

ҚР Білім және ғылым министрлігі

С. Т. Купешова

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ

Алматы, 2011

С. Т. Купешова

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ

ОҚУЛЫҚ

*Қазақстан Республикасы Білім және
ғылым министрлігі бекіткен*

Алматы, 2011

ӘОЖ 005 (075.8)
КБЖ 65.290-2я73
К 85

Пікір берушілер:

экономика ғылымдарының докторы, профессор **К.С. Мухтарова**;
экономика ғылымдарының докторы, профессор **Г.И. Баймахамбетова**;
экономика ғылымдарының кандидаты, доцент **И.А. Бибатырова**.

Купешова С. Т.

К 85 **Инновациялық менеджмент:** Оқулық. – Алматы: ЖСШ РПБК
«Дәуір», 2011. – 256 бет.

ISBN 978-601-217-248-5

Оқулық инновациялық менеджмент пәнінің типтік бағдарламасы құрылымына сәйкес жазылған. Оқулық студенттер әр қадам басқан сайын міндетті түрде экономикалық немесе экологиялық, әлеуметтік және басқа да тиімділіктер беретін инновацияларды игеру үдерістерін басқару, ұйымдастыру әлеміне енгізе мүмкіндік туғызатындай етіп дайындалған. Нәтижесінде студенттер өз беттерінше инновациялық үдерістерді басқару, жоспарлау және инновациялардың пайдалылығын есептеуге мүмкіндік беретіндей біліммен құралданады.

Бұл оқулық жоғары оқу орындарының студенттеріне, оқытушыларына, магистранттарға арналған, сонымен қатар бизнес өкілдері, инновациялық саладағы менеджерлер, өнертабыстармен шұғылданатын тұлғалар үшін ерекше қызығушылық туғызуы мүмкін.

ӘОЖ 005(075.8)
КБЖ 65.290-2я73

ISBN 978-601-217-248-5

© С. Т. Купешова, 2011
© ҚР Жоғары оқу орындарының
қауымдастығы, 2011

КІРІСПЕ

Ғылыми-техникалық әлеует кез келген мемлекеттің ұлттық байлығының негізгі саласы. Барлық дамыған елдер тәжірибесі көрсеткендей экономикалық даму, көркеюдің негізгі жолы – ғылыми-техникалық және инновациялық салада көшбасы болу. Инновациялар мен жаңалықтар экономиканың құлдырауына төтеп беріп, ғылыми-техникалық прогрестің белсенді түрде дамуына жағдай жасап, ұлттық экономиканың тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатады. Сондықтан бүкіл дүние жүзіндегі табысты компаниялар инновациялық қызметтерді тиімді басқару мен ұйымдастыруға ерекше көңіл бөледі. Ал мемлекет өз тарапынан ғылыми-техникалық және инновациялық даму саласына қолдау жасап, тиімді саясат жүргізіп отырады. Өйткені мемлекеттік инновациялық саясаттың негізгі мақсаты – ғылыми-техникалық жетістіктерді адам игілігі үшін пайдаланып, адамзат өмір сүру жағдайларын сапалы түрде жақсартуға бағыттайды. Ал бұл бүкіл адамзат тіршілігі мен шаруашылығының негізгі басты мақсаты. Қазір Қазақстан Республикасының ғылыми-техникалық зерттеулері мен инновациялық саласы қиындықтарға толы қалыптасу сатысында. Бірақ сол қиындықтарға карамастан Қазақстан кәсіпкерлері шетел жаңалықтары мен ғылыми-техникалық жетістіктерін табысты түрде игеріп, оларды жоғарғы қарқынмен қызметтеріне енгізіп келеді. Әрине бұл инновациялар халықаралық технологиялық деңгейге көтерілуге мүмкіндік береді, бірақ сол ғылыми-техникалық жетістіктердің көбісі тек біз үшін ғана инновация, ал шетелдіктер үшін олар кешегі күн жаңалықтары. Сондықтанда шетел технологиясы мен техникасын игерумен қатар өз ұлттық ғылыми-техникалық әлеуетіміздің дамуына жағдай жасап, отандық ғалымдардың ғылыми жетістіктерін өндіріске енгізіп, оларды бағалай білуіміз керек.

Қазақстан Республикасының инновация мәселелеріне деген қызығушылық ХХІ ғасырдағы әлеуметтік-экономикалық және

ғылыми-техникалық дамудың белсенділігі мен интеллектуалды өсу факторының кең қолданылуымен байланысты.

Инновациялық үдеріс ғылымды, техниканы, өндірісті, кәсіпкерлікті, қаржы секторын, маркетингті және менеджментті біріктіреді. Инновациялық үдерісте әр түрлі сапалық және техникалық деңгейдегі мәселелер шешіледі.

Қазір Қазақстан жаңа экономикалық дәуірге, яғни инновациялық индустриалды даму сатысына аяқ басу үстінде. Әрине қазір инновациялық өнім өндіру, оны тиімді сату кез келген компанияға, мемлекетке орасан зор табыс әкелетіні баршаға әйгілі. Сондықтан да Қазақстанда инновациялық саланың дамуы барысына мемлекет тарапынан көптеген ынталандырушы шаралар қолданылып жатыр. Елбасы Н.Ә.Назарбаев әл-Фараби атындағы ҚазҰУ 75 мерейтойын мерекелеуде оқыған «Қазақстан дағдарыстан кейінгі дүниеде: болашаққа интеллектуалды секіріс» тақырыбындағы актілік дәрісінде инновациялық бағытта дамудың аса қажеттілігіне көп назар аударды. Президент бізге интеллектуалды революция қажеттілігін және аса білімді де патриот азаматтар ғана мемлекеттің дамуына үлес қосатынын айтып кетті. «Интеллектуалды ұлт - 2020» жобасы тиімді жүзеге асырылса Қазақстан үшін жарқын болашақ келері сөзсіз.

Дүниежүзілік экономикада көптеген мемлекеттер Жапония, Оңтүстік Корея, Финляндия, Сингапур және т.б. инновациялық саланы қолдау және дамыту арқасында экономикалық жетістіктерге жетіп, ғылыми техникалық және инновациялық көшбасшы болып отыр. Бұл – мемлекеттердің тәжірибесі көрсеткендей инновациялық саланы дамыту, бәсекеге қабілетті өнім өндірудің іргетасын қалап, оны әрі қарай іргелететін негізгі факторлардың бірі – инновациялық менеджментті тиімді пайдалану. Әрине мемлекеттің жалпы инновациялық саясатының қолдаушы және ынталандырушы рөлі бірінші орында тұрады, бірақ инновациялық идеяны өндіріске енгізуші жеке кәсіпкерлік сектор болғандықтан, инновациялық өнім өндіруші компанияда инновациялық менеджменттің кәсіптік деңгейі төмен болса, онда инновациялық жоба да, өнім де табыссыз болады.

Қазақстандық инновациялық саланың дамуын тежеп отыр-

ған негізгі себептердің бірі – осы жоғарғы деңгейдегі кәсіптік инновациялық менеджменттің қалыптасу деңгейінің төмендігі. Инновациялық жобалар мен үрдістерді басқарушы, ұйымдастырушы жоғарғы маманданған менеджерлердің жетіспеушілігі. «Инновациялық менеджмент» оқулығының мақсаты инновацияны басқару әдісі мен қызметі, микро және макродеңгейде инновацияларды енгізу туралы ғылыми білім мен тәжірибені біріктіру.

Берілген оқулық студенттерге төменде көрсетілген мәселелер бойынша түсінік береді:

➤ инновациялық теорияның негізгі түсініктері мен инновациялық қызметті, инновациялық кәсіпкерлікті басқарудың негіздері туралы;

➤ жаңа технологиялар мен инновацияға қаражат тарту әдістері мен нысандарын негіздеу үшін инновация, жоғары технологияның бағалық аспектілерін талдау туралы;

➤ инновациялық қызметті дамытушы фактор ретінде инновациялық стратегияны таңдау мен жүзеге асыру туралы;

➤ инновациялық жобалардың тиімділігін бағалау әдістері туралы;

➤ жаңа технологиялар мен ғылыми идеяларды коммерциализациялау туралы, венчурлік қаржыландыру туралы, инновациялық қызметтің жеке кезеңдерін қаржыландыру туралы кеңес беру;

➤ венчурлік бизнесті басқару және ұйымдастыру механизмі және терминологиясы туралы;

➤ инновациялық қызметті мемлекеттік қолдаудың негізгі формалары туралы;

Бұл оқулық студенттерге, магистранттарға, оқытушыларға, сонымен қатар инновациялық қызметті басқаруға қызығушы тұлғаларға арналған.

1. ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТ ТҮСІНІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ ҚАСИЕТТЕРІ

1.1 Инновацияның жалпы түсінігі

Баршаға белгілі «инновация» – ол халықтың әлеуметтік жағдайын жақсартуға, ел экономикасын өсуге апаратын негізгі жолдардың бірі. Әр заманның өз мінезі, өз талабы бар. Бүгінгі дамудың жалғыз жолы – инновациялық жол. Ол – Қазақстанның әлемнің бәсекеге барынша қабілетті 50 елінің қатарына кіру жолы деген сөз. Демек Қазақстан экономикасы ғылыми білімге, инновациялық технологияларға, жоғары білікті өндіргіш күштерге негізделуі тиіс. Атап айтқанда, табиғи ресурстарды жаңаша игеруге, оларды мүмкіндігінше республикада өңдеуге, жаңа жұмыс орындарын ашуға, ғылыми ауқымды технологияларды барынша көп енгізуге негізделген, тұлғаның шығармашылық қабілеті мен белсенділігін қажет етпейтін шикізаттық экономикадан «өңдеуші және өндіруші» экономикаға өту деген сөз.

Барлық заманауи техникалық өркениет – инновацияның нәтижесі. «Хай-тек» деп аталатындар ғана емес, сонымен қатар «төментехнологиялы» өндірістік өнімдер, тіпті индустриалдық емес өндіріс өнімдерін бір кездері біреу ойлап шығарып, өндіріске енгізген. Бүгінде қолданылып жүрген инновациялардың көбі – мысалы, құрал-саймандарды, отты қолдану, жануарларды үйрету, ауыл шаруашылығы – тарихи кезеңіне дейін болған. Алайда тарихи өлшемдерге қатысты соңғы кезеңдерде инновациялардың саны күрт өскен. Экономикалық әдебиеттерде бұл кезеңді «өндірістік революция» деп атайды. Өндірістік революцияның себептері әлі күнге дейін тарихшылар, социологтар, экономист және философтар арасында қызу пікірталастар тудырып, жаңа теориялардың пайда болуына әсер етіп отыр.

Көптеген зерттеушілердің айтуынша, «инновация» термині шамамен XV ғасырдың бірінші жартысында пайда болған, яғни ағылшынның «innovation» сөзін аударғанда «қайта өрлеу» немесе «тауар жасаудың жаңа жолы».

XX ғасырдың 30-жылдары австриялық ғалым Йозеф Шумпетер инновация терминін экономика ғылымына енгізді, ол бойынша инновация дегеніміз – жаңа тұтыну тауарларын, жаңа өндіріс және тасымалдау құралдарын, нарықтар мен өнеркәсіптегі ұйымдастыру нысандарын енгізу мен пайдалану мақсатындағы өзгеріс. «Инновация» термині әлемдік экономикалық әдебиетте жалпы қабылданған категория болды. Йозеф Шумпетер бойынша, инновация – тек жаңа енгізу ғана емес, ол – өндірістің жаңа қызметі.

Й.Шумпетердің айтуынша, технологиялық үдерісте, экономикалық ұйым құрылымында, шығарылатын тауар ассортименті мен экономикалық тепе-теңдікте өзгеріс туындататын нарықтағы басым рөлге кәсіпкерлік қызмет ие. Кәсіпкерлік кәсіп емес – ол экономикадағы тұрақты дәстүрді бұзып, тәуекел бизнесі арқылы инновация нарығына енудің сирек кездесетін қабілеті. Оның ойынша, кәсіпкерлік технологияның дамуымен, инновациялармен және экономикалық өсумен тығыз байланысты.

Инновациялар салт-дәстүрді бұзып қана қоймайды, сонымен қатар олар жай кәсіпорындарға қарағанда, біршама көп табыс әкеледі. Американдықтардың есептеуінше, 70-жылдары жасалған ең ұтымды 17 жаңа енгізулердің пайда нормасы жалпы экономикадағы табыстың орташа есеппен 56%-ын құраған және дәл сол уақытта американдық инновациялық емес бизнеске соңғы 30 жыл бойы құйылған инвестицияның орташа пайда нормасы тек 16%-ды құраған.

Жалпы инновация деген не? Инновацияның көптеген анықтамасы бар, бірақ олардың бәрі инновацияларды түрлі қырынан қарастырғандықтан біріне-бірі сәйкес келмейді. Нағыз инновациялардың өзіне тән ерекшеліктері мен пайда болу себептері болады және олар ең аз дегенде екі қасиетпен ерекшеленеді.

Біріншіден, «инновация» сөзі жаңалық, айрықша деген түсінікке сай келеді. Бірақ мәселе «жаңа беттен» ойлап шығару, толығымен жаңашылдықта емес. Табысты инновациялардың көбі бұрыннан белгілі идеяларды жетілдіру, жақсарту және оларға жаңа қызметтер енгізумен пайда болған.

Мысалы, әлемдегі ең керемет инновациялардың бірі болып 1974 жылы SONY компаниясы шығарған Betamax видеомагни-

тофоны мен 1976 жылы JVC фирмасы шығарған ең бірінші VHS форматтағы видеоманитофоны саналады. Шындығына келсек, SONY компаниясы да, JVC компаниясы да видеотаспаны ойлап табушылар емес. Ол алғаш рет 1954 жылы американдық Амрех компаниясы арқылы пайда болған еді. Дегенмен Амрех фирмасының 2 дюймдік видеолентасы бар видеоманитофоны музыкалық автоматтармен бірдей болды. Ол видеоманитофондарды тұрғын үйлерде пайдалану өте ыңғайсыз еді. Сондықтан олар телевизиялық студияларда бағдарламаларды көрермендер үшін тиімді уақытта көрсету үшін қолданылды.

Сол кезде жапондық новаторлар үйге арналған видеоманитофонның үлкен сұранысқа ие болатынын түсінді. Бірақ осындай видеоманитофон жасау үшін тек қана көлемін ғана емес, сонымен қатар бағасын да кішірейту керек болды. Осыған орай лентасының ені 1 дюйм болатын видеотаспалардың ойлап табылуы үлкен жетістік болды. Жапондық новаторлардың пленкасымен жасалған видеотаспалар шағын кітап сияқты болды. Бұл керемет инновация жапон экономикасына үлкен табыс әкелді. 1980 жылы олардың сатылуы (30 млрд доллар) Жапонияның электронды өнеркәсібінің жартысын немесе ұлттық табыстың 16%-ын құрады. Үй видеоманитофоны пайда болысымен кең қолданысқа ие болған керемет туындыға айналды.

Екіншіден, идеяның жаңашылдығы (немесе идеялардың жиынтығы) инновация болып табылмайды. Ойлап шығару не жаңалық ашу, тіпті күтпеген және керемет болса да, инновация емес. Инновация тәжірибелік мәнге ие болу үшін ол тәжірибеде қолдануға болатындай дәрежеде аяқталған болуы керек. Инновацияның табыстылығы – бір жағынан, белгілі бір техникалық, экономикалық не ұйымдастырушылық мәселенің шешіміне деген қажеттілік, ал екінші жағынан, осы мәселенің сәтті шешімінің жиынтығы.

Дегенмен интеллектуалды еңбектің нәтижесі болып жаңашылдық табылады. Жаңашылдық, қысқа мағынада – интеллектуалды қызметтің жемісі, кең мағынасында – ноу-хаудың, ұтымды ұсыныстардың, тауар белгісінің, патенттің, өнертапқыштық, ашылымдардың бейнесінде жасалған инновациялық үдерістің нәтижесі.

Егер жаңадан енгізудің экономикалық немесе әлеуметтік құндылығы болмаса, ол инновация ретінде саналмайды, өйткені инновация болуы үшін белгілі бір пайдалы әсерді қамтамасыз ететін инновациялық үдерістің өндіріске енгізген нәтижесі болуы қажет.

Инновация – ғылыми-техникалық зерттеу, өндіріс, маркетинг және менеджмент сияқты іс-әрекеттерді қамтитын инновациялық үдерістің, инновациялық қызметтің нәтижесі. Инновацияның жаңа ашылымдардан айырмашылығы – пайдалы инновациялық әсерінің тиімді қызметі арқылы жүзеге асырылуын бағалау. Егер жаңалықтың экономикалық және әлеуметтік құны болмаса, онда ол инновация емес, себебі инновация деп өндіріске енгізілген белгілі бір пайдалы әсерді қамтамасыз ететін инновациялық үрдістердің нәтижесін айтамыз. Қазіргі заманғы экономикалық әдебиеттерде инновациялық өнімнің міндетті түрде белгілі бір тиімділікке негізделуі дәлелденген. Инновациялық пайдалы тиімділіктің мынадай түрлері болады:

- экономикалық тиімділік, инновациялық өнім немесе технология міндетті түрде пайда немесе шығындарды үнемдеуге бағытталады;

- экологиялық тиімділік – инновациялық өнім экономикалық тиімділікке ие болмауы мүмкін, бірақ ол экологиялық оң тиімділікке ие;

- ғылыми-техникалық тиімділік дегеніміз, өндіріске енгізілген инновациялық өнім немесе технология ешқандай ақшалай пайда әкелмеуі мүмкін, бірақ ол ғылым мен техникаға теориялық жаңалық әкеледі;

- әлеуметтік тиімділік – халықты әлеуметтік қорғау саласына арналған инновациялық өнімдер жасау.

Американдық ғалым Джеймс Брайан Куинн инновацияның жалпы сипаттарын атап өтті. Олар мыналар:

- ❖ инновациялар қажеттіліктерді қанағаттандыруға бағытталады;

- ❖ инновациялар ықтималды сипатқа ие;

- ❖ инновациялар күрделілігімен ерекшеленеді;

- ❖ инновациялар көп уақытты талап етеді;

- ❖ инновациялар кедергінің пайда болуына, қарсыласуға, тоқтатылымға және шапшаң үдеуге бейім;

❖ инновацияларды идея фанаттары мен оның белсенді жақтаушылары бастайды.

Инновация терминіне В.А.Макоренконың “қазіргі кездегі түсініктер мен терминдер” сөздігінде мынадай анықтама берілген: “инновация” (ағылшын “innovation” – жаңалық енгізу, “жаңалық”, латын тілінде “innovation” – “жаңарту”, “жаңғырту”) бұл:

1. Техника мен технологияны алмастыруды қамтамасыз ету үшін экономикаға жұмсалынатын қаражат.

2. Ғылыми-техникалық прогрестің жетістігі болатын жаңа техника мен технология нәтижесі.

3. Дайын өнім, жаңа ойларды синтездеу, өндіру. Жаңа технологиялар, моделдер құру, оларды өмірге енгізуді қамтамасыз ететін саяси бағдарламалар, т.б.

4. Тіл білімінде – жаңа білімнің пайда болуы, морфологиядағы жаңа түсініктердің пайда болуы.

Брайан Твисстің түсінігінде инновация дегеніміз – ойлап табушылық немесе идея экономикалық мазмұнға ие болатын үдеріс. Бұл пікірге В.Л.Макаров та қосылады.

Б. Санто инновация терминінің мәнін ашуда жан-жақты еңбек етіп, мынадай анықтама береді: инновация – идеялар мен ойлап табуларды тәжірибеде қолдану арқылы сапасы жағынан жоғары өнім немесе технология жасауға мүмкіндік беретін қоғамдық-техничко-экономикалық үдеріс.

Ресейлік ғалымдар инновацияны жаңа идеяны, жаңалықты және жаңа ғылыми шешімдерді ойлап табуды, патенттерді, ақпаратты және басқа да интеллектуалдық жаңалықтарды материализациялаудың нәтижесі ретінде түсіндіреді. Ал оның нәтижесі ретінде әдетте жаңа өнім немесе технология болады (Э.А.Уткин, А.С.Кулагина, Н.Н.Молчанов және т.б.). Авторлардың тағы бір тобы мынадай анықтама береді: инновация – ұйымдастырушылық құрылымның, басқару әдістерінің және т.б. өзгеріс нәтижесінде өндірістік жүйенің бір саты жоғары деңгейге өтуі, қызметінің тиімділігінің өсуі.

Қазіргі кезде инновациялық қызметтің қасиеттерін айқындайтын халықаралық стандарт бар. Бұл стандарттың қалыптасуына екі құжат ықпал етті: «Фраскати Жетекшілігі» мен «Осло

Жетекшілігі». Бірінші құжат Экономикалық бірлестік пен Даму ұйымының инновациялар мен ғылым бойынша ұлттық эксперттер тобымен үздіксіз өзгертіліп, жетілдіріліп отырады. Алғашқы жетекшілік 1963 жылы Италияның Фраскати қаласында қабылданған. Бұл Жетекшілік ғылым мен инновациялар туралы ақпарат жинақтау, талдау және оны өңдеу бойынша жалпы ұсыныстардан тұрады. Бұл құжат Экономикалық бірлестік пен Даму Ұйымының эксперттер тобымен үздіксіз өзгертілуіне қарамастан атын өзгертпейді. Инновациялардың жалпы түсініктерін айқындайтын, технологиялық инновациялар туралы ақпараттарды жинақтау мен талдауға арналған әдістемелерді анықтайтын екінші құжат «Осло Жетекшілігі» 1992 жылы Осло қаласында қабылданылған болатын.

Фраскати Жетекшілігіне сәйкес, инновация – инновациялық қызметтің нәтижесінде нарыққа енгізілген жаңа немесе жетілдірілген тауар, тәжірибелік қызметте қолданылатын жаңа немесе жетілдірілген технология және әлеуметтік қызметке жаңадан әдістер.

Қазір басқару мен экономика саласындағы барлық теоретиктер мен тәжірибедегі қызметкерлер осы құжаттардағы анықтамаларды қолданады. Қазақстандағы инновациялық сала бойынша құқықтық-нормативтік негіз, түрлі концепциялар, бағдарламалар мен стратегиялық құжаттарды қабылдау кезінде де дәл осы Жетекшіліктер қолданылған.

