МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Экономический факультет**

**Кафедра экономики и управления инновационными системами**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ТВОРЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПОИСКА НОВЫХ ИДЕЙ В**

**ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ**

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Я.А. Иванова

 (подпись)

Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

 Направленность (профиль) Управление инновационными проектами и трансфер технологий

Научный руководитель

канд. экон. наук, доц. Н.Н. Аведисян

 (подпись)

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доц. Н.Н. Аведисян

 (подпись)

Краснодар

2024

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение……………………………………………………………………….. 3

1. Теоретические аспекты творческих методов поиска новых идей

в инновационном менеджменте…………………………………………… 5

* 1. Генерация идей новшества………………………………………….... 5
	2. Методы поиска инновационных идей……………………………..… 9
	3. Управление идеями в системе инновационного менеджмента…… 16
1. Анализ использования творческих методов поиска новых идей

в инновационном менеджменте………………………………………….. 21

* 1. Оценка применения творческих методов новых идей

в компаниях…………………………………………………………… 21

* 1. Проблема применения творческих методов новых идей

 в инновационном менеджменте ……………………………………. 24

1. Перспективы развития творческих методов поиска новых идей

в инновационном менеджменте……………………………………......... 26

Заключение…………………………………………………………………… 29

Список использованных источников……………………………………….. 31

**ВВЕДЕНИЕ**

Во второй половине 20 века произошел значительный прорыв в области информационных технологий, электроники и других отраслях. Данный период называют «цифровой революцией». На сегодняшний день решающую роль в обеспечении конкурентоспособности играют инновации. Инновация имеет множество определений. Например, новый или улучшенный продукт, услуга или новая система управления организацией.

В условиях стремительного развития науки, информационных технологий, биотехнологий и других отраслей, новшества играют важнейшую роль в появлении отраслей экономики, укреплении обороноспособности страны, улучшении благосостояния граждан, повышении конкурентоспособности товаров и услуг, повышении качества и количества продукции. Именно поэтому следует акцентировать внимание на проблемах поиска творческих методов новых инновационных идей, так как без внедрения инноваций большинству предприятиям грозят серьезные последствия. Ведь основой инновационного развития является новый товар, производственные процессы, организация экономических отношений. Инновации выступают показателем экономической динамики, которые объясняют причину повторяющихся событий в экономической системе.

Основной целью курсовой работы является рассмотрение перспективы развития творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. проанализировать научную литературу по заданной теме;
2. изучить основные теоретические аспекты инновационного менеджмента и процесса поиска новых идей;
3. рассмотреть различные творческие методы, используемые для генерации новых идей;
4. проанализировать идеи и их эффективность применения в инновационном менеджменте;
5. исследовать и оценить применение творческих методов в поиске новых идей;
6. рассмотреть проблемы использования творческих методов;
7. исследовать перспективы развития творческих методов в инновационном менеджменте.

Объектом исследования является инновационный менеджмент.

Предметом исследования является использование творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте.

Метод исследования: системный и сравнительный анализ, обобщение и синтез полученной информации.

Курсовая работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников. Работа представлена на 34 страницы, список использованных источников литературы включает 30 наименований.

**1 Теоретические аспекты творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте**

* 1. **Генерация идей новшества**

Развитие любого бизнеса в наше время связано с разработкой новых продуктов, услуг, с применением инноваций. Поэтому внедрение новшеств должно носить системный характер. Сам процесс начинается с идей. Есть те, кто рассчитывает на спонтанность, ожидая что идеи придут сами. Однако мы знаем, что риск очень высок. Появление идей необходимо стимулировать и структурировать. Бывают различные методы поиска новых идей, которые способны предугадывать изменения в обществе, а не просто следовать требованиям рынка.

Основными факторами новых идей могут быть:

1) неожиданное событие: успех, провал, внешнее воздействие;

2) несоответствие между тем, что есть, и тем, что должно быть;

3) потребности производственного процесса;

4) неожиданные изменения в структуре рынка или отрасли;

5) демографические изменения;

6) изменения взглядов, настроения потребителей.

Поговорим о каждом из этих факторов отдельно:

1) Неожиданное успех дает самые эффективные возможности для компании. Такой успех должен быть замечен и отображен в информации. Неожиданная неудача же редко остается незамеченной, но как симптом новых открытий она воспринимается редко.

2) Несоответствие редко отображается в информации, оно скорее является качественным, а не количественным. Может отражаться в несоответствии между экономическими показателями, несоответствии между реальностью и иллюзиями, несоответствие между взглядами покупателя и руководителя.

3) Потребности производственного процесса. Здесь главным является не событие, а задача. «Необходимость – причина создания». Совершенствуется уже имеющийся процесс, заменяется слабое место и тд.

4) Кризисы, которые возникают на рынке, также являются возможностью для возникновения инноваций. Показатели, показывающие грядущие перемены: быстрый рост отрасли, сближение технологий, готовность отрасли к серьезным преобразованиям.

5) Численность, занятость населения, его половая и возрастная структура, уровень знаний и доходов – максимально сильно влияют на спрос.

6) Смена настроений в обществе, изменение отношения людей к товарам и услугам, к миру ведет к созданию инноваций. Приоритеты, ценности, мнения меняются, поэтому меняются и желания.

Анализ данных факторов помогает определить, в каком направление будут происходить инновационные изменения. Чтобы предприятие меньше подвергалось рискам, необходимо системно применять следующие шаги:

1) проводить анализ рынка

2) создавать простые для понимания и эксплуатации инновации, которые будут соответствовать нуждам, желания потребителей

3) снижать первоначальный риск внедрения инноваций за счет постановки конкретных целей на определенном рынке

Креативность – способность генерировать новые идеи, решать проблемы необычным способом. Нужно уметь выходить за рамки и мыслить гибко, учиться на своем опыте и опыте своих конкурентов или товарищей.

Инновационное мышление – способность реализовывать новые идеи и решать проблемы. Связано оно с умением понимать и видеть проблемы, решать их.

