

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Искакова М.С.

Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет,
Казахстан, г. Семей

Аннотация. Инновационное предпринимательство предполагает постоянный поиск нововведений: новых идей, новых продуктов, новых услуг, а также организационных форм по созданию и внедрению новшеств. Для нововведения нужна новая организационная форма, а для выпуска продукции или услуги, наоборот, консервативная, устоявшаяся организационная форма, которая обеспечивает изготовление оснастки, закупку сырья и организацию поточного производства и в конечном итоге – выпуск продукции.

Ключевые слова. Инновация, продукция, предпринимательство, производство, потребитель, сфера.

FEATURES OF DEVELOPMENT OF INNOVATION ENTREPRENEURSHIP

Iskakova M.S.

Kazakh Humanitarian Law Innovative University,
Kazakhstan, Semey

Abstract. Innovative entrepreneurship involves the constant search for innovations: new ideas, new products, new services, as well as organizational forms for creating and introducing innovations. For innovation, a new organizational form is needed, and for the output of a product or service, on the contrary, a conservative, well-established organizational form that ensures the manufacture of equipment, the purchase of raw materials and the organization of in-line production and, ultimately, output.

Keywords. Innovation, products, entrepreneurship, production, consumer, sphere.

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, в рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Под инновационным предпринимательством, в широком смысле, понимается процесс создания и использования в коммерческих целях технико-технологических нововведений. В основной массе, инновационная предпринимательская деятельность базируется на нововведениях в сфере продукции, ра-

бот и услуг, позволяющих сформировать качественно иной рынок, содействовать удовлетворению новых, пусть даже неординарных, общественных потребностей. Инновации в данном случае служат специфическим инструментом предпринимательства. При этом стоит отметить, что не инновации как таковые являются предпринимательским инструментом, а именно направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур [1].

В современной литературе экономического содержания речь ведется о трех основных видах предпринимательства в инновационной сфере:

1) инновационная продукция, в целях создания которой требуется постоянное и качественно новое обновление рынков сбыта выпускаемой предприятием продукции, обеспечение достаточных условий выживаемости предприятия, наращивание объемов образуемой прибыли, расширение рыночного сегмента, эффективное сотрудничество с уже существующей клиентурой, укрепление независимости и престижа предприятия, формирование новых рабочих мест;

2) инновационные технологии, в целях эффективного использования которых требуется постоянное обновление производственного потенциала предприятия, ориентированное на увеличение производительности труда и экономичность энергетических, сырьевых и прочих ресурсов. Применение инноваций технологий предоставляет возможности увеличения объемов прибыли предприятия, совершенствование техники безопасности труда работников предприятия, проведение мероприятий по защите экологии, эффективное использование внутрифирменных информационных систем;

3) социальные инновации, предполагающие планомерное улучшение социума фирмы. Использование социоинноваций дает возможность вести эффективный поиск рабочей силы на рынке, ориентировать коллектив фирмы на решение поставленных задач, укреплять доверительные отношения между сотрудниками и руководством предприятия.

Как известно, в общем случае, предпринимательская деятельность проходит четыре стадии:

- активный поиск новых идей и анализ степени их реализуемости;
- формирование бизнес-плана;
- активный поиск требуемых ресурсов;
- формирование механизма управления новой фирмой.

Инновационное предпринимательство предполагает более подробное этапирование:

- разработка комплекса инновационных идей;
- выборка более перспективной идеи;
- подробная проработка вложенного смысла и экспертная его оценка;
- детальная проработка бизнес-плана;
- экспертиза бизнес-плана;
- эксперимент по производству продукции и ее испытание в рыночных условиях;
- внесение корректив в схему производства и реализации продукции в условиях рынка;

– массированное производство инновационной продукции и ее продвижение на рынок.

В зависимости от способа организации и ведения инновационного процесса на предприятии целесообразно обозначить следующие модели инновационного предпринимательства:

1) предпринимательство в сфере инноваций, основанное на внутренней организационной системе (то есть инновационная идея, а затем и продукт или технология, формируется и реализуется внутри фирмы ее специализированными структурными подразделениями с помощью планирования и мониторинга их взаимосотрудничества по инновационному проекту);

2) предпринимательство в сфере инноваций, основанное на внешней организационной системе (то есть путем заключения контрактов, когда заказ на формирование и реализацию инновационного продукта или технологии расходится между сторонними предприятиями);

3) предпринимательство в сфере инноваций, основанное на внешней венчурной организационной системе (то есть с использованием венчуров, когда предприятие для внедрения инновационного проекта учреждает дочерние венчурные фирмы, требующие привлечения дополнительных сторонних средств).

