

ТЕМА 3. ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Сущность и факторы развития инновационного предпринимательства.

В настоящее время роль инноваций в экономике быстро растет. Невозможно представить современный мир без как уже осуществившихся инноваций и ставших привычными, так и без будущих, способствующих дальнейшей эволюции. Большинство ученых сходятся во мнении, что инновации превратились в основную движущую силу экономического и социального развития.

Анализ предпринимательской деятельности в странах с развитой рыночной экономикой показывает, что существуют две модели предпринимательства: классическое и инновационное предпринимательство. Классическое предпринимательство - это традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов, управление объемом производства, где задействованы внешние факторы (ссуды, протекционизм) и внутренние факторы по выявлению резервов фирмы для повышения рентабельности, обновления номенклатуры выпускаемой продукции. Максимальная отдача ресурсов достигается, если предприниматель обладает следующими качествами:

- предприимчивость и готовность идти на строго дозированный риск;
- детальное знание текущих потребностей рынка и умение угадывать его будущие потребности;
- исключительная работоспособность и «железная» дисциплина;
- доскональное знание дела;
- умение привлекать грамотных и способных сотрудников;
- умение контролировать соотношение между расходами и прибылью, и если предприятие оказывается нерентабельным, несмотря на усилия выправить положение, то предприниматель должен быть готов к закрытию производства;
- стремление всегда быть лучше конкурентов.

Инновационное предпринимательство - модель предпринимательской деятельности, связанной с новаторством. Роль предпринимателя сводится к созданию новшеств, т. е. продуктов (товаров и услуг), технологий, методов организации производства и управления, неизвестных ранее, посредством использования традиционных факторов производства (труда, земли и капитала), нового их сочетания, ориентироваться на удовлетворение будущих запросов потребителя.

Таким образом, предприниматель, занимаясь инновационной деятельностью, должен учитывать, что без современных технологий, увеличения ассортимента и повышения качества выпускаемой продукции и оказываемых услуг, предприятие не сможет повысить свою конкурентоспособность на рынках. Более того, для поддержания конкурентоспособности необходимо, чтобы инновационная деятельность стала постоянным процессом, а не разовым мероприятием. Для внедрения и распространения новшеств необходим тесный контакт с потребителями. Как показала практика, быстро адаптироваться к рынку, учесть новые потребности покупателей. Роль предпринимателя как новатора наиболее полно выразил и обосновал Й. Шумпетер: «Задача предпринимателей - реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле - через использование новых технологий для производства новых товаров или прежних товаров по новым методам благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции — вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли ...». В мировой экономической литературе понятие инновационное предпринимательство связано с созданием «инновационных бизнес-моделей». Единого мнения по поводу определения «бизнес-модели» не существует. «Бизнес-модель представляет собой сумму ответов, которые компания дает на следующие три взаимосвязанных вопроса.

- Кто должен стать моей целевой аудиторией?
 - Какие товары и услуги я должен предлагать клиентуре, и что должно отличать мое предложение?
 - Как мне сделать это эффективно?»
- Бизнес- модель – это стратегическая инновация.

Инновационное предпринимательство – это процесс создания и коммерческого использования нововведений. Инновация должна быть новой не только для внедряющей ее компании, но и для рынка в целом, то есть нечто такое, чего на данный момент не предлагал никто другой. Цель инновационной деятельности – занять, возможно забрать у конкурентов определенную долю рынка, так же расширить существующий рынок – привлечь новых клиентов или побудить существующих клиентов увеличить потребление.

Завоевание существующих рынков возможно:

Во- первых, делая акцент на характеристики товара или услуги, отличающиеся от тех, на которые делают акцент конкуренты – существующие компании.

Традиционные авиаперевозчики (Aier Astana) выделяют в своем продукте регулярность, широкий спектр пунктов назначения, качество сервиса на борту, а малобюджетные авиакомпании (Skat, Ber Aier) делают акцент на стоимость билета.

