

**Д. И. Ткаченко** – студент факультета среднего профессионального образования (колледжа)  
**М. М. Лачугина** (канд. экон. наук) – научный руководитель

## СТАРТАП КАК ИНСТРУМЕНТ ПОПОЛНЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ИННОВАЦИЯМИ

Современная экономика нуждается в инновациях, при этом основная проблема состоит в том, что инновации сложно воплотить в жизнь. 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. При этом результат инновационной деятельности можно назвать инновационным продуктом.

В научной литературе инновация (нововведение) определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

При построении инновационной экономики роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Поэтому 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.

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.

Следует подчеркнуть, что 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 и применять современные методы управления финансами. Это определяет содержание стимулирующей функции инновации.

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.

Инновационный продукт, находящийся на стадии зарождения (идеи) как положительные, так и отрицательные стороны. Теоретически, чем «моложе» фаза, на которой находится нововведение, тем больше его перспективы на рынке. Но многое зависит от того, как долго будут этот продукт создавать. Поэтому чем быстрее осуществляется инновационный процесс, тем больше вероятность того, что нововведение будет иметь успех. Иногда внедрение новшества растягивается на долгие годы, а за этот период появляются другие инновации, и продукт в итоге уже не будет иметь большой ценности[].

Решение этой проблемы видится в применении стартапа, реализующего эффективные методы маркетинга, PR и рекламы при продвижении инноваций. Стартап или стартап-компания (от англ. start-up — запускать) определяется как компания, созданная недавно, находящаяся в стадии развития или исследования перспективных рынков. Этот термин получил наибольшее распространение в сфере IT и интернет-проектов, но применяется также к другим сферам деятельности.

Стартап— это молодая, небольшая компания, деятельность которой связана с любой инновационной технологией (интернет, нанотехнологии, медицина ит.д.). Стартапы строят свой бизнес на основе инноваций. Инновации могут быть глобальными (во всем мире) и локальными (в отдельно взятой стране, регионе, причем в других странах эта технология может и не быть инновационной). И так же делятся на 2 категории: Первая-«с нуля» бизнес создаётся без начального капитала и базироваться на экстраординарной идее. Вторая «материнские» - уже существующая компания или холдинг, которая открывает новое предприятие.

Процесс развития стартапов проходит через 5 стадий: Формирование идеи, стадию запуска, стадию роста, стадию расширения и стадию «выхода».

Основная задача стартапа - это поиск уникальной рыночной ниши и способа воздействия на неё, причем, если у него нет цели – это всего лишь инновационная идея.

Главное преимущество стартапа – его инновационность, проявляющаяся в новом видении рынка, новой востребованной технологии, а также новых способах воздействия на рынок. В то же время недостатком является неизвестность рынка или самого товара и недостаточное финансирование не позволяющее реализовать идею.

Важно отметить, что стартапы недолговечны, при этом одна из главных причин гибели – это преждевременное развитие, так называемая болезнь роста.

Таким образом, стартап является простой и доступной инновационной моделью с конкретными пошаговыми действиями по реализации идей в бизнесе, что позволяет пополнить инновациями современную экономику и повысить ее конкурентоспособность.

### **Библиографический список:**

1. Инновации и их коммерциализация – <http://sites.google.com/site/innova1001/Home/startup/rabota-v-startapah>
2. Концепция инновационного маркетинга <http://xreferat.ru/53/18-2-koncepciya-innovacionnogo-marketinga.html>
3. Инновационная деятельность МП <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section3.html#3.6>