

# Инновационный менеджмент

Д.Д. Богданов  
к.э.н.  
Доцент кафедры  
Инновационного предпринимательства  
МГТУ им. Н.Э.Баумана

# Инновация

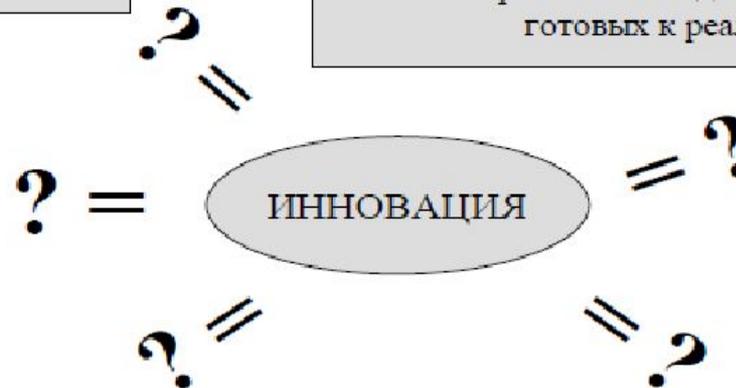
- Под инновацией подразумевается объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога, причем это объект, не просто внедренный и производство, а успешно внедренный и приносящий прибыль. По результатам проведения научного исследования или сделанного открытия он качественно отличается от предшествующего аналога.

# Определение инновации

Процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание

Конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной продукции, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемых в практической деятельности и готовых к реализации

Объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога



Новый продукт или услуга, способ их производства, новшество в организационной, финансовой, научно-исследовательской и других сферах, любое усовершенствование, обеспечивающее экономию затрат или создающее условия для такой экономии

Полный процесс от идеи до готового продукта, реализуемого на рынке

# Ключевые компоненты инноваций

**Креативность**- умение генерировать новые идеи.

**Стратегия**- выяснение того, является ли эта идея новой и полезной с точки зрения развития организации

**Реализация** — переход от новой и полезной идеи до ее реализации в виде конкретных продуктов и услуг

**Прибыльность** — повышение до максимума ценности конечного продукта и услуг, полученной от реализации новой и полезной идеи

# КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ

- Инновации для чего?
- Инновации для кого?
- Инновации зачем?

# Направления инноваций



# Мифы об инновациях

- Инновации – это новые технологии
- Инновации – это специфика определенных секторов рынка
- Инновации разрабатываются лишь в специальных отделах исследований и разработок
- Инновация – это одиночные события
- Инновации – это, прежде всего, креативное мышление
- Инновации находят применение только в новых продуктах

# Типы инноваций

## 1. В зависимости от конечного результата:

- Инновация продукта – это новый, реализованный на практике способ решения проблемы покупателя, который приносит выгоду как покупателю, так и компании.
- Инновация процесса – внедрение новых методов производства и технологий, которые обеспечивают преимущества в виде уменьшения затрат, повышения качества, сокращения временного цикла, сроков разработки и поставки продукта.
- Инновации стратегии – пересмотр существующих в отрасли методов создания ценности для потребителей, с целью удовлетворять вновь возникшие нужды клиентов, повышать ценность продуктов, формировать новые рынки и новые группы потребителей для компании.

# Виды стратегических инноваций

- Услуги, создающие добавленную **СТОИМОСТЬ** (Metro Cash&Carry)
- Новые методы распределения и сбыта (Dell)
- Выход на новые рынки
- Новые бизнес-модели (Wal-Mart)
- Создание новых рынков (Amazon, eBay)

# Типы инноваций

## 2. В зависимости от влияния на прибыль:

- Инкрементальные инновации – несущественно влияют на прибыль организации и представляют собой незначительные усовершенствования продуктов и услуг (позволяют сохранять долю рынка).
- Инновации роста – обеспечивают увеличение доли организации на рынке, рост бизнеса и снижение операционных затрат (существенная инновация процесса).
- Радикальная инновация – ощутимо воздействует на прибыль организации и открывает для нее совершенно новые направления деятельности (инновация-прорыв, революционная инновация).
- Эпохальные инновации – приводят к структурным сдвигам в экономике и прочих сферах.

