


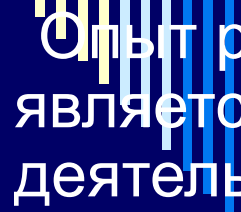
Инновационная деятельность предприятия



Основная цель предпринимательской деятельности — устойчивый рост в течение длительного периода времени суммы прибыли, что достигается в значительной степени благодаря активной инновационной политике предприятия. Прежде чем приступить к производству новой продукции и выйти с новшествами на рынки сбыта, необходимо провести изучение спроса потребителей и рыночной ситуации.




Особенность российского рынка, порожденная еще в годы административно-командной системы хозяйствования, — приоритетное положение производителя по отношению к потребителю. Рынок такого типа называют «рынком продавца». Смысл его в том, что вначале разрабатывается и производится товар, а затем осуществляется поиск потребителей этого товара и методов сбыта. «Рынок продавца» фактически устанавливает диктат производителя над потребителем, лишает его свободы выбора, а иногда приводит к дефициту продукции.



Опыт развитых стран показал, что «рынок продавца» является серьезным препятствием в инновационной деятельности, тормозом в развитии рынка новшеств, обновлении технологий и мощностей, производстве высококачественной, конкурентоспособной продукции. Объективные закономерности общественного развития подвели к необходимости выходить на рынок с такой продукцией, которую ожидает потенциальный покупатель и которая отвечает его требованиям. В странах с развитыми рыночными отношениями произошла переориентация производства и сбыта новой продукции на удовлетворение нужд и запросов потребителя, на смену «рынку продавца» пришел «рынок покупателя».

Таким образом, завоевавший свои позиции «рынок покупателя» диктует предпринимателю необходимость производства такой продукции, которую согласен приобретать потенциальный покупатель.



В принятии решений об осуществлении инновационной деятельности предприятий решающую роль играют маркетинговые исследования различных рыночных сегментов, для которых предназначена новая продукция.

Основой для сегментирования рынка является группировка покупателей по различным параметрам, в том числе по потребностям, уровню доходов, возрастным группам, географическому положению, покупательскому отношению, сложившимся традициям и привычкам и др.

Среди основных направлений маркетинговых исследований рынка новшеств должны быть товары, т. е. предлагаемые к приобретению покупателям новые продукты, услуги, технологии, информация или другая инновация. При этом следует учитывать жизненный цикл инноваций, который представляет собой период времени от зарождения идеи до практического внедрения новшества.



Жизненный цикл инноваций охватывает четыре этапа

- На первом этапе осуществляются фундаментальные исследования в научных организациях, в результате которых формируются новые научные познания.
- Для второго этапа характерны прикладные и экспериментальные исследования, имеющие практическую направленность. На данном этапе велика вероятность получения отрицательных результатов, поэтому разработки новшеств носят нередко рискованный характер.
- На третьем этапе подготавливается конструкторско-технологическая документация, а промежуточные результаты инноваций представляются опытными образцами новых изделий, опытным использованием новых технологий.
- Четвертый этап — коммерциализация новшества — продолжается от момента запуска его в производство до появления на рынке в качестве товара



Рынок новшеств, который можно рассматривать как своеобразный рыночный сегмент, выполняет ряд функций

- Информационную
 - Посредническую
 - Ценообразующую
 - Регулирующую
 - Санирующую
-



Информационная функция.

- Рынок сравнивают иногда с гигантским компьютером, который собирает и обрабатывает громадный объем первичной информации о состоянии рыночной среды и выдает обобщенные показатели, необходимые предпринимателю для принятия решений.
- Примером такой информации могут быть данные о динамике рыночных цен, на основе которой можно сделать выводы о дефиците или излишках ~~определенных видов продукции.~~



Посредническая функция

- В условиях нормальных рыночных отношений и развитой конкуренции потребитель может выбрать приемлемого для него поставщика, а продавец, в свою очередь, — устраивающего его покупателя.
- Благодаря рынку участники воспроизводственного процесса имеют возможность определить целесообразность и взаимовыгодность экономических и технологических связей между ними.



