Вопросы к зачету по дисциплине «Социальные инновации»

1. Понятия «новация», «новшество», «нововведение», «инновация», их соотношение.

**Инновация** (англ. "Innovation") — это успешно реализованное новшество (внедренное). Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Она характеризуется введением на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем.

Термин «инновация» происходит от латинского "novatio", что означает «обновление» (или «изменение») и приставке "in", которая переводится с латинского как "в направление", если переводить дословно "Innovatio" - "в направлении изменений". Само понятие innovation впервые появилось в научных исследованиях XIX в. Новую жизнь понятие «инновация» получило в начале XX в. в научных работах австрийского экономиста [Й. Шумпетера](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%83%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%82%D0%B5%D1%80,_%D0%99%D0%BE%D0%B7%D0%B5%D1%84) в результате анализа «новационных комбинаций», изменений в развитии экономических систем.

Инновация — это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы.

НО́ВШЕСТВО, -а, [ср.](http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/278783) Новое явление, новый обычай, новый метод, изобретение. *Технические новшества.*

«Нововведение — это процесс. В основе этого процесса — практическая реализация чего-то нового, какого-то новшества».  
А. Н. Цветков

Новация - Замена одного законного соглашения новым обязательством с согласия всех сторон. Например, на биржах, которые пользуются услугами [Лондонской клиринговой палаты](http://bizness.com.ua/slov/l/46210-.html) (London Clearing House, LCH) сделки между членами проводятся Клиринговой палатой, в результате чего один контракт возникает между покупателем и Палатой, а другой взаимопогашающий контракт - между продавцом и Палатой. См.: [риск противоположной стороны](http://bizness.com.ua/slov/r/46702-.html) (counterparty risk).

1. Специфика и функции социальных инноваций в обществе.

Инновация как экономическая категория выполняет следующие две основные функции – воспроизводственную и стимулирующую.

**Воспроизводственная функция**означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Денежная выручка, полученная от продажи инновации на рынке, создает предпринимательскую прибыль, которая выступает источником финансовых ресурсов и одновременно мерой эффективности инновационного процесса. Предпринимательская прибыль может направляться на расширение объема производственно-торговой, инвестиционной, инновационной и финансовой деятельности. Таким образом, получение прибыли от инновации и использование ее в качестве источника финансовых ресурсов составляют содержание воспроизводственной функции инновации.

**Стимулирующая функция**также реализуется через получение предпринимателем прибыли от реализации инноваций. Это служит стимулом для предпринимателя к новым инновациям, побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять более современные приемы управления финансами.

Отметим еще один аспект проблемы. Подчиняясь всеобщему закону минимизации энергии, человек всегда направляет свою деятельность на сокращение затрат труда, экономию времени и получение других эффектов. Поэтому можно рассматривать *инновацию как социальную категорию.*

**Первая функция** инноваций как социальной категории состоит в том, что практически все изобретения направлены на уменьшение затрат энергии, живого труда, создают возможности вовлечения в производство новых производительных сил, повышают эффективность труда и производства.

**Вторая функция** инноваций – повышение качества произведенных продуктов, что ведет к росту уровня производства и потребления, способствует улучшению качества жизни.

**Третья функция** инноваций состоит в том, что они, повышая качество продукции, снижая затраты и совершенствуя потребление, способствуют поддержанию пропорций между спросом и предложением, между производством и потреблением. И наконец, в ходе разработки и в процессе использования инноваций идет процесс развития человека – реализация его интеллектуальных способностей, создание условий для дальнейшего творческого роста.

|  |
| --- |
|  |

1. Социальные изменения и инновации.

## Виды социальных изменений

* Открытие - это разделяемое многими людьми восприятие аспекта реальности, ранее неизвестного. Человек открывает принцип рычага, циркуляцию крови или условный рефлекс. Открытие добавляет новую черту в запасы знаний, проверенных людьми, воспринятых ими. Оно всегда добавляет нечто новое к культуре, потому что, хотя открываемый аспект всегда существовал, он становится частью культуры только после его открытия.
* Изобретение. Изобретение часто определяют как новую комбинацию или новое использование существующего знания. Именно таким образом изобретатель Джордж Селден в 1895 г., комбинируя двигатель, топливный бак, ременную передачу и колеса, изобрел автомобиль. Ни одна из вещей, составляющих изобретение, не была новинкой: люди уже давно использовали их в повседневной практике. Новым моментом стала комбинация уже известных предметов. Идея комбинации позволяет создавать то, что ранее не существовало.
* Изобретения могут быть разделены на два типа: материальные (такие, как лук, стрелы, телефон или самолет) и социальные (такие, например, как алфавит, конституционное правительство, выборная демократия и т.д.). В каждом случае создается комбинация хорошо известных элементов. Изобретение является постоянным процессом, когда каждое новое изобретение становится последним в ряду предыдущих. Таким образом, изобретательство представляет собой процесс (о процессах мы будем говорить несколько позже).
* Диффузия. Даже самое изобретательное общество может изобрести только простейшие формы изменений. Чаще же всего социальные изменения в обществах развиваются через диффузию - распространение культурных черт и образцов от группы к группе и их внедрение. Диффузия действует как внутри обществ, так и между ними. Частушки как вид фольклора возникли у татар, а затем проникли в русскую среду. Методы научного управления, разработанные американской школой Ф. Тейлора, были внедрены в других обществах.
* Социальные изменения в обществе протекают в результате целенаправленной деятельности людей, которая состоит из отдельных социальных действий и взаимодействий. Как правило, разрозненные действия редко могут привести к значительным социальным и культурным изменениям. Даже если один человек сделал великое открытие, множество людей должны использовать его, внедрить в свою практику. Таким образом, значительные социальные изменения происходят в процессе совместных действий людей, которые не разрознены, а, наоборот, однонаправлены, взаимно сопряжены. Причем это сопряженность часто может быть бессознательным благодаря наличию у людей мотивов и ориентаций**.**