# Источники инноваций

- Анализ результатов бизнеса
- Фокус-группы
- Эмпатический дизайн
- Лидирующие пользователи
- Исследование эталонных преимуществ
- Отслеживание технологии
- Чтение литературы широкой тематики

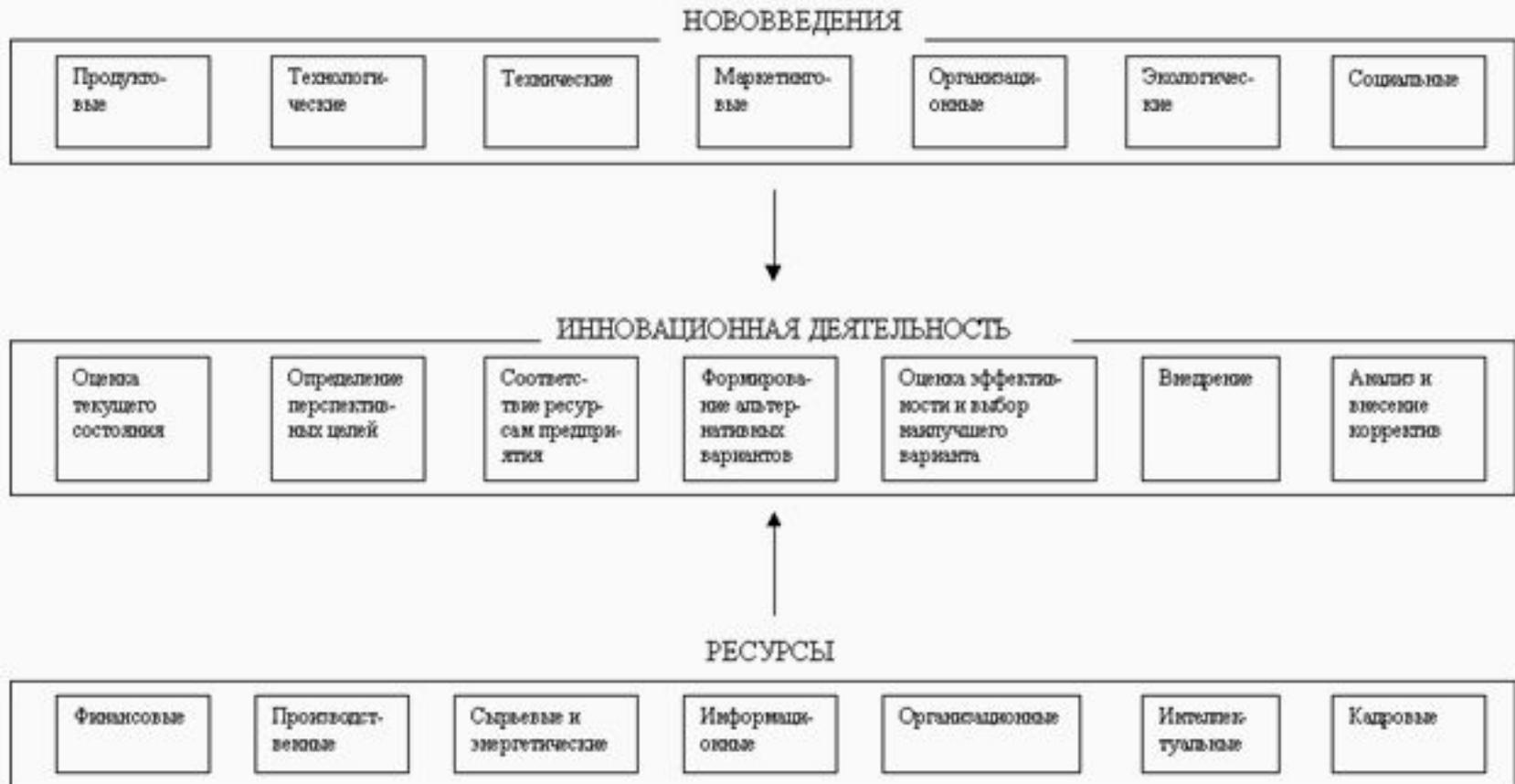
# Инновационный процесс

- Творческий процесс создания и преобразования идей, знаний в новую продукцию, признаваемую потребителем