Технологии вечно развиваются, конкуренция постоянно растет, рынок расширяется, поэтому креативность и инновационное мышление в современном мире очень важны. Они помогают не только оставаться конкурентоспособными, разрабатывать новые продукты, решать проблемы, но и решать социальные, экономические, экологические проблемы. Очень важно, что с развитием этих компонентов, наша личность тоже развивается и растет.

Факторы, влияющие на развитие креативности и инновационного мышления:

1) образование,

2) окружение,

3) опыт,

4) личные качества,

5) мотивация.

Наглядный пример демонстрирует компания Apple. Ее товары были настоящим прорыв в развитии технологий в мире. Стали пользоваться большим спросом, из-за простоты, понятного интерфейса и красивого дизайна. До сих пор компания продолжает развиваться и стремится к новым открытиям.

В исследовании подходящего метода могут применяться разные подходы:

1) аспектный подход заключается в том, чтобы проводить исследование одного направления проблемы, например: снижение себестоимости продуктов и услуг;

2) системный подход рассматривает объект как целостность, состоящую из отдельных частей, имеющих свою структуру, связи, противоречия

3) концептуальный подход предполагает сначала разработку концепции исследования: выдвижение гипотезы, создание методологии проведения эксперимента и анализа данных;

4) диалектический подход исходит из теории развития бытия на основе общих законов, принципов, которые образуют систему, показывающую наши знания о развитии природы, общества, мышления;

5) комплексный подход является частью системного подхода и укрупнено учитывает взаимодействие внутренней и внешней среды объекта исследования, например, не только взаимодействие его внутренних подразделений и процессов, но и социальные, демографические, экономические и другие факторы;

6) интеграционный подход состоит в том, что объект исследуется как по элементам, так и в развитии, например: продукт рассматривается по стадиям его производства и по стадиям его жизненного цикла на рынке;

7) ситуационный подход используется при исследовании частых и быстрых изменений внешней среды;

8) процессный подход основан на представлении системы в виде непрерывного выполнения совокупности взаимосвязанных между собой работ и осуществления системных функций;

9) рефлексивный подход основан на изучении реакции системы на возмущающие воздействия, отличается от ситуационного подхода более длительным периодом наблюдения;

10) инновационный подход основан на изучении новых способов, процессов, объектов и внедрении их в целях развития системы.

Творческие методы можно распределить на два типа:

1) индивидуальный метод, например, латеральное мышление, метод шести шляп, ТРИЗ, МФО и метод фокальных объектов – это самые эффективные и популярные способы генерации идей;

2) командный метод, например, мозговой штурм, метод Дельфи и синектика.

Применение методов поиска новых идей в инновационном менеджменте направлено на стимулирование творческого мышления, улучшение конкурентоспособности, снижение рисков и ошибок, повышение навыков сотрудников. Таким образом правильное использование методов ведет к укреплению своего места на рынке.

Несколько советов, которые помогут генерировать идеи:

1) открытость к разным идеям, даже если они кажутся странными;

2) забыть про рамки и смотреть на мир шире;

3) общаться с разными людьми;

4) экспериментировать и не бояться ошибаться;

5) всегда увеличивать свои знания.

Многие успешные компании, такие как Магнит и Google применяют креативные методы продвижения. Это помогает им сохранять конкуренцию и инновационной потенциал. Можно отметить, что творческие методы играют важную роль в процессе поиска новых идей.

В заключение хочется сказать, что новые идеи очень важны в инновационном менеджменте. Они требуют использования различных методов и подходов, соблюдение принципов. Те, кто успешно применяют генерацию идей новшества, получают значительно большие результаты и более крепко закрепляют место на рынке за собой.

**1.2 Методы поиска инновационных идей**

В этом разделе рассмотрим различные методы, которые используются для генерации новых идей в инновационном менеджменте. Как уже было сказано, поиск инновационных идей является основой для развития предприятий, расширения рынка и его возможностей.

Поиск идей – самый важный и трудный момент, где применяются определенные методы.

Причиной же появления идеи является противоречие между чем-то существующем и новыми условиями, новой технологии, кризисами.

Идея инновации- понятие использования новизны, претворяя в жизнь какой-нибудь замысел. Замысел же означает понимание потребности и является точкой отправки творческого процесса. Отсюда следует, что поиск идеи процесс творческий.

В процессе работы можно выделить три основных этапа: наличие идеи, составление плана процесса, воплощение идеи в жизнь.

Эти этапы не являются точными, так как каждый этап – это компонент системы, которые тесно связаны с другими элементами.

В познавательном процессе важное место в возникновении новшества являются наблюдение, анализ, абстракция, гипотезы и тд.

Анализ – метод научного исследования, который рассматривает отдельные стороны, свойства чего-либо.

Синтез – процесс соединения ранее разъеденных частей.

Абстракция – при изучении объекта не учитываются его несуществующие стороны, в свою очередь, это упрощает картинку.

Наблюдение – описательный метод, заключающийся в целенаправленном восприятии поведения объекта.

Гипотеза – предположение, которое не имеет полной информации, но является вероятным. Формирование новой идеи начинается именно с построения гипотезы.

Интуиция – способность человека проникать вглубь событий без логического обдумывания и при этом находить правильные решения проблемы. Возникает как внутренне озарение.

Современная наука создала множество методов. Все эти методы можно использовать отдельно друг от друга или комбинировать вместе, в зависимости от цели разработки. В обоих случаях результат будет разным. Если комбинировать, то можно получить двойной эффект.

В прошлом разделе было указано, как делятся методы, поэтому сейчас рассмотрим их подробно.

Разберем все эти методы подробнее.