Сонымен қорытып айтқанда инновация дегеніміз экономикалық айналымға енгізілген интеллектуалды шығармашылық еңбектің соңғы нәтижесі, жаңа немесе жетілдірілген тауар, болмаса жаңа немесе жетілдірілген технологиялық үдеріс болып табылады.

1.2 Инноватика теориясының қалыптасуы және қазіргі күнгі концепциялары

Инновация өз түсінігінің эволюциялық дамуында әр түлі мазмұн мен формаларға ие болды. Көптеген ғалымдар инновацияларды түрлі факторлармен байланыстырып оны түрлі қырынан зерттеді. Олардың барлығының мақсаты – инновациялардың

адамзат өміріне әсерін анықтау және оны адамзат игілігіне тиімді пайдалану жолдарын іздестіру. Статистика мен тарихи ақпараттар көрсеткендей инновациялардың бәрі ғылым мен техниканың жетістігі. Бірақ бұл ғылымның ғылым үшін емес бизнес үшін қызмет ететін түрі. Дәл осы инновациялар адамзат өмірін жылдан жылға жақсартуда. Сонымен қатар инновацияларды өндіріске тиімді енгізу – экономикалық өсудің негізгі факторларының бірі. Сондықтан да инновацияларды өндіріске енгізуді басқару өте маңызды, алдымен инновация түсінігін толық ашып зерттеу қажет.

Инновацияларды тиімді игеру үшін тек ғылым мен кәсіпкерліктің болуы жеткілікті емес. Инновациялық қызмет – кәсіпкердің, ғалымның, менеджердің аса маңызды қабілеті, таланты. Мәселен, И.В. Афониннің ойынша «Жүзжылдықты өзгерткен бастамашы» деп көпке таныс емес ағылшындық ғалым Джон А. Гобсонды есептейді. Себебі, дәл осы ғалым құнның үш факторына «жер - еңбек - капиталға» төртіншісі етіп «талантты» қосты. Біздің ойымызша дәл осы талант инновациялық қызметтің түп негізі, күрделі инновацияларды адамзат пайдалану үшін өндіріске енгізе алатын кәсіпкердің ерекше қабілеті.

Сондай-ақ бізге белгілідей 1725 жылы ағылшындық экономист Р. Кантильон кәсіпкердің стандартты жағдайлардағы, сонымен қатар үлкен тәуекел сәтіндегі өндірісте алға шығумен қоса, пайда табуға мүмкіндік беретін инновацияларға қатысты шешім қабылдаушылық қасиетін ерекше атап көрсеткен. Яғни Р. Кантильонның айтуынша кәдімгі кәсіпкерліктің өзі де инновациялық сипат алып отыр, өйткені кез келген бизнесті ашу – кәсіпкер үшін тәуекел, жаңалық.

Кейінірек XX ғасырдың 30 жылдарында қазіргі таңдағы инновациялар концепциясының негізін қалаған австриялық ғалым Й. Шумпетер. «Экономикалық өсудің теориясы» атты еңбегінде ең алғашқы болып «жаңашыл» және «жаңашылдық енгізу» түсініктерін енгізді. Ол кәсіпкердің инновациялығына негізделген қасиетін, яғни жаңа әзірлемелерді пайдалану, жаңа өндірістік қорларды ұйымдастырудың формалары мен нарықта өндіріске енгізу мақсатында қолдануын ерекше атап көрсетеді. Кәсіпкердің

инновациялық іс-әрекеті – тәуекел бизнес арқылы инновацияның нарыққа жылжу қабілеті. Кәсіпкерлік технологиялық дамумен, инновациямен және экономикалық өсуімен тығыз байланысты. Инновациялар бар дәстүрлерді бұзып қоймайды, олар басқа тәуекелді кәсіпорындарға қарағанда көбірек пайда әкеледі. Й. Шумпетер бойынша нарықтағы анықтаушы рөл экономикалық теңдікке, технологиялық үрдістерге өнім ассортименттеріне және экономиканың ұйымдастырушылық құрылымына, оның барлық қырларына өзгеріс енгізетін кәсіпкерліктің қызметтің жаңашылдығында болады.

Яғни инноватика теориясының қалыптасуы Й. Шумпетер теориясынан басталады. Оның айтуынша экономикалық тұрақтылықты жаңашыл кәсіпкерлер бұзады. Бұл кәсіпкерлер нарыққа жаңа өнім әкеліп, басқа кәсіпкерлерді бәсекеге шақырады. Әр кәсіпкер бәсекеден қалып қоймау үшін, өз тарапынан басқа да жаңа өнімдер ойлап табуға мәжбүр болады. Әр кәсіпорынның ішкі факторларын жаңадан біріктіру, яғни факторлар комбинациясы арқасында инновация алуға болады деді.

И. Шумпетер жаңа комбинациялардың бес түрін көрсетті:

- жаңа өнімді қалыптастыру;
- жаңа технология пайдалану;
- өндіріс үдерісін ұйымдастырудың жаңа түрлерін пайдалану;
- сатудың жаңа нарықтарына шығу;
- ресурстардың жаңа түрлерін немесе жаңа қайнаркөздерін пайдалану.

Й. Шумпетер инновацияларды классификациялағанда ғылыми-техникалық жаңалықтармен шектеліп қана қоймайды. Ұйымдастырудағы өзгерістер және жаңа нарықты іздеу де инновация болып саналады. Өнім мен өндірістік үдерістегі өзгерістер де тек технологиялық қана емес, сонымен қатар инновациялық болуы қажет.

И. Шумпетер өз теориясын Н.Д.Кондратьевтің толқындарымен байланыстырды. И.Шумпетерден кейін инновациялар теориясын циклдер теориясымен байланыстыра отырып Г.Менш, К.Фримен т.б ғалымдар жалғастырды. Й. Шумпетер қазіргі күнге дейін маңыздылығын жоғалтпаған инновациялар түрлерін жіктеді (1-сурет).



1- сурет. Иновациялар түрлерін жіктеу

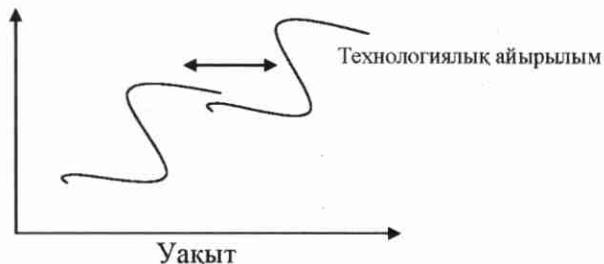
Иновация – бұл техника мен бизнес әлемінің бір уақытта көрінуі. Өзгеріс тек технология деңгейінде болғанда Й. Шумпетер оны өнертабу деп атады. Оған бизнес қосылғанда ғана олар иновация болады.

Й.Шумпетер теориясына сай, иновация – бизнес әлемінде жаңалықтың пада болуы, және бір жаңатабыс келесісін тудырады. Технологияның өзгеруі жаңа өнімнің пайда болуына әкеледі. Ол тиімді қолданылса, бизнес- үдерістердің ұйымдастырылуын талап етеді. Сонымен жаңа өнімдер жаңа нарықтар мен олардың дамуына алып келеді.

Ал американдық кеңес беруші «МакКинзи» компаниясының менеджері Р.Фостердің «технологиялық айырылымдар теориясы» И.Шумпетер теориясынан ерекше болды. Р.Фостердің айтуынша кез келген технологияның S сияқты белгілі бір өмірлік циклі болады. Әр кәсіпкер өз технологиясының өмір циклін жақсы білуі керек, технология құлдырау фазасына жақындаған уақытта ол технологияны жаңартуға немесе ауыстыруға даяр болуы керек.

Сонымен, американдық «МакКинзи» кеңес компаниясының басқарушысы Р.Фостердің иновация феноменін талдау барысында «технологиялық айырылым» түсінігі маңызды рөл атқарады. «Технологиялық айырылым» – бір технологиядан басқа технологияға ауысуды білдіреді. Р.Фостер әр бір технологияның тағдырын логикалық S тәрізді ауытқу белгісімен бейнелейді. Жалпы әр уақытта S тәрізді ауытқымасы бар бәсекелесетін технологиялар болады. «Айқасқа» 3-4 технологиялар қатысады, олардың кейбіреуі қорғанса, келесілері шабуыл жасайды (2-сурет).

пайда



2-сурет. Технологиялық айырылым

Дәл осы уақытта бір технология өзінің шегіне жеткенде келесі жаңа технология пайда болады да, жаңа технология туғызады. «Технологиялық айырылымның» нәтижесі жаңа өнім, жаңа үрдіс, яғни инновацияға алып келеді.

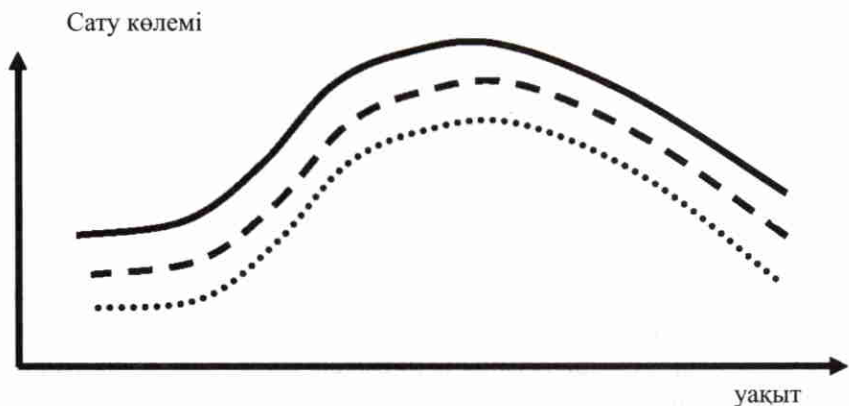
Р.Фостердің теориясында инновация – бұл «технологиялық айырылымның» жаңа технологияның пайда болуы, өндірістің және басқарудың жаңа әдісінің пайда болуының нәтижесі. Нақты өмірде өнім-инновация және үдеріс-инновация бір-бірімен байланысты үдерістер. Жаңа өнім жаңа өндіріс әдістерін, сонымен қатар жаңа технологияларды талап етеді.

Технологиялық кезеңдерді инновациялармен тығыз байланыстырушы ғалымдардың бірі А.Ансофф. Ол технологиялық кезеңдердің түрлерін анықтап, өнім өндіру технологиясының, сұраныс және ұсыныстың өмір кезеңдерінің бір бірімен байланысын ашып көрсетті. Ол 4 циклмен ұштастырылған: өнім, технология, сұраныс кестелерін ұсынады. Технологияның өзгеріс тәуекелділігіне байланысты, яғни бір технологияның басқа технологияға ауысу жиілігіне байланысты, оларды негізгі үш типке: тұрақты, жемісті және өзгермелі деп бөледі

3-суреттен тұрақты технологияны көреміз. Мұнда негізінен сұраныстың барлық өмір кезеңінде технология өзгеріссіз қалады. Бұл технологиялар түрін өндіріс саласының бірінші кезеңдеріне жатқызуға болады.

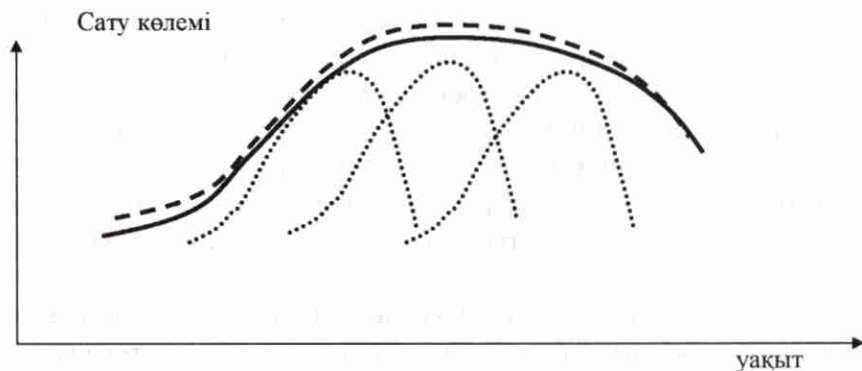
Олар XIX ғ. соңында негізделіп XX ғасырдың 50 жылдарында өздерінің кемеліне жетті. Нарықтық кемелдену мен молықтыру кезеңдерінде сұраныс модификация есебінен қанағаттандырылады, ұсынылатын өнім өзгеріссіз қалады да, тек жекеленген

параметрлері мен бұйым конструкциясы жақсарады, бұл технологиялық инновация есебінен болмайды.



3-сурет. Тұрақты технология

4-сурет жемісті технологияны көрсетеді. Жемісті технологияда жаңа тауар шығару экономикалық өсудің басты факторы болып табылады. Жемісті технология кезеңінде кәсіпкерлер өндіріске белгілі бір уақытта инновацияны енгізіп отыруы қажет.

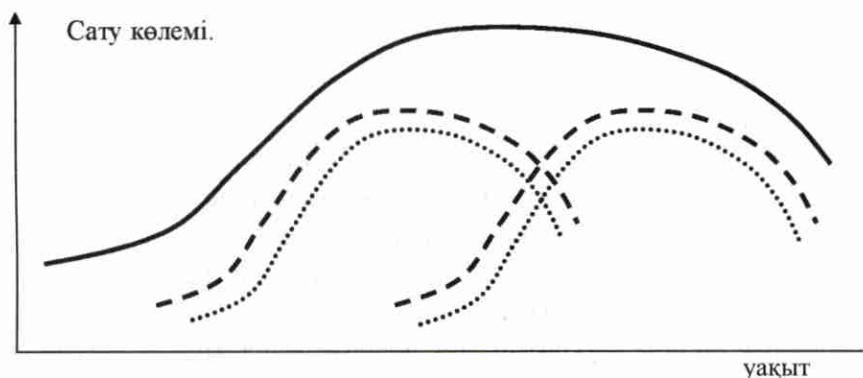


4-сурет. Жемісті технология

Жаңа қасиетке ие тауар нарықты тез жаулап алуы мүмкін, бірақ оның өмірлік циклы ұзақ болмайды. Себебі бәсекелестіктер де осы шамалас тауарды нарыққа ендіруі мүмкін. Нәтижесінде кәсіпкерлер үнемі инновация енгізу қажеттілігін сезеді.

5-сурет өзгермелі технологияны кескіндейді. Бұл жерде жаңа өнімдермен бірге нарыққа бірін бірі алмастыратын базалық технологияның енуін байқауға болады.

Инноватика теориялары экономикалық даму теорияларының контекстерінде де қарастырылады. Көптеген ғалымдар мен кәсіпкерлердің ойынша, экономикалық дамудың жетекші факторлары білім, интеллект, инновациялар.



5-сурет. Өзгермелі технология.

—————	ҰӨЦ	- ұсыныстың өмірлік циклы
- - - - -	ТӨЦ	- технологияның өмірлік циклы
.....	ӨӨЦ	- өнімнің өмірлік циклы

XX ғасырдың 50 жылдары атақты американдық ғалым Роберт Солоу алғаш рет экономикалық дамудың негізгі факторы ретінде ФТП-ға көңіл аударады. Осындай тұжырымды басқа да экономистер жасады: Джон Кендрик, Эдвард Денисон, сонымен қатар Саймон Кузнец. Саймон Кузнецтің ойынша сұранысты қанағаттандыратын ұлттық өнімнің өсуі технологиялық үдеріспен жүзеге асады.

Кейіннен Э.Денисон экономикалық өсу факторларының сипаттамасын жасады, 23 фактордың: 4-і капитал, 1-і жер, қалған 14-і ФТП-ның жемісі деп анықтап берді.

Қазіргі кезде инновацияның, инновациялық үдерістің, инновациялық қызметтің мәнін түсіндіруде, осы мәселені шешудің әдіс-

терінде әр түрлі ой-пікірлер қалыптасқан. 1970 жылы АҚШ-тық ғалым Т.Р. Prince - «инновация – кәсіпорында немесе одан тыс жерде жаңа өнімдер мен техникалық әдіс-тәсілдердің енгізілуі» дейді. «Ғылыми-техникалық прогресс» сөздігінде (1987 жыл) «инновация» – «жаңа заттар, технологиялардың әзірлемелерін дайындауға, оларды таратуға және ұйымдастырудың жаңа формаларын енгізуге бағытталған шығармашылық қызметтің нәтижесі» делінген.

Кейінірек, 1990 жылы Б. Санто (Венгрия) инновация «қоғамдық-техникалық-экономикалық үдеріс», яғни идеялар мен шығармашылық нәтижелердің тәжірибелік қолданылуынан кейін өнімдер мен технологиялардың ең жақсы қасиеттеріне алып келеді. Егер ол экономикалық пайдаға, табысқа бағытталса, оның нарыққа шығуы қосымша кіріс көзі деп түсіндіреді.

ТМД ғалымдары да инновацияның мәнін нақтылауда өз үлестерін қосты. 1991 жылы украиндық ғалым В.Л. Саллин «инновациялық өндіріс – ғылыми-техникалық жаңартпалар негізінде жүзеге асатын өндіріс» деп түсіндіреді. Соңғысы қазіргі түсінікте жаңалықтармен, ғылыми-техникалық шешімдермен және рационализациялаумен байланысты өндіргіш күштердің барлық жетілдірулері, қайта құрулары мен өзгертулері.

1992 жылы ресейлік ғалым А. Фонотов инновациялық үдерістің «өндіріс, алмасу, тұтыну сияқты кешенді қатынастарды түгел қамтитын идеяның пайда болуынан оның коммерциялық жүзеге асуына дейінгі таратылу» ерекшелігін атап көрсетті.

1994 жылы екінші ресейлік ғалым Н.М. Большаков инновацияны «өндіріс шығындарын төмендетуге және еңбектің әлеуметтік жағдайларын өзгертуге мүмкіндік беретін өнімнің жаңа немесе жақсартылған тұтынушылық қасиеттерінің, сонымен қатар жаңа техника мен технологияның, еңбекті ұйымдастыру мен өндірістің жаңа формалары мен әдістерінің енгізілу нәтижесі» деп көрсетеді. 1997 жылы Ю.П. Морозов «инновация – нақты қоғамдық қажеттіліктерді қанағаттандыратын және түрлі әсер беретін (экономикалық, ғылыми-техникалық, әлеуметтік, экологиялық) мүлдем жаңа немесе жетілдірілген құралдар мен өнім-

дерді (жаңартпалар) құру, игеру және енгізудің қорытынды нәтижесі» дейді.

Қазіргі кезде қолданылып жүрген Ресей оқулықтарының бірінде В.Г. Медынский инновацияларды жаңа ендірмелердің тәжірибелік қолданылу жолымен тауарлардың (өнім, қызмет) ең жақсы қасиеттерінің пайда болуына алып келетін қоғамдық, техникалық, экономикалық үдерістер деп көрсетеді.

С.Ю. Глазьев болса, «Инновация- қолданбалы сипатқа ие соңғы нәтижеге нақты бағытталған, әрдайым белгілі бір техникалық, әлеуметтік-экономикалық әсерді қамтамасыз ететін күрделі үдеріс. Инновациялар өз дамуында (инновациялардың өмірлік циклы) идеядан ендіртпеге дейінгі қозғалысында формасын өзгертіп отырады» деп анықтайды.

Пригожин А.В. инновациялардың нақты әрі оригиналды жіктелуін ұсынды. Ол инновацияларды былай бөлді:

- жаңалық типі бойынша: материалды-техникалық, әлеуметтік, экономикалық және ұйымдастырушы-басқарушылық, құқықтық және педагогикалық;

- жүзеге асыру механизмі бойынша: бірлікті, диффузиялық, аяқталған және аяқталмаған, сәтті және сәтсіз;

- инновациялық әлеуеті бойынша: радикалды, біріктірілген (комбинированные), модифицирленетін;

- инновациялық үдеріс ерекшеліктеріне сәйкес: ішкіұйымдық және ұйымаралық;

- тиімділігі бойынша: өндіріс пен басқару тиімділігі, еңбек жағдайларының жақсаруы және т.б.

Инновациялар түсінігі жөнінде қазақстандық мамандардың өз пікірлері бар. 1996 жылы С.Б. Абдыгапарова «инновация - шаруашылық жүргізуші субъектілермен зерттемелерді, әзірлемелерді ғылыми негізделген идеяларды енгізуді қамтитын, мемлекеттік және нарықтық реттеу арқылы қоғамның өмір сүру деңгейін жоғарылатуға бағытталған нәтижеге жету үдерісі», - дейді. Ал 2006 жылы Н.А. Барлыбаева өзінің «Қазақстанның ұлттық инновациялық жүйелері: болашағы мен даму механизмдері» атты монографиясында мынандай тұжырымға келеді. Нарықтық табыстар ең алдымен инновациялық қызметке қатысушылардың жаңаша, креативтік қасиеттеріне байланысты бо-

лады. Солай бола тұра, инновация «технологиялық секірісте» не болмаса «нарықтық сұранысты туындатушы» да емес, олардың өзара бірлескен қатынасынан пайда болған құбылыс деп түсіндіреді.

Сонымен инновацияларды ғылыми тұрғыда зерттеудің эволюциясын талдау нәтижесінде «инновация» категориясына мынадай қасиеттер тән деп айтуға болады:

- инновация – кәсіпкердің инновациялық қызметі арқылы инновациялық тауар немесе қызмет көрсету ретінде нақты өмірге енген интеллектуалды еңбектің нәтижесі;

- инновация – бұл нарықтық тепе-теңдікті бұзатын бәсекелік күш;

- инновация пайдалы әсерді қамтамасыз ететін жаңа не желтілдірілген тауар немесе үдеріс;

- инновация экономикалық өсудің факторы.

Талдауға арналған жағдай.