Во –вторых, инновации могут исходить от крупных компаний, но легче внедрить малым предприятиям или новым компаниям. Компании – новаторы работают на небольших рынках, объем которых незначителен в сравнении с рынками давно существующих компаний. Они постоянно совершенствуют свой продукт, инвестируя средства, чтобы все более соответствовать ожиданиям основной группы потребителей. Например, интернет-трейдеры, такие как E – Trade, в США, интернет –банки First Direct в Великобритании - делают упор на персональное обслуживание: оплата счетов через интернет, интернет - банкинг и др.

В- третьих, компании – новаторы создают рынки, на которых факторы успеха отличаются от тех, что характерны для рынков давно работающих компаний. Компании необходимо применять новую последовательность действий (цепочку добавленной стоимости, внутренние процессы, структуры и корпоративную культуру), отличающуюся от действий, предпринимаемых на традиционных рынках.

Развитие творческого потенциала компаний- новаторов практически не ограничен, что показано в таблице

Инновационная деятельность компании – новаторов

Компания -новатор	Источники инноваций
Enterprise	Увидела рост нового сегмента покупателей (или изменение запроса покупателей) по мере изменения демографической ситуации
Mattel (кукла Барби год создания 1959)	Обратилась к новым покупателям и создала Новую потребность на рынке
Cannon	Обратилась к новым покупателям, сконцентрировалась на нуждах клиентов и развила свои главные преимущества
Swatch	Предложила продукт, аналогичный конкурентным (приемлемый по цене) и добавила новую характеристику продукта (мода и дизайн)
Honda	Ориентировалась на новый сегмент потребителей и предложила новые характеристики продукта

Starbucks	Переформулировала выгоды продукта для потребителей (предлагая преимущества)
-----------	---

Важным источником бизнес – инноваций является процесс пересмотра портрета вашего клиента, потому что именно компания выбирает клиента, а не наоборот. Стратегическое рассмотрение данного вопроса имеет две цели: выявить нового клиента компании или более творчески подойти к сегментации существующей клиентской базы и таким образом создать новый потребительский сегмент. Например, покупатели, как и прежде ожидают от компании теплые, стильные пальто. В силу разных причин, значение стиля возросло. Это дает компании возможность для роста, предлагая особо стильную верхнюю одежду. Компании, выпускающие новый продукт или оказывающие новые услуги, могут сформировать новую потребность, так же она может найти для себя определенный сегмент потребителей, потребности которых не удовлетворены.

Понятие инновационной деятельности неразрывно связано с понятием инновационной активности. Многие исследователи отождествляют инновационную активность с инновационной деятельностью, хотя эти понятия имеют разное сущностное значение, так как деятельность представляет собой занятие или совокупность действий, в свою очередь активность предполагает участие в деятельности. Инновационная активность - самостоятельная категория. Ее значение состоит в том, что на основе инновационной активности, оценивается характер инновационной деятельности.

На наш взгляд, инновационную активность следует понимать как комплексную характеристику инновационной деятельности субъекта хозяйствования, состоящую в способности к мобилизации инновационного, интеллектуального, ресурсного и другого потенциала, включающую степень интенсивности и энергичности деятельности осуществляемых действий по разработке, внедрению и распространению инноваций.

К факторам активизации инновационной деятельности относят следующие:

- инновационную политику государства, как важнейшую составляющую государственной экономической политики;

- денежно-кредитную политику организаций, выступающих в роли инвесторов.

Реализация инновационных проектов часто связана с использованием заемных средств, что требует учета высокой степени риска подобных инвестиций;

- стратегии конкурирующих фирм. Значение этого фактора определяется возможностью других хозяйствующих субъектов влиять на структуру рынка, интенсивность конкурентной борьбы, корректировать получение необходимых материальных ресурсов;

- поведение потребителей, от которого во многом зависит наличие спроса на появляющиеся в результате развития инновационных отношений новшества. Учет этого фактора для предприятия, осуществляющего инновационную деятельность, предполагает дополнительные усилия по формированию будущего потребительского спроса на новый продукт, услугу, технологию и т. д. Инновационная активность как экономическая категория является комплексной характеристикой экономических систем трех уровней: макроуровня – инновационной активности страны в сравнении с другими странами на мировом рынке; мезоуровня – уровня региона, отрасли; а также микроуровня – уровня организации.