1) Латеральное мышление – это смещенное (дивергентное) мышление, его главным отличием является то, что оно фокусируется на вторичные, неожиданные объекты. Ввел его Эдвард де Боно в 1967 году. Главной его задачей является из старых и заезженных идей придумать что-то необычное и новое. Оно состоит из трех этапов: найти фокус, посмотреть на идею по-другому и после второго этапа получается неполное суждение, в котором нужно найти логику. Третий этап и есть то, что называется творчеством. Возник термин для того, чтобы отвечать на те вопросы, на которые не может ответить логика. Латеральное мышление применяется в абсолютно разных областях, но прежде всего оно актуально там, где нужна по-новому взглянуть на вещи, то есть разработать какое-либо новшество. Также латеральное мышление хорошо работает при планировании бюджета. Так как оно нестандартное, то применяется во всех случаях, где срочно требуется новый взгляд.

2) Метод шести шляп – этот способ воплощает шесть режимов мышления. Образно применение методы представляется как красочный рисунок, где используются все цвета. То есть полное видение ситуации наступает после того, как были надеты по очереди все шесть шляп. Желтая шляпа – оптимизм. Зеленая шляпа – творческий подход. Красная шляпа – эмоции. Белая шляпа – рациональность и аналитика. Черная шляпа – строгая критика, оценка. Синяя шляпа – стратегическое мышление и контроль. Если вы раздумываете один, то решите очередность шляп, если вас группа, то можно распределить, кто какую шляпу «наденет» или также рассмотреть ситуацию с каждой шляпой отдельно. Также используется во всех сферах, например, совершенствование технологий, создание новой продукции, разработка маркетинговой стратегии.

3) ТРИЗ – теория решения изобретательских задач, набор методов решения задач и усовершенствования систем, где главным будет креативность. То есть, это практически единственная систематизированная теория обучения креативности, поэтому здесь нет указателей и единственно правильного ответа при решении задач по ТРИЗ. Цель метода: развитие гибкого мышления, воображения, способность решать сложные задания разными способами. Есть задания, которые не решаются обычными способами, поэтому приходится что-то изобретать, при этом ничего не теряя. Первый и самый важный шаг: переформулировать название так, что отсечь все ненужное. В конце необходимо прийти к ИКР – ситуация, когда необходимое действие получается без потерь. Существует множество принципов ТРИЗ: дробление – разделить объект на части, объединения, посредника – использование промежуточного объекта, проскок – вести процесс на большой скорости, замена.

4) Метод фокальных объектов – способ, в котором к свойствам, выбранных случайно, объекта добавляют или изменяют что-то. Отсюда еще одно название – метод случайных объектов. Метод был основа для преодоления инерции мышления, генерирования новых идей, новых решений. Перенос свойств часто дает стоящие ответы на вопросы. При этом метод прост в применении. Состоит из шести этапов: выбор основного объекта, выбор случайных объектов, которые никак не связаны с главным, определение свойств, присоединение свойств к фокальному объекту, развитие получившихся вариантов, оценка проделанной работы и результата.

5) Мозговой штурм – способ решения задач коллективным разумом, где каждый участник придумывает некоторое количество идей в ходе переговоров. В любой компании есть те, кто лучше придумывает идеи, но не может их анализировать и те, кто хороши в суждениях, но слабы в воображении. Поэтому был предложен такой метод. Правила мозгового штурма: сосредоточение на количестве, воздержание от критики, стимулирование необычных решений, объединение и совершенствование идей. Метод состоит из трех обязательных этапов: четкая формулировка проблемы или задачи, предложение все возможных идей, оценка и анализ.

6) Метод Дельфи – метод, основанный на мозговом штурме, опросе, интервью, где участники делятся на две группы аналитиков и экспертов. В ходе работы происходит оценка, но она должна быть анонимной. Основные особенности: анонимность, многоуровневость, заочность. Если правильно обобщить и обработать индивидуальные оценки специалистов по конкретной ситуации, то можно получить общее заключение, которое будет обладать максимальной степенью достоверности. Экспертами ищется проблемы, аналитики делят ее на маленькие части, чтобы составить опрос, затем эксперты проверяют их работу на точность формулировки проблемы и выдвигают варианты решения проблемы, после этого аналитики определяют самые лучшие решения, последние два шага повторяются несколько раз, после чего выносится общая оценка и составляется план. Метод часто подвергается критике с самого начало его появления. Коллективное мнение не всегда верное, отбрасывают решения с меньшим количеством сторонников, а оно может быть эффективным, невозможен оперативный анализ, эксперты могут иметь желание присоединиться к большинству, организаторы могут иметь возможность манипулировать.

7) Синектика – система креативного мышления, основанная на аналогиях, сравнение и критики. Процесс создания новых ассоциативных связей. Часто его путают или сравнивают с методом мозгового штурма. Аналогии делятся на четыре типа: прямые – сходные с основной задачей, личные – анализ, наблюдение себя, символические – свойства, метафоры приписывают к другому предмету и фантастические – представление вещей такими, какими они быть не могут. Для работы необходимо две группы людей. В первой группе 2-3 эксперта разных профессий, а во второй группе 2-3 сотрудника. Выделяется четыре этапа: первый – отбор группы и поиск специального помещения со всеми условиями, второй – тестовое занятие по использованию аналогий, третий – формулировка проблемы, обсуждение, поиск аналогий, сравнений, наводящие вопросы, четвертый – решение новых, других вопросов. В процессе происходит обсуждение, поиск решения проблемы.

8) Метод корабельного света – отличается от мозгового штурма более строгим подходом. Каждый должен высказываться строго по порядку.

9) Обратная мозговая атака – критика уже существующих идей. Здесь всего два этапа: поиск минусов идеи и разработка путей устранения этих недостатков.

10) Рефрейминг – кардинальное изменения взгляда на предмет изучения.

11) Ментальные карты – формулировка мыслей, с помощью графических изображений и пометок.

12) Метод гирлянд, ассоциаций и метафор – поиск всех синонимов к исследуемому объекту, затем определяются случайные существительные, далее комбинирование.

13) Метод «пять почему» – задается пять раз вопрос «почему это произошло».

14) Метод контрольных вопросов – помогает найти проблему, найти цель и решения.

15) Функционально-стоимостный анализ – набор функций, который позволяет не только улучшить предмет, но и снизить его цену.