1. Типология социальных инноваций (по сферам, прогрессивности, радикальности, действенности и т. д.).

Все разнообразие инноваций можно классифицировать по ряду признаков.

1. По степени новизны:

· радикальные (базисные) инновации, которые реализуют открытия, крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники и технологии;

· улучшающие инновации, реализующие средние изобретения;

· модификационные инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии, организации производства.

2. По объекту применения:

· продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов (услуг) или новых материалов, полуфабрикатов, комплектующих;

· технологические инновации, нацеленные на создание и применение новой технологии;

· процессные инновации, ориентированные на создание и функционирование новых организационных структур, как внутри фирмы, так и на межфирменном уровне;

· комплексные инновации, представляющие собой сочетание различных инноваций.

3. По масштабам применения:

· отраслевые;

· межотраслевые;

· региональные;

· в рамках предприятия (фирмы).

4. По причинам возникновения:

· реактивные (адаптивные) инновации, обеспечивающие выживание фирмы, как реакция на нововведения, осуществляемые конкурентами;

· стратегические инновации - это инновации, реализация которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

5. По эффективности:

· экономическая;

· социальная;

· экологическая;

· интегральная.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

 Классификация инноваций: базовая

* по значимости :
* базисные инновации — основные радикальные, в корне меняющие отрасль или деятельность
* улучшающие инновации — существенное совершенствование базисных
* модернизирующие (псевдоинновации) представляющие незначительные изменения базисных или трансформацию улучшающих

 Классификация инноваций: основные группировки

* 1. уровень новизны внедренного новшества
  + 1.1 радикальные (открытия, изобретения …)
  + 1.2. ординарные (рационализаторские предложения, ноу-хау)
* 2. масштаб радикальности (уровень влияния) инновации
  + 2.1 базисные
  + 2.2 модернизирующие
  + 2.3 улучшающие (псевдоинновации)
* 3. сфера применения инновации
  + 3.1 для внутреннего применения
  + 3.2 для внешнего использования (для продажи)
* 4. частота применения инновации
  + 4.1 разовые
  + 4.2 повторяющиеся (диффузные)
* 5. форма появления инновации
  + 5.1. это перенос (заимствование)
  + 5.2. «изобретение», «идея»
  + 5.3. «трансформация»
* 6. вид эффекта
  + 6.1 социальный
  + 6.2 экономический
  + 6.3 организационный
  + 6.4 экологический
  + 6.5 интегральный
* 7. области внедрения
  + 7.1 обеспечивающая подсистема (инфраструктура)
  + 7.2 управляемая подсистема
  + 7.3 управляющая подсистема

 Типология инноваций: основная

* Технико-технологические инновации
* Организационные инновации
* Управленческие инновации
* Экономические инновации
* Социальные инновации.
* Юридические инновации
* Экологические инновации

 Типология инноваций: проблемно-ориентированная

* Тип: Кризисная
* Отношение к внешней среде : Библиотека ← общество или Библиотека ↔ библиотека
* Временной аспект: Прошедшее время (назад ←)
* Соотношение с видами инноваций: Псевдо… (улучшающая) ↔ модифицирующая
* Тип : Реагирующая
* Отношение к внешней среде: Библиотека ↔ общество
* Временной аспект: Настоящее время (сейчас ↔)
* Соотношение с видами инноваций: Модифицирующая -> базисная
* Тип : Перспективная
* Отношение к внешней среде: Библиотека -> общество
* Временной аспект: Будущее время (вперёд ->)
* Соотношение с видами инноваций Базисная -> модифицирующая
* © Е.Н.Гусева