Инновация үлгісі – дербес компьютер

XX ғ. 40 жылдарынан бастап есептеуіш техниканың дамуы өте қуатты компьютерлер жасау бағытында өрбіді. Олар электр энергиясын көп тұтынды, үлкен залдардағы орынды алды. Ережеге сай, тұтынушы мен ЭЕМ арасында делдал-бағдарламашы тұрды. ЭЕМ-ге рұқсатты кеңейту үшін бір жүйелік блокқа бірнеше монитор жалғады. 70 жылдары ЭЕМ жүйесі туралы, есептеуіш ресурстарды біріктіру туралы мәселе қозғала бастады. Нақты жағдай тіпті «аналық» ЭЕМ мен қатынас техникалық және бағдарламалық қамтамасыз етудің жетіспеушілігінен қиындау болатын. Мысалы, ең қарапайым деген сұрақтардың өзінің жауабын монитордың алдында ұзақ күтуге тура келді, себебі орталық ЭЕМ ресурстары бұл уақытта басқа мониторлармен жұмыс жасауға кететін, көбінде уақыт ақпараттарды ЭЕМ-нен мониторға және кері аударуға кететін. Алғашқы дербес компьютерлер «Альтаир 8800» 1974 жылы пайда болды Бірақ ол техникалық тұрғыдан күнделікті дербес пайдалануға ыңғайсыз болды. Алғашында қоғам оларды қымбат, сирек ойыншықтар ретінде қабылдады. Бірақ 1976 жылдың

өзінде жиырма мыңнан астам дербес компьютерлер сатылды, оның төрттен бірін өзінің қызметтерінде ЭЕМ-нің жаңа түрін пайдаланғалы жатқан адамдар сатып алды. 1977 жылы 50 мың персоналды компьютер пайдаланылды, ал бес жылдан соң, яғни 1982 жылы 5 млн. дербес компьютер қолданыста болды. Өсімі 100 есе! Бұл саладағы фирмалар шапшаң өсе бастады. Негізі 1977 жылы небары 2500 мың доллар жалпы капиталмен қаланған «Apple Computer» фирмасының алты жылдың ішінде жылдық сату көлемі 1 млрд. долларға жетті. Үлкен ЭЕМ шығаратын фирмалар жаңа дербес компьютерлердің жетістіктерін болжай алмай, бірден қайта құрыла алмады. Компьютер өнеркәсібінің дамуының қате болжануының экономикалық салдары XX ғ. 80 жылдары байқалды: «ITEL», «ICL» фирмаларының жүздеген млн. доллар залалы және «IBM» фирмасының миллиардтаған доллар жоғалтқан пайдасы. Нәтижесінде 1980 жылдың қарашасында ірі компьютер фирмаларының бірі «ITEL» банкрот деп жарияланды. 1974 – 1978 жылдарда жалпы табысының төрт есе өскеніне және 690 млн. долларға жеткеніне қарамастан, «ITEL» дің бұл уақытқа дейінгі қарызы 1,2 млрд долларға жетті. Ал «IBM» фирмасының жалпы табысы алғаш 1979 жылы төмендеді, бірақ фирма дер кезінде тиімді әрекет пайдалануға көшті. 1981 жылы 12 тамызда «IBM» фирмасы өзінің алғаш дербес компьютерін шығарды. Компьютер техникасын өндірушілердің техникалық саясатты дұрыс жүргізе білмеуінен XX ғ. 80 жылдарының екінші жартысында Қазақстан компьютер импортерлеріне ашық нарық болды. Ең бірінші Қазақстан нарығын жаулап алушы – «IBM» мен сонымен бірлескен фирмалар. Кезінде «Apple Computer» фирмасына өз өнімдерін КСРО-ға шығаруға АҚШ үкіметі рұқсат бермеді. Кейінірек рұқсат берілген кезде мүлде кеш болды, себебі бұл уақытта нарықты фирманың бәсекелестері жаулап алған болатын. «Макинтош» әрең дегенде қазақстандық рыноктың кішкентай үлесін жаулап алды. «Apple Computer» басқа фирмаларға қарағанда компьютерлерді көп мөлшерде шығарады, жалпы әлемдік шығарылымның 10-12%-ын құрайды. Бірақ, «IBM» фирмасы басқа дербес компьютер шығаратын фирмалармен бірлесіп жұмыс жасайды да, ал «Apple Computer» жалғыз өзі жұмыс жасады. «Apple Computer» фирмасының

өнімдерінің техникалық, бағдарламалық артықшылықтарына қарамастан, «IBM» фирмасының өнімдерінің позициясы артық екенін байқайсыз. «Apple Computer» үшін бірінші орынды ұстап қалғаннан гөрі, алға озып шығу жеңіл болды. 2007 жылы «Apple Computer» компаниясы компьютерлер нарығынан гөрі тұрмыс техникасын жасауға көшкенін жария ету үшін атын «Apple» деп өзгертті. Қазір әлемдегі ең инновациялық компаниялардың біріншісі, көшбасшысы болып өзінің инновациялық технологиясы мен эстетикалық дизайнымен ерекшеленетін iPod, iPad өнімдерінің арқасында «Apple» компаниясы саналады.

Талдауға арналған сұрақтар:

1. Компьютерлер жасау саласының дамуына қандай факторлар кері, қандай факторлар тиімді әсер етті.
2. Неліктен «Apple» компаниясы дербес компьютер жасаудан ұялы телефондар мен iPod, iPad жасауға ауысып отыр. Сенің ойыңша компьютер жасау саласының болашағы қандай болады?
3. Қазақстанда компьютер жинау, жасау саласын дамытуға мүмкіншіліктер бар ма?

1.3. Инновация классификациясы

Инновация ғылыми-техникалық зерттеу, өндіріс, маркетинг және менеджмент сияқты әр түрлі салаларда жүзеге асады. Қазіргі күнгі әдебиеттерге сай инновацияларды жалпы үш түрге жіктейміз:

1. Инновация – өнім (өнімдік инновация), инновациялық қызмет нәтижесінде модернизацияланған немесе тіпті жаңа өнім. Әрине ол өнім өндірушіге көп пайда әкеледі, өйткені оның жаңалығы көп (жаңа функциялары бар, ыңғайлы, экологиялық таза, имидж).

2. Инновация – үдеріс (технологиялық инновация), шығарылатын өнім өзгермейді, бірақ бұрын белгілі өнім жаңа, ресурсты үнемдей алатын технологиямен жасалынады.

3. Ұйымдастырушы – басқару саласындағы инновация, бұл инновациялар компанияның ұйымдық құрылымын өзгертуге немесе ұйымның жаңа түрлерін ойлап табуға бағытталады.

Өнім-инновациясы ең көп таралған және барлық кәсіпо-

рындарда қолданылады. Біреулерде өнім ассортиментінің кеңеюі, ал басқалар үшін өнімнің тұтынушы сапасын көтеру ретінде көрсетіледі.

Технологиялық инновацияның мақсаты өнім сапасын жоғарылату үшін, өзіндік құнды төмендету және шығарылатын өнім ассортименті мен номенклатурасын кеңейту мақсатында жасалатын инновациялар болып табылады.

Ұйымдастырушылық инновациялар фирманың барлық деңгейлерінде қызметкерлер мен бөлімшелерді, жаңа бөлімдерді ұйымдастырумен сипатталады.

Инновациялар нарыққа немесе өндірістік үдеріске жаңадан енгізілген жағдайда ғана жүзеге асырылған болып есептелінеді. Сондықтан технологиялық инновациялардың екі типі ажыратылады. Олар: тауарлық-өнімдік, үдерістік. Өнімдік инновациялар жетілдірілген немесе жаңа өнімдердің ендірілуін қамтиды. Үдерістік инновациялар жаңа немесе жетілдірілген өнімдер мен өндірісті ұйымдастыруды игеру болып табылады. Осы жағдайда американдық және жапондық инновациялық жүйелерінің айырмашылығын ескере кету керек. АҚШ-та барлық инновациялардың $\frac{1}{3}$ үдерістік болса, Жапонияда бұл көрсеткіш кері қатынаста.

Инновациялар ғылыми-техникалық үрдістің (ҒТҮ) нәтижесі ретінде онымен тығыз байланыста. ҒТҮ ғылым мен жаңа заңдылықтардың, құбылыстардың, қоршаған ортаның жаңа қасиеттерінің жаңалықтар табуының есебінен еңбек өнімділігін арттырудың өндіріс пен технологияны жетілдіру арқасында бәсекеге қабілетті өнім өндірісін қамтамасыз етудің факторы болып табылады. Сонымен, жоғарыда аталған инновацияларды жіктеуді талдау нәтижесінде келесідей 1-кестеде көрсетілгендей инновацияларды жіктеуді ұсынуға болады:

Келтірілген инновациялардың жіктеуі бізге жаңалықтар мен жаңашылдықтарды енгізу үдерісі алуан түрлі екендігін көрсетіп отыр. Сондықтан, ұйымдастырудың формалары, инновациялық қызметке әсер етудің ауқымдылығы мен әр түрлілігін көрсетеді.

Сонымен қатар инновацияларды жіктеуге экономикалық теория мектептері де үлес қосқан. Институционалды мектептің зерттеушілерінің айтуынша, инновацияларды мына түрлерге жіктеуге болады: қоғамдық игілік, клубтық игілік, жеке игілік.

1-кесте. Инновацияның негізгі түрлерінің классификациясы

Критерий	Инновацияның негізгі түрлері	Анықтамасы
Жаңалық деңгейі бойынша	Базистік (drastic innovation)	Ғылым мен технология жетістіктеріне негізделген, нарықта бұрын соңды болмаған заттар. Бұл инновациялардың пайда болуы жаңа саланың қалыптасуына ықпал етеді (алғашқы автомобильдің пайда болуы, алғашқы дербес компьютер, алғашқы интернет, алғашқы телефон)
	Модификациялық (incremental innovation)	Базистік инновациялардың түрленуі, қызметінің жақсаруы (кір жуғыш машинаның автомат болып өзгеруі, дербес компьютердің ноутбукке ауысуы)
	Имитациялық	1 ғана функцияның өзгерісі (алғашқы ұялы телефонға видео, фотоаппарат қызметін қосу)
Қолданылу сипаты бойынша	өнімдік инновациялар	Жаңа немесе жетілдірілген өнімдерді өндіруге бағытталған
	технологиялық инновациялар	Жаңа немесе жетілдірілген технологияларды жасау мен пайдалануға бағытталған
	әлеуметтік инновациялар	Жаңа құрылымдарды құру мен жүзеге асыруға бағытталған
Пайда болу стимулы бойынша	Ғылым мен техниканың дамуына байланысты (интернет, компьютер, ғарышты зерттеу)	
	Өндірістік қажеттіліктерге байланысты (ресурстар мен энергияны үнемдеуге қажетті технология)	
	Нарықтық қажеттіліктерге байланысты (бәсекеге қабілетті өнімдер жасау)	
Пайда болу көзі бойынша	«өсіру» инновациясы	өзіндік ғылыми-техникалық әлеуетке сүйене отырып жаңа өнім не технология жасау
	«имитация» инновациясы	өз елінің нарығына бейімді шетелдік инновацияларды игеру
Тиімділік түрі бойынша	Экономикалық тиімділік әкелетін инновациялар	
	Ғылыми-техникалық жаңалық әкелетін инновациялар	
	Әлеуметтік тиімділік әкелетін инновациялар	
	Экологиялық тиімділігі бар инновациялар	

Қоғамдық игілік. Бұл инновация түрін барлық қоғам мүшелері пайдалана алады. Мемлекет пен әлеуметтік қозғалыс мүшелерін осы инновация түрінің өндірісі қызықтырады.

Клубтық игілік. Бұл өнімді тұтынушылар клуб мүшелерімен ғана шектеледі. Мұндай инновациялар ұйым шеңберімен шектеледі.

Жеке игілік. Патент және ашылымға қорғалған құқық негізінде жеке игілік үшін өндіріс. Жаңа өнім нарықта пайда болуының алғашқы кезеңінде монополиялық жағдайда болады. Имитация басталғанға дейін жаңа өнімді жасап шығарушы «инноватор рентасын» алады

«Инновация» ұғымын басқа да түрлерін қарастыру арқылы кеңейтуге болады. Американдық менеджер Питер Друкер бойынша, инновацияның мынадай түрлері бар:

- Кездейсоқ жағдайдың негізінде пайда болатын инновация.
- Шынайылық пен қиялдың ұқсастығы нәтижесінде пайда болатын инновация.
- Өндіріс қажеттіліктері негізінде пайда болатын инновация.
- Жаңа білімге, ғылымға негізделген инновация.
- Демографиялық өзгеріске байланысты инновация.
- Сала немесе нарық құрылымның өзгерісіне байланысты инновация.
- Құндылықтың, қабылдаудың, көңіл күйдің өзгерісінің нәтижесінде пайда болатын инновация.

Пэвит және Уолкер инновациялардағы ғылыми білімдердің қолдану дәрежесі мен олардың кең ауқымды қолданылуы тәуелділігіне байланысты 7 типке бөледі:

1) іргелі ғылыми білімдерді пайдалану арқылы жасалған инновациялар, яғни нәтижесінде қоғам өмірінің әр түрлі салаларында кең қолданылуы (ЭЕМ және тағы басқалары);

2) ғылыми зерттеулерге негізделген, бірақ шектелген қолдану аясы бар инновациялар (химиялық өндірістегі өлшеуіш құралдар);

3) қолдану-пайдалану аясы шектелген, қазірде бар техникалық білімдерді пайдалану арқылы ендірілген инновациялар (құрғақ материалдарады бөлу құралы);

4) бір тауарда қолданылған әр түрлі білімдер типінің комбинациясынан шыққан инновациялар;

5) бір тауардың әр түрлі салаларда қолданылуы;

6) техникалық жағынан күрделі жаңалықтар. Ірі зерттеулік бағдарламаның кері нәтижесі ретінде пайда болған инновациялар (ғарыштық зерттеулер бағдарламасы нәтижесінде керамикалық қазан);

7) бар техника мен тәсілдерді жаңа салада қолдану.

Экономикалық циклді қолдайтын басқа ғалымдардың пікірінше, инновацияның мынадай үш түрі бар:

Базалық инновациялар өзінің пайда болуымен бірге жаңа дәуір, жаңа технологияларды алып келеді.

Жақсартушы инновация – техникалық жаңару, жетілу.

Псевдоинновация немесе имитация – өнімнің функцияларының шамалы ғана өзгеруі.

Базалық инновацияларды енгізу біркелкі болмайды, олардың көп бөлігі экономикалық циклдың депрессия фазасында шоғырланады. Жақсартушы инновациялар басқа фазаларында енеді және құлдырау фазасында псевдоинновацияның енуімен аяқталады. Соңғы фазада аз ғана мәнсіз өзгеріс енгізілген инновация пайда болады, оны Г. Менш псевдоинновация деп атайды.

Инновацияның енуі барысындағы тиімділіктің әр түрі бар: ғылыми-техникалық, экономикалық, әлеуметтік және экологиялық.

Жаңа білім апробациясы, концептуалды технология схемасының қабылдануы немесе қайтарылуы – **инновацияның ғылыми техникалық тиімділігі**.

Экономикалық тиімділік – инновацияны енгізу барысында экономикалық ресурстардың пайдаланылуы, бәсекеге қабілеттіліктің артуы, нарық құрылымның өзгеруі немесе жаңа нарықтың пайда болуы.

Әлеуметтік тиімділік – әлеуметтік мәселелерді шешуге бағытталған инновациялық өнім немесе технология.

Экологиялық тиімділік – қоршаған орта жағдайына әсер.

Аталған барлық тиімділіктер бір бірімен тығыз байланысты болып келеді. Бірақ олар барлық инновацияда орын алмауы да мүмкін. Мысалы, ғылыми техникалық тиімділігі жоғары инновацияның экологияға немесе әлеуметтік салаға кері әсер етуі мүмкін.

Жоғарыда көрсетілген инновацияның жіктелуі жаңадан енгізілген үдерістердің көптүрлілігін, әрқайсысының өзіндік ерекшелігін, сонымен қатар кәсіпорынның түрі, масштабы және инновациялық қызметтің әсері көп түрлі болып келетінін көрсетіп отыр.

1.4 Инновациялық қызметтің ерекшеліктері

Дүние жүзіндегі экономикалық дамудың ең маңызды факторының бірі – ғылыми-техникалық үдеріс. Ғылыми-техникалық үдеріс батыс және отандық әдебиеттерде инновациялық үдеріс түсінігімен тікелей байланыстырылады.

Инновацияны кең ауқымды түсіндірсек, бұл жаңашылдықтарды жаңа технологиялар ретінде, тауарлар мен қызмет көрсетулердің түрлері ретінде, өндірістік, әкімшілік, қаржылық коммерциялық негіздегі техникалық-ұйымдастырушылық және әлеуметтік-экономикалық шешімдерді пайдалы (рентабельді) қолдану болып табылады. Инновация жай ғана өндіріске енгізілген емес, сонымен қатар сәтті енгізілген және табыс алып келетін объект болып табылады. Инновациялар ашылған жаңалық немесе жасалған ғылыми зерттеудің нәтижесі ретінде алдыңғы аналогтан анағұрлым сапалы ғылыммен ерекшеленеді. Инновацияларды жүзеге асыру үдерісінде болатын ғылыми-техникалық, технологиялық және ұйымдастырушылық өзгерістердің жиынтығын инновациялық үдеріс деп, жаңалықтардың, жаңа өндірімелердің жасалу, таралу және қолдану кезеңін инновацияның өмірлік циклі деп атаймыз. Сатылы жұмыстардың жасалуы негізінде инновацияның өмірлік циклі инновациялы үдеріс ретінде қарастырылады. Американ экономисті Джеймес Брайан Куинн айтқандай, инновациялық үдеріс – бұл ғылымды, техниканы, экономиканы, кәсіпкерлікті және де басқаруды біріктіретін бірден бір үдеріс. Оның мәні жаңалық алу, идеяның пайда болуы мен коммерциялық жүзеге асуында, сонымен қатар ол – өндіріс, айырбас, тұтыну сияқты қатынастар кешенінен өту.

XVIII ғасырдың ортасында құнды антибиотик-пеницилин, сурет, телефон, радио, дербес компьютерлер (1918 ж. ЭЕМ шығаруға қажет білім жинақталды, бірақ заманауи типті ЭЕМ-дер

1948 жылы пайда болды), жердің жасанды серіктері – бұның бәрі инновациялық үдерістің жемістері.

Экономикалық ғылымда инновациялық қызмет және инновациялық үдеріс ұғымдары қатар қолданылады. Бұл екі түсініктің мағыналары бір, екеуі әр түрлі көзқараспен сипатталады. Бірінші жағдайда, мақсат пен ұтымдылық мазмұн көзқарасында, ал екіншісінде оның белгілі бір кезектілікпен орындалатын тұрғысынан зерттейді. Инновациялық үдеріс – ғылыми жаңалықтар мен идеяларды өндіріске енгізуде қолданылатын құралдар мен әдістер жиынтығы. Инновациялық қызмет инновациялық идеялардың нақты өнімге немесе технологияға айналуын қамтамасыз етеді және осы үдерістің басқару жүйесін қалыптастырады.

«Инновациялық қызмет – бұл өндіріс аумағы мен қоғамды басқару сфераларына жаңа идеялар, ғылыми білімдер, технологиялар және өнім түрлерін енгізуге, нәтижелерін экономиканы дамыту мен бәсекелестік қабілеттігін арттыру мақсатында енгізуге бағытталған қызмет» деп көрсеткен.

Инновациялық қызметке келесі қызмет түрлері жатады:

1. қоғамдық басқару саласына жаңа идеялар мен ғылыми жаңалықтарды енгізу;
2. экономикалық айналымға жаңа немесе жаңартылған өнім енгізуге бағытталған ғылыми зерттеушілік, жобалық, ізденушілік, тәжірибе-конструкторлық және технологиялық жұмыстарды орындау;
3. инновациялық тауар (жұмыс, қызмет) өткізу нарығын ұйымдастыру;
4. технологиялық жабдықтау мен өндірісті дайындауды жүзеге асыру;
5. жаңа технологиялық үдерістер мен өнімдерді стандарттау мен сертификаттау мақсатында сынақтан өткізу;
6. жаңа немесе жаңартылған өнім (қызмет, жұмыс) жасау, инновациялық жобаның ақталу мерзімі біткенше жаңа немесе жаңартылған өнімді өндірісте қолдану;
7. инновациялық инфрақұрылымды құру және дамыту;

8. инновациялық қызмет нәтижелерін жариялау және инновацияларды тарату;
9. интеллектуалдық меншік объектілерін (сонымен қатар ашылмаған ғылыми, ғылыми-техникалық және технологиялық ақпарат) игеру мен жүзеге асыру мақсатында оларға құқық алу, беру және қорғау;
10. ҚР-дың Заңнамасына сәйкес инновацияны құруға бағытталған басқа да қызметтер.

Инновациялық қызмет субъектілері мыналар:

1. Инновацияны жасайтын, жүзеге асыратын жеке және заңды тұлғалар.
2. Негізгі қызметі инновацияларды жасауға және оларды өндіріспен қоғамдық басқару салаларына жіберуге бағытталған инновациялық қызметтің арнайы субъектілері (технополистер, технологиялық, өнеркәсіптік және агроөнеркәсіптік парктар, технологиялық инкубаторлар, инновациялық қорлар, инновациялық орталықтар және т.б. инновациялық қызмет ұйымдары мен құрылымдары).
3. Инновациялық қызметті реттейтін мемлекеттік органдар.
4. Инновацияны өндірушілер мен тұтынушылардың мүддесін қорғайтын қоғамдық ұйымдар.

Инновациялық қызмет объектілері мыналар:

1. Инновациялық жобалар мен бағдарламалар.
2. Интеллектуалдық шығармашылық қызмет нәтижелері.
3. Технологиялар, құрал-жабдықтар мен үдерістері.
4. Кәсіпкерлік пен өндірістің инфрақұрылымы.
5. Коммерциялық, өнеркәсіптік, басқарушылық және басқа да үдерістердің сапасы мен тиімділігін арттыратын ұйымдық-техникалық, қаржы-экономикалық және т.б. шешімдер.

Әдетте жүзеге асырылған жаңалықтардың сапасы инновациялық қызметті тиімді ұйымдастырылғанына байланысты болады. Кәсіпорынның инновациялық қызметті ұйымдастырудың кемшіліктері көбінше келесідей нысандарда көрініс табады:

- әлеуетті тиімді жаңалықтар енгізілмейді немесе кешіктіріліп енгізіледі. Нәтижесінде инновацияны қолдану тиімділігі төмендейді, өйткені инновация идеясы моралды түрде тозады, неме-

се басқа бәсекелес компаниялар ұқсас өнімдер өндіріп нарыққа шығарады;

- сұранысы жоқ жаңалықтың енгізілуі;

- анық немесе жасырын қарсылыққа ұшыраған және басынан бастап жақсы ұйымдастырылмаған үдерістер күтілген нәтиже бермейді;

- инновациялық жаңалықтарды енгізу шығындары алдын ала жоспарланған қаржыдан едәуір үлкен мөлшерде болады.