Методы, направленные на стимулирование креативности, выход за рамки и стандарты: мозговой штурм, корабельный свет, обратная мозговая атака, синектика, рефрейминг, ментальные карты, шесть шляп мышления.

Методы, направленные на создание и выбор вариантов, позволяющих отойти от штампового мышления: фокальный объект, гирлянда ассоциаций и метафор.

Методы целенаправленного решения задач: «пять почему», контрольные вопросы, ТРИЗ, функционально-стоимостный анализ.

Социологические, социопсихологические и статистические методы направлены на выявления проблем и недостатков продуктов и процессов. Например, опрос, выборка, фокус-группа, метод Парето.

Эвристические методы применяются в случае неопределенности, когда:

 – Инновации, ориентированные на потребителя. Производитель пытается взглянуть глазами потенциальных клиентов на товар.

– Дизайн-мышление – решение проблем творческим путем. Подход предполагает гармонию, согласованность предприятия и потребителя.

– Стратегия «голубого океана» - уход от прямой конкуренции за счет создания новых рынков. Обязательный новый взгляд на вещи.

– Гибкая разработка – разбиение процесса на небольшие части, с целью изменения каждой части отдельно.

Для поиска финансовой идеи больше всего подходят методы:

1) метод проб и ошибок,

2) метод контрольных вопросов,

3) морфологический анализ,

4) метод мозгового штурма,

5) метод фокальных объектов.

Также методы можно разделить на еще три группы:

– метод психологической активизации мышления,

– метод систематизированного поиска,

– метод направленного поиска.

Эти методы имеют целью облегчить поиск решения проблемы по сравнению с методом «проб и ошибок».

Первые два метода нужны для решения более легких задач, третий же метод нужен для решения более сложных заданий.

Метод психологической активизации мышления – направлен на устранение психологической инерции мышления, препятствующей поиску идей. Метод значительно увеличивает число идей и повышает производительность процесса. Например, мозговой штурм, метод фокальных объектов, аналогии, метод шести шляп и другие.

Метод систематизированного поиска – методы, позволяющие упорядочить варианты и увеличить их число, основаны на использование различных подходов: системного, функционального. Например, метод контрольных вопросов, морфологический анализ, метод фокальных объектов, метод гирлянд и метафор и другие.

Метод направленного поиска – сложные методы для решения сложных задач, для легких использовать его нецелесообразно, так как сам метод будет сложнее. Например, ТРИЗ,

Таким образом, в основе метода лежит отделение процесса интеграции

идей от процесса их оценки. Генерация идей проводится в среде, где

критика запрещена и даже, наоборот, поощряется любая явно нелепая идея.

Внедрение этих методов и их комбинаций позволяет значительно ускорить процесс создания инноваций.

Все вышеперечисленные методы рассматриваются

в экономическом аспекте, но их можно использовать практически в любой сфере деятельности.

**1.3 Управление идеями в системе инновационного менеджмента**

Переход мировой экономики к инновационной модели развития предполагает снижение значимости ценовых факторов и увеличение значимости оригинальных продуктов, связанных с внедрением на рынок новшеств. Главным условием является использование современных технологий, которые оказывают большую эффективность на прогресс, чем нововведения.

Среди всех управленческих технологий, особое место занимают системы формирования инновационного потенциала, которые являются особым инструментом конкурентоспособности. Однако поддержания такой эффективности инновационного потенциала требует от предприятий повышения эффективности собственной инновационной инфраструктуры.

Система управления идеями – управленческий процесс, который занимается поиском, генерированием, оценкой, поддержкой и реализацией идей.

Для управления идеями формируется специальная система, которая включает групповые структуры в себя:

– назначение человека, который отвечает за реализацию программ;

– поиск группы, которая будет разрабатывать новые, уникальные товары и услуги;

– взаимодействие с партнерами, которым передаются идеи;

– создание инновационной команды под руководством лидера;

– набор людей, работающих в различных направлениях инновационной деятельности предприятия.

Система управления была сформирована более 100 лет назад и встала на путь эволюционного развития, преодолевая недостатки и развивая преимущества на каждом этапе.

Система прошла этапы:

1) 1910-1920 Ящик для предложений. В России такая система появилась лишь в 1990-х годах. Был успех на начальном пути развития, но в дальнейшем система рухнула, из-за не налаженной обратной связи.

2) 1995 год Web-формы предложений без базы данных. Плюсом является удобная обработка идей, но плохая здесь также плохая обратная связь.

3) 1998-2000 года. Первые программные решения для обработки предложенных идей. Появилась система поощрения, хорошая обратная связь, но была сложность в использовании данной системы.

4) 2003 г. Комплексные программные решения. Объединение технологий мозгового штурма и методик генерирования идей с программным обеспечением.

Объединение технологий оригинальности и программных продуктов по управлению идеями стало важным прорывом для создания современных систем управления идеями.

Типы систем управления:

– система подачи предложений;

– команды непрерывного совершенствования;

– политика открытых дверей;

– новые венчурные команды;

– инкубаторы идей;

– инновационные команды;

– катализатор инноваций и другие.

Система подачи идей когда-то основывалась на том, что граждане оставляли свои пожелания в ящике. Совет их рассматривал и выбирал наилучшие предложения для разработки. SPI основан на том факте, что рядовые сотрудники, непосредственно участвующие в рабочем процессе, могут более точно выявлять "узкие места", которые можно улучшить. Системы, которые появляются сегодня, компьютеризированы, профессионально контролируются и имеют реальные стимулы.

Преимущества: простота, маленькие затраты, много предложений по совершенствованию.

Недостатки: высокие требования к совету, маленькая степень участия сотрудников, большинство идей направлены на сокращение издержек, а не рост прибыли.

Команды непрерывного совершенствования опирается на командное творчество и направлено на постепенное увеличение инноваций. Руководителем может выступать как начальник, так и сотрудник. Между всеми КНС установлены тесные связи. Окончательные решения принимает – директор.