Следует отметить, что любая инновационная деятельность является предпринимательской, так как основана на поиске новых идей (от нового продукта до новой структуры) и их оценке; поиске необходимых ресурсов; создании и управлении предприятием; получении денежного дохода и личном удовлетворении достигнутым результатом. Однако не всякое предпринимательство признается инновационным, а лишь такое, которое позволяет извлечь предпринимательский доход в результате создания, использования или диффузии инновационного продукта.

В экономической литературе выделяют пять основных видов инновационного предпринимательства:

- технологические инновации;
- производственные инновации;
- экономические инновации;
- торговые инновации;
- социальные инновации,
- инновации в области управления.

Динамичное развитие инновационной сферы – одно из главных слагаемых инновационной экономики.

2. Место инновационного предпринимательства в современной экономике.

В условиях современного развития рыночной экономики, характеризующейся необходимостью оперативного реагирования на нестабильность рыночной среды и формирования долговременной конкурентной политики и стратегии развития предприятий особое значение приобретает вопросы повышения инновационной активности, организация инновационного процесса на предприятии, его системного анализа и совершенствования. Инновационная деятельность обеспечивает им конкурентные преимущества, способствует упрочнению и расширению их положения на рынке. Динамичное развитие инновационной сферы – одно из главных слагаемых инновационной экономики.

Важная роль инновационного предпринимательства в экономике проявляется в следующем:

- экономический эффект предпринимательских компаний;
- создание рабочих мест;
- социальный эффект предпринимательских компаний.
- влияние предпринимательских компаний на крупные компании

Инновационная предпринимательская деятельность оказывает существенное влияние на силу и устойчивость экономики по двум основным причинам: инновационная деятельность – процесс создания чего-то нового, который является фундаментом предпринимательской деятельности; как показывает практика, в небольших компаниях степень «инновационности», приходящаяся на одного сотрудника, в два раза выше, чем в крупных компаниях, кроме того, сотрудники небольших инновационных компаний получают больше патентов, чем сотрудники крупных компаний.

В последние два десятилетия вектор экономической активности повернулся в сторону небольших инновационных компаний, возможно – по причине их уникальной способности к инновациям и ориентации на решение специализированных задач, как создание новых рабочих мест. Инновации, создаваемые предпринимательскими компаниями, оказывают колоссальное влияние на общество. Вспомните обо всех товарах и услугах, которые делают нашу жизнь легче, повышают производительность нашего труда на работе, благотворно влияют на наше здоровье и повышают нам настроение. Помимо улучшенного здравоохранения, вспомните о мобильных телефонах, персональных компьютерах, Интернет-магазинах, круглосуточных службах доставки, цифровой фотографии и микроволновых печах. Все эти решения появились совсем недавно, но без них уже трудно представить наш мир. В то же время, инновации понимают ряд морально-этических вопросов, обусловленный особенностями отдельных общественных групп. Например, технологии сканирования штрих-кодов и возможности сети Интернет позволяют компаниям анализировать покупательскую способность различных групп населения, но поднимают вопросы защиты частной жизни.

Помимо того эффекта, который предпринимательские компании оказывают на экономику и общество, они оказывают существенное положительное влияние на эффективность работы крупных компаний. Например, некоторые предпринимательские

компании являются производителями оригинального оборудования и выпускают детали, входящие в состав продукции, выпускаемой и продаваемой крупными компаниями. Анализ показывает, что многие предпринимательские компании построили свои бизнес-модели на выпуске товаров и услуг, помогающих более крупным компаниям работать с более высокой производительностью или эффективностью.

Стратегической задачей развития экономики Казахстана является инновационное обновление используемых технологий и производимой продукции. Это основа экономического роста, удовлетворения постоянно растущих потребностей населения в разнообразных и качественных товарах и услугах. Основой формирования экономики нового типа в Казахстане являются масштабные инвестиции в новые технологии и создание условий для постоянного воспроизводства знаний и воплощения их в новые высокотехнологичные продукты и услуги.