Инновациялық қызметті басқару дәстүрлі кәсіпкерлік қызметті басқарудан ерекеше. Дәстүрлі кәсіпкерлік түріне қарағанда инновациялық кәсіпкерлік тәуекелге өте жақын, алғашқы капиталды көбірек талап етеді. Инновациялық қызметті қаржыландырудың да өзіне тән ерекшеліктері, қиын жақтары және тиімді тұстары бар. Дегенмен, экономикасы дамыған, әлеуметтік бағытталған, өмір сүру деңгейі өте жоғары мемлекеттердің барлығының дамуының негізгі себебінің бірі – инновациялық қызметті тиімді ұйымдастыру болып отыр.

1-бөлімді пысықтауға арналған сұрақтар:

1. Инновация түсінігіне анықтама беріңіз.
2. Инновациялар неге маңызды?
3. Қай ғалымдардың еңбектерінде инновациялық қызмет, ғылыми зерттеулер мәселелері зерттелген?
4. Австрия ғалымы Й.Шумпетердің инновациялық теориясының мәні неде?
5. «Технологиялық айырылым» теориясының ерекшеліктерін ашып көрсетіңіз.
6. И. Ансофор технологиялар теориясы мен инновациялардың арасындағы байланыс қандай?
7. «Инновациялық кәсіпкерлік» пен «Дәстүрлі кәсіпкерлік» түсініктерінің арасында айырмашылықтар бар ма?
8. Инновациялық қызметтің объектілері мен субъектілері қандай?
9. Инновациялық қызметтің экономиканы дамытудағы рөлін түсіндіріңіз.
10. Инновацияларды қандай белгілері бойынша жіктеуге болады?

2 ҰЙЫМНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТІН ҰЙЫМДАСЫРУ ЖӘНЕ БАСҚАРУ НЕГІЗДЕРІ

2.1 Инновациялық қызмет инновациялық менеджменттің басқару объектісі ретінде

1993 жылы американдық ғалымдар менеджменттің екі түрін бөліп көрсетеді:

- қарапайым менеджмент;
- экстраординарлы менеджмент.

Менеджмент жайлы оқулықтардың көбі қарапайым, күнделікті қызметтер менеджментіне арналған. Оның негізі ұғымы қызметкерлерінің пікірлерімен бөлісе отырып ұйымды басқару мен дамыту. Қарапайым менеджментте менеджерлер нақты қағидаларға, үйреншікті әдістерге сүйеніп жұмыс істейді.

Бірақ ұйым көпжақты, анықсыз және күтпеген жағдайлардағы инновацияларды жүзеге асырығанда менеджерлер өзін-өзі ұйымдастыру мен күтпеген, беймәлім жағдай теориясына сүйенетін экстраординарлы менеджментті қолданады.

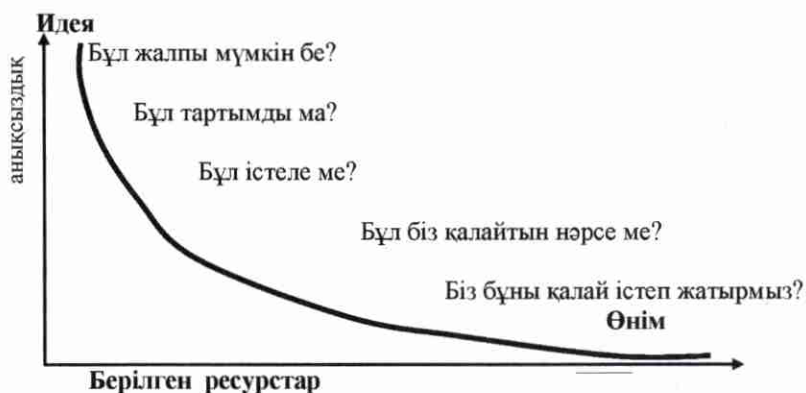
Егер біз екі менеджмент типін армиямен салыстырсақ, онда қарапайым менеджментті бейбіт кезеңдегі армияны басқарушылықпен, ал экстраординарлы менеджмент соғыс, хаос кезіндегі басқарушылықпен салыстырамыз.

Инновациялық менеджмент – бұл инновациялық үдерісте пайда болатын инновациялық қарым-қатынастарды басқару, ұйымдастыру, бақылау жүйесі.

Инновация терминінің өзі 1920 жылдардың аяғында ғана экономикалық категория ретінде пайдаланыла бастады. Инновациялық менеджмент ғылым ретінде және менеджменттің бір түрі ретінде екінші Дүниежүзілік соғыстан кейін таныла бастаған. Өйткені көптеген ғылыми жаңалықтар экономикалық салаларға әскери және қару-жарақ жасау салаларынан келген. Мәселен, қазіргі дербес компьютерлер, интернет алғашында әскери мақсаттар үшін жасалынған болатын. Инновациялық менеджмент кәсіпорынның инновациялық қызметін басқару ретінде, дәстүрлі экономикалық қызметті басқарудан ерекшеленеді. Инновациялық

қызметті басқару, ұйымдастыру және жоспарлау арнайы механизм мен әдістерді талап етеді, өйткені инновациялық өнімді жасау жоғары тәуекелділікке негізделген. Инновациялық өнімдер тәжірибе жүзінде апробациядан өтпегендіктен оның пайдалылық деңгейін болжау өте қиын, сондықтан да инновациялық жобаларды кез келген қаржы институттары қаржыландыра бермейді. және көптеген кәсіпкерлердің де инновациялық өнім өндіруге асынтасы жоқ. Бірақ инновациялық үдерістер тиімді басқарылса, инновациялық менеджменттің әдістері жоғары деңгейде игерілсе, жаңа өнім жоғары пайда әкеледі. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттырушы, экономикалық өсу және халық жағдайын жақсартушы факторлардың бірі – бұл жаңа немесе жақсартылған, модификацияланған өнімдер.

Жаңа өнімдер жасау үдерісі – күрделі құбылыс, ол жоғары деңгейлі анықсыздықпен сипатталады. Бірақ уақыт өте келе анықсыздық деңгейі білім мен тәжірибенің арқасында төмендеп, белгілі қызмет түріне айналып кетеді. Бұл үдеріс жалпылама түрде 6-суретте көрсетілген.



6-сурет. Инновациялық идеяның өнімге айналу жолы

Кәсіпорындардағы инновациялық менеджментті ұйымдастыру үдерісі өзара байланысты келесідей сатылардан тұрады:

- Инновацияны басқару мақсатын анықтау.
- Инновациялық менеджмент стратегиясын таңдау.
- Инновациялық жобаларды басқарудың әдістері мен тәсілдерін анықтау.

- Компанияның инновациялық қызметінің бағдарламасын жасау.
- Инновациялық жобаның орындалуын бақылау.
- Инновацияны басқару тәсілінің тиімділігін бақылау және талдау.
- Инновациялық менеджменттің әдістері мен инновациялық портфельін түзету.

Қазіргі заманғы инновациялық менеджмент мәселелерімен айналысатын ғалымдар Пьет Болуит, Филипп Русселл, Рой Ротуэлл және басқалар құрастыру мен зерттеулер буындарын басқарудың бірнеше кезеңдерін бөліп көрсетеді. Бұл буындар технологиялық мүмкіндіктердің, қаржы ресурстарының шектеулігімен және тұтынушылардың, нарықтағы бәсекелестердің артуымен байланысады.

2-кесте. Инновациялық менеджменттің даму эволюциясы

<i>Уақыт</i>	<i>Нарықтың сұранысы</i>	<i>Менеджменттің шоғырлануы</i>	<i>Нәтижесінде компания мынадай болу керек</i>
1930 – 1960 ж.ж.	Инновациялық өнімге мұқтаждық, қажеттілік	тиімділікке	Тиімді
1960 – 1970 ж.ж.	Қажеттілік, баға.	тиімділікке	Тиімді
1980 – 1970 ж.ж.	Қажеттілік, баға, жоғары сапа.	Тиімділік+сапа	Жоғары сапаны қамтамасыз етуші
1980 – 1990 ж.ж.	Қажеттілік, баға, сапа, таңдау, жеткізу уақыты.	Тиімділік+сапа+ икемділік	Икемді
1990 жылдан бүгінгі күнге дейін	Қажеттілік, баға, сапа, таңдау, жеткізу уақыты.	Тиімділік+сапа+ икемділік+ инновациялық	Инновациялық

Ғалымдардың айтуынша, соңғы 30 жылда инновациялық менеджмент тәжірибесі біраз өзгерді. Бұрын жаңа өнімдер тиімділікке пен үнемдеуге бағытталған болса, қазір сапаға, ерекше-

лікке көбірек көңіл бөледі. Бұл құбылысты 2-кестеде көрсетілген инновациялық менеджменттің эволюциясының сатылары арқылы бақылауға болады.

Өндірістік революцияның алғашқы жылдарында жаңа өнімді шығарумен тек жеке өнертапқыштар айналысты. Олар: бумен жұмыс жасайтын қозғалтқышты ойлап тапқандардың бірі Джеймс Уатт, алғашқы қызыл түсті синтетикалық бояуды шығарған Ульям Перкинс секілді ұлы адамдар.

Ол кезде жаңа өнім мен технологияның пайда болуына қандай да бір жағдайдың әсерінен, қиялдан туған ой негіз болды. Содан кейін бұл ой қолдан жасалынған әр түрлі құрал-саймандардың көмегімен сынақтардан өткізіледі. Бұл кезде инновациялық үдеріс жаңа өнім идеясының туу мен түп нұсқасын жасаумен аяқталатын. Ал өнертабыспен тек бір не екі адам ғана айналысатын. Бұл кезең «өнертабу мен әзірлеме табалдырығында» тұрған ұлы дәуір еді.

Инновациялық өнімді әзірлеу үдерісі біртіндеп сол уақыттағы ғылым саласындағы білімдердің дамуына байланысты өз етегін жая түсті. Зертханаларда инновациялық үдерісте шағын топтар жұмыс жасай бастады. Ал бұл жағдай өз кезегінде ғылыми зерттеулер мен әзірлеулерді кәсіби мамандардың ұйымдастыруы мен басқаруын талап етті. Бірақ сол жылдары бұл саладағы менеджмент тек зерттеулерді басқаруды қамтыды, сондықтан мұнда тек ғалымдар мен инженерлер жұмыс атқарды. Ф.Руссель бұл жағдайды зерттеулер мен әзірлемелердің басқару әдісінің алғашқы қадамы деп көрсетті. Ол жұмысқа дарынды ғалымдарды шақыруды көздеді және оларға оңтайлы нәтижеге жету үшін барлық жағдайды жасады. Нәтижесінде көптеген жаңа тауарлар пайда болды: жаңа материалдар (нейлон, полиэтилен), электр аспаптары, электр шамдары, автомобильдер, ұшақтар және т.б. Мұндай жаңа өнімдердің пайда болуының «Алтын ғасыры» ХХ ғасырдың 30 – 60 жылдарына келді.

ХХ ғасырдың 60 – 70 жылдары химияның, физиканың ғылыми жетістіктерін жаңа өнімдер мен технологияларды әзірлеу үдерісінде қолдану мүмкіндігі төмендей бастады және осы кезде Жапония өндірушілерімен бәсекелестік күрес үдей түсті. Бұл жағдайға өзгеріс енгізу мақсатында маркетинг және өндіріс

әзірлеу үдерісіне көптеп тартыла бастады. Ендігі мәселе жобаларды дұрыс басқару, инновациялық қызметтің бағытын дұрыс анықтау, шектеулі ресурстар мен уақытты тиімді пайдалану мақсатында қызметтің әрбір үдерісін жоспарлау болды. Ф.Руссель және оның әріптестері бұл кезеңді инновациялық менеджмент дамуының екінші кезеңі деп көрсетті.

1970 – 80 жылдары Игорь Ансофф, Русс Эккофтың еңбектерінің нәтижесінде стратегиялық менеджмент басқару пәні ретінде даралана бастады. Сонымен қатар осы кезде жаңа өнім мен технологияны өндіруге және тапшы ресурстарды бөлуге байланысты қызмет түрлерін жоспарлау маңызды орын ала бастады. Жаңа өнімдер мен технологияларды өндіру барысында компанияның даму стратегиясына әсерін тигізетін жаңа мүмкіндіктер пайда болды. Жаңа мүмкіндіктерді пайдалану үшін ағымдағы стратегияларды осы заманға сай жағдайларға ыңғайлы етіп бейімдеу қажет болды. Стратегиялық менеджмент пен инновациялық жобаларды үйлестіру үдерісі компанияның даму стратегияның өзгеруіне ықпал етті. Зерттеулерді басқару мен жалпы нормативті стратегияны біріктіру үдерісін Ф. Руссель инновациялық менеджмент дамуының үшінші кезеңі деп көрсетті.

1980 жылдардағы ең тапшы ресурс – уақыт ресурсы. Бұл компанияларда инновациялық қызметпен байланысты басқа да қызмет түрлерін, еңбекті үйлестіру, жаңа өнімді тез өндіріске енгізу, маркетинг және тағы басқа да мәселелерді қайта қарастыруды қажет етті. Рой Ротуэл бұл кезеңді инновациялық менеджмент даму кезеңінің төртінші кезеңі деді.

1990 жылдары зерттеулер мен әзірлемелерді басқару жалпы менеджмент үрдісіне біріктірілді және басты көңіл енді білімді басқаруға ауысты. Осындай өзгерістер нәтижесінде ұйымға деген көзқарас өзгерді, оны органикалық құбылыс ретінде қарастырды. Жаңа өнімдер мен технологиялар технкалық тұрғыдан күрделене түсті. Құрамында қарапайым механикалық және электрлі бөлшектері бар өнімдерде енді сандық электронды бөлшектер мен бағдарламалық қамтамасыз етулер және т.б пайда болды. Бұл өнім өндіруге ғылыми пәндерді көптеп қолдануды білдіреді. Нәтижесінде өнімді дайындау үдерісіне жобалау, маркетинг және нарықты зерттеу, өндіріс, сатып алу, материалдық қамтамасыз

ету, бухгалтерлік қамтамасыз ету және кей жағдайларда психология да қатысатын болды. Әр түрлі жаңа салалар мен бағыттарды меңгеру инновациялық өнімді дайындауға одан да көп адамдардың қатысуына алып келді. Олардың әрқайсысының өздеріне тән тәжірибелері, құндылықтары, мақсаттары мен міндеттері, уақыт өлшемдері болды. Осыған байланысты жаңа өнім әзірлейтін топтардың қызмет етуі қиындай түсті. Нәтижесінде топтардың дұрыс қалыптасуы үлкен жетістік деп есептелінді және инновациялық үдерістің маңызды бөлігі болды. Осы қалыптасқан жағдай инновациялық әдістің бесінші кезеңін қамтыды.

Талдауға арналған жағдай.

Atrostructures Hamble компаниясындағы инновациялық менеджмент.

Нарық бір орнында тұрмайды. Тұтынушылардың сұраныстары мен технологиялар үздіксіз өзгеруде, сондықтан компаниялар нарықпен бірге жүру үшін жаңа өнімдер өндіріп және жаңа технологияларды өндіріске енгізу қажет.

Ұшақтарға арналған бөлшектер шығаратын Хэмпшердегі (Ұлыбритания) Atrostructures Hamble компаниясы өзекті жаңалықтарға мөлшерлеме салу, оларды пайдалану арқасында нарықтағы өзгерістерге ілесе алды.

Ұйым 1936 жылы құрылды және алғашқы ұшақтары Midge And Gnat маркасымен шыға бастады. 1963 жылы ол Британдық ұлттық British Aircraft Corporation корпорациясының бір бөліне айналды.

Atrostructures Hamble-дың басты мақсаты – нарық қажеттілігін бірінші болып анықтап, сол қажеттілікті қанағаттандыру. Мақсатқа жету қиын болса да, компания құрылымының барлық бөлімдері осы үдеріске қатысуы керек.

Компания инновациялық жобаларды таңдауда өте қатаң шарттарды қолданады. Әрбір жаңа өнім қазіргі заман талаптарына сай келуін және осыған ұқсас тауардың болмауын талап етеді.

Өнім шын мәнінде жаңа болуы үшін жобаға әр түрлі бөлімшелерден мамандар тобы қатысады және үдерісті тұтыну-

шыларды тарту міндетімен айналысатын инновациялық менеджер жобаны басқарады. Жобаны бастар алдында оны мұқият талдайды, зерттеулерден өткізеді және маркетингтік зерттеу мен тестілеуден өткізеді. Менеджер жоба аяқталғанға дейін жобаны тастап кетпейді. Жобамен айналысатын топтардың құрамы ауысқанымен жобаның мақсаты, негізгі ойы үдерістің барлық кезеңінде өзгеріссіз қалады. Осылай үдеріс сабақтастығына қол жеткізіледі, бұл – жобаны дәстүрлі бір бөлімшеден келесісіне беретін тәсілден ерекшеленеді.

Жасалып жатқан өнімнің сапасына ерекше көп көңіл бөлінеді. Инновациялық жоба құрамында арнайы өнімнің сапасын бақылайтын комитет жұмыс жасайды.

Сонымен қатар инновациялық ойлардың әр түрлі көздері бар. Солардың бірі қызметкерлердің рационалды ойлары және оларды ұжымдық талқылауға салу. Бұл үдеріске 50 адамға дейін қатысады.

Компания менеджерлерінің айтуы бойынша, олар ең бірінші болып ұйым ішінде инновациялық қызметті ұйымдастыру мен ынталандыруда жаңа әдістер қолданған. Өзгерістер әрдайым кездеседі, олардан қашу қажет емес, оларды басқару қажет, нарықтың жаңа сұраныстарына уақытылы жаңа ұсыныстар жасау қажет.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. *Atrostructures Hamble* компаниясында инновациялық үдеріс неше кезеңнен тұрады?
2. Компанияның инновациялық менеджментіне қысқаша сипаттама беріңіз.

2.2 Инновациялық үдерістің құрылымы және мазмұны

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, нарықтық бәсекеде дамыған өндірістік жүйеге ие, тиімді шикізат және сату көздері бар жоғары технологиялы дамыған елдер жеңіске жетіп отырады. Қалыптасқан жағдайларда еліміз үшін басты басымдылық ұлттық экономикамыздың тұрақты дамуына ықпал ету, әлемдік шаруашылық жүйесінде өзінің тиесілі орнын алу және халықтың өмір сүру деңгейін көтеру үшін жағдай жасау. Сондықтанда

алдымызға қойған мақсатты шешудің бір жолы, объективті қажеттілік сияқты, инновациялық үдерісті қарқындату болып есептеледі.

Инновациялық үдеріс – шығармашылықтың бірнеше түрін біріктіретін үздіксіз өзгеріп отыратын әрекет. Бұл үдеріске бір мақсатты көздеген жаңа енгізулер мен ерекше басқару және ұйымдастыру бірігеді. Оның динамикалық дамуының *негізгі факторлары* деп алдымен мыналарды қарастыру керек: еңбек элементі, оның мотивациясы (себеп-салдары), ресурстық қамтамасыздығы; ұйымдастыру және басқару; бәсекелестік; қоршаған ортаның жағдайы. Объективті факторлардың бұл жиынтығымен қатар *субъективті факторлық топтар* да әсер етеді: стратегия, саясат, тәуекел және т.б. Осыған орай өндірістік және білімділік, маркетингтік, басқару, ұйымдастыру инновациясы қызмет жасайды. Дамыған елдерде ғылымды көп қажет ететін өндірістердің жұмыс істеуін технологиялық инновацияны пайдаланумен байланыстырады. Инновациялық үдерістердің даму белсенділігі өндірісте іргелі және қолданбалы ғылымның дамуымен байланысты. Қызметтің барлық салаларында жаңалықтар енгізу күннен-күнге өсіп келеді. Инновациялық үдеріс ұлттық экономиканың басты даму тетігі. Соған қарамастан, бүгінгі таңда инновацияны өндірістік айналымға ендіру маңызды мәселелердің бірі.

Инновацияға, зерттемелер мен әзірлемелерге деген қызығушылық қазіргі өндірістік корпорациялардың құрылуымен туындап отыр деген болжам бар. Зерттеушілердің қай уақытта да негізгі ынталары технология, технологиялық алшақтық, ғылыми-техникалық үрдіс мәселелері болған. ҒТҮ мәселелері 50 – 60-жылдары экономикалық өсуге ықпалын тигізетін немесе кері әсере ететін макро деңгейде қаралған болса, ал 70-жылдары бұл мәселе макроэкономикадан микроэкономика мақсатына өтті. Ақыр соңында 90-жылдары инновациялық қызмет нарықтың стратегиялық факторы болады деді, саладағы өзінің монополиялық позициясын ұстап тұру немесе оны жеңіп алуға бағытталған фирманың жалпы стратегиялық қаруы болып саналады.

Инновациялық үдерісті әртүрлі қырынан қарастыруға болады. Біріншіден, іргелі және қолданбалы зерттеулерден бастап, жаңа

әдістерді қолдануды коммерциялағанға дейінгі сызықты-кезеңді үдеріс ретінде қарастыру.

Екіншіден, инновациялық үдерісті өнімнің өмірлік циклы ретінде қарастыру, яғни оның пайда болуы мен өндіріске енуіне дейінгі кезең. Инновациялық үдерістің мәні ғылыми білімнің, маркетингтік және қаржылық қызметтің, кәсіпкерлік қабілеттің интеграциялануы арқылы өндірістің үздіксіз жаңаруы мен кеңеюі.

Жоғарыда көрсетілгендей, инновациялық үдерістің мақсаты «пайдалы инновациялық әсер» алу. Инновацияны басқару оңай емес екені барлығына мәлім. Бірақ инновациялық үдерісті жақсы басқару, оны толығымен түсіну, операциялық қиындықтардан дұрыс шығу іс-әрекеттер нәтижесінде онымен байланысты тәуекелділік деңгейін төмендетеді. Перманентті инновация – көптеген компаниялар үшін тұрақты бәсекелестік басымдылықты қамтамасыз ететін жалғыз шынай әдіс.

