества, обучения новому, рамками потребителя, который осуществляет свои операции трансформации и выгодного использования новшества;
- в-третьих, как ряд результатов процесса получения и использования новации, когда в результате рыночной диффузии новшество дошло до потребителя (то есть оно получено, приобретено), состоялась адаптация к новшеству (фирма подготовлена к его использованию), прошло его освоение (потребитель изучил новшество и научился его использовать) и проведена рутинизация новшества (то есть потребитель включил его в свою технологию деловых процессов и организационную культуру, теперь он проводит свои деловые операции по обновленной технологии, с новыми навыками), потребитель использовал новшество в своем деловом процессе (новшество используется), в результате которого повысил свою компетентность (новый уровень компетенции и новая цена его труда), получил от новшества выгоду в виде импульса новизны, новых знаний,

более высокого технологического уровня и новых свойств производимых им продукции и услуг (снижение издержек, повышение производительности, возросшее качество, новый уровень сервиса).

Таким образом, *новация* (новшество) является, прежде всего, новой, оригинальной идеей. А *инновация* становится результатом практического освоения этой идеи — ее внедрения и дальнейшего использования.



Пример

Например, идея полета в космос, посетившая советского ученого, академика С. П. Королева, или чертежи ракеты, подготовленные им и его коллегами — это новация. А первая ракета, успешно взлетевшая с космодрома — это уже инновация, потому что является результатом практического освоения новации.

Перечень дополнительной литературы

1. Аверина Т.А. Инновационный менеджмент в структурных схемах [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.А. Аверина, С.А. Баркалов, Т.В. Насонова. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 167 с. — 978-5-89040-638-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72913.html>
2. Баранчев, В.П. Управление инновациями. [Текст] : учебник /В.П.Баранчев, Н.П.Масленникова, В.М.Мишин. -2-е изд., перераб. и доп. - М.:Юрайт, 2012. -711с. -Серия (Бакалавр. Углубленный курс)
3. Дорошенко, Ю.А. Управление инновациями. [Текст] : учебное пособие / Ю.А.Дорошенко, И.В.Сомина. -Белгород:БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. - 148с
4. Вьюгина, Л.К. Инновационный менеджмент. Структурные схемы и таблицы. [Текст] : учебное пособие /Л.К.Вьюгина. -М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2012. -103с
5. Кужева С.Н. Управление изменениями [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Н. Кужева. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2011. — 140 с. — 978-5-7779-1297-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24951.html>

6. Кулаков Ю.Н. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : курс лекций / Ю.Н. Кулаков, Т.С. Мещерякова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 154 с. — 978-5-7264-0771-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20006.html>