**Реферат**

**Инновационная деятельность фирм: методология, принципы, сущность**

1. **Содержание понятия «инновация», сущность**

Одной из наиболее значимых характеристик внешней среды функционирования компаний в современных условия является ее высокая подвижность и непредсказуемость. В связи с этим становится наиболее актуальным прогнозирование «поведения» рынка для создания гибкой системы адаптации к новым условия.

Таким образом, одной из управленческих задач становится повышение инновативности компаний, а именно их способность четко и адекватно реагировать на малейшие изменения на рынке, путем внедрение новых технологий производства и управления, использование новейших маркетинговых стратегий.

Осуществляя инновационную деятельность, современные компании, как правило, преследуют цель долгосрочной эффективность функционирования на рынке. Для достижения данной глобальной цели реализуются следующие специфические задачи:

* увеличение рыночной доли;
* выход на новые целевые рынки
* создание имиджа гибкой инновативной компании;
* диверсификация деятельности.

На основе комплексного подхода к инновационному процессу можно предложить определение инноваций как целенаправленно проводимых изменений во все сферах деятельности компании для адаптации к внешней среде с целью достижения долгосрочной эффективности функционирования компании. Инновации в широкой интерпретации- это научно- технический прогресс в рамках отраслей, стран, регионов.

В мировой экономической литературе инновация интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях в рамках отраслей, стран , регионов.

Термин инновация стал активно использоваться в период перестроечной России как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: инновационная деятельность, инновационный процесс, инновационное решение и т. п.

В литературе насчитываются сотни определений. Например, по признаку содержания или внутренней структуры выделяют инновации технические, экономические, организационные, управленческие и др.

Выделяются такие признаки, как масштаб инноваций (глобальные и локальные); параметры жизненного цикла (выделение и анализ всех стадий и подстадий ), закономерности процесса внедрения и т. п. это понятие в зависимости от объекта и предмета своего исследования.

Методология системного описания инноваций в условиях рыночной экономики базируется на международных стандартах.

В соответствии с ними под инновационной деятельностью понимается вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технический достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности. Инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, и именно в своей совокупности они приводят к инновациям, на этом основании выделяются следующие основные виды инновационной деятельности:

• исследования и разработки;

• технологическая подготовка и организация производства, охватывающие приобретение производственного оборудования и инструмента, изменения в них, а также в процедурах, методах и стандартах производства и контроля качества, необходимых для изготовления нового продукта или методов их производства (передачи);

• пуск производства и предпроизводственные разработки, включающие модификации продукта и технологического процесса, переподготовку персонала для применения новых технологий и оборудования.

• маркетинг новых продуктов, включая деятельность, связанную с выпуском новой продукции на рынок, предварительным исследованием рынка, адаптацией продукта к различным рынкам, а также рекламную кампанию.

• приобретение технологий со стороны в форме патентов, лицензий, ноу-хау;

• приобретение овеществленных технологий – машин, оборудования, по своему технологическому содержанию связанных с внедрением на предприятии продуктовых или процессных инноваций.

Изучение деятельности современных компаний позволяет выделить и ряд принципов:

* комплексность;
* обязательное целеполагание и стратегическое планирование инновационных процессов;
* коллегиальность в принятии важнейших инновационных решений.

К основным же функциям инноваций относят:

1.воспроизводственную;

2.инвестиционную;

3.стимулирующую.

Воспроизводственная функция означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Смысл воспроизводственной функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

Прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций. Таким образом, использование прибыли от инновации для инвестирования составляет содержание инвестиционной функции инновации.

Получение предпринимателем прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует основной цели любой коммерческой организации. Прибыль служит стимулом для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами. Все вместе это составляет содержание стимулирующей функции инновации.

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 предпринимательские фирмы, первыми освоившие эффективные инновации, получают весомое преимущество перед конкурентами.

Для раскрытия вышеназванных функций и принципов следует обратиться к классификации инновационных процессов. Исходя из определения инноваций целесообразным представляется выделение следующей методологии классификации инноваций:

1. по степени рыночной новизны;
2. по причинам проведения;
3. по объекту инноваций.

