

А. В. Курлов – студент кафедры инноватики и управления качеством
М. С. Смирнова (канд. техн. наук, доц.) – научный руководитель

РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИЙ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

На сегодняшний день, далеко не все перспективные, радикальные и просто интересные идеи находят свою реализацию. Как результат, они не могут стать инновацией. Даже при правильном выполнении комплекса инженерных работ, не все научно-технические предложения могут быть реализованы. Исходя из обозначенной проблемы, была проделана попытка изучить данный феномен. А именно: найти основные проблемы, связанные с реализацией инноваций, и предложить пути их решения.

Под инновацией понимается конечный результат деятельности по реализации нового или усовершенствования реализуемого на рынке продукта, технологического процесса и организационно - технических мероприятий, используемых в практической деятельности [1].

Необходимо отметить тот факт, что именно внедрённое новшество можно считать инновацией. Указанный факт является ключевым отличием инновации от изобретения. Большинство специалистов, занимающиеся развитием инновационных проектов, недооценивают важность именно этого факта, в результате чего имеют серьёзные проблемы с реализацией своих идей.

Для того, чтобы избежать проблем на этапе реализации необходимо понимать, какой смысл несёт в себе этот термин. Реализация - осуществление какого-либо плана, проекта, программы, намерения [2]. Исполнение замысла, получение результата – именно этого желает добиться любой, кто хочет воплотить свою задумку в жизнь. Следовательно, одним из главных этапов жизненного цикла продукции является реализация.

В процессе исследования проблемы, указанной ранее, были изучены этапы жизненного цикла продукции. В результате, была сформирована и структурирована взаимосвязь основных этапов жизненного цикла инновации, представленная в укрупнённом виде на рис. 1.



Рис. 1. Основные этапы жизненного цикла продукции

На рисунке видно, что внедрение и реализация – это конечные этапы в жизни продукции. Исходя из субъективной оценки, сделан вывод, что единственная ошибка в деятельности многих, кто занимается реализацией инновационных проектов, заключается в следующем: они начинают усердно работать над важнейшим этапом в самом конце (когда продукт уже готов), в то время как об этом можно задуматься ещё в процессе разработки требований.

Рассмотрим подробно этап разработки требований. Схема, представленная на рис. 2., демонстрирует только ту, непрерывно взаимодействующую совокупность составляющих, которая может значительно повлиять на этап разработки.

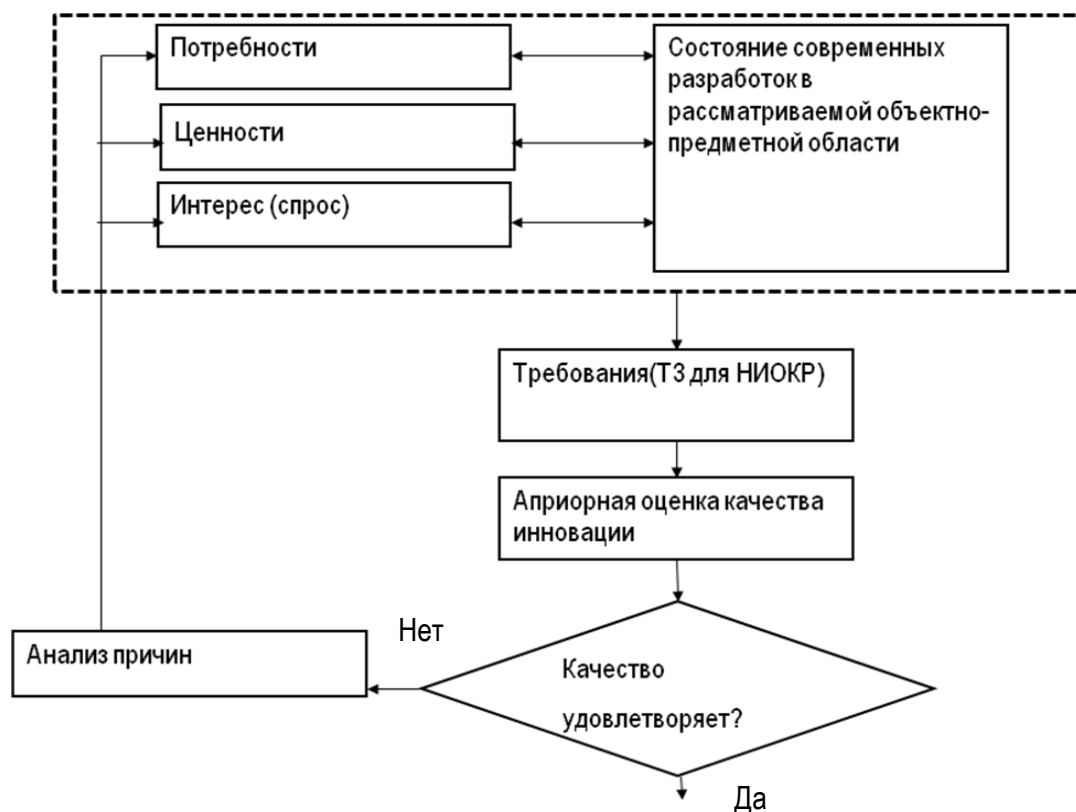


Рис. 2. Этап разработки требований

В первую очередь необходимо исследовать потребности, интересы и ценности потребителя. Далее следует оценить их относительно современных разработок в рассматриваемой объектно-предметной области (т.е., что уже изобретено, внедрено, но не отвечает спросу потребителей). Затем, разработать основные требования, к будущей инновации, а также грамотное, с инженерной точки зрения, техническое задание.

