

**ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИЙ И ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ
THE CONCEPT OF INNOVATION AND APPLICATION OF INNOVATION IN
THE RETAIL TRADE**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности применения инноваций в торговой деятельности

Annotation: the article deals with peculiarities of application of innovations in trade activities

Ключевые слова: понятие инноваций, риски в инновационной деятельности, экономические и социальные оценки инноваций

Keywords: the concept of innovation, risks in innovation activity, economic and social evaluation of innovation

Принято считать, что понятие "нововведение" является русским вариантом английского слова. Буквальный перевод с английского означает "введение новаций" или в нашем понимании этого слова "введение новшеств". Под новшеством понимается новый порядок, новый обычай, новый метод, изобретение, новое явление. Русское словосочетание "нововведение" в буквальном смысле "введение нового" означает процесс использования новшества.

В повседневной практике, как правило, отождествляют понятия новшество, новация, нововведение, инновация, что вполне объяснимо. Любые изобретения, новые явления, виды услуг или методы только тогда получают общественное признание, когда будут приняты к распространению (коммерциализации), и уже в новом качестве они выступают как нововведения (инновации).

Под инновациями в широком смысле понимается прибыльное (рентабельное) использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера.

Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его использования принято называть жизненным циклом инновации. С учетом последовательности проведения работ жизненный цикл инноваций рассматривается как инновационный процесс. 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 технологическо-конструкторская 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.

Жизненный цикл товара завершается исчезновением этого товара с рынков сбыта.

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

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 взаимоприемлимые 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.

Одной из приоритетных целей большинства стран мира является обеспечение долгосрочного экономического роста. Имеется в виду производство большего количества и лучшего качества товаров и услуг и, как следствие, более высокий уровень жизни населения.

Экономический рост является результатом успешной деятельности предприятий всех отраслей национальной экономики и зависит в значительной мере от инновационной деятельности предприятий.

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.

Развитие инновационной деятельности предприятий в России чрезвычайно осложнено неприспособленностью прежней системы управления инновациями к новым условиям хозяйствования. Инновационная политика предприятий должна быть направлена на увеличение производства принципиально новых видов продукции и технологий, расширение сбыта отечественных товаров.

В связи с инновациями различают две модели предпринимательства: классическую и инновационную.

Классическая модель — это предпринимательство традиционное, репродуктивное, рутинное. Предприниматель в рамках такой модели приводит в действие внутренние резервы предприятия для увеличения прибыли, повышения рентабельности. Успех предпринимательства по этой модели часто увязывают с субсидированием, протекционизмом со стороны федерального правительства и региональных органов власти. Вторая модель представляется инновационным (продуктивным) предпринимательством. При этом предполагается поиск таких путей развития предприятия, в основу которых положены инновации или новшества, доведенные до стадии конечного использования.

По степени новизны выделяют инновации базисные, улучшающие и псевдоинновации.

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.

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 добавочной прибыли, которую называют научно-технической рентой.

Таким образом, используя инновации, предприятие снижает издержки, наращивает объемы производства, завоевывает рынки сбыта, увеличивает массу 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 инфра-структуры; препятствуют инновационной деятельности — отсутствие или недостаток средств для инвестиций, слабость материальной и научно-технической базы, преобладание интересов текущего производства и т. д. Аналогичные примеры можно

приводить и по другим группам факторов.

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 предпочтительнее второй вариант.

Финансирование инноваций осуществляется из тех же источников, что и финансирование любых инвестиций, т. е. самофинансирование, заемные средства, привлеченные средства, прочие смешанные или нетрадиционные источники, внебюджетные фонды, бюджеты различных уровней.

Риск является элементом результатов исполнения любого хозяйственного решения в силу того, что неопределенность неизбежное условие хозяйствования. Предпринимательская деятельность всегда сопряжена с риском, который обусловлен наличием ряда факторов, воздействие которых на результаты деятельности нельзя заранее точно определить.

Предпринимательство связано с неопределенностью экономической конъюнктуры, вытекающей из непостоянства спроса-предложения на товары, деньги, факторы производства, из многовариантности сфер приложения капиталов и разнообразия критериев предпочтительности инвестирования средств, из ограниченности знаний о сферах бизнеса и коммерции и многих других обстоятельствах.

Экономическое поведение предпринимателя при рыночных отношениях основано на выбираемой на свой риск реализуемой индивидуальной программе предпринимательской деятельности в рамках возможностей. Каждый участник рыночных отношений изначально лишен заранее известных однозначно заданных параметров, гарантий успеха: обеспеченной доли участия в рынке, доступности к производственным ресурсам по фиксированным ценам, устойчивости покупательной способности денежных единиц, неизменности норм и нормативов и других инструментов предпринимательской и другой экономической деятельности.