Ценообразующая функция

- В результате взаимодействия продавцов и покупателей рынок устанавливает на товары взаимоприемлемые цены, отражающие общественно необходимые затраты труда и побуждающие производителя новшеств находить пути для снижения издержек производства.



Регулирующая функция

- Она считается самой важной и связана с воздействием рынка на такие важнейшие стадии расширенного воспроизводства, как производство, обмен, потребление и накопление.
- Благодаря регулирующей функции формируется оптимальная структура экономики, развивается конкуренция производителей новшеств.



Санирующая функция

- Жесткая конкурентная борьба позволяет экономике избавиться от экономически слабых, хронически «больных», неперспективных предпринимательских структур и открыть путь высокоэффективным хозяйственным единицам, уделяющим должное внимание инновационной деятельности.
-



Инновационная деятельность

— это процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новом или усовершенствованном продукте, продаваемом на рынке, в новом или усовершенствованном технологическом процессе, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные исследования и разработки.



В связи с инновациями различают две модели предпринимательства

- Классическая модель — это предпринимательство традиционное, репродуктивное, рутинное.
В рамках такой модели приводятся в действие внутренние резервы предприятия для увеличения прибыли и повышения рентабельности. Успех такого предпринимательства часто увязывают с субсидированием, со стороны органов власти.
- Инновационная модель — это продуктивное предпринимательство. Оно предполагает поиск таких путей развития предприятия, в основу которых положены инновации или новшества, доведенные до стадии конечного использования.



По степени новизны инновации подразделяют

- **Базисные** инновации реализуют крупные изобретения и являются основой для формирования новых поколений и направлений развития техники
 - **Улучшающие** инновации связаны с внедрением мелких и средних изобретений и преобладают на стадиях распространения и стабильного развития научно-технического цикла
 - **Псевдоинновации** направлены на частичное улучшение устаревших видов техники и технологии
-




По причинам возникновения инновации подразделяют

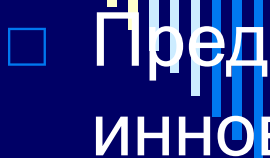
- **Реактивные** инновации направлены на выживание фирмы, они появляются как реакция на радикальные инновационные преобразования, осуществляемые конкурентами.
- **Стратегические** инновации носят упреждающий характер и направлены на получение значительных конкурентных преимуществ в перспективе.



- Побудительным мотивом развития инноваций на предприятии является стремление снизить издержки предпринимательской деятельности и увеличить массу прибыли в условиях жесткой рыночной конкуренции. В процессе использования устаревших технологий и техники издержки формируются на уровне выше средних и предпринимательство может стать убыточным, если конкуренты сумели найти пути завоевания рынка сбыта на основе снижения издержек производства и низких цен предлагаемых продукции и услуг.

- 
- Отсюда у каждого предприятия возникает необходимость создавать конкурентные преимущества, а это возможно осуществить за счет использования такого инструмента, каким являются инновации. При этом чем быстрее осуществляется инновационный процесс, тем больше вероятность успешной деятельности. Обновление продукции, своевременное появление ее на рынке увеличивает вероятность получения прибыли, способствует повышению эффективности предпринимательства и развитию национальной экономики.
-

-
- На развитие инновационных процессов влияют различные группы факторов: экономические, технологические, политические, правовые, организационно-управленческие, социально-психологические, культурные.
 - Одни факторы способствуют инновационной деятельности, другие — препятствуют. В группе экономических и технологических факторов положительное влияние на инновационную деятельность предприятия оказывает наличие необходимых финансовых ресурсов, материально-технических средств, прогрессивных технологий, хозяйственной и научно-технической инфраструктуры.
 - Препятствуют инновационной деятельности отсутствие или недостаток средств для инвестиций, слабость материальной и научно-технической базы, преобладание интересов текущего производства и т.д.
-

