

надежной и устойчивой компании. С помощью анализа финансового состояния СК и народного рейтинга составлен прогноз относительно перспектив компаний.

Таким образом, рейтинговая оценка надежности представляет собой способ комплексной оценки финансового состояния объектов рынка, в том числе и страховых организаций. При этом необходима модификация моделей и методик рейтинговой оценки, пересмотр коэффициентов и состав анализируемых факторов, которые изменяются ежегодно и могут влиять на финансовую устойчивость страховщиков. А вспомогательный народный рейтинг позволит автовладельцу выбрать надежную компанию с высоким уровнем обслуживания клиентов.

Библиографический список

1. Рейтинг финансовой надёжности страховщика. – [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/>
2. Ткаченко М.Г. Зарубежный опыт формирования и использования рейтинга ценных бумаг // Амурский научный вестник. – 2007- № 2. - С. 328-336.
3. Чернова Г.В. Страхование: Учебник / А.Н. Базанов, Л.В. Белинская, П.А. Власов и др.; под ред. Г.В. Черновой. – М.: Проспект, 2009. – 432 с.

Инновации и их роль в современной экономике

А.В. Посохова, А.С. Ершов,
ФГБОУ ВПО «АмГПГУ»

Внедрение новшеств всегда имело большое значение в развитии производства. В современной экономике роль инноваций значительно возрастает. Они все более становятся основополагающими факторами экономического роста.

Опыт развитых стран свидетельствует о том, что коренные преобразования в области производительных сил в эпоху НТР, быстрая сменяемость ее волн, а, следовательно, новых комбинаций факторов производства, широкое внедрение нововведений стали нормой современной экономической жизни. И если инновационный подход играет возрастающую роль в развитых странах, то в современной России, в условиях перехода к рыночной экономике и необходимости выхода из глубокого кризиса эта роль особенно велика.

Возрастающая роль инноваций обусловлена, во-первых, самой природой рыночных отношений, во-вторых, необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике России с целью преодоления кризиса и выхода на траекторию устойчивого роста.

В начале 21 века все сильнее стала ощущаться потребность в более глубоком понимании сущности, закономерностей и специфики инновационных процессов. Уже в начале прошлого века И. Шумпетер сформулировал закономерности технологической эволюции и роль инноваций на различных этапах цикла развития науки и технологий, подробно проанализировал подходы к классификации нововведений.

И. Шумпетер стремился к тому, чтобы термин «новшество» употреблялся в совершенно определенном смысле: им должно было обозначаться решение предпринимателя о проведении в жизнь новой идеи, касающейся технологии или какого-либо другого вопроса, относящегося к управлению предприятием (заготовка материалов, сбыт и т. д.). Он впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций производственных факторов и выделил пять изменений в развитии, т.е. вопросов инноваций:

- использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

Известный специалист в области управления инновациями, Элейн Дандон, и ее коллеги разработали общее определение инновации, которое включает в себя четыре ключевых компонента:

- 1) креативность – умение генерировать новые идеи;
- 2) стратегия – выяснение того, является ли эта идея новой и полезной с точки зрения развития организации;
- 3) реализация – переход от новой и полезной идеи до ее реализации в виде конкретных продуктов и услуг. Именно на этапе реализации происходит девальвация многих превосходных творческих и потенциально инновационных идей, и соответственно теряются шансы создать для организации новую успешную бизнес-модель. Менеджеры нередко не решаются идти на связанный с новыми идеями риск и стараются всеми силами уклониться от изменений;
- 4) прибыльность — повышение до максимума ценности конечного продукта и услуг, полученной от реализации новой и полезной идеи. Концепция прибыльности может проявляться на практике по-разному, а именно: как финансовый выигрыш, как повышение морального состояния сотрудников и корпоративной солидарности или как вклад в жизнь общества.

Само определение инновации представляет собой «прибыльную реализацию творческой стратегии».

Инновация, нововведение – это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Примером инновации является выведение на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем.

Инновация – это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьёзно повышает эффективность действующей систем. Понятие инновация относится как к радикальным, так и постепенным (инкрементальным) изменениям в продуктах, процессах и стратегии организации (инновационная деятельность). Исходя из того, что целью

нововведений является повышение эффективности, экономичности, качества жизни, удовлетворённости клиентов организации, понятие инновационности можно отождествлять с понятием предприимчивости – бдительности к новым возможностям улучшения работы организации (коммерческой, государственной, благотворительной, морально-этической).

Инновация – это такой процесс или результат процесса, в котором:

- используются частично или полностью охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности;
- обеспечивается выпуск патентоспособной продукции;
- обеспечивается выпуск товаров и/или услуг, по своему качеству соответствующих мировому уровню или превышающих его;
- достигается высокая экономическая эффективность в производстве или потреблении продукта.

Инновация как экономическая категория отражает наиболее общие свойства, признаки, связи и отношения производства и реализации нововведений. Сущность инновации проявляется в ее функциях. Функции инновации отражают ее назначение в экономической системе государства и ее роль в хозяйственном процессе. Особую роль играют инновации в повышении конкурентоспособности предприятий.