Классификация инноваций по степени рыночной новизны предполагает деление всех нововведений на первичные и вторичные. Первичные инновации представляют собой результат научных исследований и разработок, т.е. основанные на первичном использование идеи, часто явившейся новым витком НТП. А вторичными инновациями являются те изобретения, технологии, услуги которые подверглись глубокому качественному изменению проведенных другими компаниями. Среди таких глубоко модернизированных товаров можно назвать автомобиль с автоматической коробкой передач, персональный компьютер и т.д.

Проведение первичных инноваций требует значительного научно- технического потенциала, новаторской активности и мощной финансовой базы. Кроме того, необходимо учитывать высокий риск таких проектов. По второму пути идут фирмы, внедряющие инновации ,которые можно определить вторичные. Это может быть диверсификация деятельности ( расширение номенклатуры товаров и услуг, технологий, использование новых управленческих подходов, что позволят в значительной мере экономить средства.

Классификация инноваций по причинам проведения. Очевидно, что любая инновация вызвана теми или иными факторами. В случае, когда компания вынуждена реагировать на изменения и адаптироваться, имеют место так называемые адаптационные инновации. Если же фирма имеет возможности для предвидения возможных перемен в окружающей среде, такие инновации называются опережающими. Опережающие инновации могут, как правило, позволить себе компании, имеющие условия для создания постоянного инновационного климата.

Третья классификация инноваций предполагает разделение нововведений по объекту (предмету), на который они направлены. Выделяют четыре типа:

* продуктовые;
* управленческие;
* маркетинговые;
* технологические.

Таким образом, нововведения могут касаться либо создания нового продукта (услуги)- продуктовые, либо использование новой технологической идеи, либо внедрение новых средств и методов внутрифирменного управления.

Продуктовые инновации. Под новым товаром с рыночной точки зрения можно понимать несколько разновидностей товарных нововведений:

* совершенно новый товар;
* модернизированный товар;
* модифицированный товар;

Обобщая определения инноваций, можно выделить следующее понятие- инновационный процесс.

Инновационный процесс означает инновационную деятельность какого-либо предприятия. Он направлен на разработку и реализацию результатов научно-технических изысканий в виде нового продукта или нового технологического процесса. В общем плане, инновационный процесс — это последовательная цепь событий, в ходе которой новшество «вызревает» от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется в хозяйственной практике.

Инновационный процесс включает в себя семь элементов, соединение которых в единую последовательную цепочку образует структуру инновационного процесса.

К этим элементам относятся:

* инициация инновации;
* маркетинг инновации;
* выпуск (производство) инновации;
* реализация инновации;
* продвижение инновации;
* оценка экономической эффективности инновации;
* диффузия (распространение) инновации.

**Рис 1. Структура инновационного процесса**

Началом инновационного процесса является инициация. Инициация — это деятельность, состоящая в выборе цели инновации, постановке задачи, выполняемой инновацией, поиске идеи инновации, ее технико-экономическом обосновании и в материализации идеи. Материализация идеи означает превращение идеи в товар (имущество, новый продукт и т.д.).

После обоснования нового продукта проводятся маркетинговые исследования предлагаемой инновации, в ходе которых изучается спрос на новый продукт, определяется объем выпуска продукта, определяются потребительские свойства и товарные характеристики, которые следует придать инновации как товару, выходящему на рынок. Затем производится продажа инновации, то есть появление на рынке небольшой партии инновации, ее продвижение, оценка эффективности .Продвижение инновации представляет собой комплекс мер, направленных на реализацию инноваций (реклама, организация процесса торговли и др.).

Результаты реализации инновации и затраты на ее продвижение подвергаются статистической обработке и анализу, на основании чего рассчитывается экономическая эффективность инновации.

Внедряя инновации в практику предпринимательской деятельности, очень важно знать, какие факторы способны затормозить или ускорить инновационный процесс. Основные факторы, влияющие на развитие инновационного процесса, приведены в таблице.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Группа факторов  | Факторы, препятствующие инновационной деятельности  | Факторы, способствующие инновационной деятельности  |
| Экономические, технологические  | Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научно-технической базы, отсутствие резервных мощностей, доминирование интересов текущего производства.  | Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры.  |
| Политические, правовые  | Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства.  | Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций  |
| Социально-психологические, культурные  | Сопротивления переменам, которые могут вызвать такие последствия как изменение статуса сотрудников, необходимость поиска новой работы, перестройка новой работы, перестройка устоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения и сложившихся традиций, боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу.  | Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда. Нормальный психологический климат в трудовом коллективе.  |
| Организационно-управленческие  | Устоявшаяся организационная структура компании, излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации, ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий, жесткость в планировании, ориентация на сложившиеся рынки, ориентация на краткосрочную окупаемость, сложность согласования интересов участников инновационных процессов.  | Гибкость оргструктуры, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок, децентрализация, автономия, формирования целевых рабочих групп.  |