Инновацияларды үздіксіз режимде өндіріске енгізу үшін арнайы білім қажет. Білімдерді басқару – инновациялық үдерісті басқарудың маңызды бөлігі болып табылады. Бәсекелестікте жаңалықтардың негізін жетік білетіндер және олар-ды игеру үшін қажетті тәжірибелері бар адамдар жеңіске жетеді.

Анықтама бойынша, инновациялар өздігінен ерекше, осыған сәйкес әр инновациялық үдеріс те өзінше ерекше болып табылады. Осыған байланысты инновациялық үдерістердің қасиеттерін төмендегідей жіктеуге болады:

- ❖ инновациялық үдерісті бизнес үдерістен ерекшелейтін инновациялық үдерістің жалпы белгілері болады;

- ❖ нақты компанияның қызмет ететін шарттармен айқындалатын ерекшеліктері болады;

- ❖ ерекше болып табылатын нақты инновациямен айқындалатын ерекше қасиеттер болады.

Коммерциялық жаңа өнімді өндіріске енгізуге кері әсерін тигізетін факторлар мен себептерді айқындау үшін инновациялық үдерісті жүйеге және ішкі жүйелерге бөлу өте маңызды. Білім алу, инновацияны дайындау және пайдалану уақытты қажет етеді және белгілі бір тәртіппен, шектеулі кезеңмен орындалады.

Инновациялық үдерісті кезеңдерге бөлудің бірнеше нұсқалары бар. Соларды біріктіре мына кезеңдерді қабылдаймыз.

1. Іргелі және қолданбалы сипаттағы зерттеулер.

Әдетте, іргелі зерттеулер, оның концепциялары мен теориялары академиялық институттарда, жоғары оқу орындарында, салалы мамандандырылған институттар мен зертханаларда жасалады. Іргелі зерттеулерді қаржыландыру негізінен мемлекеттік бюджеттен қайтарымсыз негізде жүргізіледі.

Қолданбалы сипаттағы зерттеулер тәжірибелік бағытқа негізделеді және барлық ғылыми орталықтарда жүзеге асырылады және оның қаржыландырылуы бюджет есебінен де, тапсырыс берушілер есебінен де жүреді. **Қолданбалы** зерттеулер нәтижесі әрдайым болжамдарға сәйкес болмайды және белгісіздік белгілері көп, сонымен қатар салынған капиталдан айырылу тәуекелділігі жоғары.

2. Тәжірибелік-конструкторлық және эксперименталды әзірлемелер.

Бұл зерттеулер мамандандырылған лабораторияларда, конструкторлы бюроларда, тәжірибелік өндірісте, өндірістік кәсіпорындардың ғылыми-өндірістік бөлімдерінде жүзеге асырылады. Қаржыландыру мемлекеттік бюджет негізінде немесе ұйымның өзінің капиталынан да жүре береді.

3. Жаңа өнімді жасау.

Жаңа өнім бойынша нақты маркетингтік бағдарлама құру: өнімнің атын анықтау; тауарлық белгісін, безендіруін, қабын анықтау. Сонымен қатар бұл кезеңде жаңа тауар шектелген нарықта 3 ай мерзімі бойында бағасы, сапасы және коммерциялық шарттары бойынша сынақтан өткізіледі.

4. Соңғы кезеңде **коммерциализациялау** үдерісі жүзеге асады. Яғни өндірілген өнімді өндіріске шығару үшін нарыққа енгізу. Бұл инновациялық қызметтің негізгі мақсаты болып табылады.

Осы концепцияға сәйкес инновация іргелі зерттеулерден басталып тауарды пайдалану саласында аяқталады.

Көптеген менеджерлердің айтуынша, инновациялық үдерісте инновациялық идеяларды дұрыс таңдау маңызды орын алады. Кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру, ең бірінші, қандай да бір ой негізінде құрылады. Бірақ инновациялық бизнесте дұрыс ойды таңдау жоғары мағынаға ие және болашақтағы жетістіктің немесе сәтсіздіктің кепілі болып табылады. Үнемі жаңа ойларды іздеу инновациялық бизнестің «қозғалтқышы» болып табылады және

жоғарғы деңгейде ғылыми-техникалық үрдістің алға тартушы күші.

Қарапайым бизнес идеялардан инновациялық идеяның ерекшелігі: бизнес идеялар өндірісте бар идеялардың қайталануынан тұруы мүмкін, ал инновациялық идея нарықта жоқ оригиналды тауар, өнім, қызмет немесе модификацияланған өнімдердің, сонымен қатар жаңа маркалардың өндірісін қамтиды.

Инновациялық идеяны жетістікке бағыттау үшін төмендегі шарттарды орындау қажет:

❖ Тұтынушыларға маңызды болып табылатын қандай да бір қажеттілікті анықтау.

❖ Осы қажеттіліктерді өндіру үшін ерекше қажетті қабілет комбинацияларын біріктіру.

❖ Қалыптасатын пайдалылық құнындағы кәсіпкерлік маржаны мүмкіндігінше максималдайтын бірегей формула табу, және сол маржаны табыс ретінде иемдену.

Инновациялық ойлардың нақты көздері ретінде болып танылады:

• Нарықтағы тұтынушылардың сұранысы.

• Ғалымдар (егер олар жаңа өнім өндіруге қажетті зерттеулермен, жаңа материалдар, жаңа көздерді іздеумен айналысатын болса).

• Өзінің қызметі және стратегиясы барысында тұтынушылар сұранысын зерттеумен айналысатын бәсекелестер қызметінің нәтижесі.

• Сауда агенттері, диллерлер және басқа да агенттердің ақпараттары.

Қазіргі заманғы зерттеушілердің ойы бойынша, инновациялық үдеріс инновациялық идея туралы ақпарат жинаудан басталады (3-кесте). Инновациялық идеяның өзі белгілі бір өндірістік, тұтынушылық, эстетикалық, экологиялық және басқа да қажеттіліктер негізінде пайда болады. Өндіріс қажеттілігінен туындаған инновациялық идеялар негізінде жасалынтын технологиялар үнемді өндіріске (шикізат, энергия, адам ресурстарын үнемді пайдалануға) бағытталады. Нәтижесі жаңа өнім болатын инновациялық идеялар адамзат өмірін сапалы жақсартуға бағытталады. Яғни инновациялық идеяны тиімді таңдау инновациялық үдерістің табысты аяқталуының негізгі кілті.

Кезең атауы	Жұмыс мазмұны
1.Түсетін идеяларды жүйелеу	<ul style="list-style-type: none"> – нарықтағы өзгерістер туралы ҒЗТҚЖ – бөліміне түскен жаңалық туралы, маркетингтік қызмет туралы, сауда делдалдары мен тұтынушылар туралы ақпараттарды жинау; – ұйымның жаңа өнімді игеру, тәуекелді жағдайларды анықтау туралы ақпарат жинау;
2.Ұсынылған идеяларды сараптау және жаңа өнім идеясын дайындау	<ul style="list-style-type: none"> – идеялардың мүмкіндіктерін және жүзеге асу тәжірибесін анықтау; – жаңа өнімнің ұйым стратегиясына сай келуі; – болашақ өнімнің патенттік тазалығын анықтау;
3.Жаңа өнімнің экономикалық тиімділігі анықтау, маркетингтік бағдарламасын жасау	<ul style="list-style-type: none"> – өнімді техникалық тұрғыдан дайындау, оның тұтынушылық қасиеттері мен сапасын анықтау; – өнімнің техникалық-экономикалық мінездемесін анықтау және тұтыну қасиеттері мен сапасын бағалау; – әлеуетті сату рыногы мен сату көлемін анықтау; – өнімді дайындау мен игеруге кететін шығындарды анықтау, жаңа өнімнің өтелу мерзімін анықтау; – жаңа өнімді шығаруға қажетті ресурстар мен құрал-жабдықтардың және персоналдың бар болуы; – жаңа өнімнің өндірістік рентабельділігін талдау және бағалау; – өнімнің маркетингтік бағдарламаларын дайындау, өнім атын, белгісін анықтау және әрлендіру, қаптау;
4. Жаңа өнімді жасау	<ul style="list-style-type: none"> – фирма бөлімшелерінің міндеттемелерін анықтай отырып, жаңа өнімді дайындаудың нақты бағдарламасын жасау; – техникалық сынақтардың үлгісін жасау және өткізу;
5. Нарықта сынақтан өткізу	<ul style="list-style-type: none"> – бағасы және басқа да коммерциялық шарттары бойынша 3 ай көлемінде шектелген нарықта сынақтан өткізу;
6.Жаңа өнімді өндіріске шығару туралы шешім қабылдау	<ul style="list-style-type: none"> – инновацияның коммерциялық негізделуі: сату көлемі, өнімнің рентабельділігі, инвестицияның жалпы сомасы, инвестицияның әлеуетті көздері; – ұйымның өндірістік мүмкіндіктері: материалдық, қаржылық, кадрлық және т.б. ресурстар түрлері; – жүзеге асырудың оңтайлы арналарын және жарнамаңыз құралдары мен әдістерін таңдау; – жаңа өнімнің патенттік қорғалуын қамтамасыз ету.

Бұл кестеде инновациялық үдерісті жүзеге асырудың кезеңдері нақты көрсетілген. Әр кезең менеджер тарапынан мұқият бақылау мен басқаруды, жоспарлау мен ұйымдастыруды талап етеді. Инновациялық үдеріс идеяны таңдап алудан басталып оны өндіріске енгізумен аяқталады.

2.3 Инновациялық үдерістің негізгі модельдері

Берілген модель сызықтық деп аталады. Тәжірибе жүзінде нақты инновациялық үдерісте барлық кезеңдерді қолдану және оларға қатаң сүйенуі міндетті емес, бірақ әрбір жаңалықты ендіргенде инновациялық идея ең қажеттісі болып табылады. Идея өнертапқыш туындысы үшін қолданылуына дейін ұзақ уақыт өтуі мүмкін, ал өнертапқыш туындысы нақты қолданысқа сұраныс туындағанда ғана енеді. Инновациялық үдерістің сызықтық моделінің көптеген кемшіліктері бар. Соған қарамастан инновациялық үдерісті дайындауда барлық елдерде дерлік сызықтық модель үстем болды, ал соның әсерінен инновациялық саясат жаңа өнімнің жылжу жылдамдығымен шектелді. Бұл модель нарықтың, экономикалық конъюктураның әсерін, ғылым мен өндіріс арасындағы байланысты, инновация потенциалын, кәсіпкерлердің мүмкіндіктері мен мотивацияларын ескермейді (7-сурет).



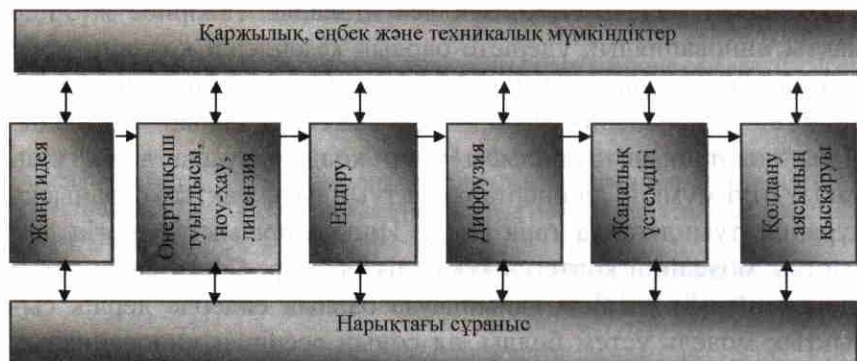
7-сурет. Инновациялық үдерістің сызықтық моделі

Жаңашылдықтың үздіксіз жетілдіруін құрылым сызықтығы бұзады және жаңашылдықты анықтауды қиындатады. Себебі жаңашылдықтың дамуына мүмкіндік беретін көпшілік элементтер басқа сипаттағы өзге инновация болуы мүмкін.

Соңғы уақытта инновациялық үдеріс, инновациялық қызмет туралы түсінік сызықтық тізбек түрінде емес, оны құрайтын бу-

ындар арасындағы кері байланыс құрылымы ретінде қолданылып жүр (8-сурет).

Сызықтық емес модельдің ерекшелігі – инновациялық үдеріс фазалары жаңа идея туындап, ол жүзеге асқанша ұйым мүмкіндіктерімен және нарықтағы сұраныспен санасады. Бұл модельдің кемшілігі инновациялық үдеріс кезеңдері қажетті деңгейде үйлеспеген, арасында кері байланыс жоқ.



8-сурет. Инновациялық үрдістің сызықтық емес моделі

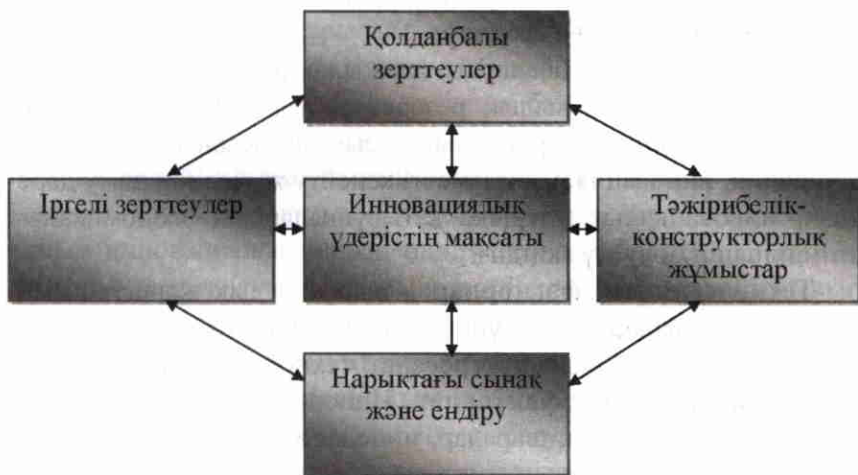
Кешенді-жүйелік әдіс инновациялық үрдісті ұйымның ішкі және сыртқы ортасымен өзара байланысты интеграциялық жүйе ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Айтылып өткендей инновациялық үдеріс төрт кезеңнен тұрады, бірақ бұл модельдің ерекшеліктері төмендегідей:

- инновация инициациясымен басталып жүргізіледі, яғни инновация мақсатына сәйкес келеді;
- модель экономикалық ортадан тыс жүзеге аспайды, керісінше ішкі және сыртқы факторлармен кешенді түрде байланыста болады.

Инновация табиғаты – мақсатты таңдау және инновациялық үдерістің басталуы ғана емес, сонымен қатар инновациялық үдерістің әрі қарай тиімді дамуының негізі. Инновация мақсатына сәйкес инновациялық үдеріс нақты пайдалы тиімділікке (әлеуметтік, экономикалық, ғылыми-техникалық) бағытталады. Инновациялық үдерістің интеграциялық моделі кешенді жүйелік тәсіл ретінде 9-суретте көрсетілген.

Инновациялық үдеріс басқа қиын жүйелер сияқты біртұтастық, құрылымдық, қарқындылық қасиеттеріне ие. Ол эмпирикалық элементтердің жай жинағы емес, керісінше бірнеше қосалқы жүйелерге бөлінген және уақытымен өзгеріп отырады.

Инновациялық үдерістің әрбір кезеңі әртүрлі бөліктерден тұратын және бір бүтінді құрастыру мақсатында бір-бірімен тығыз байланысты жұмыс істейтін жеке жүйелер болып табылады. Инновациялық үдерістің барлық кезеңдері бір-біріне тәуелді және олар бір мақсатта бірігеді.



9-сурет. Инновациялық үдерістің интеграциялық моделі

Осы тәсілде инновациялық үдерістің әртүрлі кезеңдері арасындағы тиімді байланыс инновацияның табыстылығы немесе сәтсіздікке ұшырауының негізгі фактор болып табылады.

Инновациялық үдерісті зерттеудегі негізгі бағыт – олардың жүзеге асуы үшін нақты факторларды анықтау. Көптеген зерттеушілердің айтуы бойынша заманауи ұйымдардың ортасы жылдамдықпен өзгеріп отырады. Мысалы, ұйымдарды терең әсерлендірген инновациялар – компьютерлік, лазерлік, микротолқынды, жартылай желілі технологиялар, спутниктік байланыс, атомдық энергетика, гендік инженерия. Кәсіпкерлер ұйым алдына қойған инновациялық мақсаттарға жету үшін сыртқы ортаға бейімделіп, дер кезінде жауап қайтара білуі керек (10-сурет).

Мысалы Hewlett-Packard компаниясы басшыларының талабы бойынша зеріттеулер мен құрастырулар бөлімінің қызметкерлері тұтынушылармен жиі кездесіп отырады. Осы кездесулер кезінде ғылыми қызметкерлер тұтынушылардың талабын, сұранысын, компанияның жаңа технологиялары туралы ойларын біліп отырады. Осы кездесулердің арқасында компания инновациялық үдерістерге кері немесе оң әсер ететін факторларды анықтауға мүмкіншілік алады.

Инновациялық үдерістің дамуына оң және теріс әсер ететін кейбір факторларды атап көрсетуге болады (10-сурет).

Экономикалық факторлар:

Инвестициялық жобаларды қаржыландыруға қажетті ақша қаражаттарының қаржылық резервтердің, материалдық-техникалық құралдардың бар болуы, қосымша мемлекеттік қолдау жүйесінің, инновациялық қызметті кеңейту жүйесінің даму дәрежесі, инновациялық үдеріске қатысушылардың экономикалық тиімділігінің болу мүмкіндігі.

Технологиялық факторлар – шаруашылық және ғылыми-техникалық инфрақұрылым үшін қажетті ғылыми-техникалық базаның, резерв қуатының, прогрессивті технологиялардың болуы.

Саяси-құқықтық факторлар. Инновациялық қызметті қолдауға арналған заңдық шаралар, инновацияны мемлекеттік қолдау, монополияға қарсы, салықтық, амортизациондық, патенттік-



10-сурет. Инновациялық үдерістің сыртқы ортамен өзара қатынас моделі

лицензиялық заңдар. Патенттік- лицензиялық заңдар дамуымен интеллектуалдық меншік объекттерін реттеу мүмкіндігі мен дамуы байланысты. Интеллектуалдық меншік құқығын қорғау инновацияны енгізуден алынған пайдалылық тиімділігі деңгейіне әсер етеді.

Ұйымдық-басқарушылық факторлар. Ұйымдық құрылымның икемділігі, басқарудың демократиялық стилі, көлденең ағымдағы ақпарат көптігі, өзін-өзі жоспарлау, түзетулер енгізу, орталықсыздандыру, мақсатты мәселелі топтарды құру – осының бәрі инновациялық үдерістердің дамуына оң әсерін тигізеді. Қалыптасқан ұйымдық құрылым, аса орталықтандыру, басқарудың авторитарлы стилі, тік ақпараттың көптігі; қалыптасқан нарыққа бағытталу; қысқа мерзімді өтемділікке бағытталу, инновациялық үдеріске қатысушылардың ортақ мүддесін табу қиындықтар инновациялық үдеріс дамуын тежейтін факторлары болып табылады. Ұйым құрылымы неғұрлым икемді, қарапайым болған сайын инновациялық өнімді өндіру жобасы барысында шешім қабылдауда тез жүзеге асырылады. Егер ұйым құрылымының күрделілігі себебінен инновациялық үдеріс баяуланатын болса, онда инновациялық өнім идеясы моральды түрде ескіруі мүмкін.

Әлеуметтік-психологиялық және мәдени факторлар. Рухани ынталандыру, қоғамдық көтермелеу, өзін-өзі көрсету мүмкіндіктерін қамтамасыз ету, шығармашылық еңбектің еркіндігі, ұжымдағы қалыпты психологиялық жағдай жұмыстың жаңашылдық стиліне әкеледі. Мәселен, интеллектуалды дамыған қоғамда инновациялық өнімдерді ойлап табу мен жасау оңай. Сондықтан да инновациялық қызметтердің дамуына білім мен ғылымның дамуы тура әсер етеді.

Керісінше, өзгерістерге қарсылық статустың өзгеруіне, жаңа жұмыс іздеуге, қызметтің қалыптасқан әдістерін қайта құруға, мінез-құлық стереотиптердің, қалыптасқан әдет-ғұрыптардың бұзылуына әкелуі мүмкін. Бұл факторлар – инновациялық қызметке кері әсер ететін факторлар.

Жоғарыда атап кетілген факторлардың бәрі кез келген инновациялық үдерістерді жүзеге асыру барысында кездесуі мүмкін. Осы факторлардың оң әсерін тиімді бағалап, дер кезінде пайдалана білу, кері әсер етуші факторлардың әсерін төмендету

менеджерлердің тікелей қызметі. Заманауи менеджментте осы факторларды басқаруға бағытталған әдістер мен шаралар өте көп. Бірақ оларды тиімді пайдалану менеджерлердің білімі мен тәжірибесіне байланысты.

Талдауға берілген жағдай

Форд компаниясының ең қымбат сәтсіздігі – «Эдзель» автомобилі

Форд компаниясының автомобиль бизнесіндегі ең қымбат сәтсіздігі – «Эдзель» автомобилі, ол нарыққа 1957 жылы шығарылған. 50 жылдардың басында Форд компаниясы өз ассортиментіне жаңа модель қосқысы келді. Ол кезде «Форд» және «Шевроле» автомашиналарына автомобиль нарығының 25%-ы келетін.

Дағдылы «форд» пен «шевроленің» табысты иелеріне бағасы тартымды орта класс автомобильдерін жасау керек болды. «Форд» фирмасының жүргізген маркетингтік зерттеуі бойынша орта топтың жоғары сапалы автомобиль сатып алуға дайын екені анықталды. Фирма қоғамның жаңа, ерекше автомобильге деген қызығушылығын арттыру мақсатымен насихат ақпараттарын таратқанымен жаңа өнімнің конструктивті ерекшеліктері құпияда қалды. Фирма үлкен шығындарға қарамастан «Эдзель» моделінің сатуын жеке диллерлік жүйе арқылы жүргізуді шешті. «Эдзель» тек сатуға құқы бар диллерлер арқылы ғана сатылуы керек болды.

