

Лекция 2

**«Инновационный процесс и сущность
управления инновационной
деятельностью»**

по дисциплине «Инновационный менеджмент»

Основные понятия и определения инновационного менеджмента

→ **Новшество** – новый порядок, новый метод, изобретение.

→ **Нововведение** – означает, что новшество используется с момента принятия к распространению новшества, приобретает новое качество и становится инновацией.

→ **Инновационный процесс** связан с созданием, освоением и распространением (диффузией) инноваций. Специфическое содержание инновации составляют изменения в процессе производства и реализации продукта. И. Шумпетер выделяет пять типичных изменений:

- использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменение организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта;

→ **Инновация** – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам.

Инновация – является конечным результатом научно-производственного цикла (НПЦ). Ей присущи следующие свойства:

- научно-техническая новизна;
- производственная применимость;
- коммерческая реализуемость (возможность продать), т.е.: удовлетворять рыночному спросу; приносить прибыль производителю.

Основные понятия и определения инновационного менеджмента

→ **Классификация инноваций:** 1. Технологическая. 2. Производственная. 3. Экономическая. 4. Торговая. 5. Социальная. 6. В области управления.

→ **Диффузия инновации** – это распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или местах применения.

→ **Новаторы** – генераторы идей, научно-технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, исследовательские организации. Они заинтересованы в получении части доходов от использования изобретений.

→ **Инновационный процесс** имеет циклический характер. В общем виде инновационный процесс можно представить так:

ФИ → ПИ → Р → ПР → С → ОС → ПП → М → Сб,

где ФИ – фундаментальные (теоретические) исследования; ПИ – прикладные исследования; Р – разработка; ПР – проектирование; С – строительство (завода); ОС – освоение производства; ПП – промышленное производство; М – маркетинг; Сб – сбыт.

→ **Научная работа** – это исследовательская деятельность, направленная на получение и переработку новых, оригинальных, доказательных сведений и информации. Примерно 90% тем фундаментальных исследований могут иметь отрицательный результат. А из 10% с положительным результатом не все применяются на практике.

→ **Инновационный менеджмент** – это совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью организационных структур (НИИ, КБ, фирмы) и их персоналом.

Основные понятия и определения инновационного менеджмента

Инновационный менеджер имеет дело с различными фазами инновационного процесса и с учетом этого строит свою управленческую деятельность, его функции выполняет либо традиционный менеджер (заместитель руководителя по научной работе), либо специалист, приглашенный со стороны, например, из консалтинговой фирмы.

Главная цель инновационного менеджера – снизить риск в жизнедеятельности фирмы, связанный с внедрением сырых разработок, не пользующихся спросом на рынке, или некупаемых разработок. Он должен хорошо разбираться в специфике запросов покупателя товара, сложившейся ситуации на рынке, точно прогнозировать кризисы.

Венчурный (рисковый) бизнес – малые предприятия, специализирующиеся на исследованиях, разработках, производстве новой продукции.

Новшество оформляется в виде открытий, изобретений, патентов, товарных знаков, рационализаторских предложений документации на новый продукт, технологию, ноу-хау и т.д.

Содержание инновационного процесса и его формы

Стержень ИД



Инновационный процесс - процесс трансформации научного знания в инновацию, т. е. логическую последовательность действий, в ходе которых научная идея, вызревая, преобразуется в конкретный предметный продукт, услугу или технологию (т. е. товар) и одновременно распространяется среди потребителей.

Обобщенная модель инновационного процесса



Схема полного ИП



→ направление процесса;) опережающее распространение информации о новшестве/инновации

Фундаментальные научные исследования

Теоретические исследования –

их назначением являются систематизация накопленных научных данных, их обобщение, вскрытие причинно-следственных связей природных и социально-экономических явлений, выявление и формулировка закономерностей их развития. Теоретические исследования, с одной стороны, как бы подводят итог ранее осуществленным исследованиям всех типов, а с другой — инициируют поисковые, ориентируя их направление.

