

Бурунов Жавхар, магистрант ТФИ

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ

Мақолада инновацион тадбиркорлик фаолиятини тартибга солиш, турли шароитларда улар фаолиятини бошқаришни ташкил этишнинг илмий-назарий асослари тадқиқ этилган.

Калим сўзлар: инновацион тадбиркорлик, бозор шароитлари, рискларни молиялаштириш, дастлабки назорат, инновацион салоҳият, венчур фирмалар, инновацион бошқарув

В статье рассматриваются научные и теоретические основы организации инновационной предпринимательской деятельности, управления их деятельностью в разных условиях.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, рыночных условиях, рисковое финансирование, предварительный контроль, инновационного потенциал, венчурны фирм, инновационный менеджмент.

The article discusses the scientific and theoretical foundations of the organization of innovative entrepreneurial activity, the management of their activities in different conditions.

Key words: innovative entrepreneurship, market conditions, risk financing, preliminary control, innovative potential, venture firms, innovation management.

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений. Как правило, в основе предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. Инновации служат специфическим инструментом предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур. П. Дракер отмечает, что “предпринимателей отличает инновационный тип мышления. Инновационность - особый инструмент предпринимательства”[1].

Инновационное предпринимательство - это особый новаторский процесс создания чего-то нового, процесс хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации. Оно связано с готовностью предпринимателя брать на себя весь риск по осуществлению нового проекта или улучшению существующего, а также возникающую при этом

финансовую, моральную и социальную ответственность. Инновационное предпринимательство - это высшая стадия предпринимательской деятельности, предоставляющая клиентам новые решения их проблем, а также выявляющая новые инновационные возможности для собственного бизнеса, т.е. решения внутренних проблем. В общем плане его можно определить как общественный технико-экономический процесс, приводящий к созданию лучших по своим свойствам товаров и технологий путем практического использования нововведений. Слово “инновация” происходит из латыни и означает “восстановление”. Однако общей особенностью этих определений является создание чего-то нового, мысли, идеи. Это знание также может определить инновацию как отражение творчества и оригинальность создателей при создании чего-то нового[2].

Крупные фирмы, желая удержать уже приобретенные позиции на рынке и в производстве, т.е. опасаясь за свои завоевания, идут по пути незначительных модификаций и улучшения старой продукции, а не создания новой. Для них нововведения означают лишь увеличение прибыли или расширение рынков, а для мелких фирм введение новшеств в прямом смысле связано с их существованием.

Большинство выдающихся изобретений нашего века увидели свет благодаря небольшим компаниям и лишь по прошествии известного времени стали производиться крупными корпорациями. И это неудивительно. По данным американских ученых, 70 -80% всех исследований и разработок “умирают” уже на первой стадии, затем процент “смертности” снижается, а оставшиеся идеи приобретают более или менее коммерческую ценность и практическую осуществимость. Около 80 новых продуктов, поступающих на рынок, вообще не имеют успеха и снимаются с производства. И крупные, и мелкие фирмы, связанные с научными исследованиями и разработками, заинтересованы в сотрудничестве друг с другом. Для крупных корпораций это возможность, во-первых, быстрого и относительно дешевого получения результатов, требующих лишь минимальной доработки, а во-вторых, снижения степени риска для проведения аналогичных НИОКР собственными силами. Для небольших предприятий - это повод решить многие проблемы, связанные с завершением работ и выходом на рынок, поскольку крупные фирмы в данном случае выступают как организаторы и источники финансирования.

Существует несколько форм кооперации малого и крупного бизнеса:

- работа по заказам крупных фирм;
- создание мелких новаторских фирм самим крупным бизнесом;
- включение мелких исследовательских фирм в комплекс крупных

корпораций;

- рисковое финансирование.

