нения, превышающие нормативное значение, свидетельствуют о необходимости поднастройки программы маркетинга.

Широкое использование современных маркетинговых технологий будет способствовать повышению обоснованности стратегических и оперативных решений в области маркетинг – менеджмента предприятия.

Список литературы

1. Анн Х., Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов/ Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2005.

2. Анискин Ю.П., Павлова А.М. Планирование и контроллинг. – М.: Омега – Л, 2005.

3. Амблер Тим. Маркетинг и финансовый результат: Новые метрики богатства компании / Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2003.

4. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. – М.: Экономистъ, 2005.

5. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. – М.: Изд-во ЭКСМО, 2005.

6. Портер Майкл Э. Конкуренция/Пер. с англ. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2005.

7. Соловьев Б.А. Маркетинг. – М.: ИНФРА – М, 2005.

8. Экономика предприятия: Учебник для вузов/Под ред. акад. В.М. Семенова. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2008.



Миронова Валентина Сергеевна канд. экон. наук, доц.

КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ В РАЗРЕЗЕ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Официальное российское определение понятия «инновация» заимствовано из международных стандартов, известных как «Руководство Осло», разработанных в рамках комитета по научно-технической политике Организации экономического сотрудничества и развития, принятых в 1992 г. В этом документе под инновациями понимается сложная и дифференцированная деятельность со многими взаимодействующими компонентами. Оно применимо к технологическим инновациям и охватывает приобретение оборудования, новых технологий, программных средств, поэтому не может рассматриваться как универсальное определение. Уточнение термина происходит в связи с определением результата инновационной деятельности и его структуризацией.

В отечественной практике инновации рассматривают как результат инновационной деятельности. Наличие дискуссионных вопросов по сущности инновации подтверждает необходимость дальнейших научных исследований в экономической науке. На наш взгляд, при выборе подхода к определению сущности инновации необходимо исходить из группировки товаров в национальной экономике.

Интегрированная система макроэкономического анализа и прогнозирования отраслевого и регионального развития включает в себя межотраслевой баланс для обоснования рационального уровня производства на основе показателей конечной продукции и промежуточных работ. При разработке межотраслевого баланса выделяют промежуточное и конечное потребление. Промежуточное потребление – это потоки средств производства, включающие стоимость износа средств труда, отражаемую амортизационными отчислениями, и затраты предметов труда, а конечное потребление – это потоки конечной продукции, направляемые на личное и общественное потребление, накопление, экспорт. Конечная продукция – это продукция, поступающая из сферы производства в область конечного использования, то есть потребления и накопления (10, 168).

Следовательно, в национальной экономике товары группируются на средства производства, относящиеся к промежуточным продуктам, и потребительские товары, являющиеся конечными продуктами. Исходя из этого мы видим, что инновации тоже необходимо дифференцировать по конечному потреблению. Поэтому выбор научного подхода к выяснению сущности инновации обоснованно падает на объектно-дифференцированный подход в разрезе конечного потребления инноваций.

Сущность объектно-дифференцированного подхода к определению понятия инновации состоит в разделении объекта инновационной деятельности предприятия и выделении инноваций в разрезе их конечного потребления.

Рассмотренные в теории инноватики определения понятия «инновация» в отечественной (объектный подход) и зарубежной практике («Руководство Осло») относятся к оборудованию, материалам и технологии. Следовательно, к инновациям во всем мире относят только средства производства, включающие средства труда и предметы труда, которые принадлежат к товарам производственно-технического назначения. На сегодняшний день вообще отсутствует деление инноваций по конечному потреблению.

Инновация является результатом инновационного процесса. Традиционно инновационный процесс представляется как совокупность следующих последовательно выполняемых этапов:

ФИ – ПИ – ОКР – Ос – ПП – М – С,

где ФИ - фундаментальные исследования;

ПИ - прикладные исследования;

ОКР - опытно-конструкторские работы;

Ос - освоение производства новой продукции;

ПП - промышленное производство новой продукции;

М – маркетинг;

С – сбыт.

В рыночных условиях ситуация кардинально изменилась. Новые формы собственности обусловили появление экономической обособленности интересов разработчиков новшеств и производителей инноваций. Между новшеством и инновацией возник рынок. Если в плановой экономике процесс эволюции НИОКР включал в себя кроме фундаментальных, прикладных исследований, опытно-конструкторских работ еще и диффузию результатов НИОКР, то в рыночной экономике диффузия новшеств происходит в новые рынки и поэтому заменяется на маркетинг и сбыт. В рыночных условиях содержание инновационного процесса изменилось, так как для науки формируется рынок новшеств, а для материального производства – рынок инноваций. Поэтому мы предлагаем дополнить инновационный процесс этапами маркетинга и сбыта новшеств (Мн, Сн) и маркетинга и сбыта инноваций (Ми,Си):

ФИ – ПИ – ОКР – Мн – Сн // Ос – ПП – Ми – Си.