Поисковые исследования –

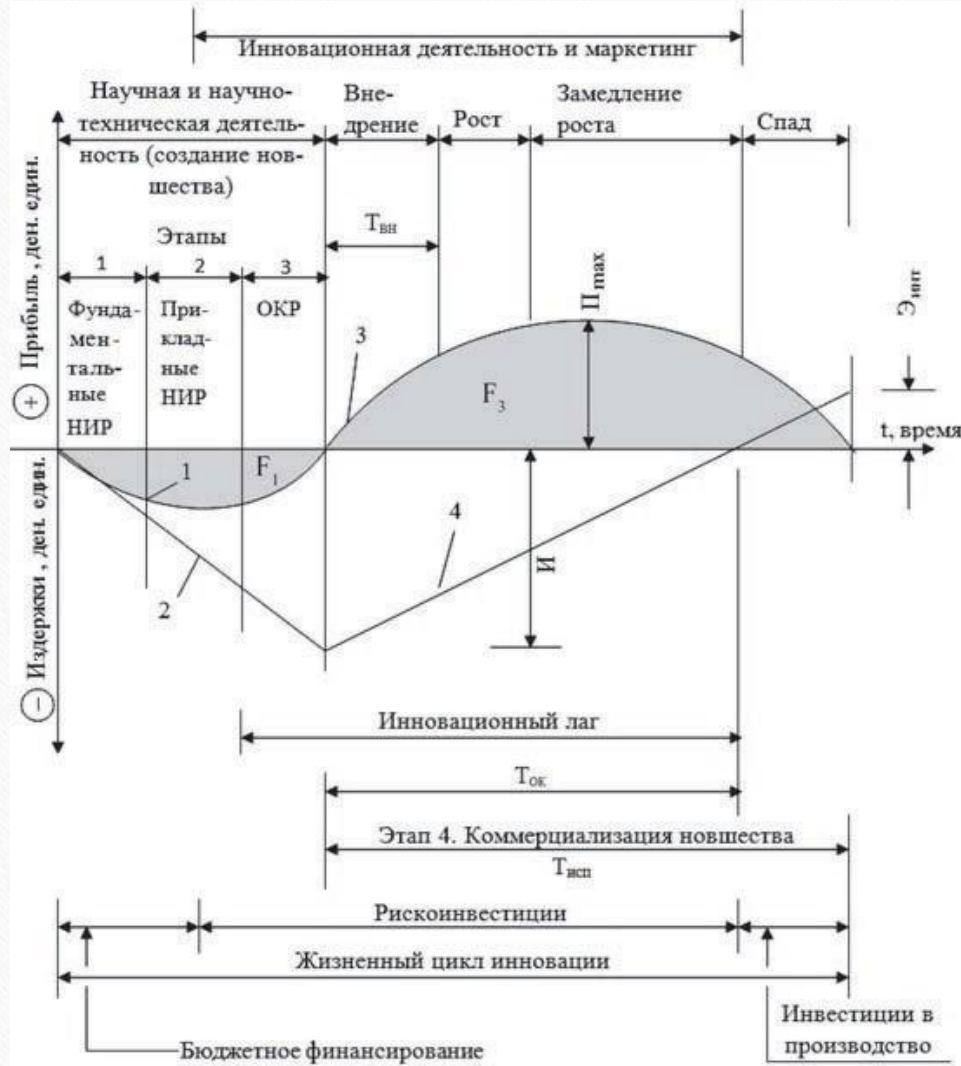
их назначением являются “разведка” и “освоение” так называемых белых пятен в науке, т. е. ранее не охваченных областей, более глубокое зондирование областей, не получивших удовлетворительного описания и понимания при предшествующих исследованиях, выдвижение и подтверждение новых гипотез, более адекватно объясняющих механизмы взаимосвязи природных и социальных явлений, нахождение новых способов преобразования природных субстанций и т. д.

Прикладные научные исследования призваны расширить “прорыв”, уточнить недостаточно ясные теоретические вопросы, определить конкретные направления практического применения открытых явлений, процессов, субстанций. Такие исследования направлены на достижение конкретных целей, на решение отдельных технических проблем, чаще всего в лабораторных условиях.

Экспериментирование - призвано “подтвердить принцип” (деятельности) определенного решения технической проблемы.
(Экспериментальное производство)

Завершающим этапом научных исследований является **разработка (создание) нового продукта**. Он состоит в переходе от экспериментального производства к промышленному, в окончательной проверке результатов предшествующих исследований, разработке технической документации, реально действующего образца продукта (опытно-конструкторские работы). Выходом, товарным продуктом научно-исследовательских работ является интеллектуальная продукция. Чаще всего это **новшество, новый продукт** или **технология**. Будучи переданными в производство, материализованными и многократно тиражированными, они преобразуются в **инновацию**. Но при этом, как правило, происходит смена организационной формы протекания инновационного процесса, а важнейшим признаком инновации в условиях рыночной экономики выступает новизна потребительских свойств реализуемого продукта.

Экономическая модель единичного инновационного процесса



1 — кривая затрат на осуществление инновации в дифференциальной форме; 2 — кривая затрат в интегральной форме; 3 — кривая получения прибыли от осуществления инновации в дифференциальной форме; 4 — результирующая кривая возмещения издержек поступающей прибылью в интегральной форме; I — объем издержек (инвестиций), ден. ед.; $P_{\max}$ — наибольшее значение прибыли в “звездный” период инновации, ден. ед.; $\Theta_{\text{инт}}$ — интегральное значение коммерческого (бухгалтерского) эффекта от реализации инновации, ден. ед.; $T_{\text{вн}}$ — продолжительность внедрения, ед. времени; $T_{\text{ок}}$ — продолжительность недисконтированного периода окупаемости инвестиций, ед. времени; $T_{\text{исп}}$ — продолжительность полезного использования инновации, ед. времени

Модель предполагает соблюдение следующих условий:

$$F_1 = I; F_3 = I + \Theta_{\text{инт}}; \Theta_{\text{инт}} \geq 0,$$

где F_1 — площадь фигуры, образуемой осью абсцисс (t) и кривой 1;
 F_3 — площадь фигуры, образуемой осью абсцисс (t) и кривой 3;
 I — инвестиции;
 $\Theta_{\text{инт}}$ — общий (интегральный) результат.

