

**Международная  
Академия  
Бизнеса**

**УПРАВЛЯТЬ СОБОЙ –  
УПРАВЛЯТЬ БИЗНЕСОМ –  
УПРАВЛЯТЬ ВРЕМЕНЕМ**

**ӨЗІҢДІ БИЛЕУ, БИЗНЕСТІ  
МЕҢГЕРУ, УАҚЫТТЫ ИГЕРУ**

**MANAGE YOURSELF,  
MANAGE YOUR BUSINESS,  
MANAGE YOUR TIME**

**Сборник статей слушателей  
магистерских программ МАБ  
специальностей «Менеджмент»  
и «Финансы»**

**ХБА магистранттарының  
мақалаларының жинағы**

**Collection of articles  
by Master Program students**

**Алматы, 2013**

**УДК 005**  
**ББК 65.290-2**  
**У 67**

**Редакционная коллегия**

Никифорова Н.В. — д. э. н., профессор, директор Департамента магистерских программ МАБ

Елубаева Ж.М. — д. э. н., профессор, и.о. заведующей кафедрой «Финансы» МАБ

Арын А. — ст.преп. кафедры «Финансы» МАБ

Шалбаева Ш.Е. — к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Шакирова С.М., к. филос. н., директор Центра исследований и развития МАБ

Сапаргалиев Д.Б. — заместитель директора Центра исследований и развития

Коржова С.И. — координатор Департамента магистерских программ МАБ

Все статьи прошли проверку в системе AdvengoPlagiatusv.1.2.

**У 67** Управлять собой — управлять бизнесом — управлять временем: Сборник статей слушателей магистерских программ МАБ специальностей «Менеджмент» и «Финансы». Алматы, Международная Академия Бизнеса — 148 с.

**ISBN 978-601-80340-8-4**

**УДК 005**  
**ББК 65.290-2**

**ISBN 978-601-80340-2-2**

© МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА, 2013

9.	Муратбеков А.А.	Маркетинговая стратегия компании Серагем	Мельников В.Д., д.э.н., профессор	131
10.	Пономарёва А.В.	Инновации как результат исследований и разработок на предприятии в условиях рыночной экономики	Косолапов Г.В., к.э.н., доцент	133
11.	Сарсембай Д.А.	Проектное финансирование и его развитие в Казахстане	Бертаева К.Ж., д.э.н.	136
12.	Тарасенко С.В.	Системы управления финансовыми рисками компаний	Мадыханова К.А., к.э.н., доцент	140
13.	Турғалиева М.М.	Компания құнын басқару және бағалау әдістері	Елубаева Ж.М., э.ғ.д., профессор	143

## **Инновации как результат исследований и разработок на предприятии в условиях рыночной экономики**

Сегодня научные исследования и разработки крепко закрепили за собой статус одной из ключевых функций на предприятии. С чем это связано? Исследования и разработки обеспечивают предприятию высокую конкурентоспособность, а нововведение, или же инновация, как итоговый результат, формирует на рынке нишу предлагаемых новых товаров или услуг. Введенная инновация порождает конкуренцию между компаниями, что приводит к повышению качества товаров и услуг, а также к их разнообразию. В итоге между предприятиями идет постоянное поддерживание конкуренции, а это есть главный признак рыночной экономики.

Актуальность темы инноваций на сегодняшний день сводится к тому, что с переходом к рыночной экономике функционирование и выживание компаний в значительной степени зависит от её инновационной деятельности. В современном мире инновации – главная составляющая развития и роста предприятия. Компании, которые сумели добиться на рынке лидирующих позиций, сделали это, главным образом, посредством инноваций.

Инновации подразделяются на три вида: технологические, нетехнологические и продуктовые.

*Технологические инновации* распространяются на методы производства.

*Нетехнологические инновации* затрагивают экономические, производственные и социальные факторы хозяйственной деятельности.

*Продуктовые инновации* связаны непосредственно с продуктами и изменениями в них.