С позиции системного подхода инновационный процесс представляет собой единство этапов, непрерывное, последовательное развитие нового знания в новшество и инновацию, их коммерциализацию на этапах марке-

тинга и сбыта на рынках новшеств и инноваций с целью повышения конкурентоспособности продукции и увеличения доли рынка, обеспечивает получение экономического эффекта предприятию-производителю в результате получения новой выгоды.

Национальная инновационная система плановой экономики наряду с самостоятельными отраслевыми НИИ и КБ включала еще различные формы интеграции науки и производства, такие как научно-производственные и производственные объединения, временные межведомственные целевые научно-производственные объединения, постоянные и временные межотраслевые научно-технические комплексы и инженерные центры, научно-технические центры и научно-производственные комплексы в производственных объединениях, комплексные бригады, где производство инноваций осуществлялось на основе разработанного новшества по классической схеме. Создание объединений и комплексов было направлено на реализацию результатов НИОКР в народном хозяйстве и благодаря ликвидации организационных и экономических барьеров, уменьшению сроков пролеживания документации и изготовлению опытных образцов, параллельному проведению работ на различных стадиях позволяло в несколько раз сократить затраты времени на внедрение разработок.

В рыночных условиях таких форм интеграции науки с производством нет. Теперь новшества разрабатываются академическими институтами, научно-исследовательскими организациями, вузами, а инновации производятся на предприятиях. Поэтому разработчики новшеств и производители инноваций экономически обособлены, между ними стоит рынок новшеств. Предприятия покупают новшества для производства инноваций на рынке новшеств. Следовательно, инновационный цикл создания новшества товара включает этапы фундаментальных, прикладных исследований, опытно-конструкторских работ, маркетинга и сбыта новшества:

ФИ – ПИ – ОКР – Мн – Сн.

Бывают случаи, когда предприятия самостоятельно разрабатывают для себя новшества, а затем на их основе производят инновации, тогда инновационный цикл развивается по классической схеме. Поэтому возникает необходимость разделения понятий «новшество» и «инновация».

Мы считаем, что новшество является оформленным результатом фундаментальных, прикладных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, поступающим на рынок новшеств для реализации предприятием-производителем инноваций и проходящим стадии маркетинга и сбыта с целью максимизации прибыли организации-разработчика.

Новшество представляет собой интеллектуальный товар в виде открытия, изобретения, нового научного знания, нового явления, полезной модели, промышленного образца.

Инновация производится на предприятии и является результатом освоения, промышленного производства, маркетинга и сбыта новых продуктов на базе покупного или самостоятельно разработанного новшества, поэтому ее инновационный цикл включает следующие этапы:

Ос – ПП – Ми – Си.

Для отражения специфики производства и использования инноваций производственно-технического назначения (ПТН) и инновационных потребительских товаров (ИПТ), на наш взгляд, следует рассмотреть их инновационный цикл. Под инновационным циклом понимается период времени от поиска новых идей до их прикладного использования или получения конкретного результата.

Инновационные циклы могут быть различной протяженности в зависимости от того, к какой стадии научного поиска обращается потребитель с целью совершенствования способа удовлетворения своей потребности (8, 12). Следовательно, инновационный цикл может охватывать не все этапы, а только некоторые из них. Поэтому по степени полноты следует выделить полный и неполный инновационные циклы. Полный инновационный цикл предприятия, покупающего новшество на рынке, начинается с освоения и включает в себя промышленное производство, маркетинг и сбыт инноваций:

Ос – ПП – Ми – Си,

а при самостоятельной разработке новшества на предприятии:

ПИ – ОКР - Ос – ПП – Ми – Си.

Неполный инновационный цикл связан только с производством и реализацией инноваций и включает в себя следующие этапы:

ПП – Ми – Си.

При этом он может быть разорван и включать не все, а только некоторые из указанных этапов, например, только маркетинг и сбыт или только сбыт. Особенностью инноваций ПТН с полным инновационным циклом выступает вторичное их промышленное использование для производства инноваций ПТН с неполным инновационным циклом. Поэтому мы предлагаем выделить два вида инновационного цикла производства инноваций ПТН: 1) первичный инновационный цикл (полный); 2) вторичный инновационный цикл (неполный).

При первичном инновационном цикле на входе предприятия-производителя находится новшество ПТН, а на выходе – инновации ПТН, предназначенные для предприятий-покупателей, а при вторичном инновационном цикле на входе предприятия-покупателя - инновация ПТН как покупной товар, готовый к промышленному использованию, а на выходе – инновации ПТН, предназначенные для предприятий-покупателей.