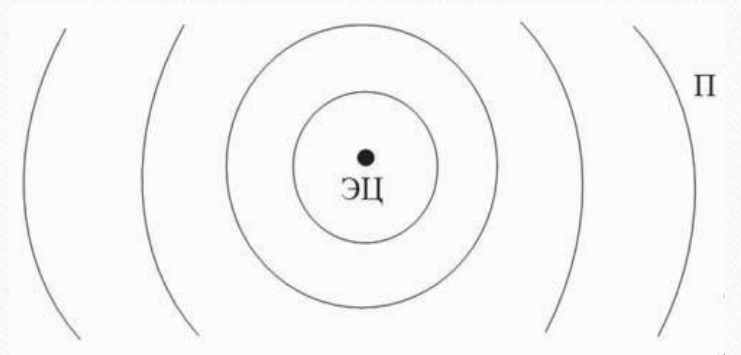
Диффузия инноваций

Теория диффузии инноваций выдвинута **Торстейном Хегерстрандом** в 1953 г.

Ее идея близка теории больших экономических циклов отечественного экономиста Н. Д. Кондратьева. Согласно теории Т. Хегерстранда, **диффузия**, т. е. распространение, рассеивание по территории различных экономических новшеств (новых типов продукции, технологий, организационного опыта и т. д.), может быть **трех типов**:

- *расширения* (при этом инновация равномерно распространяется по всем направлениям от эпицентра (точки возникновения));
- *перемещения* (распространение в одном направлении);
- *смешанной*.

Каждая генерация характеризуется **четырьмя стадиями**: возникновением, диффузией, накоплением и насыщением.



ЭЦ — эпицентр; П — периферия
процесса

1 стадия - “агломерация” - формирование регионального центра инновации, где зарождается или проходит первичную апробацию новшество.

2 стадия — диффузия - радиальное распространение нововведения от эпицентра на периферию, в то время как интенсивность нововведения в центре затухает.

3, 4 стадии — накопление и насыщение - инновация заполняет все пространство региона.

В качестве **факторов распространения новшеств/инноваций** как сугубо *информационного процесса* рассматривают:

- само *новшество/инновацию*, т.е. новую идею, продукт, услугу;
- коммуникацию, т. е. определенные каналы связи с потребителями;
- социальные системы, т. е. взаимосвязанных людей и их группы;
- время, за которое индивид под воздействием других принимает решение признать и использовать новшество.

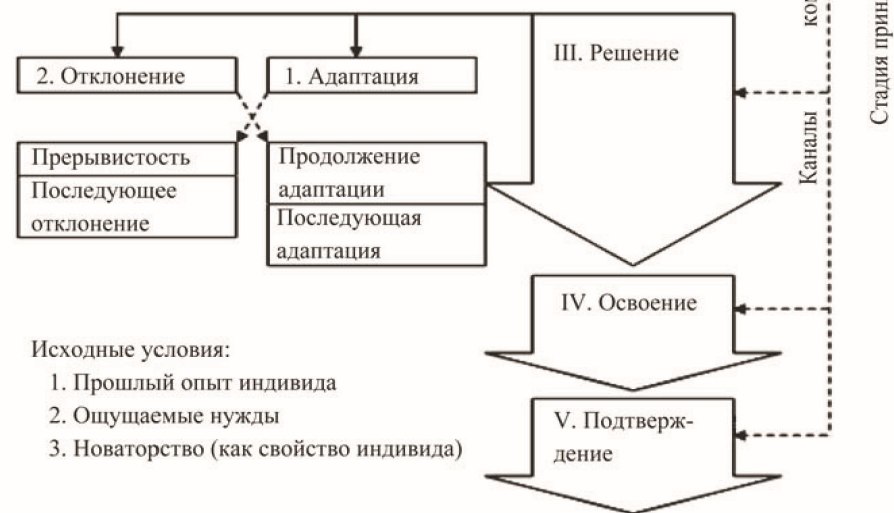
Модель Эверетта Рожерса о принятии решения по новшеству

Важную роль играют на этапе I характеристики субъекта, принимающего решение:

1. Социометрические характеристики
2. Личные переменные
3. Поведение при коммуникации

На этапе II немалую роль играют воспринимаемые характеристики новшества:

1. Относительные преимущества
2. Совместимость (с другими элементами и факторами системы)
3. Сложность (новшества)
4. Возможность пробного использования
5. Заметность (в глазах окружающих)



Исследователем, внесшим ощутимый вклад в данную научную область, является **Эверетт Рожерс**, написавший книгу “Диффузия инноваций” в 1960 г.