Мелкие внедренческие фирмы являются как бы связующим звеном между фундаментальными и прикладными исследованиями. Поэтому они часто основываются учеными, ранее работавшими в университетах или крупных лабораториях, а также инженерами, работавшими в крупных фирмах и желающими самостоятельно воплотить свои идеи в жизнь. Важной особенностью и преимуществом научных исследований в крупных фирмах являются многоцелевые исследования. Научные подразделения в таких фирмах имеют возможность объединить у себя ученых по многим отраслям знаний для того, чтобы при решении поставленных задач не было недостатка знаний в каком-либо направлении науки и при неэффективности одного направления можно было перейти на другое. Это также позволяет вести параллельную разработку нескольких нововведений, что дает возможность выбрать из ряда законченных наиболее удачные и подходящие для своевременного выхода на рынок.

В рыночных условиях крупные фирмы получают преимущества на капиталоемкой стадии - при освоении инновации и подготовке массового производства, когда зачастую необходимо вводить новые производственные мощности, и добиваются успеха после появления инновации на рынке и возмещения всех затрат на ее освоение.

Эффективность средних и малых фирм, занимающихся научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками, чаще бывает немного выше, чем у крупных организаций, при освоении того или иного нововведения, которое не требует значительных средств и больших коллективов, когда небольшая группа специалистов может работать без использования сложного и дорогостоящего исследовательского оборудования.

Оценка потенциала организации - это оценка ее возможностей для осуществления инновации, в которую может перерасти та или иная инвенция. Каждая организация имеет какие-то особенности, которые могут одну и ту же инновационную идею сделать либо возможной для реализации, причем с большим коммерческим успехом, либо абсолютно невозможной.