 Особенности библиотечных инноваций

* 1.Мягкость / Редкость радикальных
* 2. Постоянный характер
* 3. Системность
* 4. Необратимость

 Принципы инновационного развития библиотек

* Принцип опережения
* Принцип открытости
* Принцип непрерывности и преемственности
* Принцип обоснованности
* © Е.Н.Гусева

 Условия управления инновациями

* 1. Ориентация на потребителя (результат)
* 2. Скорость выведения
* 3. Контроль риска инновационного процесса
* 4. Е динство требований к результатам, однозначность оценок
* 5. Соответствие результатов уровню развития сферы, законодательству и технической регламентации
* Принципы управления инновациями:
* Добровольность участия
* Недопустимость приоритетности (принцип перманентно равного старта)
* © Е.Н.Гусева

1. Критерии новизны социальных инноваций. Абсолютная и относительная новизна. Локальная новизна.

### КРИТЕРИИ НОВЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ

Можно выделить три основных подхода к определению понятия «новый инновационный товар»:

1. Исходит из временного критерия: к новым относят любое вновь выпускаемое изделие. Критерий новизны в это случае — не качественное своеобразие изделия, а время его освоения и производства;
2. Основан на требовании выделения критерия отличия нового товара от его аналогов и прототипов. В качестве такого критерия предлагают использовать принцип порождения и/или удовлетворения товарами ранее неизвестной потребности.  
   Новым товаром называют также любое прогрессивное изменение, отличающее товар от ранее известных. Эти изменения могут затрагивать сырье, материалы, конструкции, технологии;
3. Базируется на следующем положении: надо исходить не из единственного критерия, а из определенной их совокупности, характеризующей те или иные стороны новизны товара.

При этом можно выделить, например, четыре уровня новизны товара:

а) изменение внешнего оформления при соблюдении существующих потребительских свойств;

b) частичное изменение потребительских свойств за счет совершенствования основных технических характеристик, но без принципиальных изменений технологии изготовления;

c) принципиальное изменение потребительских свойств, вносящее существенные изменения в способ удовлетворения соответствующей потребности;

d) появление товара, не имеющего аналогов.

\*\*\*

Инновации являются одной из важнейших основ для создания конкурентного преимущества предприятия. Это конкурентное преимущество в значительной степени определяется степенью новизны инновации:   
Абсолютная новизна. Аналоги предлагаемому новшеству отсутствуют. Абсолютная новизна фиксируется весьма редко.   
  
Относительная новизна. Такая новизна определяется относительно выбранного признака или группы признаков. В свою очередь, относительная новизна может быть частной (новыми являются отдельные элементы) или условной (новое сочетание известных элементов).   
Для определения степени новизны инновации удобно пользование современными информационными технологиями, которые рассматриваются далее.   
Иногда используются понятия "стоимостная новизна" (затраты на НИОКР, освоение и использование, отнесенные к объему полезной работы, ниже чем у заменяемой) и "целесообразная новизна" (лучшие производительные или потребительские свойства).   
Наконец, рыночная новизна в значительной степени определяет успех инновационной деятельности предприятия. По типу новизны для рынка инновации делятся на:   
- новые для отрасли в мире;   
- новые для отрасли в стране;   
- новые для данного предприятия или группы предприятий.

1. Социальная цена и эффективность нововведений.
2. Специфика инновационных процессов в социальной сфере.
3. Социальные нормы и инновации, их взаимодействие и взаимопереходы.
4. Источники социальных инноваций.

Выделяют следующие изменения, или источники инноваций:

· Неожиданное событие, которым может быть неожиданный успех, неожиданная неудача;

· Несоответствие между реальностью, такой, каковой она является, и её отражением во мнениях и в оценках людей;

· Изменение потребностей производственного процесса;

· Изменения в структуре отрасли или рынка;

· Демографические изменения;

· Изменения в восприятии и в ценностных установках;

· Новые знания, научные и ненаучные.

1. Последствия социальных инноваций (прямые и косвенные, прогнозируемые и неожиданные).

**Социальные последствия инноваций** – это последствия, которые необходимо рассматривать по следующим направлениям: повышение требований к квалификации работников; повышение требований к здоровью работников; возможность переучивания работников на новые специаль­ности.

Вопросы квалификации работников могут быть решены за счет подготовки новых специалистов и за счет повышения квалифи­кации уже работающих. В последнем случае следует широко ис­пользовать опыт японских компаний в организации работ по систематическому повышению квалификации работников наряду с хорошей общей подготовкой. Так, на крупных японских ком­паниях все рабочие имеют образование не ниже двенадцати клас­сов, причем каждый четвертый рабочий имеет высшее образо­вание. Японские эксперты считают, что настает время всеобщего обязательного высшего образования. К сожалению, в России на­блюдается обратный процесс, то есть растет число лиц, не име­ющих среднего образования, снижается в целом уровень подго­товки специалистов с высшим образованием. Подобная ситуа­ция неизбежно скажется на производстве, так как от работника, не имеющего достаточного базового образования, трудно ожи­дать эффективной работы. Снижение уровня подготовки специ­алистов по линии высшей школы обусловлено во многом срав­нительно устарелой технической базой для многих институтов и низкой оплатой труда профессорско-профессионального состава. Последнее резко снижает престижность профессии и ограничи­вает приток перспективных специалистов.