Инновационная деятельность в большей степени, чем другие направления предпринимательской деятельности, сопряжена с риском, так как полная гарантия благополучного результата в инновационном предпринимательстве практически отсутствует. В крупных организациях этот риск, однако, значительно меньше, поскольку перекрывается масштабами обычной хозяйственной деятельности (отлаженной и чаще всего диверсифицированной).

Высокий риск сопровождается, как правило, и высокой его компенсацией: возможная норма прибыли от внедрения инновационных проектов гораздо выше обычной,

получаемой при осуществлении других видов предпринимательской деятельности. Именно это и позволяет инновационной сфере существовать и развиваться. Риск инновационной деятельности тем выше, чем более локализован инновационный проект; если же таких проектов много и они в отраслевом плане рассредоточены, согласно закону больших чисел риск минимизируется и вероятность успеха инновационного предпринимательства возрастает. При этом прибыль от реализации успешных инновационных проектов настолько велика, что перекрывает затраты по всем остальным неудавшимся разработкам.

В общем виде риска инновационном предпринимательстве можно определить как вероятность потерь, возникающих при вложении предпринимательской фирмой средств в производство новых товаров и услуг, в разработку новой техники и технологий, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, а также при вложении средств в разработку управленческих инноваций, которые не принесут ожидаемого эффекта.

Одной из причин возникновения *риска ошибочного выбора инновационного проекта* является необоснованное определение приоритетов экономической и рыночной стратегии предпринимательской фирмы, а также соответствующих приоритетов различных видов инноваций, способных внести вклад в достижение целей предприятия. Это может произойти в силу ошибочной оценки роли краткосрочных и долгосрочных интересов собственников предприятия. Если собственники предприятия стремятся к быстрейшему нарастанию капитала или к распределению прибылей от его деятельности в пользу других предприятий, владельцами которых они являются, то в этом случае долгосрочная экономическая цель реализации инновационного проекта в виде максимизации доли предприятия на рынках сбыта не будет достигнута.

Специалисты также могут ошибиться в оценке современного финансового состояния предприятия и его перспектив на рынке. Положение предприятия может оказаться таким, что поставленные в инновационном проекте цели необходимо будет пересматривать. Поэтому целью реализации инновационного процесса должно стать освоение ресурсосберегающих технологий. Однако предприятием уже могут быть произведены определенные расходы для осуществления первоначальной цели проекта и при изменении характера инновационного проекта эти расходы окажутся излишними, и кроме этого возникнет потребность в дополнительных, ранее не предусматривавшихся расходах.

Следующей причиной возникновения риска неправильного выбора цели инновационного проекта может явиться ошибочная оценка рынка потребления. Данная причина характерна для так называемых “авторских” инновационных проектов,

разрабатываемых учеными.

Риски необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования включают в себя нижеследующие.

1. Риск неполучения средств, необходимых для разработки инновационного проекта. Данный риск характерен для ситуаций, когда инновационный проект требует больших финансовых средств, а предприятие не смогло их получить. Этот вид риска возникает в случае, если предприятие не сможет привлечь инвесторов для финансирования проекта, то есть если не сможет убедить их в достаточной эффективности инновационного проекта.

2. При выборе источника финансирования инновационного проекта у предприятий существует три возможных варианта (финансирования. Первый метод— самофинансирование проекта, второй — опора делается на внешние источники финансирования, третий представляет собой комбинацию вышеназванных. Соответственно возникает риск неполучения финансовых средств в результате неправильно выбранного метода финансирования.

На рынке инноваций, как правило, действуют десятки и сотни фирм, что является причиной возникновения *рисков из-за усиления конкуренции инновационных предприятий (фирм)*, научно-исследовательских организации. Причинами возникновения данного вида риска могут быть следующие:

- утечка конфиденциальной информации либо по вине сотрудников фирмы, либо в результате промышленного шпионажа, предпринятого конкурентами;
- несовершенство маркетинговой политики, то есть неправильный выбор рынков сбыта и неполная информация о конкурентах или отсутствие достоверной информации о конкурентах;
- замедленное внедрение нововведений по сравнению с конкурентами из-за отсутствия необходимых средств для проведения научно-исследовательских работ, внедрения новых технологий, освоения производства новых высококачественных и конкурентных товаров;
- недобросовестность конкурентов, заключающаяся в использовании в процессе конкурентной борьбы методов недобросовестной конкуренции;
- появление на рынке производителей из других отраслей, предлагающих однотипные, взаимозаменяемые товары, способные удовлетворить спрос потребителей;
- выявление непредвиденных функционально однородных заменителей производимых товаров в отрасли, в которой действует данная фирма;
- появление местных новых фирм-конкурентов; экспансия на местный рынок

производимого продукта или его аналогов со стороны зарубежных экспортеров.