Инновационные процессы в Казахстане активизируют не столько рыночные механизмы, сколько целенаправленная государственная политика.

В Казахстане разработаны и действуют концептуальные программы и стратегии инновационного предпринимательства, создаются и работают базовые элементы инновационной инфраструктуры. Одним из элементов претворения в жизнь национальной программы инновационного развития являются институты развития, например АО «Банк Развития Казахстана», АО «Инвестиционный фонд Казахстана», АО «Национальный инновационный фонд», АО «Фонд развития малого предпринимательства», АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий» и др., а также созданы свободные экономические зоны. На современном этапе решается задача по реализации проектов в рамках модернизации промышленности и диверсификации экономики. Инструменты и механизмы реализации данного направления закреплены в программе «30 корпоративных лидеров Казахстана», основной миссией которой является ускоренная модернизация национальной экономики и повышение конкурентоспособности казахстанских производителей».

3. Сущность и свойства инноваций

В настоящее время методология системного описания инноваций базируется на международных стандартах. Для координации работ по сбору, обработке и анализу информации о науке и инновациях в рамках Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) была образована Группа национальных экспертов по вопросам науки и техники, которая разработала Руководство Фраскати («Предлагаемая стандартная практика для обследования исследований и экспериментальных разработок»). Так, в соответствии с **международными стандартами инновация** определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Отдельными исследователями понятие «инновация» трактуется по-разному:

Существует множество определений инноваций:

1. Инновации (нововведения) — это изменения в первоначальной структуре производственной системы, а именно, переход ее внутренней структуры к новому состоянию.

2. Инновация — это комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для более полного удовлетворения известной потребности.

3. Инновация — это внедрение в практику, осуществление и использование новой идеи, предложения, научно-технического решения.

4. Инновация — это прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого и административного характера.

5. **Иновация** — это объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или открытия, качественно отличный от предшествующего аналога. Анализ приведенных определений показывает, что в них присутствуют два момента: во-первых, иновация — это новая идея или продукт, услуга; во-вторых, это внедрение нового в производственную систему, в результате чего меняется сама производственная система, она переходит в новое качественное состояние.

Й. Шумпетер под иновациями понимал переход от одного качественного уровня к другому, т. е. производственная система переходит в иную плоскость с новыми, более качественными параметрами. По Й Шумпетеру, производить - означает не комбинировать имеющиеся ресурсы, а создавать нечто новое (и это касается не только самого производства, но и рынка). Он выделяет пять типичных изменений: •

- изменения вследствие использования новой техники, новых технологических процессов и нового рыночного обеспечения производства; •
- изменения, обусловленные внедрением продукции с новыми свойствами; •
- изменения в результате использования нового сырья; •
- изменения в организации производства и способов его материально-технического обеспечения; •
- изменения вследствие появления новых каналов сбыта.

Предприниматель отличает прежде всего, то, что ищет новое во всех сферах, к которым он прилагает свой труд и энергию. У него должен быть «инновационный тип мышления» (по определению П. Друкера). Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования новшеств, нововведений в различные сферы деятельности

Инновационное предпринимательство связано с созданием, освоением и коммерческим использованием нового продукта или услуги.

П. Дракер отмечает, что «предпринимателей отличает инновационный тип мышления. Инновационность - особый инструмент предпринимательства» Инновационное предпринимательство - это особый новаторский процесс создания чего-то нового, процесс хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на иновации. 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 (новые изделия, услуги, технологии и другое), а также выявляющая новые инновационные возможности для собственного бизнеса, т.е. решения внутренних проблем (структурные изменения, реинжиниринг бизнеса и знаний и тому подобное)

Иновация —это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, то есть коммерческая выгода от практического использования. Новшество, разработанное, но не внедренное в практической деятельности, называется **новацией**. В условиях рынка признаком иновации считается ее **потребительская новизна**. В современных условиях к одному из побудительных мотивов создания новшеств относится конкуренция на рынке, то есть **иновации связаны с рынком**. Связь иновации с рынком является **взаимообусловленной**: неудовлетворенный рыночный спрос стимулирует создание и внедрение новшеств; в свою очередь появление иновации на рынке изменяет соотношение спроса и предложения, формирует новые рыночные сегменты, порождая новые рыночные потребности.