- 
- Предприятие-инноватор разрабатывает инновационный проект в своих структурных подразделениях или же на основе контракта привлекает организацию, специализирующуюся на инновационном предпринимательстве. В случае осуществления крупных инновационных проектов предпочтителен второй вариант.
 - Финансирование инноваций осуществляется за счет собственных, заемных или привлеченных средств, внебюджетных фондов, бюджетов различных уровней.
-



Следствием инновационной деятельности является эффект от производства, реализации и использования инновационного продукта

- информационный
 - ресурсный
 - экологический
 - социальный
 - экономический
-



Информационный эффект

- заключается в накоплении новых знаний, трудовых навыков, передового технологического и организационного опыта
- Благодаря этому виду эффекта развивается научно-технический и интеллектуальный потенциал общества
-

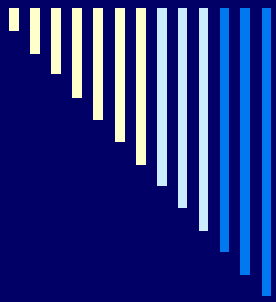


Ресурсный эффект

- связан с возмещением дефицитных ресурсов, вовлечением в хозяйственный оборот ранее не используемых ресурсов

Показателями ресурсного эффекта являются высвобождение рабочей силы, комплексность использования сырья и др.

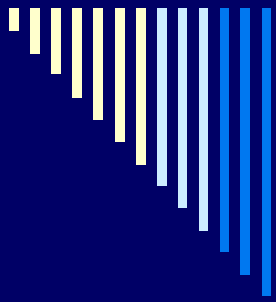
Экологический эффект



- оценивается изменением состояния окружающей среды в результате технических нововведений и может быть как положительным, так и отрицательным

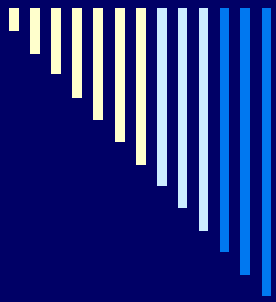
Показателями этого эффекта могут быть уровни концентрации вредных веществ в почве, водном и воздушном бассейнах, ядерных излучений, промышленного и транспортного шума и др.

Социальный эффект



- проявляется в создании благоприятных условий для всестороннего развития личности, применения гражданами своих творческих сил и способностей
Социальный эффект находит свое выражение в сокращении тяжелого физического труда, увеличении свободного времени, повышении материального и культурного уровня жизни народа, в охране здоровья и др.

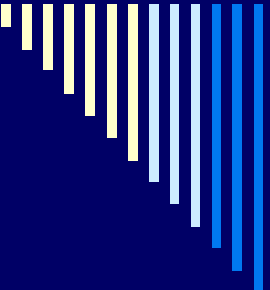
Экономический эффект



- Экономия общественного труда:
 - снижение себестоимости единицы продукции, работ и услуг,
 - снижение эксплуатационных затрат,
 - снижение удельных капитальных вложений.

- Объемный экономический эффект:
 - удовлетворение новых общественных потребностей,
 - возрастание на этой основе объема реализации,
 - увеличение массы прибыли,
 - рост национального дохода.

- Структурный экономический эффект.
 - сдвиги в распределении ресурсов между различными сферами приложения труда,
 - территориями,
 - отраслями.



Целесообразность осуществления инновационной деятельности определяется путем расчета годового экономического эффекта

- Годовой экономический эффект представляет собой суммарную экономию живого труда, материалов, капитальных вложений, которая является следствием производства и внедрения новой продукции
 - При расчетах должна обеспечиваться сопоставимость различных вариантов по объему производимой продукции, качественным параметрам, фактору времени, социальным факторам производства и использования продукции, в том числе по влиянию на окружающую среду.
-