Экономическое поведение предпринимателя в инновационной сфере базируется на самостоятельно избранной принятой к реализации индивидуальной программе инновационного предпринимательства в условиях окружающей реальности. Предпринимательство в области инноваций в большей мере, нежели иные направленности предпринимательской деятельности, сопряжено с высоким уровнем рискованности, потому что полных гарантий благополучного исхода в инновационной сфере зачастую нет. В крупных организациях такой риск, конечно же, более низкий, поскольку сглаживается масштабностью основного вида хозяйственной деятельности, которая в общем виде налажена и диверсифицирована. Стоит отметить, что высокая степень риска зачастую влечет за собой и высокую его компенсацию. Кроме того, предполагаемая норма прибыли от внедрения инноваций более высокая, чем обычная, получаемая при реализации иных разновидностей предпринимательской деятельности. Данное обстоятельство дает возможность сфере инноваций не просто существовать, а комплексно и результативно развиваться. Инновационные риски тем выше, чем более локализованным является инновационный проект. Если подобных проектов несколько, и они являются диверсифицированными, в основном, риск сводится к минимуму, а вероятность успешности предпринимательства в сфере инноваций увеличивается. Как правило, прибыль от реализации успешных инноваций велика настолько, что покрывает расходы по разработкам, оказавшимся неудачными[2].

Инновационная деятельность предприятия является базовым условием успешного внедрения новаций. Несомненно, для того чтобы инновации на предприятии привели к экономическому успеху, менеджерам следует очень внимательно относиться к проблемам формирования и реализации маркетинговой инновационно-ориентированной стратегии.

Любая инновация в современном понимании характеризуется следующими основными моментами. Во-первых, в качестве инновации понимается объект – новая потребительская стоимость, основанная на достижениях науки и техники. Во-вторых, акцент делается на утилитарной стороне нововведения – способности удовлетворить общественные потребности с большим «полезным эффектом». В данном случае важнейшим признаком инновации выступает не техническая новизна, а новизна его потребительских свойств.

Инновационная продукция – результат инновационной деятельности, предназначенный для реализации. Инновационная продукция – продукция, подвергавшаяся технологическим изменениям разной степени. Ее состав определяется соответственно типам технологических инноваций.

Таким образом, она охватывает изделия новые (вновь внедренные), подвергавшиеся усовершенствованию, а также основанные на новых или значительно усовершенствованных методах производства.

Прочая инновационная продукция является результатом внедрения процессных инноваций. Как правило, это относится к продукции, уже выпускаемой предприятием. Данная категория включает продукцию, базирующуюся на заимствованном передовом опыте, когда внедряют новые или усовершенствованные методы производства, реализованные ранее в производственной практике других стран или предприятий и распространяемые путем технологического обмена.

Сущность инновационной продукции проявляется в ее функциях. Функции инновационной продукции отражают ее назначение в экономической системе государства и ее роль в хозяйственном процессе. Особую роль играет инновационная продукция в повышении конкурентоспособности предприятий.

Для понимания сущности и структуры мирового рынка высокотехнологичной продукции необходимо дать определение следующим терминам и понятиям: высокотехнологичная, наукоемкая и инновационная продукция. В настоящее время существует множество классификаций отраслей промышленности. Отнесение того или иного производства к высокотехнологичному или наукоемкому достаточно условно. На текущий момент в современных научных трудах ученые из разных стран мира дают множество понятий. Наиболее точно, на мой взгляд, они раскрываются в следующих определениях [3].

К высокотехнологичной продукции относится инновационная продукция, при производстве которой используются результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, соответствующих приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники и (или) перечню критических технологий страны. Инновационный продукт, права на который предлагаются на рынке, имеет общие признаки потребительской стоимости, характерные для традиционных товаров. Но он отличается от предшествующей и существующей группы товаров определенным уровнем новизны, что позволяет его пользователю получать дополнительную прибыль. Устаревшие технологии и товары на одном рынке могут переходить на другие рынки и оставаться там до определенного времени достаточно новыми. С точки зрения производителя, инновация обладает определенным уровнем новизны и отражается на готовности изгото-

товителя к выпуску новой продукции. Она может быть выражена в снижении издержек, использовании новых материалов, средств производства, методов организации производства и сбыта. В качестве критериев эффективности могут выступать рост прибыли, лидерство на рынке, увеличение масштабов продаж.

С точки зрения потребителя, уровень новизны и эффект от использования инновации определяется как возможность удовлетворить новую потребность или удовлетворить по-новому традиционную потребность. Для потребителя товар может не нести новых технических решений, но при этом являться новым. Новизна проявляется в готовности потребителя к использованию новой продукции и может быть выражена в удовлетворении новой потребности, либо в новом способе удовлетворения существующей потребности.

Литература

1. Кадакоева Г.В. Инновационное предпринимательство: сущность, типология и возможности развития в условиях российских реалий // Вопросы инновационной экономики. 2014. Том 4. № 2. С. 3-12. DOI: 10.18334/inec.4.2.435.
2. Иванченко А.Г., Ушаков Д.С. Понятие высокотехнологичной продукции. Анализ российской и зарубежной литературы // Молодой ученый. 2018. № 17. С. 178-180. URL: <https://moluch.ru/archive/203/49692/>
3. Крутилина С.Ф. Инновационное предпринимательство [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 5. URL: [http:// web.snauka.ru/issues/2013/05/24050](http://web.snauka.ru/issues/2013/05/24050)