Рожерсом были рассмотрены

4 аспекта диффузии инноваций:

1. процесс принятия решения об использовании инновации;
2. индивидуальная восприимчивость к инновациям;
3. норма восприятия и
4. воспринимаемые свойства инноваций .

Процесс принятия решения об использовании инновации состоит из 5 стадий:

1. знание,
2. убеждение (формирование твердого мнения о новшестве),
3. решение,
4. апробация (освоение) и
5. подтверждение.

Классификация реципиентов по Рожерсу

Индивидуальная восприимчивость к инновациям выделяет реципиентов (воспринимателей), более и менее предрасположенных к восприятию инноваций.



- ➡ **1. Новаторы (2,5%)** — характеризуются склонностью к риску; они стремятся опробовать любое нововведение (новую идею, метод, продукт и т. п.); обладают значительными финансовыми ресурсами (как гарантией от риска при неудачном восприятии нововведения); способностью понимать и принимать сложные технические знания.
- ➡ **2. Ранние реципиенты (13,5%)** — формируют основной контингент “лидеров (источников) мнений” в большинстве социальных систем: именно к ним больше всего обращаются потенциальные реципиенты за советом и консультацией. Как правило, ранние реципиенты служат ролевой моделью для остальных членов социальной системы — потенциальных реципиентов.
- ➡ **3. Раннее большинство (34%)** — представители этой категории реципиентов могут несколько колебаться до момента восприятия инновации (их период восприятия инновации относительно длиннее, чем у реципиентов 1-й и 2-й категорий). Они охотно следуют за другими в процессе восприятия инноваций, однако редко возглавляют это движение.
- ➡ **4. Позднее большинство (34%)** — это скептики, они воспринимают инновацию после среднестатистического члена социальной системы. Восприятие ими инновации может объясняться экономической необходимостью или их реакцией на все увеличивающееся социальное давление.
- ➡ **5. Поздние реципиенты (увадьни, 16%)** — представители традиционной, консервативной, ориентации; они последние, кто воспринимает инновацию, и чаще всего могут отказаться от ее восприятия.

Факторы, влияющие на скорость диффузии

Скорость диффузии, по мнению Рожерса, определяется **5 основными факторами**, воспринимаемыми свойствами, которые потенциальные реципиенты оценивают при принятии решения использовать инновацию или нет



- ➡ **1. Относительные преимущества инновации** — степень превосходства, которой располагает инновация перед другими (часто аналогичными) видами продукции (процессами), зачастую выражающаяся в экономических или социальных категориях (прибыльность, экономичность, снижение уровня загрязнения, шума, затрат ручного труда и т. д.).
- ➡ **2. Совместимость инновации** — степень соответствия инновации существующей системе ценностей (определяется культурными нормами социальной системы), прошлому опыту и потребностям реципиента.
- ➡ **3. Сложность инновации** — степень простоты и легкости для понимания, использования или приспособления к инновации; предполагается, что сложность инновации негативно связана с ее восприятием.
- ➡ **4. Простота апробации инновации** — возможность апробации инновации в ограниченных масштабах (доступность опробования). Иногда эту характеристику инновации отождествляют с этапностью, делимостью инновации на отдельные части.
- ➡ **5. Коммуникативность инновации** — возможность распространения инновации между другими реципиентами.

Стадия внедрения новшества и ее формы

самая важная, дорогостоящая и длительная стадия совокупного инновационного процесса, на которой проявляются конечные результаты научно-технической деятельности

самое слабое и отстающее звено инновационного цикла

Только 1/5 часть новшеств доходит до стадии внедрения и оказывается жизнеспособной

2 формы внедрения инноваций в производство

Первая форма - выпуск новых конкурентоспособных машин и агрегатов (продуктов-инноваций) осуществляется в действующих цехах с применением новых технологий, материалов, при помощи новых станков и оснастки, при необходимости перепланировке производственных площадей и использовании информационных технологий.

Характерна для машиностроительных предприятий

Сроки внедрения и доп. затраты относительно невелики

Проблема внедрения не вызывает особых трудностей ввиду стабильного функционирования подсистемы развития производства, нацеленной на инновационный путь развития.

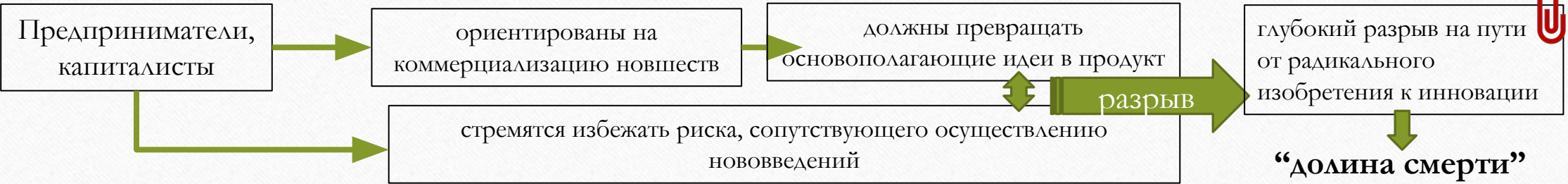
Вторая форма внедрения инноваций осуществляется путем технического перевооружения, реконструкции и расширения действующих и строительства новых цехов и предприятий.