Непременным свойством инновации является научно-техническая новизна. Поэтому необходимо отличать инновации от несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах (изменения цвета, формы и т.п.); незначительных технических или внешних изменений продукта, а также входящих в него компонентов; от расширения номенклатуры продукции за счет освоения производства не выпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже известных на рынке.

Новизна инноваций оценивается по технологическим параметрам, а также с рыночных позиций. Сегодня описание технологических инноваций базируется на международных стандартах, рекомендации по которым были приняты в г.Осло в 1992 году (так называемое «Руководство Осло»). Эти стандарты охватывают новые продукты и новые процессы, а также их значительные технологические изменения.

Инновация выполняет три функции: воспроизводственную; инвестиционную; стимулирующую.

Воспроизводственная функция означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Смысл воспроизводственной функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

Прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций. Таким образом, использование прибыли от инновации для инвестирования составляет содержание инвестиционной функции инновации.

Получение предпринимателем прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует основной цели любой коммерческой организации.

Прибыль служит стимулом для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами. Все вместе это составляет содержание стимулирующей функции инновации.

Все разнообразие инноваций можно классифицировать по ряду признаков:

1) по степени новизны:

- радикальные (базисные) инновации, которые реализуют открытия, крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники и технологии;
- улучшающие инновации, реализующие средние изобретения;
- модификационные инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии, организации производства;

2) по объекту применения:

- продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов (услуг) или новых материалов, полуфабрикатов, комплектующих;
- технологические инновации, нацеленные на создание и применение новой технологии;
- процессные инновации, ориентированные на создание и функционирование новых организационных структур, как внутри фирмы, так и на межфирменном уровне;
- комплексные инновации, представляющие собой сочетание различных инноваций;

3) по масштабам применения: отраслевые; межотраслевые; региональные; в рамках предприятия (фирмы);

4) по причинам возникновения:

- реактивные (адаптивные) инновации, обеспечивающие выживание фирмы, как реакция на нововведения, осуществляемые конкурентами;
- стратегические инновации - это инновации, реализация которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе;

5) по эффективности: экономическая; социальная; экологическая; интегральная.

Выделяют три основных типа инноваций в зависимости от конечного результата:

- инновация продукта или услуги является результатом реализации на практике нового способа решения проблемы покупателя, что приносит выгоду, как покупателю, так и компании, внедряющей инновацию;
- инновация процесса обеспечивает рост прибыльности, сокращает затраты, повышает производительность труда и заработную плату персонала;
- инновация стратегии подразумевает пересмотр существующих в отрасли методов создания ценности для потребителей, с тем, чтобы удовлетворять вновь возникшие нужды клиентов, повышать ценность

продуктов, формировать новые рынки и новые группы потребителей для компании. Результатом ее является то, как фирма меняет целевые группы потребителей и как она выходит на рынок, то есть доводит свои продукты или услуги до конечного потребителя.

По степени действенности выделяются приростную, существенную, инновацию-прорыв и радикальную инновации.

1. Приростная инновация оказывают небольшое или совсем незначительное воздействие на чистую прибыль фирмы, они, тем не менее, они позитивны, поскольку повышают удовлетворенность потребителей и, следовательно, эффективность продукта или услуги. Точно так же приростная инновация процесса повышает производительность и снижает затраты фирмы.

Вот несколько примеров приростных инноваций в секторе услуг: гостиница вводит упрощенную процедуру регистрации постояльцев; сеть супермаркетов облегчает безналичный расчет; банк по-новому оформляет интерьер приемной; в доме престарелых появляется разметка для слепых; международная авиакомпания размещает в салоне первого класса полностью откидывающиеся сиденья для сна.

2. Существенная инновация дают возможность компании выполнять свои задачи по росту бизнеса, увеличению доли рынка и снижению операционных затрат (существенная инновация процесса).

3. Инновация-прорыв. Новый продукт, услуга или изменение стратегии, которые ведут к значительному увеличению доходов и чистой прибыли, являются инновациями-прорывами, или революционными инновациями. В общем случае определить, какую прибыль в долларах и центах должна принести та или иная идея, чтобы ее можно было назвать прорывом, невозможно, поскольку прибыль зависит от размера компании и оттого, что требуется предпринять для ее существенного роста. Таким образом, компания сама определяет, какие инновации являются для нее прорывами.

4. Радикальные инновации – это инновации, которые требуют от компании создания новых направлений работы или новых линий на основе новых идей и технологий или для снижения расходов. Радикальные инновации видоизменяют экономику и подрывают целые отрасли промышленности.

Необходимость разработки и внедрения инноваций определяется исходя из анализа текущего состояния бизнеса; анализа текущих нужд потребителей с использованием метода фокусных групп; анализа текущих и потенциальных нужд потребителя с использованием метода прямого наблюдения (Empathetic Design); предсказания будущих нужд потребителя с использованием исследовательского метода лидирующего пользователя; исследования решений, уже существующих в вашей категории и вне ее; исследования эталонных преимуществ; отслеживания технологии.