Новые рынки можно рассматривать по-разному. Например, Apple, Nestle создали новые рынки, внедрив такие продукты как, соответственно, iPod и Nespresso. Традиционно такое называется иновацией в сфере торговли. С другой стороны, Enterprise Rent-A-Car не

внедрила новый продукт, а создала огромный рынок автомобилей, предоставляемых взамен находящихся в ремонте застрахованных машин, - компания применила творческий подход и смогла по-новому сегментировать рынок. Компании Schwab и Amazon создали новые ниши на рынке, используя Интернет для развития таких сервисов, как брокерское обслуживание и книготорговля. Последнее называется инновационной бизнес – моделью. [9.Маркидес К .Новая модель бизнеса]

Новые рынки, созданные за счет инноваций

Новые рынки, созданные за счет радикальной инновации на уровне продукта	Новые рынки, созданные за счет инновационных бизнес-моделей
Телевизионная техника	Банковское обслуживание через Интернет
Персональные компьютеры	Бюджетные авиаперевозки
Персональные электронные помощники	Потребительские товары под маркой торговой сети
Автомобили	Системы электронного трейдинга
Суперкомпьютеры	Лекарства общего назначения
Полупроводники	Торговля продуктами питания через Интернет
Мобильные телефоны	Торговля по каталогу
Диагностическое медицинское оборудование	Супермаркеты
Операционные системы ПК	Обучение через Интернет

Таким образом, инновации ориентированы на получение положительного эффекта, который выражается в виде конкурентных преимуществ в различных отраслях и сферах деятельности.

4. Классификация инноваций

Для упорядочения сущности инновации как продукта творческой деятельности, осуществляемой в различных областях, используют классификацию.

Новизна инноваций оценивается по технологическим параметрам, а также с рыночных позиций. С учетом этого строится классификация инноваций. 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 (новые технологии). Процессные инновации могут быть связаны с созданием новых организационных структур в составе предприятия (фирмы).

По типу новизны для рынка инновации делятся на: новые для отрасли в мире; новые для отрасли в стране; новые для данного предприятия (группы предприятий).

Если рассматривать предприятие (фирму) как систему, можно выделить:

1. Инновации на входе в предприятие (изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации и др.).
2. Инновации на выходе с предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.).
3. Инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной, технологической).

В зависимости от глубины вносимых изменений выделяют инновации: радикальные (базовые); улучшающие; модификационные (частные).

В научной литературе используется расширенная классификация инноваций с учетом сфер деятельности предприятия, в которой выделены инновации: технологические; производственные; экономические; торговые; социальные; в области управления .

Достаточно полная классификация инноваций разработана А. И. Пригожиным:

1. 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.

2. по месту в производственном цикле: сырьевые, обеспечивающие (связывающие), продуктовые.

3. по преемственности: замещающие, отменяющие, возвратные, открывающие, ретро введения.

4. по охвату: локальные, системные, стратегические.

5. 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.

Оригинальное инновационное наблюдение было сделано Н. Д. Кондратьевым в 20-х годах, который обнаружил существование так называемых «больших циклов» или, как их называют за рубежом, «длинных волн». Н. Д. Кондратьев указал на наличие взаимосвязи длинных волн с техническим развитием производства, привлекая к анализу данные о научно-технических открытиях, показывая волнообразный характер их динамики. Он исследовал динамику нововведений, отличая их от открытий и изобретений. Динамика нововведений исследуется в разрезе фаз большого цикла. В исследованиях Н. Д. Кондратьева впервые просматриваются основы так называемого кластерного подхода. Н. Д. Кондратьев показал, что нововведения распределяются по времени неравномерно, появляясь группами, то есть кластерами. Рекомендации Н. Д. Кондратьева могут быть использованы при выработке инновационной стратегий .

С точки зрения известного экономиста н. XX века Й. Шумпетера, можно выделить следующие разновидности инноваций:

- создание нового продукта;
- использование новой технологии производства;
- использование новой организации производства;
- открытие новых рынков сбыта;
- открытие новых источников ресурсов (сырья).