1. Участники нововведений.

**Организаторы**

Этим условным понятием объединяются работники аппаратов управления.

Характеристика группы. В инновационном плане они наиболее тесно

сотрудничают с управлением, выполняющим некоторые функции по внедрению

новой техники. Материальной заинтересованности в результатах своей работы у

сотрудников аппарата практически нет, премии имеют разовый характер,

незначительны по размеру.

Назначение. Роль руководителя методического обеспечения и технического

развития с осуществлением функций планирования и финансирования НИОКР

подведомственных научных организаций, контроля за их отчётами; проведения

кадровой политики в научных и производственных организациях.

Отношения с партнёрами. Аппарат республиканского управления наделён

директивными полномочиями по отношению ко всем другим участникам данного

нововведения (возможно, за исключением изготовителей, относящиихся к другим

министерствам и ведомствам).

**Разработчики**. Эта группа участников нововведения объединяет ряд

исследовательских объединений. Характеристика группы. Примерно 20%

исследовательского персонала составляет контингент ведущих сотрудников.

Назначение. Главная задача - разработка новых методических и технических

средств. Их продукция - расчёты, схемы, чертежи - оцениваются по следующим

главным параметрам (по степени важности):

. защита отчётов в плановые сроки;

. качество работ;

. отдача на рубль затрат.

Отношения с партнёрами. Разработчики имеют активные рабочие контакты со

всеми участниками нововведения.

Основная проблема отношений разработчиков с проектировщиками

заключается в согласовании параметров новшеств, их конструкций и

материалов. Проектировщики стремятся чаще использовать типовые узлы,

наиболее доступные материалы, отчего замысел разработчиков упрощается,

«заземляется» в противовес их первоначальным целям.

Связи с пользователями у разработчиков в основном сводятся к работе с

так называемыми опытными отрядами (партиями) внедрения.

Вклад. Особенность участия разработчиков в данном инновационном

процессе состоит в том, что они выполняют значительно более широкий круг

функций, чем тот, который задан им извне.

**Проектировщики.** Зачастую по своим функциям и вкладу эта группа

участников нововведения неотделима от разработчиков, совпадает с ними

(когда одни и те же работники выполняют оба этапа). Положение обеих групп

весьма сходно, поэтому многое из того, что было сказано о разработчиках,

можно отнести и к проектировщикам.

Характеристика группы. Их особенность в том, что они стоят на одном из

самых критических переломов инновационного процесса - переходе новшеств к

изготовителям. В отличии от разработчиков, у них меньше возможностей выбора

тематики работ, однако больше возможностей их реализации.

Назначение. Проектировщики доводят разработку новшества до опытного

образца, составляют техническое задание для его промышленного производства.

Отношения с партнёрами. Переговоры по линии общения с управлением

(отношения директивно-исполнительские) если и возникают, то касаются

главным образом сроков и финансирования. Элемент самостоятельности здесь

меньше, чем у разработчиков.

При взаимодействии с разработчиками может возникать напряжённость,

поскольку, с точки зрения проектировщиков, они не всегда доводят до конца

свою часть работы, вынуждая проектировщиков увеличивать свою

производственную нагрузку.

Вклад. Фактическое участие проектировщиков в осуществлении нововведения

шире отведённой им роли. В особенности это касается процедуры передачи

проекта изготовителям.

**Изготовители**. Участие изготовителей по ряду важных параметров

существенно отличается от деятельности других групп, занятых в

инновационном процессе.

Характеристика группы. Зачастую, для многих предприятий данная

продукция не является основной как по номенклатуре, так и по объёму.

Назначение. Роль поставщика серийных партий новшества. Главный критерий

оценки работы изготовителей - реализация продукции в рублях.

Вклад. Изготовители - единственная группа участников данного

нововведения, которая не имеет прямой заинтересованности в его успехе, хотя

и находится в непосредственной близости к завершающей стадии его внедрения.

В силу экономических причин производственники заинтересованы в максимальном

удлинении своей стадии применительно к каждому нововведению. Это связано со

снижением рентабельности предприятия при переходе на изготовление нового

изделия.

**Пользователи.** На завершающей стадии осуществления нововведения сходятся

ролевые позиции всех его участников.

Характеристика группы. Зачастую, среди всех участников нововведения

только пользователи представляют профессиональную группу, состоящую из

первичных ячеек - отрядов.

Назначение. - Использование данного нововведения.