Инновации имеют свойство выражаться с помощью таких способов, как: использование нового дизайна, создание новой техники повышения квалификации сотрудников фирмы, новые способы ведения маркетинга, создание абсолютно нового товара или же модификация старого, повышение качества оказываемой услуги, создание новой услуги, которой на рынке ещё не было. Вариантов нововведения может быть множество [1].

В большинстве случаев нововведение является простым и содержит незначительные улучшения. Инновации, которые являются открытием, на сегодняшний день встречаются все реже. Чаще всего это идеи, которые «у

всех на виду», но так и не были использованы целенаправленно.

Самое важное, при внедрении инновации, это информация. Она должна быть недоступна конкурирующим фирмам, либо такой, которую они искать не будут. При этих условиях компания со своим нововведением будет в безусловном выигрыше.

Компании, которые активно занимаются исследованиями и разработками, руководствуются выгодами, которые они получают в будущем от своей инновации.

В первую очередь, у фирмы стоит цель получения прибыли. На стадии исследования компания делает анализ того, насколько новое предложение будет пользоваться спросом и как это будет отражаться на доходах компании. После проведенных исследований, компания находит своё новое предложение, которого ещё не было на рынке. Дальше дело за разработками: стратегий, реализацией нового товара или услуги, его рекламы и так далее. После успешно проведенной деятельности, компания достигает поставленной цели, получая прибыль, что, несомненно, является одной из наиболее важнейших сторон, на которую опирается фирма.

Существуют также и косвенные выгоды инноваций. Они оправданны, но значимыми становятся, если впоследствии приводят к прибыли.

Во-первых, это приобретение новых знаний. Инновации увеличивают запасы знаний фирмы.

Во-вторых, усиление бренда компании своих позиций. Нововведения значительно могут укрепить их.

В-третьих, укрепление экосистемы. Нововведение влияет на взаимодействие фирмы с внешними силами.

В-четвертых, жизнестойкость компании. Инновации чаще всего имеют важное значение для сотрудников, которые там работают.

Конечно, по сути своей, инновация считается ключом к успеху, но она несёт за собой опасность подрыва экономического благополучия компании, производственного, кадрового и сбытового потенциала.

Но несмотря на всю угрозу и последствия, предприятие, которое не практикует обновления в своей деятельности, обрекает себя на

застой, что приводит, в конечном счёте, к проигрышу в конкурентной борьбе.

На современном этапе развития экономики нововведения являются главной задачей для эффективного функционирования предприятия. При введении инновации избежать рисков, связанных с ней, невозможно. Нововведение и риск – две тесно взаимосвязанные категории, которые не могут существовать друг без друга [2].

Для снижения риска, компании проводят тщательные исследования и анализ рынка, но это не даёт возможности увидеть четкий результат, инновационная деятельность обладает такой характерной чертой, как непредсказуемость.

Несмотря на все усилия, крайне тяжело предугадать, какое нововведение будет успешно, а какое обречено на провал.

В целом, основные риски, которые могут возникнуть при введении инновации, заключаются в следующем: усиление конкуренции, ненужность инновации потенциальным потребителям, нехватка ресурсов для реализации, непредвиденные затраты, нехватка кадров и др.

Возникает вопрос, если риска не избежать, то какими способами можно свести его к минимуму? Существует несколько основных способов.

Одно из важнейших условий - это организация защиты коммерческой тайны. Если компания допустит распространение информации за пределы фирмы, фирма-конкурент может начать разработку идентичного товара или услуги.

Не меньшую роль для снижения рисков играет планирование и прогнозирование деятельности фирмы, связанной с введением инновации. Эффективное проведение планирования и прогнозирования создаёт возможность увидеть экономические колебания, изменения конъюнктуры рынка и приспособиться к ним.

