

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Прохорова С.А., Сафронова Ю.И. Значение инновационного процесса в деятельности предприятия // Академия педагогических идей «Новация». – 2018. – № 01 (январь). – АРТ 24-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338

Прохорова Светлана Александровна

Студентка 4 курса факультета экономики и менеджмента

Направления подготовки «Менеджмент организации»

ССЭИРЭУ им. Г. В. Плеханова

prohorovazapishiparol@gmail.com

Сафронова Юлия Игоревна

Студентка 4 курса факультета экономики и менеджмента

Направления подготовки «Управление инновациями и инвестициями»

ССЭИРЭУ им. Г. В. Плеханова

julia-safronova-1996@yandex.ru

Научный руководитель: канд. эк. наук, доцент кафедры менеджмента

Нацыпаева Елена Анатольевна

г. Саратов, Саратовский социально – экономический институт (филиал)

РЭУ им. Г. В. Плеханова

yurieva_elen@mail.ru

**ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Аннотация: В данной статье рассматривается роль инновационного процесса в инновационной деятельности предприятия. Характеризуются его структурные элементы, этапы и виды. Рассматривается организация

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

инновационного процесса на примере инновационной идеи компании «Google». Обосновывается необходимость реализации инновационных процессов для достижения дополнительного конкурентного преимущества и наращивания прибыли.

Ключевые слова: инновационный процесс, инновация, прибыль, «Google», инновационное развитие.

Prohorova Svetlana Alexandrovna

4-d year student, “Economics and Management”

Saratov Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Saratov, Russia

prohorovazapishiparol@gmail.com

Safronova Julia Igorevna

4-d year student, “Innovation Business Management ”

Saratov Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Saratov, Russia

julia-safronova-1996@yandex.ru

Scientific Supervisor: Natsypaeva Elena Anatolyevna,

Candidate of Economic Sciences, Docent, Saratov Branch of Plekhanov Russian

University of Economics, Saratov, Russia

yurieva_elena@mail.ru

THE VALUE OF THE INNOVATIVE PROCESS IN DEYATELNOSTI ENTERPRISES

Abstract: this article examines the role of innovation process in the innovation activities of the enterprise. Characterized by its structural elements, stages and types. The organization of the innovation process on the example of the

innovative ideas of the company "Google". The necessity of implementation of innovative processes to achieve a competitive advantage and increase profits.

Key words: innovative process, innovation, profit, "Google", innovative development.

Современная экономика представляет собой сложный механизм хозяйствования, в котором взаимодействуют различные структурные составляющие, и для эффективного развития которого необходимы преобразования в виде инноваций. Именно поэтому внедрение инноваций сегодня рассматривается как решающий фактор социального и экономического развития стран.

Успешная реализация задач инновационного развития, поставленных перед отечественными предприятиями, в решающей степени определяется новыми структурными подходами к организации деятельности, развитием новых наукоемких технологий, новыми принципами организации производства, резким обновлением основных фондов, качественным улучшением структуры, состояния и методов управления трудовыми ресурсами и иными факторами, характеризующими инновационный потенциал предприятия. Повышение эффективности формирования и применения инновационного потенциала – определяет успех инновационных процессов.

Инновационное развитие отечественной экономики в настоящее время находится на путях радикальной перестройки всех его социально – экономических, организационных, технологических элементов, в том числе сферы технологии, управления, стиля и методов организации трудовой деятельности.

Инновационные процессы являются основой экономического развития. Инновационный процесс представляет собой подготовку и осуществление инновационных изменений и складывается из взаимосвязанных фаз, образующих единое, комплексное целое. В результате этого процесса проявляется реализованное, использованное изменение – инновация [2, с. 104].

Инновационный процесс - это специфический объект управления, в котором все этапы, стадии, меры и мероприятия требуют значительных инвестиций, квалифицированного научно – технического, интеллектуального персонала, масштабных маркетинговых мероприятий, взаимодействия и взаимосвязи всех субъектов инновационного развития, постоянного наращивания и усовершенствования инновационного потенциала [4, с. 57].