Преимущества: непрерывное совершенствование товаров и услуг, наличие ответственных лиц, маленькие затраты.

Недостатки: только постепенно увеличивающиеся инновации, слабый, медленный рост, если у клиента нет заинтересованности к товару, то эффекта нет.

Приносит система пользу только тем компаниям, которые имеют стабильное положение и намерены его поддерживать дальше.

Политика открытых дверей – система, при которой работники могут представить свои идеи напрямую руководителю – главному директору. В России система встречается редко. Он используется менеджерами, которые хотят подчеркнуть, что они высоко ценят новые идеи. Используется как в переломные моменты, так и чисто в политических целях. Руководители могут выделять особые дни для сотрудников или позволять отправить идеи в электронном виде. Лучше всего использовать там, где мыслят нестандартно или в компаниях с молодым начальником.

Преимущества: скорость получения предложений, простота, возможность для всех высказать свои идеи, низкие затраты.

Недостатки: нагрузка у руководителя, зависимость от состояния руководителя в момент встречи.

Политика открытых дверей хороша там, где начальник постоянно заинтересован, без его усилий система не будет работать должным образом. Лучше всего использовать в сочетании с другими системами.

Новые венчурные команды – целевая команда, задача которой находить и поощрять перспективные идеи, ускорять разработку и вывод их на рынок. В задачи НВК входит анализ рыночного потенциала идеи, а также ее практической реализуемости с точки зрения затрат. Ее достоинства – быстрая работа и мобильность, которые достигаются путем наделения большими полномочиями. В системе есть эксперты, которые помогают доработать идею и составить бизнес-план.

Преимущества: быстрый поиск и внедрение идей, качественный анализ идей, поддержка со стороны инвесторов.

Недостатки: большие затраты, сложность внедрения системы в компанию, возможность возникновения конфликтов между НВК и другими членами компании.

Следует применять там, где есть стереотипы, которые не дают развиваться организации. Например, отсутствие лидера, неясность стратегий и другие.

Инкубаторы идей – система, которая разрабатывает радикальные идеи, а затем передает в главную организацию. В России роль инкубатора занимает технопарк «Сколково».

Преимущества: отдаленность от бюрократии, фокус на разработке особых идей, придерживающихся определенных взглядов.

Недостатки: большие затраты, сложность применения внутри организации.

Применять нужно там, где хотят поддерживать инновационную эффективность, за счет новшеств.

Инновационная команда заключается в формировании группы сотрудников, наделенных лидерскими, новаторскими качества. Отбор может происходить как добровольно, так и по приказу начальника.

Преимущества: фокус на разработке радикальных идей, низкие затраты.

Недостатки: низкая мобильность, сложность принятия рынком системы.

Она должна быть сформирована с целью повышения инновационной эффективности сотрудников. Данная система обладает высоким потенциалом, но ее внедрение не стоит проводить быстро.

Катализатор инноваций – система, при которой идеи остаются лишь в подразделении, а не доставляются другим компаниям. Здесь идеи проходит проверку на практическую осуществляемость. Эффективность оценивается по качеству и количеству инноваций, представленных рынку.

Преимущества: подразделения имеют большую возможность получить прибыль после реализации идеи, развиваются навыки предпринимателя.

Недостатки: только в крупных предприятиях с децентрализованной структурой, длительное внедрение, нужны сильные лидеры.

Чтобы выбрать систему нужно определить цель ее формирования и имеющийся бюджет для ее внедрения. Кроме того, руководителю важно понимать, на каких этапах инновационного процесса работает та или иная система управления идеями. Это только облегчает генерирование идей или позволяет вам управлять как генерированием, так и коммерциализацией идей.

Чтобы выбрать систему управления идеями следует учитывать:

1) организационная структура системы;

2) количество идей;

3) мобильность;

4) степень воздействия на инновационную эффективность работников.

Как видите, степень эффективности систем управления идеями различна и зависит от выбранных стратегических направлений инновационной деятельности. Это связано с тем, что каждое из направлений предъявляет индивидуальные требования к системе управления идеями. Помогает определиться специальная матрица, после составления которой под каждым критерием ставиться «+» или «-».

Приведенные выше системы управления идеями условны и могут меняться в зависимости от конкретной организации, приобретая особенные, новые свойства. Системы получаются на основе организации, сотрудников, отношений внутри компании, лидера и так далее. Не стоит забыть, что можно использовать ни одну, а несколько систем для своего предприятия. Использование системы даст положительный результат только в сочетании с технологиями, инновационной стратегией, инновационной культурой и тому подобное.

**2. Анализ использования творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте**

**2.1 Оценка применения творческих методов новых идей в**

**компаниях**

Оценка использования креативных методов для поиска новых идей в предприятиях является важным этапом инновационного процесса. Креативные методы играют главную роль в стимулировании и развитии новшеств, поэтому оценка их эффективности дает организациям понять, насколько хорошо они используются, чтобы достичь целей. В этом разделе мы рассмотрим разные аспекты оценки использования креативных методов поиска новых идей в предприятиях, их актуальность для бизнеса и способы совершенствования этого процесса.

Необходимо набрать максимальное количество идей, а затем выбрать из них лучшие варианты. В процессе атаки нет необходимости в оценке, это может погубить идею. Естественный отбор следует провести позже, когда идеи закончатся и будет спокойная атмосфера. В нем могут принять участие как сами креативщики, так и кто-то посторонний.

Оценка творческих методов необходимо, чтобы выяснить, насколько успешно они применяются в инновационном менеджменте.

Как же оценивать методы и их эффективность?

Нужен комплексный анализ использования творческих методов.

Существует несколько подходов, но вы можете объединить их и создать свой собственный контрольный список. Поскольку в области творчества не может быть "общепринятой системы мер", слишком много субъективизма. Полагаться на интуицию следует только тогда, когда вы ей полностью доверяете.

Существует множество критериев оценивания эффективности творческих методов:

1) Важно понимать кто именно будет оценивать.