Побудительным механизмом развития инноваций, в первую очередь, является рыночная конкуренция. В условиях рынка производители продукции или услуг постоянно вынуждены искать пути сокращения издержек производства и выхода на новые рынки сбыта. Поэтому предпринимательские

фирмы, первыми освоившие эффективные инновации, получают весомое преимущество перед конкурентами.

Инновация является реализованным на рынке результатом, полученным от вложения капитала в новый продукт или операцию (технология, процесс). В связи с этим необходимо подчеркнуть, что при всем разнообразии рыночных новшеств важным условием для их практической реализации в бизнесе является привлечение инновационных инвестиций в достаточном объеме.

В современных условиях, правительства различных стран инвестируют огромные средства в научные исследования и инновационную деятельность, например, Германия на научные исследования и разработки направила около 2,7 % ВВП, США — 2,8 %, Япония — около 3,5 %, страны с переходной экономикой тратят значительно меньше: Белоруссия — 0,74 % ВВП, Россия — 1,04 %. Для характеристики инновационной активности в странах Европейского союза ежегодно публикуется «Европейское табло инноваций» (EuropeanInnovationScoreboard — EIS). Так в 2007 году на основе метода анализа среды функционирования были рассчитаны показатели технической эффективности для ряда стран Европейского союза. На основе полученных результатов эффективности все страны были объединены в четыре группы: инновационные лидеры, инновационные последователи, страны-умеренные инноваторы и догоняющие страны

Инновации создаются абсолютным большинством предприятий и организаций мира. Однако только их весьма ограниченное количество можно назвать инновационными. Главное отличие инновационных компаний заключается в ориентации на изменения, которые становятся нормой для их деятельности. Инновационная организация в своей стратегии заранее ориентируется на необходимость постоянной работы над новыми товарами и услугами, то есть одновременно с производством продукции происходит планомерная подготовка будущих новинок.

Инновационными организациями считаются такие крупные фирмы, как «ЗМ», BellLaboratories, BankofAmerica, Procter&Gamble, TexasInstruments, IBM (все США), Fiat (Италия), Marks&Spencer (Великобритания), Sony (Япония) и др.

На основе изучения опыта компаний, преуспевших в разработке и использовании инноваций, известный консультант Р.Такер выделяет пять ключевых принципов эффективной деятельности инновационных организаций.

Принцип 1: к инновации следует подходить как к дисциплине. Отношение к инновации как к дисциплине на практике предполагает, что сотрудники организации понимают, как генерировать идеи и определять те из них, которые соответствуют целям предприятия, как отстаивать и продвигать свои идеи, находить ресурсы, преодолевать препятствия и создавать коалиции в поддержку этих идей.

Принцип 2: к инновации следует подходить всесторонне. Инновация не может быть ограничена одним отделом или элитарной группой. Ее также нельзя поручить группе, которая располагается вдали от головной организации и изолирована от бюрократии компании. Инновация должна охватывать всю

деятельность компании: новые продукты, услуги, процессы, стратегии, бизнес-модели, каналы сбыта и рынки.

Принцип 3: инновация предполагает организованный, систематический поиск новых возможностей. Фирмы, рассматривающие инновацию как способ обеспечения роста, внедряют у себя системы и методы, помогающие им на начальном этапе инновационного процесса находить новые будущие возможности.

Принцип 4: к инновациям должны привлекаться все сотрудники организации. Кроме редко используемой системы рассмотрения предложений по экономии затрат, большинство компаний не применяют никаких методов стимулирования или культивирования плодотворных идей своих сотрудников. Иначе обстоит дело в тех компаниях, которые рассчитаны на постоянные инновации, охватывающие все предприятие в целом. Исходное допущение, что рядовые менеджеры и служащие низшего и среднего звена не могут выдвигать сильные революционные идеи, обеспечивающие рост, рассматривается в этих фирмах как парадигма, неприменимая к реальной практике 21 века.

Принцип 5: инновация должна быть ориентирована на потребителя. Фирмы – сторонники инноваций нацелены на интересы и нужды потребителей своей продукции. Это означает, что необходимо поощрять клиента к высказыванию своего мнения — и учитывать его в разработке и реализации новых концепций, которые, в конце концов, обеспечат рост.

Таким образом, в современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. В рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Библиографический список

1. Ершов А.С., Тянь И.А. Базовые тенденции развития инновационной деятельности в России и зарубежных странах// Транспортное дело России, 2012. - № 4.
2. Ершов А.С. Инновационная привлекательность предприятия// Социальное и экономическое развитие АТР: проблемы, опыт, перспективы: материалы II Международной заочной научно-практической конференции, Комсомольск-на-Амуре, 11-20 октября 2010. - Комсомольск-на-Амуре: Изд-во АмГПУ, 2010. – С. 33 – 42.
3. Ершов А.С. Повышение качества корпоративной структуры инновационных предприятий// Транспортное дело России, 2011. - № 2.
4. Экономический словарь – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dictionary-economics.ru/word/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82>