Группы инновационных продуктов или продукты-новшества условно можно разделить на следующие группы:

1) технологическая группа, которая включает в себя новые технологии и их приложения - продукты и услуги;

2) производственная группа - в зависимости от формы производства, масштаба деятельности, способа привлечения людских dan06082011\$dan06082011\$ресурсов возникают разнообразные производственные инновации (включая аутсорсинг и аутстаффинг);

3) маркетинговые и логистические инновации и инновационные продукты;

4) организационно-управленческие, охватывающие новые организационные и управленческие формы и методы;

5) коммерческие - это новые рынки, новые бизнесы, свежие маркетинговые, логистические и торговые решения и технологии.

Классификации инновационных продуктов:

I. Согласно Й. Шумпетеру:

Инновация представляет собой коммерциализацию всех новых комбинаций, на основе:

- применения новых материалов и компонентов;
- применения новых процессов;
- открытия новых рынков;
- применения новых организационных форм;
- открытия новых источников сырья.

II. Классификация инноваций на продукты «вталкиваемые» и «втягиваемые». Согласно Ж. Ламбену уровень риска, связанного с технологической инновацией во многом зависит от источника идеи нового товара. «Вталкиваемые лабораториями» и «втягиваемые спросом». В одном случае двигателем инноваций являются фундаментальные исследования и возможности технологий, а в другом случае двигателем являются наблюдаемые потребности.

III. Классификация по Кристенсену – «подрывные» и «поддерживающие» технологии. «Подрывные» инновации нужны для смены устоявшихся инноваций. Это необходима для нового цикла развития инновационного бизнеса. «Подрывные инновации» - это источник развития. «Поддерживающие» инновации подкрепляют уже существующие базовые технологии, которые уже утвердились на отраслевых рынках.

IV. Классификация Д. Мура - инновационные продукты «прерывающие» и «непрерывающиеся» технологии. Здесь имеется в виду то, меняется ли привычная технология работы потребителя при встрече с инновационным продуктом. Те инновации, которые требуют изменения условий и поведения называются инновациями, подрывающими привычный порядок. Также это «прерывающие» инновации и «прерывающие» технологии. Непрерывающиеся инновации и технологии просто улучшают существующие продукты и не влекут за собой изменения поведения.

V. Классификация Шоффраэ и Доре. Была предложена классификация товаров, которая основана на глубине изменений физических характеристик товара или изменение восприятия характеристик данного товара. Так были выделены:

- оригинальные товары (существенные инновации, радикальные новшества);
- обновленные товары (базовые характеристики не меняются, изменены только некоторые физические параметры);
- товары с новым позиционированием (изменены лишь воспринимаемые характеристики).

VI. Классификация фирмы Arthur D. Little.

Исследовательская компания Arthur D. Little выделяет 4 вида инноваций:

1. Ключевые технологии. Они малоизвестны в широких кругах и обеспечивают предприятию преимущество. Эти технологии обеспечивают лидерство.
2. Базовые технологии. Представляют собой широко известные современные технологии. Дают приемлемый уровень качества.
3. Возникающие технологии - находятся на стадии экспериментов. Перспективные.
4. Закрывающие технологии - технологии, которые в состоянии закрыть целые отрасли.

Продуктовые новшества стали определяющими по отношению к другим и по той причине, что многие организационно-управленческие, социально-экономические нововведения обусловлены появлением новых видов продукции и условиями их потребления. Более того, само практическое осуществление таких инноваций в основном зависит от уровня продуктовых нововведений (инноваций) и темпов их распространения.

Система категорий инноватики включает прежде всего следующие категории: новшества/новации и новатор, инновации и инноватор, инновационная деятельность, инновационная активность, инновационные риски и инновационный процесс,

Контрольные вопросы:

1. Что представляет собой инновационное предпринимательство?
2. Что такое инновация?
3. Назовите основные свойства инноваций
4. Как инновации влияют на развитие предпринимательской деятельности?
5. Основные признаки классификации инноваций?
6. Что такое инновационная активность?