



Государственное бюджетное дошкольное
образовательное учреждение детский сад № 35
Невского района Санкт-Петербурга

ИННОВАЦИИ: ОТ ИДЕИ К ПРАКТИКЕ

МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

*«Свои способности человек может узнать
только попытавшись применить их на деле»
(Сенека)*

МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА



- Линейные модели
- Циклический инновационный процесс
- Интерактивная модель инновационного процесса
- Модель и принципы открытых инноваций

«Модель – материальна; извлекает систему отношений, исключает несущественное, представляет в доступной форме содержание для восприятия и осмысления»
(М.В. Гамезо)



ЛИНЕЙНЫЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Согласно линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки — к рынку»), разработанная фундаментальная идея воплощается в прикладных исследованиях, которые служат основой для инноваций и последующей коммерциализации. Данная модель устанавливает прямую линейную связь: чем больше фундаментальных исследований, тем больше прикладных разработок, тем больше инноваций и тем больше внедряется передовых технологий

Линейная
модель
инноваций
«технологиче-
ская точка»
*Push -
модель*

Пример: международный фундаментальный научно-исследовательский проект «Человеческий геном» – главной целью которого являлась расшифровка последовательности нуклеотидов ДНК.



ЛИНЕЙНЫЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

**Линейная модель
инноваций
«давление
рыночного спроса»
*Pull - модель***

С конца 50-х годов XX века возникла альтернативная модель инновационного процесса, которая строится на основе гипотезы «давления рыночного спроса» (pull), согласно которой инновации возникают в результате маркетинговых исследований и обнаружения потребностей рынка. Разработка и производство подстраиваются под рыночный спрос

Пример: DVD-диск, который разработан в качестве ответа на запросы потребителей в большей емкости цифровых носителей и является усовершенствованием CD - диска



ЦИКЛИЧЕСКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС

ФАЗА 1: процесс создания нового продукта, готового к реализации (апробация, внедрение)

НОВШЕСТВО
(идея, новое знание)



ПРОТОТИП
(модель продукта)

ФАЗА 2: процесс коммерциализации (презентация, продвижение) нового продукта

ИННОВАЦИЯ
(практическое освоение и корректировка)



ДИФфуЗИЯ
(презентация, распространение инноваций)

ИНТЕРАКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА



Сочетает в себе элементы push- и pull-моделей и позволяет организации быть более гибкой и быстрой при разработке и продвижении новых продуктов.

ОТЛИЧИЯ ИНТЕРАКТИВНОЙ МОДЕЛИ ОТ ЛИНЕЙНОЙ:

1. Интерактивная модель подразумевает, что между стадиями инновационного процесса существуют взаимодействия («петли обратной связи»), а также воздействие внешней среды. Так, в рамках данной модели допускается одновременное проектирование, маркетинг и производство нового продукта.
2. Новые идеи возникают и разрабатываются на всех стадиях инновационного процесса, т. е. фундаментальные исследования не рассматриваются в качестве единственной иницилирующей силы.
3. Результаты исследований используются в различных формах на всех стадиях инновационного процесса, т. е. коммерциализация технологий возможна также на всех стадиях инновационного процесса.
4. Интерактивная модель учитывает роль менеджеров инновационного процесса и потребителей инновационных продуктов. Инновационный менеджер имеет дело с различными стадиями инновационного процесса и с учетом этого строит свою управленческую деятельность.

**5. Имеет
множество
вариаций**



МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Механизмы работы — стратегические альянсы с партнерами

Не надо быть первооткрывателями, чтобы получить выгоду от открытий).

В организации создаются условия инновационного процесса, сплошные границы которого становятся прерывистыми: выпускаются новые продукты не только благодаря собственным внутренним разработкам, а в сотрудничестве с другими организациями.

- ✓ **ОРГАНИЗАЦИИ С ОТКРЫТЫМИ ИННОВАЦИЯМИ ОБЫЧНО ХАРАКТЕРИЗУЕТ:**
- ✓ большое число внешних идей и их неординарность;
 - ✓ высокая мобильность работников;
 - ✓ активное взаимодействие с научным и педагогическим сообществом, университетами и стартапами;
 - ✓ наилучшим образом используются внутренние и внешние инновации, обеспечивающие лидерство