# Инновационный процесс

1. Генерирование идей
2. Оценка идей
3. Определение возможностей
4. Разработка
5. Коммерциализация

# Инновационная деятельность компании



# Разработка инноваций



# Работа «сверху»

- Предложения «сверху» по поиску **НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ**:

*масштабные изменения в области концепций организации бизнеса и стратегического маркетинга;*

*перевод многих накопленных малых изменений возможностей компании (технологические наработки, интеллектуальный капитал знаний и умений, капитал отношений и пр.) на принципиально новый уровень системного решения проблем заказчика*

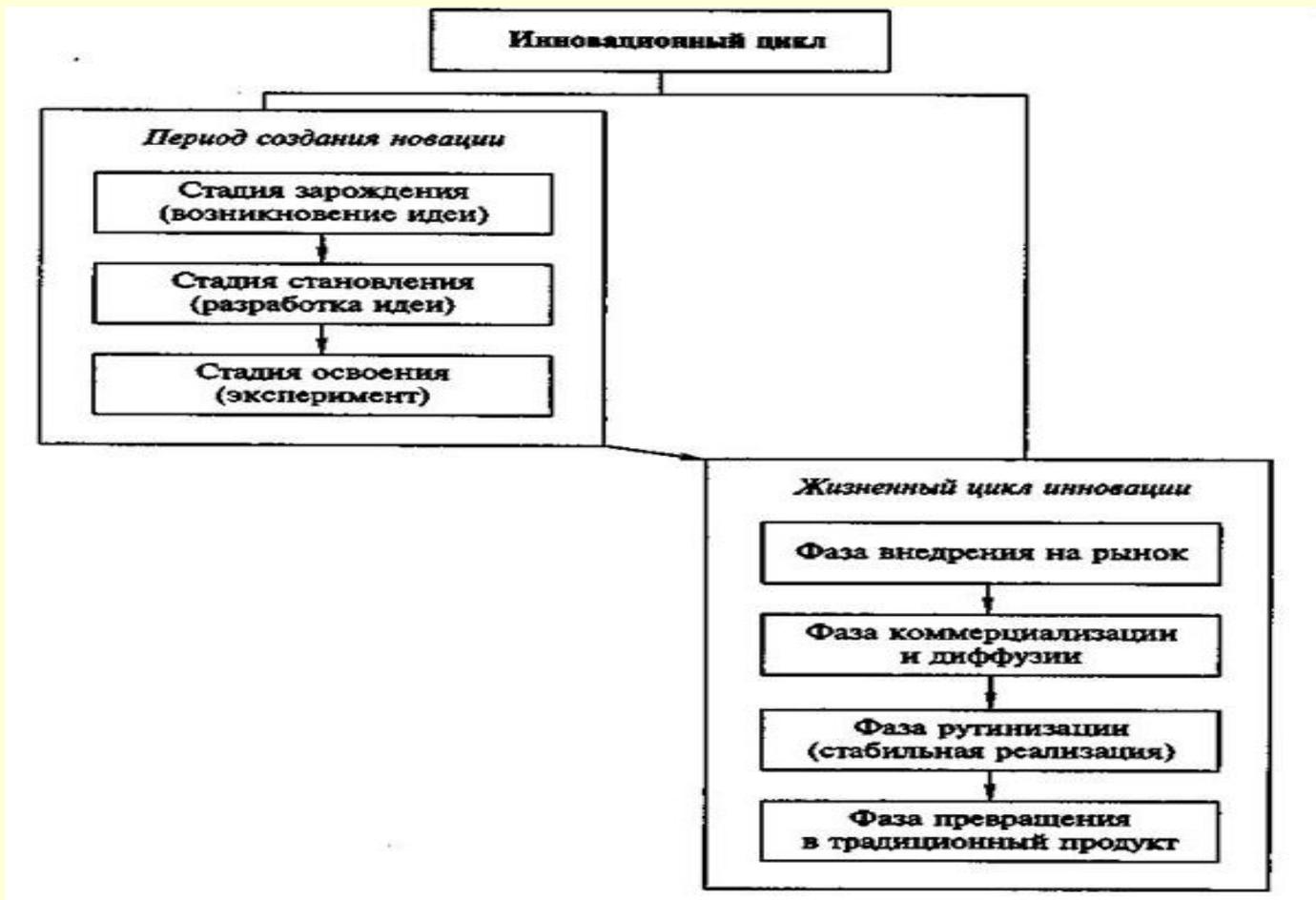
# Работа «снизу»