Отношения с партнёрами. Директивным органом по отношению к

пользователям является управление, которое прямо заинтересовано в

выполнении ими плановых заданий.

С разработчиками и проектировщиками связаны, в основном, внедренческие

(опытные) партии. Инициаторами в этих отношениях обычно выступают создатели

новшества.

Вклад. В принципе, выполнение плановых заданий как правило ускоряется с

переходом на новые методы работы.

Инновационное поведение. Преодоление барьеров (информационных, психологических и т. д.). Инновационная активность.

1. Адаптация к нововведениям (признаки, состояния, адаптивная норма и мера).

Реклама ускоряет адаптацию к нововведениям, стимулируя тем самым рост технического прогресса и претворяя новые идеи в жизнь. Она может эффективно содействовать снижению аварийности и травматизма, поддерживать рачительное отношение к природе, благоприятно влиять на заботу о здоровье и т.д.

Адаптивная норма – функционально-динамическое образование, заключающее в

себе потенциальные возможности реагирования. Адаптивная норма

индивидуальна, она отражает особенности, связанные с конституционально-

генетическими признаками [13].

При адаптации к новым условиям среды система перестраивает свою

структуру и функцию. Если при возвращении условий к первоначальным,

бывшим до адаптации, система становится дезадаптированной к прежним

условиям, характеристику такой дисфункции определяют как «цену

адаптации» [9]. Под «ценой» адаптационного процесса обычно понимается

степень напряжения регуляторных систем, которая необходима для

обеспечения адаптивной деятельности человека. Чем выше функциональный

резерв, тем ниже «цена адаптации»

Этапность психической адаптации

Этапность психической адаптации является стержневой проблемой

деятельности человека в технических системах. В. И. Лебедев [15] выделяет

следующие процессы, характерные для процесса адаптации человека к

трудовой деятельности в технической среде, в экстремальных условиях

среды.

1. Подготовительный этап. На этом этапе человек собирает сведения,

позволяющие составить представления об условиях, в которых предстоит

работать, уясняет задачи, которые ему приходится решать, овладевает

профессиональными навыками, «вживается» в ролевые функции,

отрабатывает навыки и устанавливает систему отношений с другими

участниками группы.

2. Этап стартового психического напряжения. Чем ближе по времени

человек подходит к барьеру, отделяющим обычные условия жизни от

экстремальных, тем выше психическая напряженность, выражающаяся в

тягостных переживаниях, субъективном замедлении течения времени, в

нарушениях сна и вегетативных изменениях. В числе причин нарастания

причин психической напряженности при приближении к указанным

границам четко прослеживается информационная неопределенность,

умозрительное «проигрывание» возможных аварийных ситуаций и своих

действий при их возникновении.

3. Этап острых психических реакций входа. На этом этапе снимается

информационная неопределенность, человек оказывается избыточно

информированным. У работника возникают положительные эмоциональные

переживания, сопровождающиеся повышенной двигательной и речевой

активностью. В появлении указанных состояний участвуют психологические

и физиологические механизмы.

4. Этап переадаптации. Психическая переадаптация в технических

системах и измененных условиях существования проявляется в нарушениях

восприятия пространства и времени, в появлении необычных психических

состояний и сопровождается выраженными вегетативными реакциями. Одна

из особенностей этого этапа – формирование новых функциональных систем

в центральной нервной системе, позволяющих адекватно отражать реальную

действительность в необычных условиях. Другая особенность состоит в

актуализации привычных потребностей и выработке защитных механизмов

на воздействие психогенных факторов.

5. Этап завершающего психического напряжения. При каждом

повторном преодолении психического барьера эмоциональные реакции

сглаживаются и стенизируются, что объясняется достаточно полной

информационной обеспеченностью, уверенностью в материальной части, в

средствах спасения и в своих действиях в аварийной ситуации.

6. Этап острых психических реакций выхода. При работе регуляторных

механизмов на пределе адаптационного оптимума на этапе неустойчивой

психической деятельности возникают необычные психические феномены. На

этапе глубоких психических изменений имеют место развившиеся неврозы и

реактивные психотические состояния, а также манифестация психозов,

которые находились в латентном состоянии и были спровоцированы

психогенными факторами.

7. Этап реадаптации. Вновь сформировавшиеся динамические системы,

регулирующие отношения человека, его двигательную активность и т.д., по

мере увеличения времени пребывания в измененных условиях

существования (космос, полярная станция, подводная лодка и т.д.)

превращаются в стойкие стереотипные (динамические) системы. Прежние

адаптационные механизмы, возникшие в обычных условиях жизни,

забываются и утрачиваются. При возвращении человека из необычных в

обычные условия динамические стереотипы, сложившиеся в экстремальных

(непривычных) условиях, разрушаются, и возникает потребность

восстановить прежние стереотипы, т.е. реадаптироваться [15].