Модельдің атын таңдағанда ақын Марианна Мур ұсыныстарымен бірге барлығы 6000 ат қарастырылды. Бірақ Генри Фордың жалғыз ұлының құрметіне компания инновациялық модельді «Эдзель» деп атады. Модель нарыққа 1957 жылдың 4 қыркүйегінде шықты. Компания бір күнде 65 мың машинаға тапсырыс алып сатты. Бұл салтанатты жалғыз күн болды. 1959 жылдың басында «Эдзель» өндірістен алынып тасталды.

«Эдзель» не себепті сәтсіздікке ұшырады?

Біріншіден, көп сатып алушыларға автомобиль ұнаған жоқ. Машинаның алдыңғы жағындағы фарлары тігінен, ал артқы жағында көлденеңінен орнатылған. Тіпті автомобильдің екі ұшында әр түрлі дизайнерлер тобы жұмыс істегендей.

Екіншіден, фирма «Эдзельді» инновациялық түрдегі жаңа автомобиль деп жарнамалады. Бірақ тұтынушылар ешқандай нақты жаңалықты көре алмады. Осылай компания өзінің шектен тыс уәдесінің құрбаны болды.

Үшіншіден, берілген модельді қалыптастыру идеясының өзі сәтсіз болды. Идея маркетингтер, инженерлер, механиктер мен ғалымдар арасында келісілмеген. Бастапқыдан инновациялық үдеріс ойдағыдай орындалған жоқ. Жаңа модельдің құрылу үдерісін бақылайтын нақты бөлім немесе инновациялық менеджер болған жоқ.

Төртіншіден, фирма жаңа автомобиль шығаруға асығыс танытып сапаны бақылауға көңіл бөлмегендіктен, «Эдзельдің» көп модельдерінде ақау жіберілген. Бұл сәтсіздік компанияға 350 млн. доллар шығын әкелді.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Форд фирмасын қысқаша сипаттаңыз, Генри Фордтың басқару әдісін есіңізге түсіріңіз.

2. Қандай себептерге байланысты Форд компаниясының инновациялық жобасы сәтсіздікке ұшырады?

2.4 Инновациялық үдерісті ұйымдастырудың қазіргі заманғы әдістері

Атақты экономист Джеймес Брайан Куинн инновациялық ұйымдардың түрлерін зерттеу жүргізу, өндіру, жасап шығару үрдістеріне байланысты оларды бірнеше топқа бөлген. Ол жаңашылдық құрылымның сегіз түрін көрсетеді:

1. Ірі өндірістік компаниялар.
2. Терең зерттеулермен айналысатын компаниялар.
3. Нарықта басыңқы үлесі бар компаниялар.
4. «Алдыңғы шептегі» компаниялар.
5. Дискретті, шағын товар серияларын өндірушілер.
6. Сәнді өнімді шағын партиялармен шығаратын компаниялар.
7. Тапсырыс беруші үшін «бірреттік» әзірлеме жасайтын компаниялар.

8. Бір типті бірнеше модельдерді бір уақытта өндіруге байланысты тәуекелге барушы компаниялар.

Дамыған елдер тәжірибесінде инновациялық қызметті ұйымдастырудың 3 түрі қолданады: тізбекті, параллельді және интегралды.



11-сурет. Инновациялық қызметтің тізбектік әдісі

Инновациялық қызметті ұйымдастырудың тізбекті әдісі инновациялық қызметті компанияның барлық қызмет бөлімшелерінде тізбекпен кезең бойынша жүзеге асыруды жорамалдайды. Нақты бөлімшеде кезең аяқталғанда нәтижелер кәсіпорын жетекшісіне беріледі. Ол инновацияны енгізу бойынша жұмыстардың орындылығы туралы шешім қабылдайды (11-сурет).

Бұл әдістің артықшылығы әр кезеңде жобаны бағалаудың қайталануы. Бұдан тәуекел төмендейді және бақылау жүйесі оңтайланады.

Кемшілігіне мыналар жатады:

- Алдыңғы бөлімшелердің өз жұмыстарын келесі топқа бергеннен кейін жақсарту және өзгерту мүмкіндіктері болмайды.
- Кейінгі мамандар алдындағы кезеңге өз идеяларын қоса алмайды.
- Жобаны жүзеге асыру мерзімі әр кезеңнен кейін шешім қабылдауға байланысты ұзарады.
- Әр кезең сайын алдыңғы қателерді жою ақысы жоғарлайды.

Инновациялық қызметті ұйымдастырудың параллельді әдісі жоба бойынша жұмыстардың бір уақытта барлық бөлімшелерде орындалуын білдіреді. Бұл жағдайда жұмысқа өзгерістер енгізу үшін жобаны сәйкес бөлімге жіберу жеткілікті (12-сурет).



12-сурет. Инновациялық қызметтің параллельді әдісі

Бұл әдістің кемшіліктері төмендегідей:

- Үйлестіруші мүшенің жоқтығы.
- Әр кезеңнің орындалуын бақылаудың күрделілігі.
- Компанияның жоғары басшылығының инновациялық жоба нәтижелерін бір уақытта талдау қажеттілігі мен күрделілігі.

Әдетте, мұндай әдісті жазық басқару құрылымы және аз қызметтік бөлімдері бар орта және шағын фирмалар қолданады.

Инновациялық қызметті жүзеге асыруда қолданылатын тізбекті және параллельді ұйымдастырудың тағы да бірнеше ортақ кері факторлары бар. Олардың бірі, компанияның персоналы

өздерінің күнделікті дәстүрлі шаруашылық қызметінен басқа қызмет түрімен, яғни инновациялық жоба бойынша жұмыстарды атқаруға мәжбүр болады. Бұл жағдайда қызметкерлер екі жұмысты да тиімді атқара алмауы мүмкін. Екіншіден, осы қызметкерлер екі басшыға, яғни өздерінің күнделікті басшысы және жоба бойынша басшыға бағынуларына тура келеді.

Мұндай жағдайды болдырмау үшін көптеген компаниялар бірте-бірте өзінің ұйымдық құрылымына инновациялық қызметті басқарудың интегралдық әдісін енгізеді.

Жобаның басшысы кезекті инновациялық шешім қабылдауда мақсатты бөлімшелер құрады. Онда жобаның жүзеге асырылу уақытында компанияның әр түрлі қызметтік бөлімшелерінен мамандар шақырылады. Олар екі бағыныштылықта болады – инновациялық жоба басшысына және өз бөлімше бастығына. Біріккен бағыныштылық дау-жанжалы болмайды, себебі әр басқарушы қызметі нақты бөлініп көрсетіледі. Инновациялық жоба басшысы жоғарғы басшылықтың шешімін жүзеге асыруға қажет міндеттерді анықтайды. Ал қызметтік және сызықтық басшылар жұмыстың барлық ағынын ұйымдастырады және бақылайды (13-сурет).

Егер жобалар жоғары тәуекелді болса ірі кәсіпорындарда мұндай нысандар жиі дербес жаңа бизнес саласы мен еншілес бөлімшелер бойынша ғылыми-өндірістік кешендерде қайта қалыптастырылады.



13-сурет. Инновациялық қызметті ұйымдастырудың интегралдық әдісі

Талдауға берілген жағдай

«Форд мотор Ко» компаниясының «Таурус» жобасын жүзеге асыруы

АҚШ-тың «Форд» және басқа автомобиль жасайтын компаниялары әдетте инновациялық жаңалықтары бар автомобильдерді инновациялық қызметті ұйымдастырудың тізбекті әдісімен жасайды. Бастапқыда дизайнерлер автомобиль қандай болатынын шешеді. Содан соң дайын сызбалар мен қыш модельдер технологтарға түседі, олар өз өзгерістерін енгізіп эстафетаны өндірісшілерге жібереді. Өндірісшілер автомобильді қалай және неден жасалуын шешеді. Өткізу мен маркетинг бөлімі автомобильді сату, жарнамалау жолдарын іздейді. Жоба аяқталған кезде конвейердегі жұмысшылар мен әлеуетті сатып алушылардың өз пікірлерін білдіріп, өзгерістер енгізуіне кеш болады.

Инновациялық қызметті ұйымдастырудың тізбекті әдісін «Фордтың» жұмысшылары «іргеден асыру» деп атады. Оның салмақты міндері бар. Эстафетаны қабылдаушыларға жұмыс әдетте екі себеп бойынша ұнамайды:

- «мұнда ойлап табылмаған» – көп инженерлер басқалардың инновациялық өнімнің авторы болғанын қолдамайды;*
- Инженерлер, жобалаушылар ұсыныстарының үнемді және қауіпсіз жолмен жүзеге асыру тәсілін таба алмауы мүмкін және т.б.*
- Инновациялық жобаның нәтижесіне ешкім жауапкершілік алмайды: не бастапқыда ол оның идеясы болған жоқ, не көп өзгерістен кейін бастапқы идеядан алыс кеткен.*

«Таурус» жаңа автомобилмен жұмыс жасау үшін толық бригада құрылды, оның жетекшісі жобаны ұйымдастырып, жүргізді. Дизайнер өткізуге дейінгі барлық операциялар параллельді және келісіліп істелді. Бұл бұйымның сапасын жақсартуды қамтамасыз етуге мүмкіндік жасады. Автомобильдің сызбаларымен өндірістің жинау цехының жұмысшылары танысып, экспертиза жасауға берілді. Бұл «Форд мотор Ко» жұмысшыларының 1401 ұсыныс тізімін жасауға мүмкіндік берді. Осы тізімнің 80% іске асырылды. Идеялар негізінен оны енгізушілердікі болды. «Таурус» тобы идеяларды табу үдерісінде оларды компьютерге

енгізіп, әрдайым қолданылуда таңдап отыратын. Әр жағдайда ұсыныс жасаған жұмысшыларды хабарландырып отырды. Егер идея қабылданбаса себебін айтып түсіндірді.

Нәтиже: 1986 жылы «Мотор трендз» журналында «Таурусқа» «Жыл автомобилі» сыйлығы берілді. «Форд» өз тәжірибесінде алғаш рет осындай инновациялық жобаны не бары 3 айға жетпейтін мерзімде іске асырды (08.11.85 – 28.01.86 ж.) және 1986 жылдың 28 қаңтарынан «Таурус» шығарыла бастады.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. ФОРД компаниясының инновациялық үдерісті жүргізгендегі ерекшеліктері?

2. «Іргеден асыру» әдісінің, яғни инновациялық үдерістің тізбекті нысанының кемшіліктерін атаңыз.

2.5 Инновациялық қызметті және инновациялық өнімді өндіруді басқарудың әдістері

Инновациялық бизнесте табысты қызмет атқарған көптеген менеджерлерде инженерлерде, технологтар және басқа да тұлғаларда ең қажетті қасиет – кәсіпкерлік ынта күшті болған. Олардың бизнесінің басты мәселесі нарыққа инновациялық өнімді алғаш болып және уақытында енгізу. Мысалы, Томас Эдисон өте талантты ойлап тапқыш болған. Оның 600-ден аса патенттері болды, ол құрған және өзі басқаруға тырысқан барлық фирмалар табысқа жеткен жоқ. Тек мамандандырылған менеджерлерге басқаруға тапсырылған инновациялық жобалар ғана табысты аяқталған, мысалы Томас Эдисонның көптеген инновациялық идеяларын General Electric (GE) компаниясы өндіріске енгізген.

Мәселе кәсіпкердің дұрыс бизнес түрін таңдай алмауында немесе олардың ақшасының болмауында, серіктесті дұрыс таңдай алмауында емес, мәселе олардың іске басқа көзқараспен қарауында. Олар технологияның қалай жұмыс жасайтынын білсе, осы технологияға негізделген бизнесті де жүргізуге болады деп ойлайды. Олар технологтар секілді бизнес үшін жұмыс жасады, ал кәсіпкерлер ұзақ мерзімді уақытта кәсіпорынның табысты да тұрақты дамуын болжап стратегиялық тұрғыдан басқарады.

Сондықтан инновациялық бизнесті маманданған қызметкерлер басқаруы керек, себебі бұл қызмет түрінің қарапайым дәстүрлі кәсіпкерлік қызметтен көп айырмашылығы бар.

Инновациялық менеджменттің тәжірибесінде компанияның инновациялық қызметін басқарудың, инновациялық өнімді жасау және игерудің түрлі әдістері бар. Инновациялық менеджмент әдістерінің ең көп тараған түрлерін былай топтастыруға болады: инновациялық өнімді жасауға қатысты әдістер және инновацияның пайда болуы мен таралуына әсер ететін әдістер (14-сурет).

Инновацияның пайда болуына әсер етуші әдістің басты мақсаты – жоғары сапалы технология жасау және жаңа өнім өндіру. Бұған жататындар: функционалды құндық талдау, Бенчмаркинг әдісі – ең күшті бәсекелестердің тәжірибелерін қолдану, QFD әдісі – тұтынушылардың қажеттіліктерін өнімге аудару және FMEA әдісі – әлеуетті ақауларды талдау және олардың өнімді қайта жобалау үдерісіне тигізетін әсерін есептеу.

Инновациялық менеджмент әдістерінің екінші тобына: инновациялық инжиниринг, реинжиниринг, брендстратегия кіреді.

ФҚТ – функционалды-құндық талдау әдісі – өнімнің атқаратын пайдалы қызметін толық зерттеу арқасында оны өндіруге кететін шығынды азайта отырып осы қызметтерді сапалы түрде жаңарту әдісі. Ең бірінші рет ФҚТ – функционалды-құндық әдіс 1947 жылы «Дженерал Электрик» компаниясында пайдаланылған. Алдыға қойылған негізгі мәселе – жаңадан шығарылған тұтыну тауарының өзін-өзі қаншалықты деңгейде ақтауы. Өнімнің жаңа түрін шығару белгілі бір шығындарды талап етеді, ал компанияға өз кезегінде осы өнімге кеткен шығын мен әкелетін табыс арасындағы пропорцияны дұрыс ұстап тұру маңызды. Өнімнің кейбір қасиеттерінің бірегей болуы тауарды өндіруге кеткен шығындарды азайтуға, тіпті кей жағдайларда оның сапасының жоғарлауына мүмкіндік береді.

ФҚТ объектісі ретінде тұтыну өнімінің жекешелеген қасиеті немесе технологияның толық өзі және жеке бөліктері бола алады. Мысалы, қазіргі кездегі кір жуғыш машиналарында «заттарды жасанды кептіру» функциясы енгізілген, бірақ дәл осындай кір жуғыш машинасын өндіретін басқа компаниялардың зерттеулері



14-сурет. Иновациялық менеджмент әдістері

бойынша мұндай функцияны енгізу шығындарды үнемі ақтай бермейді. Оның себебі бір жағынан қосалқы шикізат пен материалдар шығынданады, екінші жағынан үй шаруасындағы әйелдер бұл қызметті жиі пайдаланбайды. Бұл жағдайда кір жуғыш машинасының «жасанды кептіру» функциясын алып тастап, шығындарды азайтуға болады. Ал ол өз кезегінде кір жуғыш машинасының басқа қасиеттеріне кері әсерін тигізбейді. Ұйым басшысы топ алдына анық мақсат пен әрқайсысына нақты міндеттерді үлестіру қажет және жұмыстың басталу мен аяқталу мерзімін көрсету міндетті.

ФҚТ мақсаты – өнімнің сапасын жоғарлату немесе қасиеттерін сақтай отырып өндіріс шығындарын азайту. Егер жоғары сапалы инновациялық немесе модификацияланған өнім аз шығындармен өндіріліп шығарылса ФҚТ мақсаты толық орындалды деп есептелінеді. Көптеген технологиялық инновациялар өндіріс үдерісі кезіндегі түрлі шығындарды төмендетіп, шикізат пен энергияны тиімді, үнемді пайдалануға бағытталған. Өнім өзгермеуі мүмкін, бірақ оны жасайтын технология жаңарып, жақсартылуы мүмкін. Мысалы өмірде күнделікті пайдаланылатын, тұрақты сұранысқа ие өнімдер: қағаз, кітап, тамақ өнімдері және тағы да басқа өнімдер жылдар бойы түбегейлі өзгеріске түспейді, бірақ оларды жасайтын технология жақсарып отырады.

ФҚТ қағидалары келесідей:

- Функционалды көзқарас. ФҚТ-ның басты қағидасы кез-келген өнімді өндіру барысында немесе өткізу үдерісінде міндетті түрде негізгі және қосымша шығындардың болуы. Бұл жерде негізгі шығындарға өнім өзіне жүктелген қызметті орындауға арналған детальдарды жасауға кеткен минималды шығындар жатады. Қосымша шығындарға өнімнің жеке қасиеттерін қалыптастыруға тікелей қатысы жоқ шығындар жатады.
- Функциялардың салыстырмалы бағалануы. Инновациялық өнімнің және үдерістің пайда болу барысында қосымша шығындарды есептеу, тиімді техникалық әдістерді салыстыру арқылы шығындарды қысқарту.
- Әдіс жаңа техникалық шешім қабылдаумен ерекшеленеді. Талдау мақсаты – жаңа сапалы технологияны енгізу арқылы шығындарды азайту.

ФҚТ кезеңдері:

1. дайындау кезеңі;
2. ақпараттық;
3. аналитикалық;
4. зерттеу;
5. ұсынылатын;
6. енгізу.

Дайындау кезеңінде талдау объектісі анықталады, осы жерде әлі өндіріске енгізілмеген өнімдер қарастырылады.

Ақпараттық кезең инновация туралы ақпарат жинауды қамтиды: бағыты, техникалық сипаттамасы, өзіндік құны, сапасы.

Аналитикалық кезең өнімнің қызметін талдау мақсатында пайдаланылады. Бұл кезеңде мына сұрақтар өзекті:

1. Қандай өнім?
2. Оның функциялары қандай?
3. Қандай функциялар қарастырылуы қажет және қайсылары пайдалы?
4. Өнімнің өзіндік құны қандай?
5. Өнім қандай қасиеттерге ие болуы қажет?
6. Өнімнің жаңа құны қандай болмақ?

ФҚТ-дың соңғы нәтижесі тек тиімді конструкция ғана емес, сонымен қатар техникалық жағынан да жетілдірілген нәтижелер.

2.6 Бенчмаркинг әдісі – ең үздік бизнес тәжірибелерін қолдану

Бенчмаркин термині тек бір ғана мағынаға ие емес. Ол «benchmark» сөзінен шыққан, нақты бір объектідегі белгі деген мағынаны білдіреді. Мысалы, теңіз деңгейінен қанша биіктікте тұрғаны белгіленген бағана.

Кәсіпорынның бағытын анықтауда қазіргі кезде бенчмаркинг әдісі жиі қолданылып келеді. Бенчмаркинг әдісін қолдану арқасында бәсекелестерге қарағанда өнімнің, қызметтің және күнделікті тәжірибенің үздіксіз жақсартылып отыруына қол жеткізуге болады.

Бенчмаркинг әдісі географиялық жағдайына, қызмет саласына, көлеміне байланыссыз бәсекелестік компаниялардың үздік мысалдарын зерттеу, бағалау, талдау нәтижесінде олардың қызмет атқару тәжірибесінің тиімді жақтарын игеру.

Бенчмаркинг әдісі бір салада қызмет жасайтын бірнеше ұйымдардың қызметін салыстырмалы түрде бағалау үдерісінде қолданылатын әдістердің бірі.

Үздік тәжірибелерді іздеу барысында компания алдында мынадай мәселелер туындайды:

- Бәсекелестер туралы ақпараттарды үнемі жинау және талдау негізінде өзін-өзі үздіксіз жетілдіру.
- Көшбасшылардың жетістіктерге ұмтылуы және стандартта көрсетілген көрсеткіштерден асып түсуі.
- Мәселелерді шешуде бәсекелестер қолданатын түрлі үдерістер мен әдістерді талдау, яғни бенчмаркинг жүйесінің алдыңғы қатарлы тәжірибелерін қолдану.

Бенчмаркинг енгізетін кәсіпорындардың болашағы қызметкерлерінің жақсы жұмыс тәжірибесімен, олардың шығармашылық мүмкіндіктерін дамыту мен ынталандыру арқылы, сонымен қатар жаңалықтар енгізуге қарсылығын жеңумен байланыстырылады.

Бенчмаркинг ең алғаш рет 1972 жылы АҚШ Стратегиялық зерттеулер институтында пайдаланылды.

Бенчмаркингтің бірнеше түрлері бар:

- **Жалпы-бенчмаркинг.** Бенчмаркингтің мұндай түрін жүргізгенде өзіңіздің және осы салада қызмет ететін басқа ірі компаниялардың тауарларды өндіру және сату көрсеткіштері

бойынша салыстыру қажет. Мұндай салыстыру сіздің инновациялық қызметіңіздің нақты бағыттарын анықтауға әсерін тигізеді. Салыстыру үшін өнімнің түрлі параметрлерін пайдалануға болады.

- **Функционалды-бенчмаркинг.** Бұл жағдайда компанияның кейбір қызметтерін ғана басқа жетістікке жеткен компаниялардың дәл сондай қызметімен салыстыру.
- **Ішкі-бенчмаркинг.** Бір ұйым ішіндегі бір деңгейлі бөлімдердің қызметін салыстыру.
- **Біріккен-бенчмаркинг.** Бірнеше компаниялардың бірлесіп, тіжерибе алмасып жұмыс жасауы.

Бенчмаркингті жүргізуді бес кезеңге бөлуге болады:

1. Басымдылықты талдау объектісін анықтау.

Бұл кезеңде өндірісті талдау барысында бенчмаркинг қолданылатын бөлімді немесе қызмет түрін белгілеу.

2. Басымдылықты талдау бойынша серіктестерді анықтау.

Мақсаттар анықталғаннан кейін жақсы серіктестіктерді іздеу қажет. Болашақ серіктестік тек өзі ғана мықты болуы емес, сонымен қатар ұйымның өміріне де араласуы жоғары дәрежеде болуы тиіс. Бұл кезеңде ақпаратты үстіртін қарастырып, сай келетін серіктестерді іздестіреді. Ақпарат көзі ретінде фирманың қызметі туралы кітаптар, журналдар, іскерлік қатынастар, конференциялар, семинарлар, кеңес беруші компаниялар, маркетингтік клубтар және т.б. бола алады.

3. Ақпарат жинау және талдау.