Характерна для массового и крупносерийного типов производств.

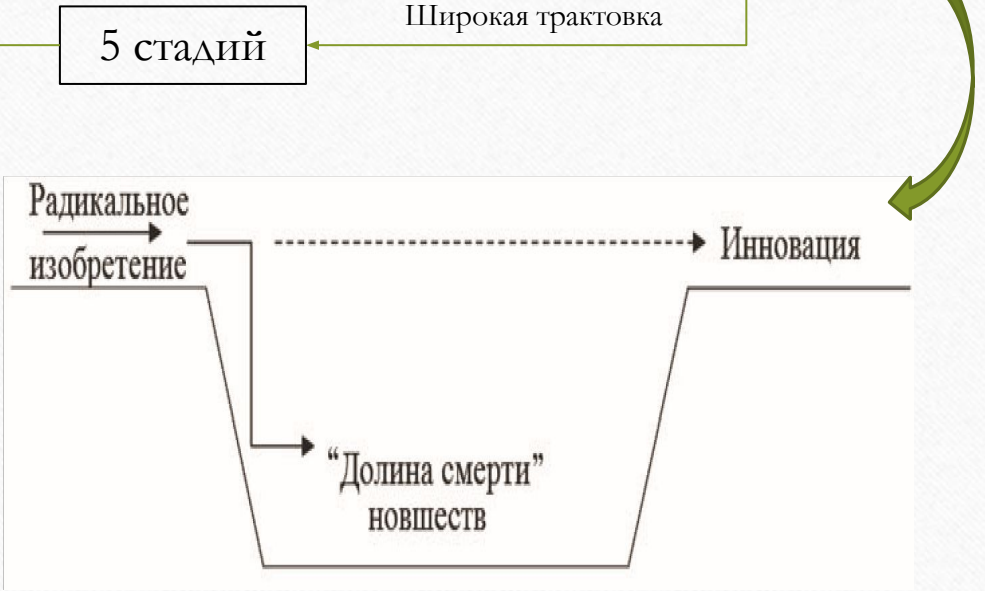
Форма сложна, продолжительна и требует значительных инвестиций и высокой квалификации исполнителей.

Недостаточно изучена. Структура инновационного процесса не описана, методы внедрения недостаточно обоснованы.

Понятие “долина смерти” новшества



Стадия	Содержание	Результат
I	Получение новых фундаментальных и прикладных знаний	Открытие, изобретение
II	Доказательство жизнеспособности принципа ¹ (действия). Демонстрируется умение создать работающую модель продукта или процесса и тем самым доказать возможность приложения фундаментальных и базовых принципов к решению конкретной проблемы с учетом ее специфики	Лабораторный образец, установка, прототип
III	Приведение к практике. Эту стадию только и можно считать ранним этапом разработки новой техники/технологии. Создается рабочая модель продукта с ее четкой привязкой к определенному рынку (т. е. выбирается приложение принципа), оценивается себестоимость продукта и диапазон параметров, выбор внутри которого позволяет добиться получения стабильного высокоэффективного процесса производства надежного продукта	Проект, промышленный образец
IV	Налаживание производства продукта, вывод на рынок	Возникновение инновации
V	Получение прибыли от реализации (овеществления) научно-технической идеи или вознаграждения за усилия и риск в других формах	Вознаграждение инноватора



Пути преодоления «долины смерти» новшеств

необходимость включения в сквозной инновационный процесс дополнительной стадии

**«Долина смерти»
новшеств**

«Подготовка к внедрению» или «ранняя стадия разработки технологии (РСРТ)».

На этой дополнительной стадии должны быть:

- созданы условия для эффективного внедрения инноваций, включая демонстрацию экономических выгод от внедрения,
- определение потребности в инновации (емкости рынка),
- поиск плодотворных новшеств,
- размещение заказов на оборудование и многое другое.



Государственная поддержка всего инновационного цикла, мотивирование всех его участников с учетом различий в их интересах и разделяемых ценностях



Инновационная инфраструктура, формируемая по инициативе государственных органов управления



Основные механизмы поддержки новшеств на РСРТ:

- инновационные проекты государственного значения;
- инновационные технологические центры и технопарки;
- центры трансфера технологий (ЦТТ);
- фонды содействия развитию малых форм предпринимательства в научно-технической сфере;
- страхование инновационных рисков государством.