1. Инновационный риск.

риск в инновационном предпринимательстве можно определить как вероятность потерь, возникающих при вложении фирмой средств в производство новых товаров и услуг, в разработку новой техники и технологий, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, а также при вложении средств в разработку управленческих инноваций, которые не принесут ожидаемого эффекта.

Все риски делят на две большие группы:   
Чистые риски (возникают под воздействием объективных факторов).   
На принятие управленческих решений всегда влияет ряд факторов, изменить действие которых невозможно. К числу таких факторов относятся налоговое законодательство, природно-географические условия, общественная мораль, социальные устои и др. Эти факторы порождают чистые риски.   
Спекулятивные риски в полной мере определяются управленческим решением. Нередко спекулятивные риски имеют неопределенный характер проявления, их аналитические оценки изменяются с течением времени[3, c. 503].

К специфическим рискам инновационных проектов, можно отнести:   
-научно-технические риски: отрицательные результаты НИ Р; несоответствие технического уровня производства техническому уровню инновации; несоответствие кадров профессиональным требованиям проекта; отклонения в сроках реализации этапов проектирования; возникновение непредвиденных научно-технических проблем; риски текущего снабжения ресурсами, необходимыми для реализации инновационного проекта;

Инновационный риск возникает при следующих ситуациях:   
-при внедрении более дешевого метода производства товара или оказания услуги по сравнению с уже использующимися. Подобные инвестиции принесут предпринимательской фирме временную сверхприбыль до тех пор, пока такая фирма является единственным обладателем данной технологии. В данной ситуации фирма сталкивается лишь с одним видом риска - возможной неправильной оценкой спроса на производимый товар;   
-при создании нового товара или оказании услуги на старом оборудовании. В данном случае к риску неправильной оценки спроса на новый товар или услугу добавляется риск несоответствия уровня качества товара или услуги в связи с применением оборудования, не позволяющего обеспечивать необходимое качество;   
-при производстве нового товара или оказании услуги с помощью новой техники и технологии.   
В данной ситуации инновационный риск включает:   
риск того, что новый товар или услуга может не найти покупателя;   
риск несоответствия нового оборудования и технологии требованиям, необходимым для производства нового товара или услуги;   
риск невозможности продажи созданного оборудования, так как оно не соответствует техническому уровню, необходимому для производства новых товаров[3, c. 507].

1. Инновационные технологии (механизмы, процедуры).

##### Инновационные технологии - наборы методов и средств, поддерживающих этапы реализации нововведения. Различают виды инновационных технологий: - внедрение; - тренинг (подготовка кадров и инкубация малых предприятий); - консалтинг - консультирование производителей, продавцов, покупателей в сфере технологической, технической, экспертной деятельности. Услуги по исследованию и прогнозированию рынка, разработке маркетинговых программ и т.п. предоставляют специализированными консалтинговыми компаниями.

##### - трансферт - передача одним лицом другому лицу права владения именными ценными бумагами. Изменение прав собственности на бумаги оформляется изменением записей в реестре.

Начало формы

Конец формы

##### - аудит предпринимательская деятельность аудиторов по осуществлению независимых проверок бухгалтерской отчетности, платежно-расчетной документации, налоговых деклараций и других финансовых обязательств и требований экономических субъектов с целью установления достоверности их бухгалтерской отчетности и соответствия совершенных ими финансовых и хозяйственных операций нормативным актам.

##### - инжиниринг - комплекс инженерно-консультационных услуг коммерческого характера по подготовке и обеспечению непосредственно процесса производства, обслуживанию сооружений, эксплуатации хозяйственных объектов и реализации продукции. Инжиниринг охватывает все этапы инновационного цикла.

Начало формы

Конец формы

1. Инновационный процесс: стадии (циклы), направленность.

Под *инновационным процессом* понимается деятельность, пронизывающая научно-технические, производственные, маркетинговые и сбытовые процессы при изготовлении новой продукции и услуг и нацеленная на удовлетворение конкретных общественных потребностей.

Под *инновационной способностью* понимается структурная характеристика организации общественной и хозяйственной жизни в стране или же отдельной корпорации к быстрому восприятию производства и распространению новой продукции и услуг. Надо заметить, что инновационная способность отличается от обычного понимания НТП как получения определенного количества новейших технологий и продуктов.

Использование в фирмах и корпорациях того или иного варианта организации инновационного процесса и управление им зависит от трех факторов:

- состояния сферы хозяйственной системы, осуществляющей нововведения (тип рынка, общественная психология и пр.);

- состояния внутренней среды данной хозяйственной системы (финансовые и материальные ресурсы, применяемые технологии, сложившаяся структура и пр.);

- специфики самого научно-технического и инновационного процесса как объекта управления.