Следующая группа рисков, возникающих в процессе инновационной деятельности, — это *маркетинговые риски, связанные со снабжением и сбытом*. Данные риски в первую очередь обусловлены техническим и особенностями инновационного проекта. В некоторых случаях для его реализации требуются уникальное оборудование или высококачественные комплектующие или материалы, которые также требуют разработки и освоения. Поэтому в некоторых случаях перед предприятием встает проблема поиска поставщиков, способных разработать подобные уникальные ресурсы для инновационного проекта. Иногда таких поставщиков нет на отечественном рынке и предпринимательской фирме приходится выходить с предложениями на международный рынок, что влечет за собой дополнительные затраты, а также появление рисков, связанных с внешнеэкономической деятельностью. Сюда же можно отнести риск, связанный с тем, что поставщики, на которых рассчитывало предприятие при проектировании инновационного проекта, откажутся от своих обязательств, и предприятие не сможет получить (приобрести) оборудование, сырье, материалы, комплектующие изделия по ценам, которые были заложены в проекте. В данном случае затраты предприятия при разработке инновационного проекта могут значительно увеличиться, а ожидаемый экономический эффект значительно снизиться. Это произойдет и в случае невыполнения поставщиками своих обязательств по срокам, по качеству предоставляемых услуг и т. п.

Активная инновационная политика хозяйствующих субъектов, проявляющаяся в освоении производства принципиально новых видов продукции и технологий, а также в расширении на этой основе рынков сбыта отечественных товаров, позволяет обеспечить увеличение валового внутреннего продукта, способствует развитию научно-технического потенциала, формированию современных технологических укладов в отраслях экономики, вытеснению устаревших укладов и повышению конкурентоспособности продукции. Действительная новизна продукта или процесса должна всегда приводить к положительному эффекту от его использования.

Эффективность нововведений как составной части научно-технического прогресса измеряется отношением эффекта к обусловившим его затратам и по своему содержанию является социально-экономической.

Социально-экономическая эффективность — это совокупность отношений по поводу достижения конечного социального результата — более полного удовлетворения потребностей общества в продуктах, услугах и информации для обеспечения роста благосостояния и всестороннего, гармоничного развития личности. Для достижения этих целей необходимы соответствующие ресурсы, поэтому экономические и социальные

показатели эффективности имеют свои специфические оценочные особенности.

Показатель эффективности инноваций является количественной и качественной оценкой результативности нововведений. Эффект инноваций — своеобразный продукт, следствие нововведения, являющийся составной частью и основой эффекта производства, но выражается не в увеличении объемов производства, а в экономии рабочего времени, преобразовании труда, отдельных сторон жизнедеятельности и существования человека.

Таким образом, следствием инновационной деятельности является эффект от производства, реализации и использования инновационного продукта. Различают следующие виды эффекта:

- ◆ 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.

С ресурсным тесно увязан *экологический эффект*. Экологический эффект может быть положительным и отрицательным. Он оценивается изменением состояния окружающей среды в результате технических нововведений. Это показатели уровня 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 подразделяют на три вида:

1. Экономия общественного труда.
2. Объемный экономический эффект.
3. Структурный экономический эффект.

Экономия общественного труда проявляется в снижении себестоимости единицы продукции, работ и услуг, эксплуатационных затрат, удельных капитальных вложений.

Объемный экономический эффект связан с удовлетворением новых общественных потребностей, возрастанием на этой основе объема реализации, массы прибыли и национального дохода.

Структурный экономический эффект обусловлен сдвигами в распределении ресурсов между различными сферами приложения труда, территориями, отраслями. Это происходит на основе развития внутрироссийского рынка и международных экономических связей.

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 и которая, в конечном итоге, выражается в увеличении национального дохода.

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.

Список литературы:

1. Сикерин В.Д. Инновационный маркетинг: учебник. - / В.Д Сикерин.- М.: Инфра-М, 2012.- 269 с.
2. Гондаренко О.Г. Маркетинговое исследование эффективности привлечения и удержания покупателей в торговле [Текст] / О.Г. Гондаренко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2011. – № 1(33).
3. Штезель А.Ю. Инновационные решения в сфере маркетинговых коммуникаций./ А.Ю.Штезель, М.А.Родик // Современная экономика и управления: альтернативы и инновации Материалы международной научно-практической конференции (28–29 ноября 2012 г.). – Волгоград : ВОЛГУ, 2012.
4. Родик М.А. Инновационные инструменты Интернет-маркетинга./ М.А. Родик, А.Ю. Штезель// Актуальные проблемы общественных наук: экономика, педагогика, право и культурология Материалы международной заочной конференции (30–31 мая 2013 г.). – Волгоград : ВОЛГУ, 2013.