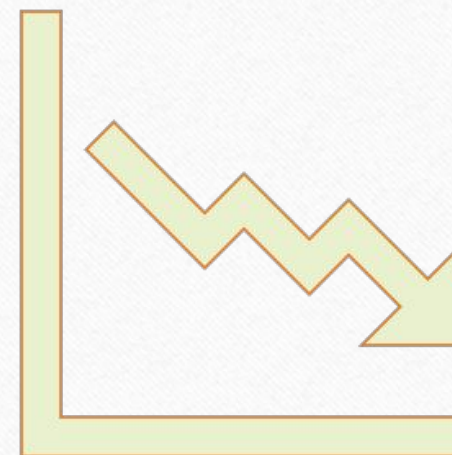
Факторы, препятствующие инновациям в организациях промышленности РФ

1. Экономические

2. Производственные

3. Другие

Фактор	Число организаций, оценивших отдельные факторы, препятствующие инновациям, как		
	основные	значительные	незначительные
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ			
Недостаток собственных денежных средств	6160	2759	747
Недостаток финансовой поддержки со стороны государства	2615	2846	1522
Низкий платежеспособный спрос на новые продукты	923	2346	3011
Высокая стоимость нововведений	2554	3335	1287
Высокий экономический риск	1123	2680	2614
Длительные сроки окупаемости нововведений	1052	2844	2454
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФАКТОРЫ			
Низкий инновационный потенциал предприятий	1619	2098	2947
Недостаток квалифицированного персонала	681	2049	3956
Недостаток информации о новых технологиях	387	1700	4313
Недостаток информации о новых рынках сбыта	442	1840	4031
Невосприимчивость организации к нововведениям	254	957	4501
Недостаток возможностей для кооперирования с другими организациями, предприятиями	438	1563	3716
ДРУГИЕ ФАКТОРЫ			
Низкий спрос со стороны потребителей на инновационную продукцию	743	1838	3218
Недостаток законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих и стимулирующих инновационную деятельность	810	1973	2950
Неопределенность сроков инвестиционного процесса	383	1629	3341
Неразвитость инновационной инфраструктуры	594	1921	2969
Неразвитость рынка технологий	601	2023	2948



Субъекты инновационного процесса и их функции

Фаза ИП	Отношение к инициации ИП	Субъект	Функция
Научные исследования	Ин. ¹	Научные работники	Генерирование научных идей и научно-технических решений
	Ин.	Руководители	Принятие решений о приоритетных направлениях исследований
	Ин./Исп. ²	Сотрудники лабораторий	Осуществление экспериментов
	Ин./Исп.	Проектировщики	Разработка научно-технической и проектной документации
	Исп.	Сотрудники экспериментальных производств	Изготовление, доводка и испытания прототипов действующих образцов
Научно-информационное обслуживание	Исп.	Работники издательств, библиотек, фондов научно-технических достижений, патентных бюро	Экспертиза, тиражирование и распространение информации о новшествах
Производство, его подготовка и сопровождение	Ин.	Собственники-инвесторы	Осознание преимуществ и выгод от производства и продаж новых изделий, принятие решения об инвестировании
	Ин.	Руководители	То же, принятие и реализация решений об осуществлении инноваций
	Ин.	Изобретатели, рационализаторы	Генерирование локальных совершенствований, решение частных научно-технических задач
	Исп.	Технический персонал предприятий	Реализация научно-технических достижений (НТД), преобразование новшеств в инновации
	Исп.	Маркетологи	Исследования рынка, предпочтений потребителей, реклама изделий, реклама и продажа собственных ноу-хау

Ин. – Инициатор ИП (инноватор)

Исп. – Исполнитель ИП

В качестве **инноваторов**, т. е. субъектов-инициаторов инноваций, рассматривают их авторов (авторов открытий, изобретений, проектных решений, рационализаторских предложений, создателей полезных моделей и промышленных образцов, носителей ноу-хау и др.).

Инновационный процесс на предприятиях может протекать в одной из следующих **форм**:

- простой внутриорганизационной (натуральной);
- простой межорганизационной (товарной);
- расширенной.

Источники инновационных идей

Одним из определяющих условий успешной реализации инновационного процесса является правильный выбор идеи.

Американский ученый в области менеджмента **П. Друкер** выделяет **6 источников инновационных идей**:

1. неожиданное событие для организации или отрасли — успех, неудача или какое-нибудь внешнее событие;
2. несоответствие между существующей в данный момент реальностью и представлениями о ней (какой она должна быть);
3. нововведения, основанные на потребности процесса (под потребностью процесса следует иметь в виду те его недостатки и слабые места, которые могут и должны быть устранены);
4. внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;
5. демографические изменения;
6. изменения в восприятии, настроениях и ценностных установках; новые знания (как научные, так и ненаучные)

✓ **Внутренние** -
находятся в рамках
организации, в
пределах отрасли
промышленности
или сферы услуг

✓ **Внешние** -
находятся вне данной
организации или
отрасли

При выборе инновационной идеи и принятии решения о ее внедрении необходимо иметь в виду:

- а) если речь идет о товарной инновации — будет ли тот или иной продукт пользоваться успехом на рынке;
- б) если речь идет об инновационном проекте, то должна ставиться задача получения реальной прибыли (прибыль от проекта должна быть значительно выше, чем затраты на его реализацию) и связанный с проектом риск должен находиться в предельно допустимом соотношении с прибылью от его реализации.