Исследования показали, что имеются качественные отличия инновационного и стабильного (рутинного) процессов, что определяет и различные системы управления этими процессами.

В целом обобщенная логическая модель инновационного процесса на основе американских подходов. В ней, прежде всего, просматриваются две стратегические линии: развитие общественных потребностей и развитие науки и техники. Оба эти несколько обособленные друг от друга направления тесно взаимодействуют между собой через три укрупненных блока:

- разработка концептуального решения (с учетом неудовлетворенных потребностей рынка, новых идей и финансовых и других возможностей, обеспечивающих реализацию).

- разработка технического решения (на основе проведения исследований, технических разработок и экспериментов).

- внедрение новой продукции на рынке (на основе проведения маркетинговых исследований рынка и организации производства новой продукции в необходимых масштабах).

Для организации управления сложным инновационным процессом требуется проведение так называемой структуризации этого процесса, то есть разбивка его на определенные составные части.

В укрупненном виде схема структуризации обычно формулируется в таком виде: исследования - разработки - производство - маркетинг - продажи. Более подробно она представляется в следующем виде, более пригодном для практической работы: фундаментальные исследования - прикладные исследования - разработки - изучение рынка - конструирование - рыночное планирование - опытное производство - рыночные испытания - коммерческое производство - сбыт новой продукции.

 Генерирование новой идеи

 Разработка и экспериментальная

 реализация идеи

 Освоение в производстве

 Массовый выпуск

 Сбыт (потребление)

## Стадия 2. Жизненный цикл инновационного продукта

Практическая реализация результатов инновационной деятельности осуществляется на рыночной стадии, которая включает следующие этапы: внедрение на рынок, рост производства, замедление роста и спад объёмов продаж.

### Внедрение продукта на рынок

На данном этапе предприятие-изготовитель производит пробную партию продукта. Также фирма проводит маркетинговое исследование в виде зондирования рынка малыми партиями нового товара. Если зондирование рынка проходит успешно, начинается подготовка к широкомасштабному продвижению товара на рынок.

Подготовка ведётся по двум основным направлениям:

1. создание соответствующих мощностей для резкого увеличения объёмов производства. В этих целях проводится техническая подготовка производства и, в случае необходимости, осуществляется строительство новых производственных мощностей;
2. через маркетинговые подразделения проводится сильная рекламная кампания новшества и организуется сбытовая сеть.

Запуск товара в производство требует крупных инвестиций для реконструкции старых или строительства новых производственных мощностей, подготовки персонала, проведения рекламной кампании. На этом этапе инновационного процесса ещё не известна реакция рынка на нововведение, существуют риски отторжения предлагаемого товара. По этой причине инвестиции носят рисковый характер. По расчётам специалистов, финансирование работ, связанных с освоением масштабного производства новой продукции и последующим совершенствованием технологии, на этом этапе в 6-8 раз больше, чем расходы на исследования и разработки. Основным источником инвестиций являются собственные средства предприятий, которые они аккумулируют в специальных фондах, а также заёмные средства, в основном банковские кредиты.

### Рост объёмов производства

При отсутствии на рынке близких аналогов нового продукта цена на него может быть искусственно увеличена на какой-то отрезок времени, что позволит обеспечить предприятию сверхнормативную прибыль. На данном этапе инновационного процесса производство продукта расширяется. Происходит снижение текущих издержек производства, что способствует снижению цены. Прибыль от реализации товара нередко достигает пика. По некоторым оценкам, объём прибыли в этот период может составлять 50-70 % прибыли, получаемой за весь жизненный цикл товара.

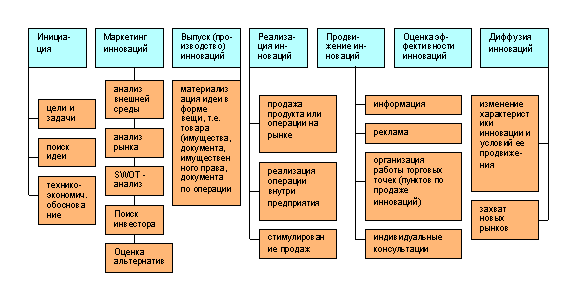
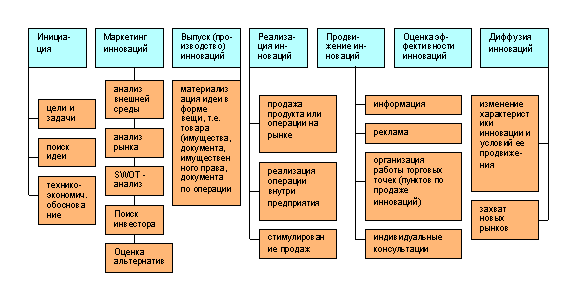
### Замедление роста производства

Постепенно темпы роста производства снижаются. В издержках растёт доля затрат на рекламу и поддержку конкурентоспособности продукции. Осуществляется поиск новых рынков. Проводится разработка улучшенных модификаций продукта, совершенствуются технологические процессы.

