

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего профессионального образования**  
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**  
**ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
  
**КАЗАНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**Шипшова О.А., Ахметзянов Р.Н., Багаутдинов Р.Г.**

**Инновационное предпринимательство**  
**(маркетинговые аспекты)**

***Учебное пособие***

для студентов, обучающихся по направлению 100700.68 «Торговое дело»  
магистерская программа  
«Коммерция на рынке товаров и услуг»

**Казань 2012**

УДК  
ББК

*Рекомендовано к изданию Учебно-методическим Советом КИ РГТЭУ*

**Рецензенты:**

- **Шабанова Л.Б.** – д.э.н., профессор, заведующая кафедрой учета, финансов и банковского дела Казанского института РГТЭУ;
- **Огородникова Ю.Г.** – к.э.н., доцент кафедры управления персоналом Университета управления «ТИСБИ».

Шипшова О.А., Ахметзянов Р.Н., Багаутдинов Р.Г. Инновационное предпринимательство (маркетинговые аспекты). Учебное пособие. – Казань: КИ РГТЭУ, 2012. – 72 с.

**ISBN**

В представленном учебном пособии, раскрываются маркетинговые аспекты теории инноваций. Рассматриваются вопросы сущности и содержания инноваций, этапы подготовки инновационного проекта, маркетинговые особенности продаж инновационных продуктов и другие. Особое внимание авторами уделено видам маркетинга в инновационном предпринимательстве.

Пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлению 100700.68 «Торговое дело» магистерская программа «Коммерция на рынке товаров и услуг», также может быть использовано для аспирантов и слушателей высших учебных заведений.

© Шипшова О.А., Ахметзянов Р.Н., Багаутдинов Р.Г., 2012  
© Оформление КИ РГТЭУ, 2012

## Тема 1. Сущность и содержание инноваций

### 1.1. Виды инноваций

Современный научно-технический прогресс немыслим без интеллектуального продукта, получаемого в результате инновационной деятельности. Под инновацией (англ. innovation – нововведение, новаторство) понимается «инвестиции в новацию» как результат практического освоения нового процесса, продукта или услуги. *Новация* (лат. novation – изменение, обновление) представляет собой какое-то новшество, которого не было раньше: новое явление, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей и т.п. *Инновация* представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства труда, обслуживания, управления и т.п.

Процесс создания, освоения и распространения инноваций называется *инновационной деятельностью* или инновационным процессом. Результат инновационной деятельности называется инновационным продуктом.

Официальными российскими терминами в области инновационной деятельности являются термины, используемые в «Концепции инновационной политики Российской Федерации».

«*Инновация* (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности». С термином «инновация» тесно связаны понятия «изобретение» и «открытие». Изобретение это новые приборы, механизмы, инструмент, созданные человеком. Открытие это процесс получения ранее неизвестных данных или наблюдение ранее неизвестного явления природы. В отличие от инновации, открытие делается, как правило, на фундаментальном уровне и не преследует целью получить выгоду. 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.

Подразделение инноваций на конкретные группы по определенным признакам называют *классификацией инноваций*.

В практике управления инновациями используют следующие классификаторы инноваций:

1. в зависимости от *технологических параметров* инновации подразделяют на:
  - продуктовые инновации, включающие применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально новых продуктов,
  - процессные инновации, означающие новые методы организации производства (новые технологии);
2. *по типу новизны* для рынка, инновации делятся на:
  - новые для отрасли в мире,
  - новые для отрасли в стране,
  - новые для данного предприятия (группы предприятий);
3. *по источнику появления* выделяют:
  - инновации, вызванные развитием науки и техники,
  - инновации, вызванные потребностями производства,
  - инновации, вызванные потребностями рынка;
4. *по месту на предприятии* можно выделить:
  - инновации на входе предприятия (сырье, оборудование, информация и др.),
  - инновации на выходе предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.),
  - инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной);
5. *в зависимости от глубины вносимых изменений* выделяют:
  - базисные инновации, которые реализуют крупные изобретения и формируют новые направления в развитии техники,
  - улучшающие инновации, которые реализуют мелкие изобретения и преобладают на фазах распространения и стабильного развития научно-технического цикла,
  - модификационные (частные) инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии.

Непременным свойством инновации является научно-техническая новизна. Следует отличать инновации от несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах (изменения цвета, формы и т.п.); не-

значительных 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.

## **1.2. Функции, выполняемые инновациями**

Функции инновации отражают ее роль в хозяйственном процессе. Инновация выполняет следующие три функции:

1. воспроизводственную;
2. инвестиционную;
3. 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.

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

Инновация является реализованным на рынке результатом, полученным от вложения капитала в новый продукт или операцию (технология, процесс). Поэтому условием для их практической реализации в бизнесе является привлечение инновационных инвестиций в достаточном объеме.

## **1.3. Инновационный процесс и его составляющие**

*Инновационный процесс* – это последовательная цепь событий, в ходе которой новшество «вызревает» от идеи до конкретного продукта, техноло-