4 группы факторов, влияющих на течение инновационных процессов

1. Экономические, технологические

2. Нормативно-правовые

3. Организационно-управленческие

4. Соц.-психологические, культурные

Группа факторов	Факторы, препятствующие инновационной деятельности	Факторы, способствующие инновационной деятельности
Экономические, технологические	Недостаток средств для финансирования инновационных проектов Слабость материально- и научно-технической базы, устаревшая технология, отсутствие резервных мощностей Доминирование интересов текущего производства	Наличие резерва финансовых, материально-технических средств, прогрессивных технологий Наличие необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры Материальное поощрение за инновационную деятельность
Нормативно-правовые	Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства	Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность Государственная поддержка инноваций
Организационно-управленческие	Устоявшаяся оргструктура, излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации Ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий Жесткость планирования Ориентация на сложившиеся рынки Ориентация на краткосрочную окупаемость Сложность согласования интересов участников инновационных процессов	Гибкость оргструктуры, демократический стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок Децентрализация, автономия, формирование целевых проблемных групп
Социально-психологические, культурные	Сопротивление переменам, которые могут вызвать такие последствия, как изменение статуса, необходимость поиска новой работы, перестройка устоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения, сложившихся традиций Боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу Сопротивление всему новому, что поступает извне	Моральное поощрение, общественное признание Обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда Нормальный психологический климат в трудовом коллективе



Инновационная деятельность и ее виды

Инновационная деятельность - деятельность всех субъектов ИП, связанная с генерированием новшеств и их преобразованием в инновации, т.е. с использованием и коммерциализацией результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и повышения качества выпускаемой продукции (предлагаемых потребителям товаров и услуг), совершенствования технологии ее изготовления и последующей эффективной реализации.

Это любая деятельность в рамках инновационного процесса, включающая:

- поиски новаторских идей и решений и их отбор,
- маркетинговые исследования рынков интеллектуальных продуктов,
- поиски партнеров по внедрению новшеств, финансированию инновационных проектов и управлению ими.

Все эти укрупненные виды деятельности составляют **инновационную сферу**, т.е. область деятельности производителей и потребителей инновационных продуктов (работ, услуг), создание и распространение инноваций.

Инновационную деятельность, неразрывно связанную с инвестированием в инновации, называют **инновационно-инвестиционной**.

Относительно обособленные виды (специализации) ИД:

- производство знаний (научные исследования и разработки);
- распространение знаний;
- решение научно-технических проблем (испытания, экспериментирование, проектирование, изобретательство, инновационное консультирование, технико-экономическое обоснование эффективности новшеств и инноваций, экспертизу инноваций, бизнес-планирование инноваций и др.);
- подготовку производства, предпроизводственные разработки, подготовку и переподготовку персонала, организацию производства;
- производство новых изделий или реализацию (внедрение) новшеств в других формах;
- реализацию инновационной продукции (информации, изделий, технологий и др.), в частности трансфер технологий;
- приобретение и использование изделий (машин, оборудования) и технологий, основанных на новых научно-технических принципах;
- распространение (в том числе продажу) новых продуктов (в том числе в форме лизинга, франчайзинга, консалтинга и др.) на внутреннем и внешнем рынках;
- проведение маркетинговых исследований и рекламы новшеств и инноваций.

Инновационная деятельность и ее виды

Основа ИД

Научно-техническая деятельность, выражающаяся в создании, развитии (совершенствовании), распространении и применении научно-технических знаний во всех областях науки и техники.