Бұл концепция компания туралы, бәсекелестер туралы ақпарат жинау, керекті мәліметтерді алу үшін әртүрлі дерек көздерін пайдалануды қамтиды. Берілген жұмысты мынандай тәртіппен орындаған жөн:

- Алынған ақпараттарды реттеу;
- Ақпараттың сапасын бақылау;
- Салыстыруға кері әсерін тигізетін факторларды бақылау;
- Ең жақсы әдістермен салыстыру, кемшіліктерін шығару;
- Талдау жүргізу

4. Алынған ақпараттардың мақсатқа бағытталып іске асырылуы.

Бұл кезеңде тек жаңа мүмкіндіктерді өндіріске енгізу ғана емес, сонымен қатар ұйымның ары қарай дамуын қамтамасыз ету қажет. Бұл жағдайда бұрын алынған жақсы нәтижелерді қайталамау керек. Бір мақсатқа бағытталған инновациялық шешім дегеніміз:

- Басымдылық талдауының нәтижелерін қарастыру.
- Бұл есепті қажетті тұлғаларға тапсыру.
- Жақсарту мүмкіндіктерін анықтау.
- Ұйым жұмысының жоспарымен байланыстыру.
- Қажетті өзгерістерді енгізу жоспарын құрастыру.
- Жоспарды енгізу.
- Басымдылық талдауды үздіксіз үдеріс ретінде қарастыру.
- Алынған нәтижелерді инновациялық даму мақсатында пайдалану.

5. Үдерісті бақылау және талдауды қайталау.

Алынған нәтижелер ұйым қызметін талдау және ұйымның жұмысының белгіленген көрсеткіштерін бақылау үшін өте маңызды.

«Ксерокс» компаниясы бенчмаркингке байланысты жобаларды іске асырушы ең алғашқы компания болды. Жапониялық сенімді техниканы қалай жасайтынын зерттеп талдағаннан кейін «Ксерокста» сенімділікті жоғарлатуды және шығындарды азайтуды қалай жүзеге асыру керек екенін түсінді. Келесі кезеңде жұмыс үдерістері, қызметкерлердің функциялары, басқару әдістері және ұйымдық құрылымдардың тиімділігі талданды. Дәл осындай жұмыстарды «Форд» компаниясы жүргізді, олар бәсекелестерінің автомобильдерін жақсарту сипаттамаларын жетілдіру әдістерін қолдану нәтижесінде жетістікке жетті.

Америкалық сапа қорының көрсеткіштері бойынша ұйымдардың 30 пайызы үнемі бенчмаркингті қолданады. Бенчмаркинг бойынша кәсіпорындарға серіктестіктерді тауып беру мақсатында мамандандырылған ұйымдар пайда болды, мысалы: IBS (International Benchmarking Clearing House). Бұл – бенчмаркингті пайдаланатын ұйымдардың санының үнемі көбейіп отыруының көрсеткіші. Осылайша Ұлыбританияда 2000-нан астам бенчмаркингті пайдаланатын компаниялар тіркелді.

2.7 QFD (Quality Function Deployment) әдісі тұтынушылардың мұқтаждықтарын өнімге айналдыру.

QFD әдісі арқылы кәсіпорынның жекелеген бөлімшелерінде тұтынушылардың мұқтаждықтары өнімге ендірілуі мүмкін және олар түсінікті әрі жүзеге асырылуы қамтамасыз етілуі қажет. Олар тұтынушылардың көңілінен шығып, бағалы болуына бағытталуы тиіс. QFD алғаш рет сапалы менеджмент жүйесі ретінде 1960 жылы Жапонияда Yogi Akaо және Shigeru Mizuno профессорларымен енгізілген. Тұтынушылардың көңілінен шығып, бағалылыққа ие болуды қамтамасыз ету мақсатында олар QFD әдісі мен құралын енгізіп, олардың кең жүйесін ұйымдастырды. Сапаны арттыруға бағытталған жұмыстар бизнестегі сапаны бақылаудың маңыздылығын ерекшелейтін әдістерімен бірікті. Бұл кейіннен танымал TQM және TQC айналды. QFD алғаш рет 1972 жылы «Митсубиси» фирмасында қолданысқа енгізілді. 1977 жылдан бастап осы әдіс бойынша «Тойота» фирмасы жұмыс жасауда.

1980 жылдан бастап QFD American Supplier Institute (ASI) және GOAC/QPC коммерциялық емес ұйымдары арқылы дайындалады және жүзеге асырылады. Бұл әдіс мына салаларда қолданылған: авиағарыштық өнеркәсіп, өндіріс, бағдарламалық қамтамасыз ету, химия, фармацевтика, транспорт, қорғаныс, тамақ өнеркәсібі, үкімет және қызмет саласында.

Тұтынушылардың қажеттіліктері мен сұранысын тыңдау және түсіну осы бағыттың негізгі ерекшелігі болып табылады. Тұтынушылардың сұранысы көбіне ортақ формада болады, мысалы, компьютер командаларды жылдам орындауы тиіс. Талаптар белгілі болған соң ол өнімді өндіретін саладағы техникалық терминдерге аударылуы қажет. Мысалы, шөпқырықкыштың биіктігін өзгерту тұжырымы 90 механизмге бағынып, оның орналасуы, қолдану ережелері, механизмді бақылаушы серіппе қаттылығына немесе қажетті материалдарға жатқызылуы мүмкін. Өндірістің мақсаттарына бағытталған материалдарға, параметрлер және құрал жабдықтарды енгізу маңызды болып табылады.

Сапа функцияларының жүзеге асырылу үдерісін келесі кезеңдерге бөлуге болады:

- Тұтынушылардың өнімге деген талаптарын «тұтынушылар тілінде» анықтау.
- Тұтынушылардың талаптарын «кәсіпорын тіліне» ауыстыру, яғни өнімді өңдеу концепциясы.
- Тұтынушылардың талаптары мен сапа белгілерінің арасындағы қатынасты («күшті», «орташа», «әлсіз») орнату және өлшеу.
- Салыстыру арқылы тұтынушы талаптарын нарықтық бағалау.
- Сапа белгілерін бағалау және салыстыру.
- Сатудың негізгі бағыттарын анықтау.
- Сапа белгілерінің бағыттарын анықтау.
- Жекелеген бөлшектерге ауысуы тиіс сапа белгілерін таңдау.
- Үдерістің орындалу жоспарын жасау және оның негізінде жоспардың орындалуын тексеру.
- Жұмыстың нұсқаулықтарын және жұмысшыларға арнайы бақылау нұсқаулықтарын жасау, бір сөзбен айтқанда «цех тіліне» аудару.

QFD артықшылықтары:

- Дәстүрлі сапа жүйелері жағымсыз сапаны минималдауға бағытталса, QFD шын мәнінде бағалылық тудыратын «көрінетін» және «көрінбейтін» тұтынушылардың талаптарын іздейді және жағымды сапаны максималдайды
- QFD көрінбейтін талаптар мен стратегиялық басымдықтарды іске асырады.
- Нарыққа жаңа өнімнің шығу уақытын тездетеді.
- Тұтынушыны қанағаттандырудың деңгейін арттырады.

QFD кемшіліктері:

- Жапондық өзге де басқару әдістері секілді QFD батыстық іскер ортаға, мәдениетке бағытталуда бірқатар қиындықтар туындауы мүмкін.
- Клиентті қабылдау нарықта зерттеу жолымен анықталады. Егер нарықты зерттеу сапалы жүргізілмесе, онда шығарылған қорытынды бүкіл компанияға зиян келтіруі мүмкін.
- Қазіргі кезде тұтынушылардың қажеттіліктері тез өзгеруі мүмкін, сондықтан клиенттердің қажеттіліктеріне ауқымды зерттеулер жүргізуге кеткен шығындар өзін ақтамауы мүмкін.

2.8 FMEA әдісі әлеуетті ақауларды талдау және олардың өнімді қайта жобалау процессіне әсерін талдау

Тұтынушылардың тауардың қауіпсіздігі мен сенімділігіне талаптарының артуы сонымен қатар жүйелік талдаудың қажеттілігі **FMEA (Failure Mode and Effects Analysis) әдісінің** немесе ақаулардың пайда болу әсерінің мүмкіндігі талдауды дүниеге әкелді. Бұл әдіс тұрақты өндірістік жүйені қалыптастыруға, өндіріс шығындары мен тәуекелдігін азайтуға, нақты ақауларды анықтауға және сәйкесінше жаңа технологияны енгізу мен өнімді құрастыру сатыларында және конструкторлық жұмыс жасауда оларды болдырмауға мүмкіндік береді.

FMEA жүргізуге қажетті жағдайлар:

- Өндіріс үдерісі кезінде ақауларды жүйелі түрде бекіту.
- Тұтынушыға жіберілген ақаулардың мүмкін болатын зардаптарын тұрақты түрде бағалау.
- Ақаулардың мүмкін болатын себептерін бағалау.
- Техникалық құжатнаманы және ақауларды болдырмау мүмкіндіктерін қарастыру.
- Өндіріс үдерісінде және сатудан кейін пайда болатын немесе анықталатын ақауларды бағалау.
- Сапаны қамтамасыз ететін схемалық, конструкторлық, өндірістік, техникалық ұсыныстарды жасау.
- Жасалынған ұсыныстар арқылы ақауларды анықтау және болдырмау мүмкіндіктерін бағалау.

Өндіріс үдерісінде туындайтын ақаулардың 80 % технологиямен өнімді құрастыру жоспарының жеткіліксіздігінен болатындықтан инновациялақ үдеріс кезінде 60% ақаулықтар кепілдемелік уақыт ішінде көрініс табады. Сондықтан оларды болдырмау шараларын қарастыру қажет.

Қазіргі кезде нарық FMEA әдісінің конструкциялар мен үдерістер үшін жүргізілуін талап етеді. Сондықтан ИСО 9000 сериялы халықаралық стандарттардың орындалуы ақаулар пайда болу мүмкіндігін талдаумен байланысты екенін ескеру қажет. Ақаулардың пайда болу мүмкіндігінің талдауын FMEA бойынша жүргізу жобалау барысында сындарлық жағдайларды қарастырумен байланысты кеңес жүргізулерді алмастырылады. Ал

бұл өз кезегінде функционалдық бөлімшелер арасындағы қарым-қатынастарды жақсартып, мамандар арасындағы ақпарат алмасуын және қарым қатынасын жоғарылатуға әсерін тигізеді. Жоспарланған FMEA инновациялық немесе өндірістік үдеріске дейін жүргізілуі талқылаулардың тиімділігін жоғарылатып, әлсіз тұстарды анықтауға, сапаны жоғарылату мүмкіндіктерін табуға және үдерістер мен өнімге мақсатты әсер етуге, тәуекелдің болу мүмкіндігін төмендетуге мүмкіндік береді.

FMEA қолданылуы жобалық жұмыс уақытын қысқартып, сызба конструкторлық жұмыстың толықтырылмаған тұстарына қажетті жағдайды қалыптастыруды азайтады. FMEA қолданылуының нәтижесінде өндіріс және дайындық бөлімшелерінің көптеген қызметкерлерінің «еңбек сапасы» өзгереді. Ал FMEA қазіргі құрал жабдық пен технология енгізу және сапа мәселелеріне бағытталғандықтан, ақаулар деңгейінің төмендеуіне әкеледі. Осымен қатар FMEA сапамен байланысты мәселелер орталығына бағытталған технологтар мен жасап шығару жұмысымен айналысушылардың жауапкершілігін көтереді және сыртқы немесе жоғарғы жақтан келетін дәстүрлі бақылау түрі ретінде жүзеге асырылмайды. FMEA қолданылуы бақылау және ақауларды болдырмау шығындарын азайтады және сапа шығындары жоспарланған түрге айналады.

Көбінесе ақаулардың әсері мен пайда болуы тіптен жаңа өнім мен үдерістерде өте жиі кездеседі. Сондықтан инновациялық үдерістерде сапамен қамтамасыз ету жұмыстарының жоспарына байланысты FMEA жүргізілу жоспары жасалады және жұмыстардың уақыты мен нәтижелері нақты анықталады. FMEA жүргізілу жауапкершілігі жоба басшысына, ал FMEA үдерісі бас технологқа жүктеледі. Туындайтын сұрақтар бойынша шешім қабылдауға қажетті мамандар шақырылады.

FMEA жаңа құрылым және технология жасауда төменде аталған жағдайлардың біреуі немесе бірнешеуі туындағанда жүзеге асырылады:

- құрылымында бұрын өндірілген өнімнен нақты айырмашылығы бар жаңа өнім шығаруда және ұйымның оны жүзеге асыру тәжірибесі болмаған жағдайда;

- жаңа өнімдегі қолданылатын құрылымдық элементтер дайындалу барысында қиындықтар тудырса;
- жаңа өнімде ұйымда бұрын қолданылмаған материалдар қолданылса және ол бойынша тәжірибе болмаса;
- жаңа өнім жасауда жаңа технология қолданылса және оларды қолдану тәжірибесі болмаса;
- өндірісте айтарлықтай технологиялық үдеріске өзгерістер енгізілсе;
- өнімді дайындауда қауіпсіздікті қамтамасыз ету және қоршаған ортаға әсер етуіне байланысты жоғарғы талаптар қойылатын технология қолданылса;
- өнімге әлеуметтік және қауіпсіздік пен сенімділігі жөніндегі талаптар жоғары болса;
- сатып алынатын бұйымдар, керекті элементтер мен материалдарды жабдықтаушылар қамтамасыз етуіне байланысты өнімнің сапасы кепілдендіріле алмаса;
- өнімді жасауда құрылымдар мен технологиялардың өзгерісін енгізу нәтижесінде бұйым қызметтері өзгеріске ұшыраса.

FMEA қолданылу нәтижесінде тәуекелдер танылатын және басқарылатын болуы тиіс.

Ақаулардың әсері мен пайда болу мүмкіндіктерінің талдауы өндіріске өнімді жеткізу туралы шешім қабылдауға дейін жүргізіледі. Жұмыстар өнімді жобалауға жауапты мамандар тобы мен бас технолог, сапа, өндірістік бөлімшелер мамандары немесе дайындаушы зауытпен бірге жүргізіледі. Осы жұмыстың жүргізілуінде өнімді эксплуатациялау және оларды тексеру нәтижелерін ескеру қажет.

FMEA жүргізілуінде барлық ақаулық жағдайлар тіркеледі. Алғашқы материалдар негізінде ақаулардың пайда болу мүмкіндіктерінің сапалық және сандық көрсеткіштерін анықтап, таңдалған конструкция сапасының мүмкіндіктерінің ағымдық тексерісін жүргізіп, жақсарту жөніндегі іс шараларды белгілеуге болады.

Ақаулардың пайда болу мүмкіндіктерін ұқсас шешімдермен салыстыру жобаның әлсіз тұстарын анықтауға және өнім сапасына әсер ететін сындарлы тұстарды қарастыруға мүмкіндік береді.

Ақаусыз өндіру арқылы басқару әдісінің тағы бір түрі 6-СИГ-МА. «Алты сигма» – дәстүрлі статистикалық сапа басқару әдісін қолдану арқылы ақаусыз болатын өндіріске жеткізуші әдіс. Алты сигма деңгейіне жету үдерісті талдау барысында миллион түрлі мүмкін жағдайларда 3, 4 ақау ғана болуында көрінеді, басқа сөзбен айтқанда, жұмыс мінсіз жүзеге асырылады деуге болады.

Сигма (латын әрпінің аталуы) – орташа квадраттық (стандартты) ауытқу деп те аталатын статистикалық термин, өлшеу параметрі. Бұл әріптің бизнесте қолданылуы өндіріс үдерісінде ақаулар санын көрсетеді және берілген үдерістің үздік үдерістен қаншалықты айырмашылығы барын түсінуге көмектеседі.

Алты сигма негізінде басқарудың басты идеясы, егер нақты үдерісте ақауларды өлшей алсаңыз, онда оларды жою әдістерін анықтай аласыз, ал ол нөлге жуық ақаулықтар деңгейінде жұмыс жасауға жете аласыз дегенді білдіреді.

«6 Сигма» жүйесі 6 деңгейден тұрады, олардың әрқайсысында миллионға шаққандағы ақаулар үлесі тіркеледі. Бұл шкала бойынша компанияның маңызды үдерістері өлшенеді (4-кесте).

4-кесте «6 Сигма» жүйесі

Деңгейлер	Ақаулар саны миллионға шаққанда
6 сигма	3,4
5 сигма	233
4 сигма	6210
3 сигма	66807
2 сигма	308537
1 сигма	690000

Статистика бойынша, батыс елдеріндегі компаниялар 3-4 сигма бойынша жұмыс жасайды.

«6 сигма» үдерісі сапаны жақсарту, ақаулар санын төмендету, сапаға шығынды азайтудың әлемдік стандарты болды. «Motorola», «Texas Instruments», IBM, «AlliedSignal», «General Electric» компаниялары 6 сигма тұжырымдарын тиімді пайдаланады. Бұл тұжырымдарды «Ford», «DuPont», «Dow Chemical», «Microsoft» и «American Express» компаниялары да өз жүйесіне енгізді. Кейін

келе «б сигма» тұжырымы жұмысқа жауапкершілікпен қараудың жоғары сапасы түсінігінің синониміне айналды.

2.9 Инновация инжинирингі

Заманауи нарықта ұйымның ұзақ мерзім уақытында тұрақты және табысты қызмет атқаруы, тек сыртқы ортаның үздіксіз өзгерістеріне тез бейімделу, қайтақұрылымдану арқасында ғана мүмкін. Ұйымның ішкі ортасында нақты бір жаңалықтарды құрылымдау кезінде де осы мәселелер, яғни бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін жаңалықтар енгізу мәселелері шешіліп жатады. Белгілі бір жаңалықтар енгізу үшін құрылымды өзгерістер енгізу инжиниринг түсінігіне қатысты үдеріс болып табылады.

Инжиниринг (ағл. engineering – білім, ойлап табу) жаңа объект, не үлкен жоба жасауда инженерлік кеңес беру қызметін білдіреді. Бизнес инжинирингі - компания мақсатымен байланысты бизнесті қайта құрылымдауға және дамытуға бағытталған түрлі әдістер мен тәсілдер жиынтығы.

БҰҰ Еуропалық экономикалық комиссиясының анықтамасы бойынша инжиниринг – бұл инфрақұрылым объектілерін және кәсіпорындарды қалыптастыру, пайдалануға қатысты ерекше қызмет түрі. Сонымен бірге, құрылыс ғимараттарын салу, пайдалануға қажетті инженерлік техникалық саладағы жобалық және тәжірибелік қызметтер жиынтығы. Бұл анықтама бойынша инжиниринг ғылым мен өндірістің арасында орналасқан және ол өндірістік қызмет атқару үшін қажетті техника-технологиялық негіз қалыптастыратын қызмет түрі.

Оксфорд сөздігі бойынша инжиниринг дегеніміз құрылыс, машина, құрал-сайман жасауға қажетті жобалық жұмыстарды жоспарлап орындайтын қызмет түрі. Яғни инжиниринг – ғылыми білімдерге негізделген инженерлік қызмет.

Инновациялар инжинирингі дегеніміз ұйым қызыметінің тиімділігін арттыру үшін белгілі бір инновациялық өзгерістер қолдануға қатысты жұмыстар кешені.

Инжиниринг ерекшеліктері:

- Инновация инжинирингі тауардың өзінде жүзеге аспайды, оның материалдық тасымалдаушысында көрініс табады.
- Инжиниринг сату-сатып алу сипатында болғандықтан оның

коммерциялық сипаттамасы болу керек.

- Инжинирингтің франчайзинг пен ноу-хаудан айырмашылығы, ол ұдайы өндірістік қызмет көрсетумен ерекшеленеді. Іс жүзінде инжинирингтік қызмет көрсету көбінесе ноу-хау са-тумен тура келеді.

Инжиниринг жүргізуге қажет іс-әрекеттер:

- Өз жаңалықтарыңыз үшін керекті нарық сегментін таңдап, оны зерттеу.
- Нарықтағы қаржылық өзгерістерді бақылай отырып, алдына қойған мақсатты нақты анықтау.
- Инновациялық жобаның технико-экономикалық негіздемесін жасау.
- Жаңа қызмет немесе өнім жасау бойынша ұсыныстар жасау.
- Жобаның уақытын, мерзімін, шығындар көлемін, экономи-калық тиімділігін анықтау.
- Жобаны құжат түрінде бекіту.
- Жобаны атқарушыларға жоба бойынша толық кеңес беру.

Инжиниринг 2 бағытта жүргізіледі:

1. Эволюциялық бағыт. Өндірісті бірте-бірте жақсарту, өн-діріс үдерісін кезеңі бойынша дамыту. Даму үдерісі 10-15 %-ға жоғарылайды;

2. Радикалды бағыт. Өндірісті нарыққа сай етіп түбегейлі өз-герту, нарық талабына сәйкес мүлдем жаңа өнім енгізу. Бұл үдеріс реинжиниринг деп аталады. Оның ұйым дамуына әсері 100%.

Жалпы инновация инжинирингі өз мақсаты етіп жаңа өнімге салынған инвестициядан экономикалық тиімділікті жоғарлату мен инновациялық қызметтің болашақ бағыттарын анықтауды қояды.

2.10 Инновациялық қызметтегі реинжиниринг әдісі

Американдық ғалым Майкл Хамлер 1990 жылы «бизнес үдерістерінің реинжинирингі» (*business process reengineering, BPR*) ұғымын алғаш рет ғылымға енгізе отырып, оған мына-дай анықтама берген: «Реинжиниринг – бұл түбегейлі өзгеріске әкеледі және компания қызметінің құн, сапа, қызмет көрсету секілді заманауи көрсеткіштерін жоғары деңгейде жақсарту үшін іскерлік үдерістерді радикалды жолмен қайта жобалайды».

Ол BPR-ды бизнестегі революция ретінде қарастырды, өйткені реинжиниринг бизнестегі күнделікті қағидалардан бас тартып кәсіпкерлікті инженерлік қызметтегі құрылымдаумен салыстырды. Бұл идеяның пайда болуын замануи бизнесті жүргізу мен жоспарлауда жаңа ақпараттық технологиялардың кең пайдалануымен және ол технологияларды жүзеге асыра алатын адамдардың бизнесте басты орынға ие болуымен байланыстырды.

BPR екі қызметтің менеджмент пен ақпараттық технологиялардың тоғысуы негізінде пайда болған. Сондықтан да реинжиниринг тек қана кәсіпкерлік қабілетке ие мамандардың қатысуымен ғана емес, сонымен қатар ақпараттық технология саласындағы мамандардың қатысуымен орындалады.