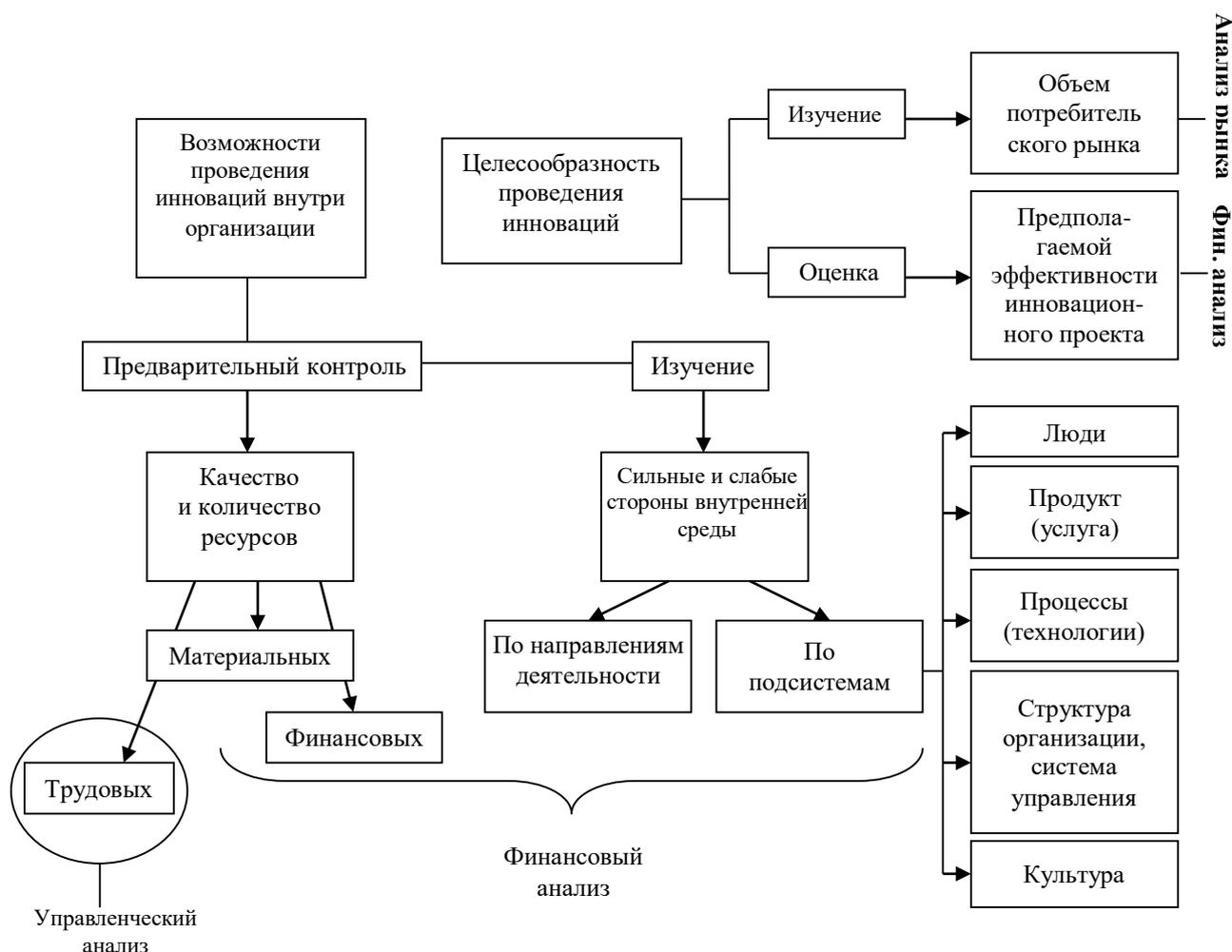


Рисунок 1. Оценка инновационного потенциала организации и целесообразности проведения инноваций[3].

Успех малого предпринимательства можно объяснить следующими причинами. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы могут конкурировать с крупными концернами в специфических направлениях: они занимаются разработкой и освоением инновации в тех областях, которые кажутся для крупных фирма или неперспективными, или слишком рискованными. Малые фирмы охотно берутся за освоение оригинальных нововведений, поскольку при выпуске принципиально новой продукции снижается значение крупных научных подразделении с устоявшимися направлениями исследований.

Малые фирмы, как правило, стремятся любыми средствами выйти на рынок и завоевать определенное положение. Крупные же фирмы иногда не осваивают даже изобретение, разработанное в собственных научных подразделениях, ввиду риска получения недостаточно высокой нормы прибыли, которая может не покрыть потери, рывший президент “Бэлл лабораториз” г-н Боде писал по этому поводу, что “существование монополий существенно

затормаживает темп освоения нововведений. Это может быть обусловлено желанием монополиста защитить свои вложения в то, что он уже имеет, или же просто отсутствием стимула конкуренции”.

Большое число крупных фирм концентрирует свои усилия на другой форме использования научно-технического потенциала - приобретении акций и поглощении малых фирм, освоивших выпуск какого-либо нового продукта или технологии и уже доказавших их дееспособность на рынке. Часто таким образом крупные фирмы решают вопрос о переходе на более прогрессивную технологию производства или выходе на другой рынок. В этих случаях они напрямую привлекают результаты деятельности других фирм. Речь идет о широком применении внутреннего венчура, т.е. предоставление широкой автономии научным группам или подразделениям. Образование таких венчурных групп дает возможность использовать преимущества внедрения НИОКР в небольших научных организациях при одновременном использовании мощного научно-технического потенциала крупной фирмы.

Можно выделить следующие группы малых предприятий по состоянию их развития. Предприятия на начальной стадии инновационного процесса. Их оборот определяется получаемыми ими из государственных или негосударственных источников средствами на НИОКР и составляет десятки миллионов в год. Если рассматривать инновацию как конечный результат, то она должна иметь где-то свое начало, исток, и этим началом является какая-то идея, замысел, изобретение. Как отмечает американский экономист Джеймс Братт: “Инновационный процесс - единственный в своем роде процесс, объединяющий науку, технику, экономику, управление, предпринимательство”[4].

При разработке реализации инновационного процесса принимают участие работники различных специальностей, квалификации, культуры. Этим и определяется сложность координации инновационной деятельности. Инновационный процесс это деятельность, в которой изобретение или предпринимательская идея получают экономическое содержание.

В зависимости от того, где применяется инновация - внутри фирмы или за ее пределами различают три вида инновационного процесса:

- простой внутриорганизационный;
- простой межорганизационный;
- расширенный.

Никаких отношений по собственности с ее обладателем они не имеют, хотя предприятия уже реализуют свою продукцию на отечественном или зарубежном рынке. Для них характерно то, что значительная часть оборота образуется за счет объема продаж проекта или предоставляемых услуг. Так как такой уровень

оборота недостаточен для самообеспечения, то предприятие “подзарабатывает” на коммерции, на “отверточных техноло-гиях”, пользуется площадями и оборудованием “материнской структуры”. Однако оно уже заключает договоры о совместной деятельности, оплачивает коммунальные расходы.

В зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на продуктовые и процессные. Продуктовые инновации включают применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально новых продуктов. Процессные инновации означают новые методы организации производства. Процессные инновации могут быть связаны с созданием новых организационных структур в составе предприятия.

По типу новизны для рынка инновации делятся на: новые для отрасли в мире; новые для отрасли в стране; новые для данного предприятия. Общая схема классификации инноваций по технологическим параметрам, месту расположения.

Если рассматривать предприятие как систему, можно выделить:

- инновации на входе в предприятие;
- инновации на выходе с предприятия;
- инновации системной структуры предприятия;

В зависимости от глубины вносимых изменений выделяют инновации: радикальные; улучшающие; модификационные.

Перечисленные виды инноваций отличаются друг от друга по степени охвата стадий жизненного цикла.

Зарубежными учеными из научно-исследовательского института системных исследований разработана расширенная классификация инноваций с учетом сфер деятельности предприятия, в которой выделены инновации: технологические; производственные; экономические; торговые; социальные; в области управления. Достаточно полную классификация инноваций предложил А.И. Пригожин: По распространенности:

- единичные;
- диффузные.

Диффузия - это распространение уже однажды освоенного новшества в новых условиях или на новых объектах внедрения. Именно благодаря диффузии происходит переход от единичного внедрения новшества к инновациям в масштабе всей экономики. По месту в производственном цикле: сырьевые; обеспечивающие; продуктовые.

По преимущества: замещающие, отменяющие, возвратные открывающие, ретровведения.

По охвату: локальные, системные, стратегические

По инновационному потенциалу и степени новизны: радикальные, комбинаторные, совершенствующие. Два последних направления классификации, учитывающие масштаб и новизну инноваций, интенсивность инновационного изменения в наибольшей степени выражают количественные и качественные характеристики инноваций и имеют значение для экономической оценки их последствий и обоснования управленческих решений.

Функции инновационного менеджера выполняются либо традиционным менеджером, либо специалистом, приглашенным со стороны. Например, из консалтинговой фирмы.

Создание венчурных фирм предполагает наличие следующих компонентов:

- идеи инновации - нового изделия, технологии;
- общественной потребности и предпринимателя, готового на основе предложенной идеи организовать новую фирму;
- рискованного капитала для финансирования подобных фирм.

Венчурное финансирование осуществляется в двух основных формах - путем приобретения акций новых фирм либо посредством предоставления кредита различного вида, обычно с правом конверсии в акции.

Венчурный капитал представляет собой вложение средств не только крупных компаний, но и банков, государства, страховых, пенсионных и других фондов, в сферы с повышенной степенью риска, в новый расширяющийся или претерпевающий резкие изменения бизнес.

В отличие от других форм инвестирования, данная форма обладает рядом специфических черт, а именно:

Долевое участие инвестора в капитале компании в прямой или опосредованной форме.

Предоставление средств на длительный срок.

Активная роль инвестора в управлении финансируемой фирмой.

Специфика рискованного предпринимательства заключается прежде всего в том, что средства предоставляются на безвозвратной, беспроцентной основе, не требуется и обычного при кредитовании обеспечения. Переданные в распоряжение венчурной фирмы ресурсы не подлежат изъятию в течение всего срока действия договора. Возврат вложенных средств и реализация прибыли происходит в момент выхода ценных бумаг фирмы на открытый рынок.

В течение обусловленного срока внутренний венчур должен провести разработку новшества и подготовить новый продукт или изделие к запуску в массовое производство. Как правило, это производство нетрадиционного для данной фирмы изделия.

Внутренний рискованный проект должен служить и изысканию новых рынков. Если проект окажется успешным, подразделение может быть реорганизовано для массового выпуска данного изделия в рамках той же фирмы, продано другой или передано другим подразделениям. Научно-технические разработки имеют приоритетное значение. Однако, инновационный бизнес не является занятием чистой наукой или изобретательством.