Объекты ИД

разработки техники, технологий и новых моделей социально-экономических отношений

Инновационная
сфера

Субъекты ИД и их преемственность



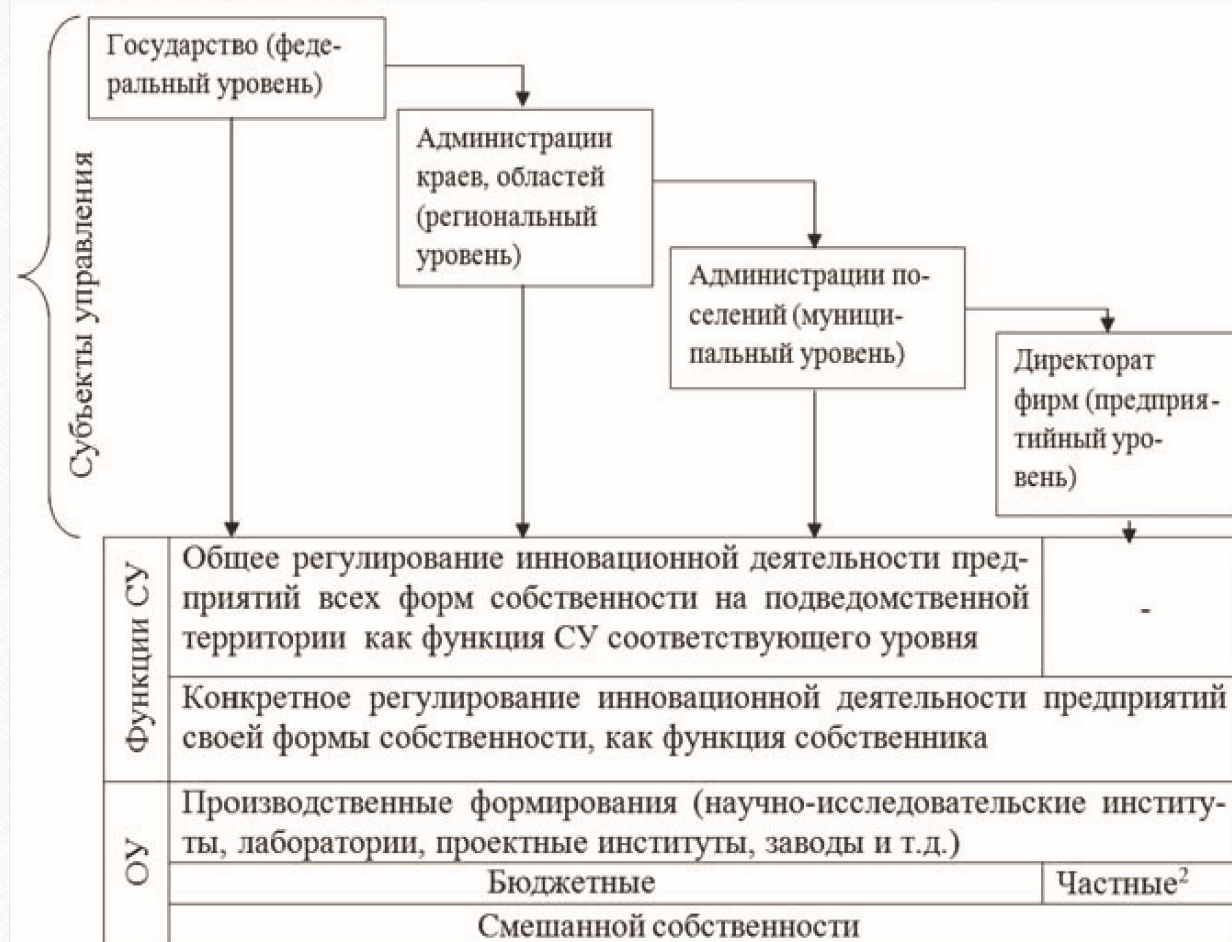
✓ Под **инновационной культурой** понимают способность населения адекватно воспринимать и использовать с выгодой для себя изменения, происходящие в производстве, быту и других областях в результате научно-технического прогресса.

✓ Под **инновационным климатом** понимают социально-психологическую атмосферу, настрой населения и общественных институтов, характеризующих их отношение к новшествам и процессу их практического использования (восприятие/отторжение).

✓ Под **инновационной восприимчивостью** экономических субъектов понимается их позитивное отношение к новшествам и инновациям, готовность использовать новинки в своей деятельности, не отторгать их.

✓ Под **инновационной активностью** субъектов ИП понимают их характеристику, отражающую готовность и способность генерировать и воспринимать новшества, доводить их до состояния потребительных стоимостей и тем самым повышать благосостояние всего общества.

Управление инновационной деятельностью



Сущность управления инновационной деятельностью

- регулятивные действия единоличных или коллективных субъектов управления социальных и социотехнических систем различного уровня, направленные на создание благоприятных условий или непосредственно преобразование новых знаний в полезные социуму товары (новые потребительные стоимости), способствующие тем самым научно-техническому прогрессу, экономическому росту, повышению благосостояния (включая экологическое) всех и каждого.

Предприятия бюджетной формы собственности обладают инновационной инертностью. Наиболее мобильными, инновационно-восприимчивыми проявили себя малые предприятия, преимущественно частной формы собственности.

Проверочный тест по Лекции 2

1. Конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам:

- а) инновационный процесс;
- б) нововведение;
- в) инновация;
- г) новшество.

2. Новый порядок, новый метод, изобретение:

- а) инновационный процесс;
- б) нововведение;
- в) инновация;
- г) новшество.

3. Первым этапом инновационного процесса являются:

- а) прикладные исследования;
- б) разработка;
- в) фундаментальные (теоретические) исследования;
- г) проектирование.

4. Кто является автором теории диффузии инноваций:

- а) Т. Хегерстранд;
- б) Н. Кондратьев;
- в) Й. Шумпетер;
- г) Э. Рожерс.

5. Способность населения адекватно воспринимать и использовать с выгодой для себя изменения, происходящие в производстве, быту и других областях в результате научно-технического прогресса:

- а) инновационная сфера;
- б) инновационная культура;
- в) инновационный климат;
- г) инновационная восприимчивость.

6. Социально-психологическая атмосфера, настрой населения и общественных институтов, характеризующие их отношение к новшествам и процессу их практического использования (восприятие/отторжение):

- а) инновационная сфера;
- б) инновационная культура;
- в) инновационный климат;
- г) инновационная восприимчивость.