Также для снижения рисков эффективно использовать такой метод как страхование инновационной деятельности. Страхование деятельности предполагает создание страхового фонда для использования его в целях преодоления и возмещения разного рода потерь или же ущерба, которые были вызваны неблагоприятными событиями, указанными в страховых случаях, путём выплаты страховых сумм или страховыми возмещениями.

Финансирование исследований и разработок на предприятии возможно из с заёмных, собственных, привлеченных и прочих источников. Принято считать, что лучше всего использовать заёмные и привлеченные средства, так как они дают возможность финансирования новшеств и поддержания конкурентоспособ-

ности фирмы, до того, как сама компания сможет накопить собственные средства [3].

Однако же, если вышеуказанные источники финансирования применять к только что образованному предприятию, то последствия могут иметь отрицательный результат. С чем это может быть связано? С тем, что, опираясь на теорию, новшество, после проведения грамотных исследований и разработок, должно приносить фирме дополнительный доход, делая его конкурентоспособным и выделяя на фоне других компаний новизной.

В первую очередь, самофинансирование нововведений в таких случаях для нового предприятия невозможно в силу недостаточности финансовых ресурсов. Уставный капитал начинающей компании не сможет стать достаточным источником для финансирования.

Далее существует такая проблема, как высокие риски. К ним главным образом относятся коммерческие и технические. Так как фирма является ещё новой, не зарекомендовавшей себя на рынке товаров и услуг, существует вероятность того, что предприятие не сможет привлечь инвесторов и кредиторов, так как они отдадут предпочтение компаниям известным и стабильным.

И, в-третьих, оказывает влияние недостаточная имущественная база нового организованного предприятия.

Отсюда следует вывод, что новым предприятиям начинать свою деятельность на рынке с нововведений не желательно, так как слишком велик риск отрицательного итога.

Инновации присущи фирмам, которые уже крепко закрепили свое положение на рынке товаров и услуг. Для таких фирм можно воспользоваться по сути двумя способами финансирования: средствами учредителей фирмы и средствами инвесторов и кредиторов. На практике компании предпочитают все же пользование не заемными средствами, а собственным капиталом, который они накопили в процессе своей деятельности, не неся при этом никаких обязательств за его использование. В итоге каждая фирма сама решает, какой из вариантов для неё будет более приемлемым [4].

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать ряд выводов.

1. Инновации на сегодняшний день – это неотъемлемая черта современного предприятия. Развитие, рост предприятия, его конкурентоспособность напрямую зависят от инноваций.
2. Инновационной деятельностью присуще заниматься компаниям, которые уверенно держатся на рынке товаров и ус-

луг. Для компаний, которые только образовались, такая деятельность будет более рискованной.

3. Инновации могут являться как глобальным открытием, так и несущественным изменением продукта или услуги. Нововведение должно нести за собой улучшения по одному или более характеристикам товара или услуги, как для потребителей, так и для фирмы, в противном случае, инновация может оказаться ненужной.
4. Существует несколько способов финансирования инноваций, но самые популярные - это финансирование из собственных средств или же заемных.
5. Инновации и риск тесно связаны друг с другом. Предприятию при введении инноваций риска избежать не удастся. Но существуют способы, которые могут свести его к минимуму.
6. При введении инновации главную ценность представляет информация. Сохранность информации о новой продукции или услуги является для фирмы главной задачей, это обеспечивает компании гарантию, что фирма-конкурент не выпустит идентичное предложение.
7. Введение инновации выгодно для компании. Это влечет за собой увеличение прибыли, спрос на предложение фирмы, укрепляет позиции бренда, привлекает инвесторов и кредиторов.
8. Исследования и разработки являются ключевой функцией на предприятии. Их итогом и является инновация.

### **Источники:**

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2006 – 304 с.
2. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и инноваций – М.: «Филинь», 2005 – 516 с.
3. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов/ Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010 – 327 с.
4. Основы инновационного менеджмента: Учебник для вузов/ Под ред. П.Н. Завлина. – Мн.: Экономика, 2011 – 472 с.