В это время многие фирмы также пытаются обосноваться на новом рынке. Некоторые из них приобретают лицензию на производство нового продукта. Другие выпускают продукт, нарушая патентное законодательство. Третьи налаживают подпольный выпуск продукта, зачастую низкого качества, под товарной маркой разработчика. Наконец, четвёртые конкуренты выпускают аналогичные товары с более высоким техническим уровнем, используя возможные лазейки в патентном законодательстве.

### Спад объёмов продаж

Наступление данного этапа означает, что пришёл момент, когда рынок начинает присыщаться данным товаром. Происходит устойчивое падение объёмов продаж и снижение, возможно даже до нулевой отметки, размера получаемой прибыли. Спад происходит как из-за устаревания товара, так из-за изменений в технологии, смены вкусов и предпочтений потребителей, а также вследствие появления на рынке более совершенных товаров, предлагаемых конкурентами.



1. Принципы и методы инновационной деятельности.

Важнейший принцип – это *принцип гибкости.* Он обусловлен циклическим характером научно-технического прогресса, трудно предсказуемостью (или даже непредсказуемостью) результатов научных исследований. Принцип гибкости требует применения особых видов планирования (например, не по конкретным детализированным заданиям, а по отдельным направлениям исследовательских работ) и форм финансирования, оказывает влияние на состав научно-технических кадров и выбор методов управления.

*Принцип учета фактора времени* обусловлен значительной длительностью инновационного цикла, неравномерностью временного периода выполнения отдельных его стадий и этапов. Традиционные в управлении производством календарные периоды (квартал, год и др.) не могут быть приняты за основу (за редким исключением) при управлении инновационным процессом. Этот принцип связан с перспективностью инноваций, означающей необходимость учета долговременных последствий принимаемых управленческих решений.

*Принцип комплексности* предполагает техническое, экономическое, организационное и информационное единство во всех звеньях, на всех стадиях и этапах инновационного процесса. Такое единство влияет на все составляющие (элементы) системы управления инновациями: планирование, финансовое и организационное обеспечение и т. д. Кроме того, комплексность означает обеспечение тесной связи между различными областями науки и между функциями управления.

*Принцип учета неопределенности* инновационных работ и их рискового характера находит проявление в прогнозировании и планировании, финансировании и методах оценки эффективности нововведений. Он требует, например, создания финансовых резервов для ликвидации (или сокращения) возможных отрицательных последствий от риска или корректировки сроков выполнения отдельных инновационных работ (стадий, этапов) при их планировании.

*Принцип учета творческого характера* инновационных работ основан на том, что творческий характер создания и внедрения новшеств оказывает влияние на систему управления инновационным процессом. Он учитывается при организации процесса выполнения работы, построении структуры органов управления, определении режима работы и стиля руководства, оценке эффективности инновационных работ и особенно при стимулировании (материальном и моральном) труда сотрудников.

Управление инновационным процессом с соблюдением вышеназванных и других принципов осуществляется на основе применения различных методов.

*Методы управления* инновационным процессом подразделяются на административные, организационно-плановые, финансово-экономические и социально-психологические. Эти методы по своему содержанию весьма специфичны, отличаются от традиционных методов, применяемых в управлении производством, поскольку инновационная продукция (продуктовые новшества, технологии, методы) – товар особого рода, а информационные, организационные, этические и морально-психологические аспекты инноваций играют большую роль. Отметим, что на конечных этапах инновационного цикла значительно возрастает значение финансово-экономических методов управления. Этими методами охватываются многие аспекты управления инновационным процессом.

*Инновационный механизм* – это совокупность организационных, управленческих, финансово-экономических, правовых, информационных, технических и морально-психологических факторов, их взаимосвязи и взаимодействия, способствующих успешному осуществлению инновационной деятельности и повышению эффективности ее результатов. Из этого определения вытекает, что элементами (составляющими) инновационного механизма являются:

1) организационные формы инновационных отношений;

2) методы управления инновациями;

3) методы финансирования инноваций;

4) методы оценки эффективности результатов инноваций;

5) порядок формирования и использования инновационных фондов (централизованных и децентрализованных, федеральных и региональных);

6) инновационное законодательство;

7) морально-психологические методы воздействия на инновационную активность;

8) меры информационно-технического оснащения инновационного процесса.

Отлаженность инновационного механизма, совместное функционирование этих элементов во многом определяются их взаимообусловленностью и соотносительностью, пропорциональностью. Соотносительность и структура этих элементов, значимость и оптимальность форм, методов и мер должны соответствовать уровню управления, на котором осуществляется инновационная политика.

1. Нововведения в организациях.
2. Региональные проблемы инновационной деятельности (в различных социально-территориальных системах).