Группа, которая трудилась над генерацией идей, может быть слишком предвзятой. Также отсутствие отдыха и заполненная мыслями голова не дадут нормально оценивать, что может повлечь негативные ситуации. Поэтому обычно другие люди проводят оценку методов. А группа в это время отдохнет и сможет взглянуть на все по-новому.

2) Качество идей.

Это является главным аспектов оценивания применяемых методов в предприятии. Хорошие идеи обладают уникальностью, наделены ценностью для сотрудников и компании, соответствуют целям и имеют потенциал в дальнейшем использовании.

Оценка идей имеет свои критерии:

1. Новизна, отличающее от остальных качество или несколько качеств.

2. Ценность идеи для компании. Чтобы быть конкурентоспособным предприятием.

3. Реализуемость идеи, наличие всех необходимых для внедрения на рынок ресурсов.

4. Соответствие идеи начальной цели или проблемы

5. Полезность для потребителей.

6. Возможность увеличения прибыли.

3) Количество идей тоже стоит учитывать при оценке метода.

Чем больше предложений, тем больше могли быть вовлечены сотрудники, использованных подходов. Также стоит учитывать разнообразие предложенных идей.

4) Уровень участия сотрудников.

Чем больше заинтересованных и за мотивированных людей, тем больше идей и разнообразия.

Для повышения мотивации используются различные игровые и обучающие программы.

5) Эффективность реализации сгенерированной идеи.

Еще есть одна классификация оценивания творческих методов:

1) Эффективность новых идей с помощью определенных показателей.

 Например, увеличение прибыли, повышение квалификации сотрудников, увеличение доли рынка, производительность труда в компании.

2) Обратная связь от сотрудников.

Это поможет понять насколько легко прошло внедрение товара на рынок, какие возникали сложности и как можно доработать продукт.

3) Сравнение себя с конкурентами на рынке.

Провести анализ новшеств и результатов у конкурентов. Это даст предприятию понять свое место на рынке и лидирующие позиции.

4) Как после мозгового штурма сотрудники повысили свою эффективность, навыки, также является важным критерием оценки творческих методов.

5) Анализ рисков.

Выяснить с чем столкнулась компании и разработать пути управления рисками. Это важно для уменьшения негативных последствий.

Исходя из перечисленного выше, можно сделать вывод, что оценка творческих методов новых идей в предприятиях является главным этапом инновационного процесса. Понимание использования различных методов помогает компаниям улучшить свою работу, стимулировать развитие новшеств и обеспечить конкурентоспособность на рынке. Важно помнить, что необходим комплексный подход оценивания, повышение квалификации сотрудников и регулярность.

**2.2 Проблемы использования творческих методов поиска новых идей для инновационных решений**

Использование творческих методов поиска новых идей может столкнуться с различными проблемами. Основная проблема – нераспространённость информации о том, что такие методы вообще существуют. Но есть еще несколько немало значимых проблем:

1) Недостаток структуры.

Креативные методы могут казаться неструктурированными, что может затруднять процесс принятия инновационных решений и приводить к неопределенности. Без четкого плана трудно определить, какие идеи являются наиболее перспективными. Решить проблемы поможет определение структуры творческого процесса. Например, составить список этапов и подходов для генерации идей.

2) Нет конкретных результатов.

Идей может быть очень много, они могут быть все разнообразные, но выбрать что-то одно не получается. Это может быть из-за того, что отсутствует понятная цель или необходимые показатели. Для решения данной проблемы можно заранее выявить критерии успеха. Например, вы можете определить конкретные цели или показатели, которые должны быть достигнуты в ходе творческого процесса.

3) Нехватка времени или ресурсов.

Не всегда удается уложиться в сроки или найти все требуемые ресурсы в ходе работы, что приводит к неэффективности творческого процесса. Чтобы преодолеть эту проблему, важно эффективно распоряжаться временем и ресурсами. Можно составить конкретный план действий по времени, установить приоритеты, основные задачи и так далее. Важно также развивать в себе дисциплину.

4) Страх перед неудачей.

Встречается данная проблема очень часто и усложняет процесс. Страх может не давать активно высказать все, приходящие в голову идеи, ограничивать эксперименты, инновации. Это происходит, из-за страха ошибаться или быть осужденными за свои мысли. Для преодоления проблемы важно создать приятную, безопасную атмосферу, где ошибки будут восприниматься как обучение и личностный рост. Поддержка, обратная связь помогут в решении данной проблемы.

5) Негативное или нейтральное отношение к творческим методам.

Некоторые компании недооценивают важность творческих методов, что приводит к упущенным возможностям и креативным идеям. Нужно проводить тренинги о важности данных методов в инновационном менеджменте, создавать специальные площадки для креативных методов, изучать опыт успешных компаний.

6) Сложность работы в команде.

Если в коллективе сотрудники не знают друг друга, то работать в команде очень сложно, что приводит к конфликтам и затормаживает творческий процесс. Нужно проводить время в нерабочей обстановке. Хотя бы раз в неделю проводить час вне работы, это поможет лучше узнать друг друга и избежать проблем во время творческого процесса.

Сталкиваясь с проблемами в использовании творческих методов, компании сразу перестают их применять, думая, что они неэффективны. Однако они являются мощным инструментом в принятии инновационных решений и генерации идей. Понимание проблем и разработка стратегий для их решения могут сделать творческий процесс более надежным и эффективным, добиться желаемых результатов.

**3 Перспективы развития творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте**

Разработка креативных методов поиска новых идей играет главную роль в управлении инновациями, поскольку позволяет предприятиям оставаться конкурентоспособными, адаптироваться к изменениям и создавать оригинальные товары и услуги в инновационном менеджменте.

Творческие методы распространены там, где управление людьми играет значительную роль, например, сфера услуг, производство, банковское дело. Различные крупные фирмы используют творческие методы для повышения эффективности и улучшения своих товаров и услуг.

Почти все новые методы управления, которые могут быть использованы в компаниях, основаны на творческих процессах. К ним относятся бенчмаркинг, вовлечение сотрудников, маркетинг и так далее.