Инновации ПТН как результат первичного и вторичного инновационного цикла используются в производстве ИПТ. На входе предприятия-производителя при производстве ИПТ с полным инновационным циклом находится новшество потребительского назначения, а на выходе – ИПТ для конечных потребителей. При неполном инновационном цикле на входе предприятия-покупателя находится инновация ПТН как покупной товар, готовый к промышленному использованию, а на выходе - ИПТ для конечных потребителей.

Следовательно, вход и выход инновационного цикла инноваций ПТН и ИПТ разный, поэтому понятие инновации в зависимости от конечного потребления меняется.

Мы видим, что в рамках вторичного инновационного цикла инновации ПТН находятся на входе и на выходе предприятия, поэтому второй особенностью инноваций ПТН является то, что они обладают дуальностью (двойственностью). Под дуальностью инноваций ПТН мы понимаем вторичное промышленное использование покупных инноваций ПТН на входе предприятия-покупателя для производства инноваций ПТН во вторичном инновационном цикле на его выходе.

Кроме того, мы замечаем, что передача инноваций ПТН с вторичного инновационного цикла на выходе вновь во вторичный инновационный цикл на входе для производства инноваций ПТН происходит бесконечно. Следовательно, третьей особенностью инноваций ПТН, по нашему мнению, выступает бесконечный трансферт этих инноваций.

Таким образом, новыми признаками инноваций по конечному потреблению, которые мы предлагаем ввес-

ти, являются: 1) степень полноты инновационного цикла; 2) дуальность инноваций; 3) бесконечный трансферт инноваций (табл. 1).

Таблица 1

Признаки, отражающие специфические характеристики инноваций по конечному потреблению

Признаки инноваций	Конечное потребление	
	Инновации ПТН	ИПТ
1. Степень полноты инновационного цикла	1.1. Инновации с первичным инновационным циклом. 1.2. Инновации с вторичным инновационным циклом	1.1. ИПТ с полным инновационным циклом. 1.2. ИПТ с неполным инновационным циклом
2. Дуальность инноваций	Есть	Нет
3. Бесконечный трансферт инноваций	Есть	Нет

Для управления инновациями необходима их классификация.

В экономической литературе разработан целый ряд классификаций инноваций. Авторы предлагают различные признаки классификации. Инновации различаются между собой по множеству параметров, разные типы инноваций имеют свои особенности разработки, освоения, производства и сбыта, требуют специфических подходов к управлению.

Особенности инноваций мы связываем с их конечным потреблением, дуальностью инноваций ПТН, степенью их наукоемкости и инновационности, инновационной значимостью для предприятия-покупателя на входе. Поэтому мы предлагаем расширить классификацию инноваций путём введения дополнительных классификационных признаков, позволяющих учесть некоторые особенности инноваций (табл. 2).

Расширенная классификация инноваций по предложенным признакам позволит разработать правильную научную концепцию и рациональные организационно-экономические формы управления инновационной деятельностью на предприятии.

Таблица 2

Предлагаемая классификация инноваций

Признак классификации	Виды инноваций	Отличительные признаки инноваций
1. Дуальность инноваций ПТН	1.1. Инновации ПТН	Есть дуальность
	1.2. ИПТ	Нет дуальности
2. Степень наукоемкости инноваций	2.1. Инновации ПТН	Наукоемкие инновации с удельным весом затрат на покупку патента или разработку новшества свыше 5%
	2.2. ИПТ	Наукоемкая продукция с удельным весом затрат на разработку новшества или покупку патента свыше 2%
3.Уровень инновационности новых продуктов	3.1. Инновации ПТН	Высокоинновационные с уровнем технического эффекта свыше 1,2 и слабоинновационные - до 1,2
	3.2. ИПТ	Высокоинновационные с уровнем технического эффекта свыше 1,3 и слабоинновационные - до 1,3
4. Инновационная значимость инновации для предприятия-покупателя на входе	4.1. Инновации ПТН	1. При производстве инноваций ПТН с вторичным инновационным циклом. 2. При производстве ИПТ с неполным инновацион-
	4.2. ИПТ	Не используются

Список литературы

1. Баев И.А., Варламова З.Н., Васильева О.Е. и др. Экономика предприятия: Учебник для вузов /Под ред. акад. В.М. Семенова. - 5-е изд. - СПб.: Питер, 2008.

2. Баев Л.А., Шугуров В.Э. Системный подход к определению инновации //Современные технологии в социально-экономических системах. - Челябинск: ЧГТУ, 1995.- С. 29-31.

3. Винокуров В.И. Основные термины и определения в сфере инноваций //Инновации. – 2005. - №4. - С. 6 – 21.