Для осуществления организации инновационного процесса на предприятии необходим системный подход, определяющий взаимосвязи и взаимозависимости между всеми субъектами инновационной деятельности, характеризующие прямые и обратные связи и структуре управления.

Актуальность изучения данной темы обусловлена тем, что для успеха реализации инновационной деятельности крайне важно грамотно организовать инновационный процесс на предприятии.

Инновационные процессы больше, чем другие элементы НТП, связаны с рыночными отношениями. Большая часть инноваций реализуется в условиях рыночной экономики, разного рода предпринимательскими структурами, в качестве средства решения производственных и коммерческих задач. Это говорит о том, что инновации должны быть направлены на конкретного потребителя или его потребность.

В зависимости от того, где применяется инновация – внутри фирмы или за ее пределами, принято различать три вида инновационного процесса:

- простой внутриорганизационный (натуральный);
- простой межорганизационный (товарный);
- расширенный.

Простой внутриорганизационный процесс подразумевает создание новшества в пределах одной и той же компании. В данном случае новшество не имеет определенной товарной формы. В роли потребителей данной инновации выступают те сотрудники и подразделения, которые ее применяют.

При простом межорганизационном, или товарном, процессе новшество является предметом купли-продажи на внешнем рынке. Данная форма организации инновационного процесса предполагает полное отделение функций создателя и производителя новшества от функций его потребителя.

В свою очередь, расширенный инновационный процесс, проявляется в создании новых производителей, нарушении монополии производителя – пионера, с дальнейшим распространением товара [1, стр. 204-205].

По своему характеру инновационные процессы разделяют на технические, организационные и социально-экономические.

Технические новшества – охватывают процессы освоения новых видов продукции и внедрения новых и совершенствовании действующих технологических процессов производства.

Организационные нововведения характеризуются тем, что охватывают процессы внедрения новых форм и методов организации научной и производственной деятельности.

Социально-экономические нововведения включают в себя процессы по активизации человеческого фактора, а также процессы по реализации совершенствования экономических методов управления наукой [3, с. 110].

Инновационный процесс начинается с инициации, то есть деятельности, по определению целей и задач, а также осознанию идеи и дальнейшего ее документального подтверждения. Документальное подтверждение – это преобразование идеи в документ, имеющий форму имущественного права (авторское свидетельство, лицензия) и, далее, в технологический документ. После того, как идея нового продукта была зафиксирована в документе, осуществляется маркетинг инновации, в процессе которого происходит исследование спроса на новую продукцию, определяют необходимое количество выпускаемой продукции, строгие товарные характеристики, требуемые потребительские свойства, которые важны для потребителя. После этого происходит выведение инновации на рынок, выпускается пробная партия, которую продвигают, оценивают объем прогнозируемой прибыли, эффективность и продолжают распространять. Продвижение инновации – представляет собой комплекс мероприятий, направленных на реализацию инновации. Далее осуществляется оценка ее эффективности. Инновационный процесс завершается распространением нововведения. Диффузия – это распространение имеющейся инновации, в новых областях, условиях, на новых рынках и в новой экономической ситуации [2, стр. 144-146].

Рассмотрим организацию инновационного процесса и его значение для предприятия на примере компании «Google».

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

В наш век современных технологий каждая стремящаяся к конкурентному преимуществу компания занимается разработкой инновационных идей. У компании «Google» имеется сверхсекретная лаборатория, которая имеет название «Google X». В ней интернет – гигант осуществляет разработку множества инновационных устройств и технологий, которые зачастую не связаны с ее основным направлением деятельности. Руководит данной лабораторией высококвалифицированный специалист по робототехнике и искусственному разуму [5].

«Google» достаточно давно инвестирует в разработку различных инновационных проектов, и добилась в этом значительного прогресса.

Одним из примеров инновационной идеи, которая только находится на стадии разработки, являются «космические лифты», которые призваны собирать информацию и запускать объекты в космос. В теории, он будет представлять собой некий туннель, который позволит запускать объекты в космос без использования ракет.