Сейчас творческие методы так сильно распространены, что ими пользуются даже маленькие компании, чтобы повышать свою эффективность и решать различными методами инновационные проблемы. Они также улучшают свои товары и услуги, чтобы быть конкурентоспособными и занять свое место на рынке.

Творческие методы используют даже отдельные личности, чтобы развивать в себе креативное мышление.

Креативные методы не одинарный процесс, их нужно проводить регулярно. Вот несколько перспектив развития творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте:

Компания располагает достаточным временем для того, чтобы практиковать эти творческие приемы

в обычное время и в обычных условиях работы. Внедрение творческих приемов включает в себя:

– расходы на консультантов;

– подготовка помещения и необходимых ресурсов;

– использование творческих методов;

– оценка.

Помимо привлечения внешних консультантов, сама компания также практикует создание творческой среды. Это достигается путем вовлечения сотрудников в процессы принятия решений в компании. Руководство также поощряет их к открытому и гибкому методу обучения.

1) Использование технологий, ИИ, данных.

ИИ может стать хорошим инструментом в творческом процесса. Развитие технологий, машинное обучение, анализ больших данных, помогут в создании новых креативных методов.

2) Дизайн в процессе разработки товаров и услуг.

Дизайн-мышление становится все более популярным в инновационном менеджменте. Оно позволяет понять потребности клиентов, так как основной фокус мышления – это потребители. Также дизайн-мышление подчеркивает значимость эмоций, это помогает создать удобные товары. Мышление направлено на последовательные этапы работы и фокус на решении конкретной проблемы.

3) Создание пространств для инновационных решений.

Рабочая среда может существенно повлиять на творческий процесс. Создание стимулирующих пространств, таких как коворкинги, комнаты отдыха, зоны мозгового штурма и так далее, может способствовать появлению новых идей и стимулировать командное творчество. Данные пространства обеспечивают участникам свободу мыслей. Такая среда помогает сотрудникам вдохновлять друг друга и приводит к появлению самых разных идеям и инновациям.

4) Сотрудничество и разнообразие.

Сотрудничество между экспертами в разных областях знаний может привести к неожиданным идеям и инновациям. Создание таких команд с привлечением специалистов с различными навыками и опытом может способствовать созданию уникальных концепций.

Сплочение профессионалов в разных сферах позволяет обмениваться различными точками зрения и использовать разные подходы к творческим методам.

Также это очень сильно повышает квалификацию сотрудников.

5) Регулярное обучение и развитие креативного мышления.

Освоение креативных методов требует постоянного обучения и развития навыков креативного мышления у сотрудников. Проведение мастер-классов, тренингов, стимулирование саморазвития помогут участникам расширить свой потенциал. Также способствует развитию новых творческих методов, позволяя быстро проверить их на практике и провести эксперименты в генерации новых идей.

Тестирование идей и совершение ошибок в рамках процесса творческого развития помогает участникам выйти за рамки обыкновенных подходов. Объединение этих аспектов в инновационном менеджменте способствует созданию комфортной обстановки для развития инновационных идей, стимулирует творческий подход к решению проблем и способствует успешной реализации проектов.

6) Управление инновациями в года цифровых технологий.

С появлением цифровых оборудований, креативные методы легче адаптируются к новой реальности. Например, интернет вещам, ИИ, блокчейн.

Все эти перспективы показывают высокую значимость творческих методов в принятии инновационных решений и генерации новых идей в менеджменте. Также указывают нам на то, что в дальнейшем эти методы будут продолжать свое развитие. Но нужно не забывать о том, что творческие методы требуют комплексного подхода, в который входят постоянное образование сотрудников, использование современных технологий, создание благополучной среды, использование современных методов и постоянное совершенствование.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Тщательное изучение и понимание творческих методов поиска новых идей в инновационном менеджменте позволяет компаниям эффективно управлять инновационным процессом, развивать конкурентные преимущества и успешно адаптироваться к динамично меняющейся среде.

В ходе изучения теоретических и практических аспектов креативных методов поиска новых идей в инновационном менеджменте можно сделать несколько ключевых выводов.

Творческие методы играют главную роль в инновационном менеджменте, так как помогают в генерации новых идей, поиску необыкновенных, нестандартных решений задач разного типа, появлении инноваций.

Успех в применении творческих методов будет только если использовать их комплексно. А именно групповые или индивидуальные методы генерации идей. Комбинирование разнообразных техник позволяет создать благоприятную среду для стимулирования творческого мышления и повышения производительности.

Далее важно напомнить, что креативные методы требуют регулярного совершенствования. Быстрый темп развития технологий ведет к тому, что необходимы постоянные обновления методов, адаптации к новым рыночным условиям и учета потребностей потребителей.

Эффективное применение креативных методов требует гибкости и открытости новым идеям и подходам. Компании, активно использующие креативные методы, часто добиваются большего успеха на рынке и способны быстрее адаптироваться к изменениям.

Важно поддерживать постоянное разнообразие в использовании творческих методов, поскольку разные задачи могут требовать разных подходов. Сочетание различных методов может способствовать более глубокому и творческому мышлению.

Также очень важно, чтобы сотрудники постоянно развивались, повышали свои знания, набирались опыта.

Интеграция технологий и цифровых инструментов в творческие методы. Использование искусственного интеллекта, анализа данных, виртуальной реальности и других технологий может значительно улучшить процесс поиска и разработки новых идей, повысить эффективность и результативность управления инновациями.

Учет потребностей и предпочтений потребителей. Понимание и анализ потребностей рынка и конечных пользователей позволяет более точно нацеливать творческие процессы на создание продуктов и услуг, которые будут востребованы на рынке.