В завершении этого этапа нужно оценить инновацию, которая получится в итоге, с учётом интересов потребителей, современных разработок и технического задания. Также сделать вывод, о правильности проведённых действий, а именно: получен ли тот продукт, который и был изначально задуман, и будет ли возможность его удачно реализовать. Если ничего не вызывает сомнений, что инновация обязательно найдёт свою «целевую аудиторию», то необходимо приступить к этапу создания. В противном случае повторить приведенный алгоритм заново.

После досконального изучения этапа разработки, необходимо рассмотреть основные проблемы, которые могут возникнуть на этой стадии развития инновации.

1. Проблемы, возникающие на начальном этапе. Под начальным этапом понимается процесс исследования интересов потребителя.

Инновация «не может найти» своей целевой аудитории, если не изучены потребности и ценности потребителя. В случае, когда мотивация покупателей (клиентов) недостаточно прослежена инновация «находит» свою целевую аудиторию, но она может резко, неожиданно покинуть рынок. Реализация продукта будет проходить медленно, когда неизвестны стимулы потребителя.

2. Проблемы, возникающие на этапе маркетинговых исследований.

Инновация – это очень «хрупкий продукт», если можно так выразиться. Плохо изученный рынок, недостаток знаний о конкурентах, может не дать возможность инновации быть реализованной.

3. Проблемы, возникающие на этапе разработки требований (ТЗ для НИОКР).

Инновация просто не может быть реализована, если требования разработаны, исходя из субъективной оценки рынка, а не из основательного анализа интересов потребителя.

Также требования могут корректировать изначальные задачи, изначальную задумку, но если полученные требования противоречат первостепенным целям, то необходимо задуматься о корректности проведенных исследований, либо о качестве самой задумки.

Анализ существующих проблем позволил определить основные пути их решения (рис. 3). Хотелось бы обратить внимание на то, что все пути, требуют дополнительных исследований.

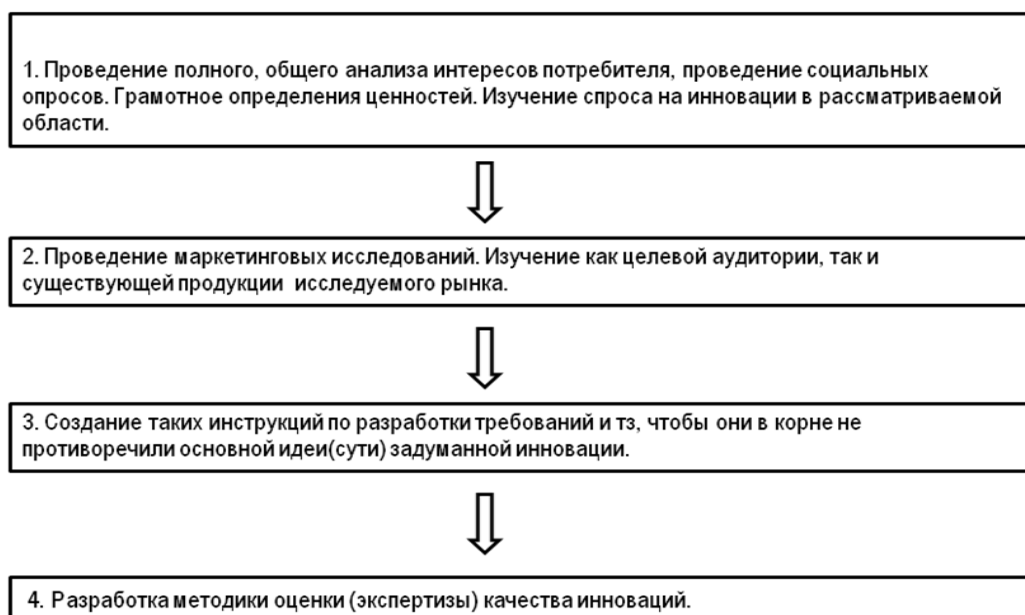


Рис. 3. Основные пути решения проблем, связанных с реализацией инноваций

Особенно важным является последний пункт, а именно разработка универсальной методики оценки качества инноваций. Этот пункт уже нельзя назвать элементарным. Оценка качества инноваций – это самый сложный процесс, но если со временем появится методика, способная производить объективную экспертизу инноваций, то многие проблемы, связанные с реализацией, исчезнут.

Библиографический список

1. ГОСТ 31279-2004 Инновационная деятельность. Термины и определения.
2. <http://dic.academic.ru>