- Предложения «снизу» по преодолению существующих проблем:

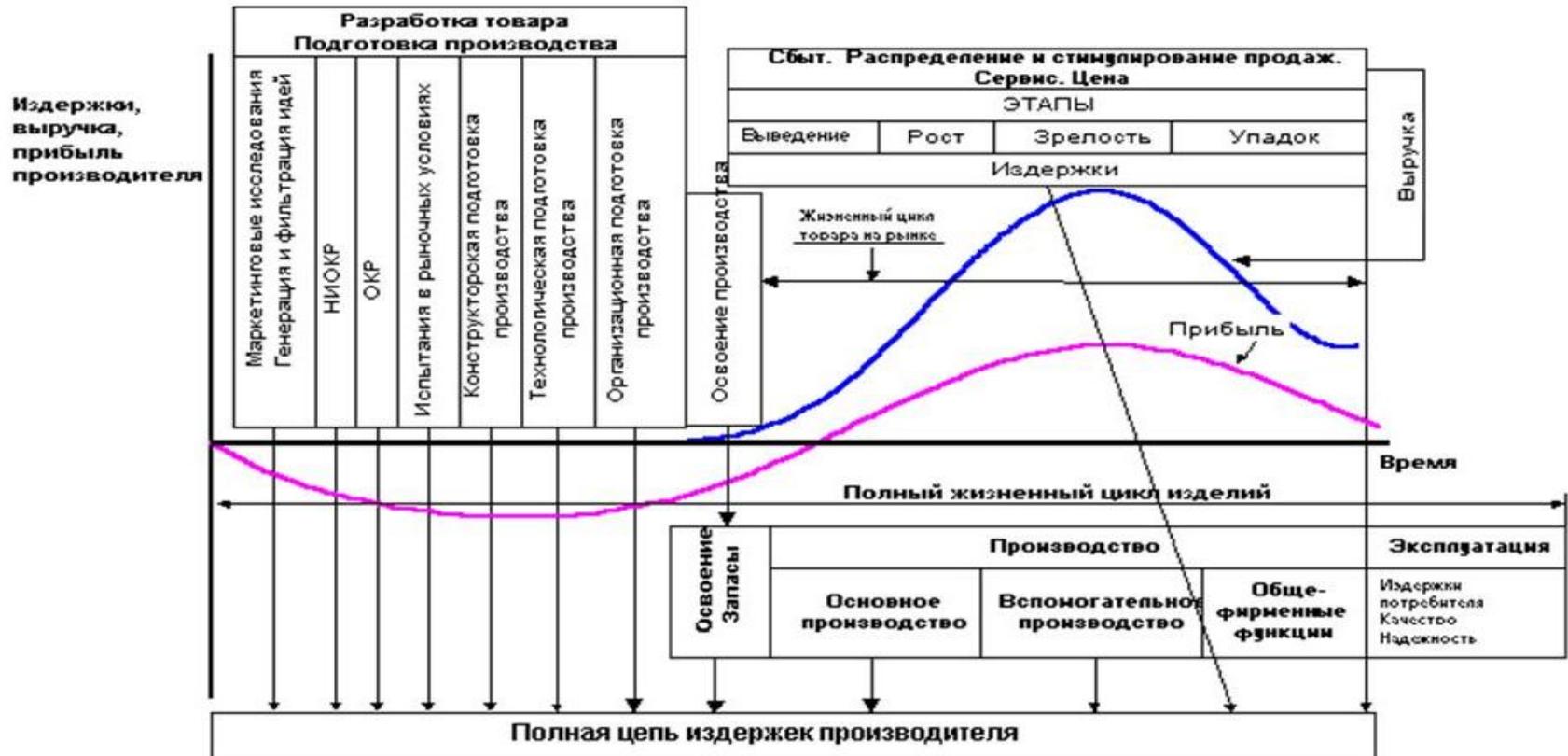
*снятие ключевых ограничений развития*

*преодоление разрозненности системы (усиление взаимодействия основных элементов системы с целью получения дополнительного синергетического эффекта)*