В мае 2017 года компания «Google» представила ряд идей в рамках проекта «Web of things». Например, предложили подключать к интернету холодильник, для осуществления удаленного управления, чтобы холодильник сам мог заказывать продукты, которые в нем заканчиваются. А тарелка, которая будет подключена к Интернету, сможет делиться в социальных сетях тем, что вы съели. Кофе машина, которая подключена к Интернету, по вашей удаленной команде сварит вам кофе [6].

И это лишь малая часть идей, которые формируются «Google X». Рассмотрим идею «умных очков», которая получила достаточную огласку в настоящее время. В принципе, данные очки, с виду, выглядят как обычные, за исключением того, что они имеют слот для подзарядки. Управляются они с

платформы Android. Мощность - двухъядерный Cortex A9 1,2 ГГц, 16 Гб встроенной памяти, 1 Гб оперативной, камера 5 мегапикселей, Wi-Fi и Bluetooth. Собственно, для компьютера, который можно носить на своем теле большего и не требуется [6].

Необычность данной модели состоит в том, что здесь нет привычного динамика, и звук транслируется прямо в черепную коробку при помощи особых вибраций. При этом человек испытывает особенные ощущения – голос звучит прямо в голове.

В некоторых странах данную инновацию стремятся запретить, в связи с тем, что относят ее к ряду «шпионских». Но, по мнению разработчиков, незаметно сделать снимок или снять видео без длительного опыта пользования данным устройством невозможно.

Почему же компания «Google» обратила внимание именно на эту инновационную идею? Выбор руководства компании пал на «умные очки» по нескольким причинам:

1) Совершенно новый тип устройства для компании «Google», на рынке имеются аналоги, но они существенно уступают по функционалу тому, что предлагает «Google» и соответственно продукт от «Google» более конкурентоспособен.

2) «Google» разработала такую систему для данных очков, что они понимают своего обладателя «с полуслова» в любом месте.

3) «Умные очки» способны поддерживать социальные сети и мессенджеры, а также имеют в своем составе те программы, которые выкупила компания «Google», что говорит об их повсеместной применимости и актуальности.

4) «Умные очки» можно подключать к телефону, для осуществления звонков и смс, и компании производители мобильных гаджетов будут заинтересованы в разработки такого, ПО, которое будет совместимо с очками, что принесет «Google» дополнительную прибыль.

Компания «Google» осуществляет разработку множества инновационных идей в своей лаборатории «Google X», не все эти идеи в дальнейшем находят свою практическую реализацию. Одна из выбранных идей «Google X» была рассмотрена выше. Предполагается, что она принесет компании большую прибыль.

Таким образом, исходя из выше изложенного, можно сделать вывод о том, что инновационный процесс в организации имеет ряд особенностей, которые зависят от места его протекания и его характера. Значение инновационного процесса высоко, в связи с тем, что именно он позволяет преобразовать инновационную идею в инновационный продукт, который принесет компании прибыль и создаст дополнительное конкурентное преимущество на рынке. Рассмотренный пример компании «Google» наглядно демонстрирует то, что инновационный процесс необходим для всех организаций, желающих увеличить прибыль и расширить свое влияние.

Список использованной литературы:

1. Акмаева, Р.И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере: Учебное пособие / Р.И. Акмаева. - Рн/Д: Феникс, 2012. - 541 с.
2. Данилина, Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: Учебник для бакалавров / Е.И. Данилина, Д.В. Горелов и др. - М.: Дашков и К, 2016. - 208 с.
3. Пошерстник, Н.В. Инновационный менеджмент. Практикум / Н.В. Пошерстник. - М.: КноРус, 2013. - 328 с.
- 4.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

5. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум / О.М. Хотяшева, М.А. Слесарев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 326 с.

6. Официальный сайт «Google» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.ru/about/>. – (Дата обращения 13.01. 2018).

7. Вторая попытка Google: почему умные очки рано хоронить. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rbc.ru/own_business/22/08/2017/599bf9879a79471f9d317d21. (Дата обращения 13.01. 2018).

Дата поступления в редакцию: 17.01.2018 г.

Опубликовано: 21.01.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2018

© Прохорова С.А., Сафронова Ю.И., 2018