

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ

В литературе, собственной практике или интернете найдите описание нового продукта, технологии или методов управления. Произведите классификацию данной инновации по девяти классификационным признакам, приведенным в таблице.

Форма и порядок выполнения

1. Дайте характеристику инновации. Если вы выбрали продуктовое или технологическое нововведение, основные параметры инновации должны быть вам понятны. Описания новшества – 1 стр. текста.
2. Заполните графу 3 классификационной таблицы, отнеся **выбранную вами** инновацию к определенному классу, например, переход к атомной энергетике – это радикальная инновация. Если же вы характеризуете новые опции в сотовом телефоне, то это, скорее всего – ординарное новшество.

<i>Признак классификации</i>	<i>Виды инноваций</i>	<i>Классификационная характеристика выбранной инновации</i>
1	2	3
1. Уровень новизны	1.1. Радикальные (внедрение открытий, изобретений, патентов) 1.2. Ординарные (ноу-хау, рационализаторские предложения и т.д.)	
2. Стадия жизненного цикла товара (ЖЦТ), на которой внедряется инновация или разрабатывается новшество	2.1. Инновации, внедряемые на стадии стратегического маркетинга; 2.2. То же НИОКР; 2.3. Организационно-технологическая подготовка производства; 2.4. Производство (включая тактический маркетинг); 2.5. Сервис, осуществляемый изготовителем.	
3. Масштаб новизны инновации (новшества)	3.1. Инновации (новшества), новые в мировом масштабе (открытия, изобретения, патенты); 3.2. Новые в стране; 3.3. Новые в отрасли; 3.4. Новые для фирмы.	
4. Отрасль народного хозяйства, где внедряется инновация	4.1. Новшества и инновации, созданные (внедренные) в сфере науки; 4.2. То же в сфере образования; 4.3. В социальной сфере (культура, искусство, здравоохранение и т.д.); 4.4. В материальном производстве (промышленность, строительство, сельское хозяйство и т.д.)	
5. Сфера применения инновации (новшества)	5.1. Инновации для внутреннего (внутри фирмы) применения; 5.2. Новшества для накопления на фирме; 5.3. Новшества в основном для продажи.	

6. Частота применения инновации	6.1. Разовые; 6.2. Повторяющиеся (диффузия).	
7. Форма новшества – основы инновации	7.1. Открытия, изобретения, патенты; 7.2. Рац. предложения; 7.3. Ноу-хау; 7.4. Товарные знаки, торговые, эмблемы; 7.5. Новые документы, описывающие технологические, производственные, управленческие процессы, конструкции, структуры и т.п.	
8. Вид эффекта, полученного в результате внедрения инновации	8.1. Научно-технический; 8.2. Социальный; 8.3. Экологический; 8.4. Экономический (коммерческий); 8.5. Интегральный.	
9. Подсистема системы инновационного менеджмента, в которой внедряется инновация	9.1. Подсистема научного сопровождения; 9.2. Целевая подсистема; 9.3. Обеспечивающая подсистема; 9.4. Управляемая подсистема; 9.5. Управляющая подсистема.	

Методические рекомендации к выполнению и оформлению

1. Выбирайте ту инновацию, которую вы понимаете, не обладая специальным техническим образованием.
2. Инновация не обязательно должна появиться в последние 2-3 года. Это может быть новшество 10-15 летней давности. Тогда классифицируйте его на момент появления на определенном рынке. То есть, например, методы стратегического анализа появились в США в 60-е годы, но на российских предприятиях стали широко использоваться примерно 10 лет назад.
3. Во всех строках должно быть одно и то же новшество, которое вы описали, а не разные как иллюстрация для разных классификационных критериев.
4. Все строки должны быть заполнены. Если вы сомневаетесь в каком-либо критерии, напишите внизу таблицы свои комментарии.