# Инновационный цикл



# Инновационный цикл



# Стратегии, основанные на инновациях

## Инновационные стратегии

### Стратегии НИОКР

Наступательные	Оборонительные
Исследовательского лидерства	Лицензионная
Следования жизненному циклу	Параллельной разработки
Опережающей наукоёмкости	

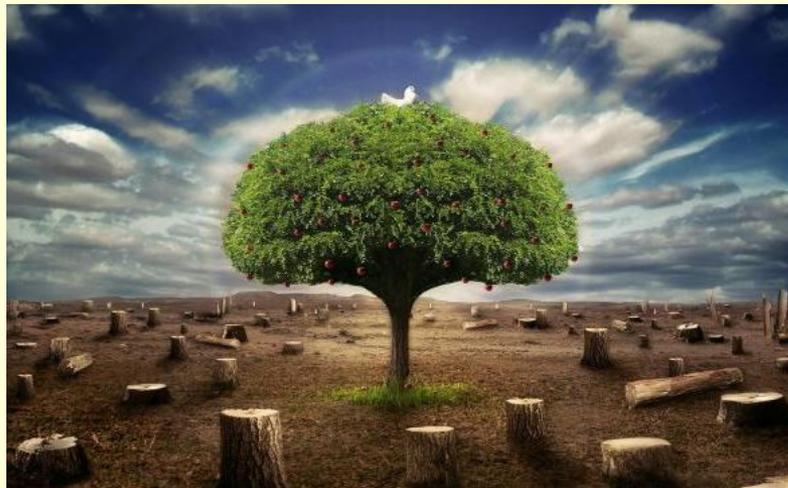
### Стратегии внедрения и адаптации

Наступательные	Оборонительные
Ретро нововведений	Поддержки продуктового ряда
Стадийного преодоления	Продуктовой имитации
Технологической связанности	Технологического трансфера
Радикального опережения	Вертикального заимствования
	Процессной имитации
	Сохранения технологических позиций
	Следования за рынком
	Выжидания лидера