На Западе инновационные фирмы возглавляют инженер, являющийся автором технической стороны проекта, и менеджер, имеющий организационный и коммерческий опыт. Механизм такого союза формируется из-за скептического отношения крупных компаний к рискованным проектам. Не получив возможности реализовать новшество на своем предприятии, менеджер увлекается новой идеей, оставляет прежнее место работы. После этого он пытается реализовать эти идеи как независимый предприниматель.

Фирмы - эксплореры получили название “пионерских”. Они работают в “окрестностях” этапа максимума цикла изобретательской активности и с самого начала выпуска продукции. Венчурные фирмы и фирмы - эксплореры создали условия для научно-технических сдвигов в современной западной экономике.

Фирмы - эксплореры, как и венчурные, невелики по размерам.

Перед фирмой - эксплорером возникает проблема объема производства, когда привлекательная для рынка новинка уже создана. Для этого эксплореры заключают альянс с крупной фирмой. Эксплорент не может самостоятельно тиражировать зарекомендовавшие себя новшества. Промедление же с тиражированием грозит появлением копий или аналогов. Союз же с мощной фирмой позволяет добиться выгодных условий и даже сохранения известной автономии. Выбор такого партнера зависит от специфики потребителя.

При ориентации на узкий сегмент рынка - это будут фирмы-пациенты.

Фирмы-пациенты работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств. Они действуют на этапах роста выпуска продукции и одновременно на стадии падения изобретательской активности. Требования к качеству и объемам продукции у этих фирм связаны с проблемами завоевания рынков. Возникает необходимость принимать решения о проведении или прекращении разработок, о целесообразности продажи и покупки лицензий и т.п. Эти фирмы прибыльны. В то же время существует вероятность принятия неверного решения, ведущего к кризису. В таких фирмах целесообразна должность постоянного инновационного менеджера, призванного обезопасить их деятельность.

Главная цель инновационного менеджера - снизить риск в жизнедеятельности фирмы и создать комфортные условия работы для

сотрудников.

В сфере крупного стандартного бизнеса действуют фирмы - виоленты.

Фирмы - виоленты - фирмы с “силовой” стратегией. Они обладают крупным капиталом, высоким уровнем освоения технологии. Виоленты занимаются крупносерийными и массовым выпуском продукции для широкого круга потребителей, предъявляющих “средние запросы” к качеству и удовлетворяются средним уровнем цен. Виоленты работают в “окрестностях” максимума выпуска продукции. Их научно-техническая политика требует принятия решений о сроках постановки продукции на производство; о снятии продукции с производства; об инвестициях и расширении производства; о замене парка машин и оборудования.

Как и фирмы - пациенты, виоленты прибыльны. Прибыльность - неперемное условие деятельности фирм. Они должны иметь должность инновационного менеджера и быть очень осторожны в изменении своей политики.

Средним и мелким бизнесом, ориентированным на удовлетворение местно-национальных потребностей, занимаются фирмы-коммутанты.

Фирмы-коммутанты действуют на этапе падения цикла выпуска продукции. Их научно-техническая политика требует принятия решений о своевременной постановке продукции на производство, о степени технологической особенности изделий, выпускаемых виолентами, о целесообразных изменениях в них согласно требованиям специфических потребителей.

Инновационный менеджер такой фирмы должен хорошо разбираться в специфике покупателя товара, сложившейся ситуации на рынке, точно, оперативно и достоверно предвосхищать возможные кризисы. Организационная схема управления фирмами зависит от их особенностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Степанова Ю.Н., Лесникова М.С. Роль инноваций в современном развитии Российского общества // Международный студенческий научный вестник. - 2017. - № 6.;
2. Organizing Innovation Activities in Company. Viliam Lendel, Dominika Moravčíková, Martin Latka. Procedia Engineering Volume 192, 2017, Pages 615-620. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877705817326528>
3. Камчатников Г.В Развитие малого инновационного предпринимательства в России и его организационно-экономическое обеспечение. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. 2015 г.
4. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Алексеев. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - С 247 .