Творческие методы в инновационном менеджменте являются перспективными в генерации идей, решении задач, появлению новшеств. Однако нужно знать все проблемы и пути их решения, чтобы они эффективно работали и можно было достигнуть желаемых результатов.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Балдин, К. В. Инвестиции в инновации / К. В. Балдин, И. И. Передеряев, Р. С. Голов. – Москва : Дашков и К, 2022. – 238 с. – ISBN 978-5-6042601-4-2.
2. Барышева, А. В. Инновационный менеджмент : учебное пособие. – Москва : Дашков и К, 2018. – 384 с. – ISBN 978-5-394-02123-7.
3. Браун, Т. Дизайн-мышление в бизнесе // От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 256 с. – ISBN 978-5-457-09472-7.
4. Гандри, Л. Как создавать инновации. / Л. Гандри, Ч. Пратер – Москва : Солон-Пресс, 2012. – 96 с. – ISBN 978-5-91359-107-4.
5. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина – Москва : ИНФРА–М, 2019. – 311с. – ISBN 978-5-16-004870-3.
6. Гунин, В. Н. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров // Управление развитием организации / В. Н. Гунин, В. П. Баранчеев, В. А. Устинов и др. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 272 с. – ISBN 5-16-000058-5.
7. Ким, Чан В. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. / В. Ким Чан, Р. Моборн. - Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2020. - 336 с. – ISBN 978-5-00195-191-9.
8. Левченко, Т. П. Система управления инновационным развитием санаторно-курортных комплексов: учебное пособие – Казань : Бук, 2018. – 140 с. – ISBN 978-5-00118-097-5.
9. Михайлов, В. А. Научное творчество : методы конструирования новых идей на основе ТРИЗ : учебное пособие / В. А. Михайлов, П. М. Горев, В. В. Утемов. – 2-е изд. – Москва : URSS, 2018. - 168 с. – ISBN 978-5-9519-2490-2.
10. Морозов, Ю. П. Инновационный менеджмент – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. – 446 с. – ISBN 5-238-00402-8.
11. Петров, Е. Генерация прорывных идей в бизнесе. / Е. Петров, А. Петров. – Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2019. - 368 с. – ISBN 978-5-00057-557-4.
12. Попова, В. Л. Управление инновационными проектами. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 416 с. – ISBN 978-5-16-002774-2.
13. Рыжкова, В. В. Функционально-стоимостный анализ в решении управленческих задач по сокращению издержек : учебное пособие. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. – 222 с. – ISBN 978-5-369-01035-8.
14. Сильванович, С. Ф. Методы поиска новых идей и решений // Современные технологии управления персоналом. – 2003. № 3. – 43 с.
15. Старостин, А. М. Философские инновации в когнитивном и праксеологическом контексте. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2019. – 368 с. – ISBN 978-5-9710-0531-5.
16. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд. – Москва : ЗАО Бизнес-школа, Интел-Синтез, 2019. - 115 с. – ISBN 5-94723-094-1
17. Шимукович, П. Н. ТРИЗ-противоречия в инновационных решениях : PN-метод. – Москва : URSS, ЛЕНАНД, 2019. - 214 с. – ISBN 978-5-9710-5555-6.
18. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. А. Алексеев. – 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2022. – 259 с. – (Высшее образование). – URL: https://urait.ru/bcode/489492 (дата обращения: 15.05.2024). – ISBN 978-5-534-03166-9.
19. Где крупные компании ищут инновации. Интервью с Дмитрием Изместьевым о развитии стартапов. // Хабр – URL: https://habr.com/ru/company/lanit/blog/342338/ (дата обращения: 17.05.2024).
20. Дмитриев С. Г., Закиров А. И. Управление инновационными идеями: внутрифирменная среда // Вестник БГУ. 2013. – №3. – URL: https://cyber-leninka.ru/article/n/upravlenie-innovatsionnymi-ideyami-vnutrifirmennaya-sreda (дата обращения: 17.05.2024).
21. Долятовский Л. В., Гамалей Н. Ю., Креативные методы в развитии предприятия // КЭ. 2021. – №7. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-metody-v-razvitii-predpriyatiya (дата обращения: 15.05.2024).
22. Евгения, Хрисанфова ид по корпорациям : список крупных компаний, которые работают со стартапами / Хрисанфова Евгения. // rb.ru – URL : https://rb.ru/list/corp-guide/ (дата обращения: 15.05.2024).
23. Жанна, Рожкова Как бренды используют краудсорсинг для поиска новых идей / Рожкова Жанна. // Лайкни.ру – URL : https://www.likeni.ru/cases/kak-brendy-ispolzuyut-kraudsorsing-dlyapoiska-novykh-idey/ (дата обращения: 16.05.2024).
24. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2022. – 487 с. – (Высшее образование). – URL : https://urait.ru/bcode/489083 (дата обращения: 17.05.2024). – ISBN 978-5-9916-7709-7.
25. Квалификационные характеристики менеджера инноваций. // Stud24 – URL : https://www.stud24.ru/innova tion/kvalifikacionnnye-harakteristiki-menedzh-era-innovacij/419299-1450262-page3.html (дата обращения: 17.05.2024).
26. Крупные компании и выкупленные стартапы. // Steppe – URL : https://the-steppe.com/business/sotrudnichestvo-na-mil-lion-zachem-tek-giganty-vykupayut-startapy (дата обращения: 15.05.2024).
27. Марина Л. B. Разработка и анализ идей нового продукта / Л. B. Mapинa. // Клерк – URL : https://www.kle rk.ru/boss/articles/260061/ (дата обращения: 17.05.2024).
28. Михаил, Ряженка Межфункциональное взаимодействие — культура непрерывного совершенствования / Ряженка Михаил. // LeadStartup – URL: https://leadstartup.ru/db/cross-functional-collaboration (дата обращения: 17.05.2024).
29. Мотивация сотрудников интернет-магазина: виды, способы, эффективные примеры. // InSales – URL : https://www.insales.com/ua/blogs/blog/motivatsiya-sotrudnikov (дата обращения: 17.05.2024).
30. Почему корпорации сотрудничают со стартапами? И почему стартапы сотрудничают с крупными корпорациями? // Хабр – URL : https://habr.com/ru/company/gotech\_vc/blog/303474/ (дата обращения: 17.05.2024).