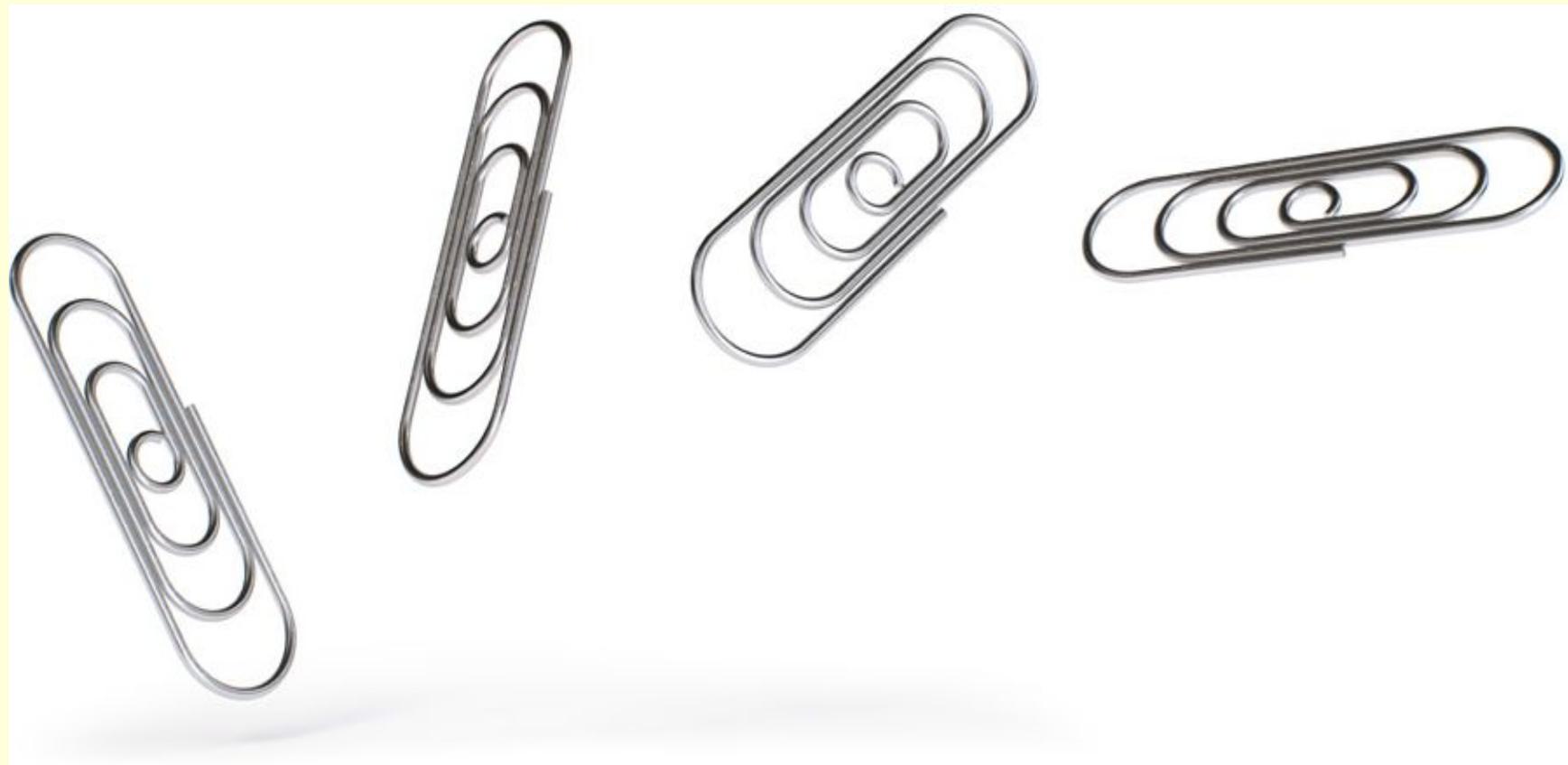
# Десять характеристик инновационных организаций

1. Поощряют всех своих сотрудников, партнеров, и поставщиков к активному участию в инновациях.
2. Приветствуют новые идеи и подходы.
3. Вглядываются в будущее в попытках предвосхитить нужды потребителей, которые со временем появятся.
4. Меняют правила игры, бросая вызов погрязшим в довольстве собой конкурентам.
5. Обеспечивают потребителей информацией и предоставляют им большой контроль над процессом закупок.
6. Осваивают новые технологии в надежде усилить свои конкурентные преимущества.
7. Используют стимулирующие инновации и внутренние процессы.
8. Выделяют ресурсы на поиск. Разработку и реализацию новых идей.
9. Вознаграждают инновационные усилия.
10. Способны действовать быстро.

Основа «дешевых» инноваций –  
**КРЕАТИВНОСТЬ**



# «КРЕАВАЦИИ»



# «КРЕАВАЦИИ»



Задание:  
сгенерируйте креавацию!



# Спасибо за внимание!

Литература для раздумий  
К. Люси «Кто трогал мой “блэкбери”?»»

- 42% стартапов просто не нужны рынку
- У 29% проектов кончаются деньги
- У 23% стартапов — плохая команда
- 19% проектов вытесняют с рынка
- У 18% проблемы с ценообразованием
- У 17% — плохой продукт
- У 17% — плохая бизнес-модель
- У 14% — плохой маркетинг
- 14% не изучили клиента (что коррелирует с предыдущим пунктом)
- У 13% несвоевременный продукт
- 13% потеряли фокус
- 13% портят отношения с инвесторами/внутри команды
- 10% делают неудачный пивот
- 9% не хватает энтузиазма
- 9% терпят фиаско из-за неудачной локации
- 8% не интересны инвесторам
- 8% проектов съедают юридические проблемы
- 8% не использовали соцсети
- 8% просто перегорели
- 7% не сделали пивот