**1.2 Инновационный менеджмент как система управления инновациями, инновационным процессом и отношениями, возникающими в процессе движения инноваций**

Инновация является объектом воздействия со стороны хозяйственного механизма. Хозяйственный механизм воздействует как на процессы создания, реализации и продвижения инноваций, так и на экономические отношения, возникающие между производителями, продавцами и покупателями инноваций.

Воздействие хозяйственного механизма на инновации осуществляется с помощью определенных приемов и особой стратегии управления. В совокупности эти приемы и стратегия образуют своеобразный механизм управления инновациями — инновационный менеджмент.

Управление инновациями — сравнительно новое понятие в научно-технической, производственно-технологической и административной сферой деятельности профессиональных управляющих. Инновационный менеджмент основывается на следующих ключевых моментах:

Поиск идеи, служащей фундаментом для данной инновации.

Организация инновационного процесса для данной инновации.

Процесс продвижения и реализации инновации на рынке.

Что такое тактика и стратегия в инновационном менеджменте?

Инновационный менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления.

Стратегия определяет общее направление и способ использования средств для достижения поставленной цели. После достижения поставленной цели стратегия как направление и средство достижения цели прекращает свое существование.

Тактика — это конкретные методы и приемы для достижения поставленной цели в конкретных условиях. Задачей тактики инновационного менеджмента является искусство выбора оптимального решения и приемов достижения этого решения наиболее приемлемых в данной хозяйственной ситуации.

Что представляет собой инновационный менеджмент как система управления?

Инновационный менеджмент можно рассматривать как систему управления предприятием. С этой точки зрения, система инновационного менеджмента состоит из двух подсистем: управляющей подсистемы (субъект управления) и управляемой подсистемы (объект управления).

Субъектом управления может быть один или группа работников, которые осуществляют целенаправленное функционирование объекта управления.

Объектом управления являются инновации, инновационный процесс и экономические отношения между участниками рынка инноваций.

Связь субъекта управления с объектом управления осуществляется посредством передачи информации. Эта передача информации и представляет собой процесс управления.

Какие функции выполняет инновационный менеджмент?

Инновационный менеджмент выполняет определенные функции, которые определяют формирование структуры системы управления.

Различают два типа функций менеджмента инноваций:

функции субъекта управления;

функции объекта управления.

Каковы функции субъекта управления?

Функция прогнозирования охватывает разработку на длительную перспективу изменения технико-технологического и экономического состояния объекта управления в целом и его различных частей.

Функция планирования — охватывает весь комплекс мероприятий по выработке плановых заданий в инновационном процессе и по воплощению их на практике.

Функция организации сводится к объединению людей, совместно реализующих инвестиционную программу на базе каких-либо правил и процедур.

Функция регулирования заключается в воздействии на объект управления для достижения состояния устойчивости технико-технологической и экономической систем в случае, когда эти системы отклоняются от установленных параметров.

Функция координации означает согласованность работ всех звеньев системы управления, аппарата управления и отдельных специалистов.

Функция стимулирования в инновационном менеджменте выражается в побуждении работников к заинтересованности в результатах своего труда по созданию и реализации инноваций.

Функция контроля заключается в проверке организации инновационного процесса, плана создания и реализации инноваций и т.п.

Каковы функции объекта управления?

К функциям объекта управления относятся:

рисковое вложение капитала;

организация инновационного процесса;

организация продвижения инноваций на рынке и ее диффузии.

Функция рискового вложения капитала проявляется в организации венчурного финансирования инвестиций на рынке инноваций. Вложение капитала в новый продукт или в новую операцию всегда связано с неопределенностью, с большим риском. Поэтому оно обычно осуществляется через создание инновационных венчурных фондов. Содержанием функции организации инновационного процесса является рациональная организация инновационной деятельности по созданию, реализации и распространению инноваций.