Атақты кәсіпкер Билл Гейтс өзінің «Ой жылдамдығындай жүргізілетін бизнес» кітабында реинжиниринг туралы былай дейді «Әр кәсіпорынның жүйке жүйесі болуы керек. Өйткені бизнестегі күнделікті қызметтердің көбісі тірі организмдегідей, мидың қатысуынсыз жүйке жүйесінің рефлекс денгейінде орындалуы тиіс. Сол кезде ғана ми шығармашылық еңбек үшін, сыртқы ортадағы күтпеген жағдайды шешу үшін босайды».

80 жылдардың басында америкалық машинажасау саласы депрессия жағдайында болды. *Ford* компаниясы шығындарды төмендету мақсатымен өз құрылымын қайта құрылымдауға кірісті. Ең бірінші қадам «кредиторлық қарыздар» бөлімін қысқарту болды. Тек солтүстік америка нарығындағы кредиторлық қарыздар бөлімінде 500-ге жуық адам қызмет атқарды.

Менеджерлердің жоспары бойынша, бөлімдерді жаңа дербес компьютерлермен жабдықтау негізінде персоналдың 20% қысқарып, жұмыс тиімділігі өсуі тиіс еді. *Ford* компаниясының менеджерлерінің энтузиазмы *Mazda* компаниясының осындай бөлімінің қызыметін талдаған соң күрт төмендеп кетті. *Ford* компаниясы кредиторлық қарыздар бөлімінің қызметкерлері – 500, ал *Mazda* компаниясының кредиторлық қарыздар бөлімінде не бары бес-ақ адам қызмет атқарған.

Ford менеджерлері мәселені шешудің басқа жолдарын іздестіре бастады, енді компания кредиторлық қарыздар бөлімінің қызметкерлерін жүздеп қысқартуы керек болды.

Біріншіден менеджмент кредиторлық қарыздар қызметінің үдерісін талдады. Тапсырыстар бөлімі тапсырыс бергенне соң оның көшірмесі кредиторлық қарыздар бөліміне жіберілді. Онан соң кіріс бақылау бөлімі материал алған соң «алды» деген құжатты көшірмесін де кредиторлық қарыздар бөліміне жібереді. Бұл кезде кредиторлық қарыздар бөлімі жеткізушілерден есеп құжаттарын қабылдап жатады.

Сондағы бөлімнің негізгі міндеті тапсырыстар мен жеткізулердің құжаттарын салыстырып тексеру, егер бәрі дұрыс болса кредиторлық қарыздар бөлімі төлем жасайды.

Бәрінен де құжаттардың сай келмеуін тексеруге көп уақыт кететейн. Мұндай жағдайда кредиторлық қарыздар бөлімінің қызметшісі сәйкес келмеушілікті тіркеп, оның себебін анықтап, төлемді тоқтатуы керек еді, бұл өз тарапынан өндіріс қызметтерін баяулатты.

Бұл мәселені шешудің негізгі жолы – сәйкес болмаушылықтарды болдырмау. Ол үшін *Ford* «есеп шотсыз өңдеу» жүйесін енгізді. Енді материалдарға тапсырыс берілгенде ол туралы ақпарат мәліметтер базасына енгізіледі. Көшірмесін ешқайда жібермейді. Материал жеткізілгенде қабылдаушы мәліметтер базасына қарап тапсырыстың саны мен сапасын тексереді. Егер бәрі дұрыс болса, ақпарат тез арада мәліметтер базасына енгізіледі, егер дұрыс болмаса жеткізушілерге материал қайтарылады.

Ford үшін пайданың шамалы өсуі қанағат болмады, сондықтан компания түбегейлі өзгерістер енгізуге кірісті, нәтижесінде персоналдың 75% қысқарды.

Бұл мысал реинжинирингтің өнімге немесе қызметке емес үдеріске арналған әдіс екенін дәлелдеп отыр.

Реинжиниринг күрделі мәселелерді шешуге бағытталған әдіс. Ол іскерлік үдерістерді жобалау нәтижесінде қолданылып қарастырылған мәселелер сапалы деңгейде өз шешімін табады да, көрсеткіштер 10 – 50%-ға емес, 100 – 500%-ға жақсарады.

Реинжиниринг инновациялық менеджмент әдісі ретінде жаңа тауарлар мен операцияларды өндіру, өткізу, тарату сияқты үрдістерге бағытталған жүйе. Инновацияларды басқаруда реинжиниринг белгілі бір мақсатты көздейді. Ол жаңа шығары-

лымдардағы ағымдық және стратегиялық қажеттіліктер болуы мүмкін. Осыған байланысты реинжиниринг екі түрге бөлінеді:

- Дағдарыстық реинжиниринг.
- Даму реинжинирингі.

Егер ұйым дағдарыстық жағдайда болса онда дағдарыстық реинжиниринг қолданылады. Компания нарықтық өзгерістерге байланысты құлдырауда тұрғанда, сұраныстың төмендеуіне байланысты сату көлемі кенеттен төмендегенде немесе компанияның имиджі түскенде қолданылады. Мұндай жағдай нарықтағы тауардың бәсекеге қабілеттілігінің төмендеу тенденциясының куәсі болады, тіпті сатушының банкроттығы болуы мүмкін. Сондықтан дағдарысқа байланысты шаралар жүргізудің қажеттілігі туындайды. Ағымдағы уақытта дағдарыстық жағдайда тұрмаған фирмалар инновациялық даму стратегиясын қолданады, бірақ басқарушылар жаңа бәсекелестердің пайда болуы мен микроортасының өзгеруіне байланысты ұйым қызметінің бағыты түбегейлі өзгеруі мүмкін.

Даму реинжинирингін инновациялық саясат жүргізіп отырған көшбасшы компаниялар қолданады. Олар ағымдағы жағдайларына қанағаттанбайды және реинжиниринг көмегімен жоғары жетістікке жетуге ұмтылады. Даму реинжинирингі сату көлемінің төмендеуіне байланысты туындайды, себебі ұйымның құрылымы және шаруашылықты басқару үдерісі даму деңгейі бойынша анықталған шегіне жетеді, енді одан артық инновацияларды сату мүмкін емес. Даму реинжинирингі бизнес-үдерісті тиімді қайта құру үшін инновацияларды ендіруге есептелген және бизнес-үдерістен бизнес-үдеріс-реинжинирингке өтуді болжайды.

Бизнес-үдеріс-реинжинирингі шаруашылықты қайта құруды білдіреді және келесі әдістермен жүргізілуі мүмкін:

1) Үдеріске бағдар беру. Бұл жерде нәтижеге бизнес – процесті қайта құру кезінде тек жеке мәселелер аспектілерін шешумен емес, барлық үдерісті тұтас қайта ұйымдастыру жолымен жетеді.

2) Сапалы секірмелерге бағдар беру. Бұл жағдайда шаруашылық етуші субъект бизнес-үдерісті қайта құру кезінде жұмыстағы жеке жетіспеушіліктерді жойуға емес, керісінше өнімді сату

және өндіріс технологиясына революциялық өзгеріс жасауды мақсат тұтады.

3) Бұл әдісті қолдану негізінде қолайсыз жұмыс ережесін ығыстыруға болады. Дер кезінде шаруашылық басқарудың берік қағидаларына және бизнестің жаңа технологиясына өтуге болады.

4) Бизнесіте тиімді технологияны қолдану. Бұл әдіс заманауи компаниялардың жаңа мақсатына сәйкес жарнама және өндіріс үдерісінің нәтижелі түрлерін қолдануға бағытталған. Бұл жерде Интернет желісін, инновациялар бойынша миниконференцияларды қолдануды мысал ретінде келтіруге болады.

Талдауға берілген жағдай

Кодак компаниясындағы реинжиниринг

1987 жылы Кодак компаниясының негізгі бәсекелесі Fuji өзінің жаңа тауары 35мм камерасын шығаратынын жариялады. Кодак компаниясы бұл салада зерттеу жүргізбеген болатын. Әдетте Кодак компаниясы инновациялық үдерісті 70 апта ішінде жүргізеді. Ал инновациялық бизнесіте бұл уақыт өте ұзақ болып есептеледі, бұл уақыт ішінде инновациялық ой ескіріп кетеді. Кодак компаниясы инновациялық үдерісті ұзақ жүргізетіндіктен жаңа тауар өндіру бойынша Fuji компаниясынан артта қалып отырды. Осы мәселені шешу үшін, яғни инновациялық үдерістің циклын қысқарту үшін Кодак компаниясы жаңа тауар өндіру үдерісі бойынша реинжиниринг жүргізуге шешім қабылдайды. Ол үшін реинжиниринг кезең бойынша жүргізілді:

1. Жаңа тауар инновациялық үдерістің параллельді және тізбекті әдісімен өндірілді. Тізбекті әдіспен өндірілгенде бүкіл жоба қадамдарға бөлінеді және кезекті қадамға тек алдыңғы кезең толығымен жүзеге асқан кезде ауысады. Тізбекті әдісте инновациялық үдерістің уақыты параллельдіге қарағанда ұзақ. Бірақ параллельді әдісте параллельді кезеңде ойластырылған компоненттердің сәйкессіздігінен оларды жойып жіберуге тура келеді

2. Кодак компаниясы жаңа бұйым жасауда тізбекті-параллельді әдісті қолдануды шешті, яғни жаңа камераның кейбір бөліктері бір мезгілде әр түрлі қызмет бөлімдерімен дайында-

лып отырды. Ал кейбір бөліктері тек өз кезектерін күтетін болды. Инновациялық үдерісті тағы тездету үшін Kodak компаниясы CAD/CAM (Computer Aided Design/ Computer Aided Manufacturing) технологиясын пайдалану арқылы бұйым әзірлеу үдерісінің реинжинирингі туралы шешім қабылдады. Бұл технология бұйымды қағаздағы сызбаға жүргірмей-ақ, компьютер экранында жобалауға мүмкіндік береді, яғни бұл бұйым дайындауды едәуір тездетеді.

3. Kodak компаниясы қолданған инновациялық өнім дайындаудың жаңа үдерісі бір уақытты инженерия деп аталды. Бұл тәсіл бұрында ғарыштық индустрияда қолданылған болатын, бірақ Kodak компаниясы оны кең тұтынылатын бұйым әзірлеуде бірінші рет қолданды. Жаңа әдіс инновациялық үдеріс уақытын 70 аптадан 38 аптаға дейін қысқартты.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Реинжиниринг ұғымына түсініктеме беріңдер. Kodak компаниясындағы реинжиниринг үдерісіне сипаттама беріңдер.
2. Осы компания реинжинирингтің қандай түрін қолданған?

2.11 Инновациялық менеджменттегі бренд-стратегия әдісі

Бренд-стратегиясын қарастыруға кіріспестен бұрын брендтің не екенін анықтайық. Бренд ағылшын тілінен аударғанда фабрикалық марка деген мағынаны білдіреді. Менеджмент және маркетинг жүйесінде брендті тұтынушының санасын қалыптастыратын және нарықта бұл инновацияның алатын орнын, оны өндіруші мен сатушыны анықтайтын жаңа өнімнің немесе операцияның еркше қасиетінің мінездеме жүйесі ретінде анықтайды.

Бренд жиынтықтағанда тауарды құрайтын және сатып алушыда инновацияның толық бейнесін жасайтын материалдық және материалдық емес мінездемелерден тұрады. Материалдық мінездемелерге: өнімнің салмағы, оның құрылғысы, сыртқы түрі және қандай шикізаттан жасалғаны жатады. Материалдық емес мінездемелерге берілген инновацияны қолданғанда иесіне беретін артықшылықтар мен ыңғайлылық жатады, мысалы, операция ұзақтығы, жарнама, баға және т.б.

Аталғандардан бөлек бренд басқа да мінездемелерге ие:

1. Бренд қасиеттері. Сатып алушылардың жаңа өнімге немесе қызметке икемдейтін функционалды және эмоционалды қызметі брендтің қасиеттері ретінде түсіндіріледі.

2. Брендтің даралығы. Тұтынушыларға оның мағынасын көрсетеді, яғни, брендтің авторы оны сатып алушыға берген қандайда бір ұзақ мерзімді уәделері. Инновация брендінің даралығы үш компоненттен тұрады:

- Позиционерлеу. Осы брендті сатып алушылардың күнделікті өмірінде брендтің алатын орнын көрсету.
- Брендті тұтыну арқылы тұтынушының ерекшеленуі. Сатып алынған инновацияның иесі ретінде сатып алушының мінезі мен психологиялық ерекшелігін көрсетеді. Тұтынушының әлеуметтік статусын, өмір сүру философиясын сипаттайды.
- Брендтің даралығы. Брендтің оны сатып алушымен қатынасын көрсетеді. Өнімді басқа өнімдерден даралап, сапа, қызметі бойынша ерекшелендіреді.

3. Брендтің бейнесі. Инновация брендінің бейнесі ретінде дәл осы уақыттағы тұтынушылардың ойында тұрған жаңа өнім немесе операция бойынша осы немесе басқа да қауымдастықтардың жиынтығы түсіндіріледі.

Қазіргі кезде дамыған мемлекеттердегі инновациялық қызметпен табысты айналысатын көптеген фирмалар мен компанияларда инновациялық үдерісті ұйымдастыру мен басқаруға бренд-менеджерлер белсенді қатысып отырады. Бұл менеджерлер брендтің дамуына жауап береді, инновациялық өнім шығаруды жоспарлаумен айналысады, оған бренд қалыптастырып, брендтің жылжуы бойынша іс-шараларды әзірлейді, нәтижесін бағалайды. Инновациялық өнімді белгілі бір бренд негізінде шығарып, тұтынушыларды нарықтағы сатылатын өнімдерден ішінен дәл осы өнімді таңдауын мәжбүр етеді.

Инновациялық менеджментте бренд-стратегия нарықта компанияның инновациялық өнімінің жылжуының негізінде оның бейнесін кешенді пысықтауды білдіреді. Бренд-стратегия негізінде жаңа өнім дайындау мен нарықтағы кәсіпкердің қосымша бәсекелік артықшылықтарды жасауы бойынша тұтас маркетингтік кешен сияқты осы өнімнің бренд арқылы жылжуы жатыр.

Жақсы жасалған бренд-стратегия бәсекелестік күресте үлкен жетістіктер әкеледі, мысалы:

- Сіздің брендіңіз бәсекелестеріңіздің жолына бөгет жасайды: ол бәсекелестеріңізді нарықты зерттеуге, маркетингтік зерттеуді жүргізуге, бенчмаркингке жүгінуге, табысты жарнама компанияларын жасауға, инновациялар ойлап табуға және басқа сан алуан жобаларды инвестициялауға мәжбүр етеді.
- Сондай-ақ нәтижелі бренд нарыққа жаңа өнім мен технологияларды шығаруды, отандық нарықтың жаңа қуыстарын жаулап алуды, шетел нарықтарын жаулап алуды жеңілдетеді.
- Бір рет жақсы ұйымдастырылған нәтижелі бренд сізге нарықтағы үлесіңізді жарнама компанияларына деген үлкен шығындарсыз және өнімдерді бағаның күрт төмендеуінен сақтап қалуға көмектеседі.

Қорыта келгенде бренд-стратегия әдісі инновациялық менеджментте кең қолданылатын әдіс. Кез келген инновация нарыққа белгілі бір атпен, имиджбен енуі керек. Әрине инновациялық өнім нарықта ұзақ тұрақты табыс пен пайда әкелуі үшін оның нақты күшті бренді болуы тиіс. Егер инновациялық өнімді шығаратын компанияның есімі әйгілі, имиджі бәсекеге қабілетті болса онда инновациялық өнімді де осы компанияның брендінің көмегімен шығаруға болады. Ал егер инновациялық компания нарықта белгісіз, жаңа енуші компания болса, онда инновация үшін жаңа бренд қалыптастыру керек. Осы брендтің табысты болуынан инновациялық өнімнің нарықтағы өтімділігі тәуелді болады.

Талдауға берілген жағдай

Colgate компаниясындағы бренд-стратегия

Сіздер, сірә, Colgate тіс пастасы туралы білетін шығарсыздар. Ал Colgate аспирині немесе Colgate антиоксидант-таблеткасы туралы не ойлайсыздар? Ал осы маркадан шыққан қайызғаққа қарсы сусабынға қалай қарайсыз?

Colgate компаниясы нарықта дәрігердің рұқсатынсыз сатылатын дәрілік препараттардың шығу мүмкіншілігін бағалауды қалайды. Бұл жағдайда ауыз қуысын күту құралдарын ұсынушы ретінде танылған Colgate маркасын қолдануға бола ма?

Неге жалпы қолданыстағы дәрілік препараттар нарығы Colgate компаниясын дәл осылай қызықтырды? Жалпы қолданыстағы дәрілік препараттардың әлемдік нарығында жыл сайынғы айналым 30 млрд. долларды құрайды. Америка нарығында бұл препараттардың айналымы 12 млрд. долларды, ал Европада 8 млрд. долларды құрайды. Бұл тамақ өнеркәсібінен кейінгі ең үлкен сала болып табылады, ол жыл сайын 6%-ға өсіп отырады. Дәрігердің рұқсатынсыз пайдаланылатын дәрілік препараттар нарығы өте табысты және жылдам өседі. Талдаушылардың айтуы бойынша бұл топтағы өнімдердің орташа құны бағаның 29% құрайды. Бұл саланың тез өсу қарқыны бірнеше факторларға байланысты:

- Сатып алушылар барған сайын білімдірек болып келеді және дәрігерге барғанда өздері емделгенді жөн санайды.
- Дәрігердің рұқсатынсыз пайдаланылатын дәрілерді шығаратын компаниялар өз кезегінде тек дәрігердің рұқсатымен қолданылатын дәрілерді жалпы пайдаланылатын етіп өзгертіп жасай салады.
- Әдетте бұндай компаниялар бұл дәрілерді дәрігердің рұқсатынсыз пайдалану қауіпсіз екендігін дәлелдейтін кең клиникалық байқауларды өткізе алады. Сонымен қатар дәрігердің рұқсатынсыз пайдаланылатын дәрілер тауардың өмір сүруінің ұзақ дәуіріне ие болады.
- Дәрігер-ғалымдар да өз кезегінде жаңа өнімдер немесе бар дәрілерді қолданудың жаңа тәсілдерін ойлап табуда.

Дәрігердің рұқсатынсыз пайдаланылатын дәрілер нарығының үлкен тартымдылығы Colgate компаниясын өзінің саудалық маркасының күшіне зерттеу өткізуіне себеп болды. Зерттеу нәтижелері бойынша жалпы қолданыстағы дәрілік препараттарды сатып алушылар Colgate компаниясы мұндай дәрілік препараттарды сатпаса да, маркасына бірінші, бейнесі мен маркасының капиталына екінші орынды берді. Үлгісі мен маркасының капиталы бойынша ең жоғарғы орынды Tylenol препараты иеленді.

Алайда Colgate компаниясының басшылығы дәрігердің рұқсатынсыз пайдаланылатын дәрілер нарығына кіру оңай болмайтынын біледі.

Біріншіден, зерттеу жұмыстары өндіруші жоба басталғаннан кейін төрт жылдан кейін ғана пайда ала бастайтынын, ал шығынның орны тек жеті жылдан кейін толатынын көрсетті. Сондықтан дәрігердің рұқсатынсыз пайдаланылатын дәрілер шығарумен айналысатын компания өнімге байланысты шешім қабылдауда өте мұқият, сақ болуы керек, өйткені қате кеткен жағдайда ол өзінің бірталай қаражатын жоғалтып алуға тәуекел етеді.

Екіншіден, рұқсатсыз қолданылатын дәрілер жарнамаға және өнімнің рынокта жылжуына көптеген шығындарды талап етеді.

Үшіншіден, нарықтың тартымдылығы жаңа компанияларды қатты бәсекелік күреске кіруге мәжбүр етеді. Бұл нарық бәсекелестердің көптігімен және кез – келген кең тұтынылатын тауарлар нарығында болатын монополиялық биліктің жоқтығымен ерекшеленеді. Bayer, Rhone-Poulenc, Sanofi сияқты белгілі компаниялар ғылыми зерттеулер жүргізуге, өткізудің сапалы каналдарына және өзінің меншік маркетингтік, ғылыми-зерттеу бөлімдеріне, қажеті үлкен ресурстарға ие. Бұл компанияларда нарыққа ұдайы жаңа инновациялық өнім шығарып тұра алатын мықты ғылыми-зерттеу бөлімшелер бар.

Төртіншіден, жарнамаға кететін және ғылыми-зерттеу жасауға кететін үлкен шығындар көптеген кіші инновациялық фирмалардың нарықтан кетуін мәжбүрлейді немесе мықты компаниялардың оларды басып тастауына әкеліп соқтырады.

Бұл қиындықтардың бәріне қарамастан Colgate компаниясы өзінің ғылыми-зерттеу бөлімшелеріне жаңа өнімді – дәрігердің рұқсатынсыз қолданылатын дәрілерді шығарудың барлық жағдайларын қарастыруды тапсырды. 1987 – 88 жылдары компания жаңа дәрілік препаратқа сынақ маркетингін өткізді. Компания сынақты кең ассортиментті дәрілер мен, мұрынға арналған тамшылардан бастап, табиғи негіздегі пилюляға дейін өткізді. Барлық тауарлар Ektra сауда маркасымен сатылды және бұл атауының өзі толығымен ақ қаптамада ірі әріптермен жазылған болды, ал Colgate атауы төмен және кіші әріптермен жазылды.

Colgate компаниясы қаланы купондармен және жарнамалармен толтырды, сауда өкілдері сатып алушыларға тіс паста-

сының сынақ тубиктерін тегін таратты. Сонымен қатар купон-жеңілдіктері таратылды, бұлар дәрілік препараттарды тегін алғанмен бірдей болды. Жаңа дәрілік препараттар басқа бәсекелестердің осындай тауарларының бағасынан 20% төмен сатылды.

Әрине дәрілік препараттардың сынақтамасы фирмаға үлкен жетістік әкелді. Бірақ талдаушылардың есептеуінше, жаңа өндірісті кеңейту – компания тауар маркасы үшін қауіпті, әрі қымбатқа түсуі мүмкін.

Colgate маркалы тауар басқа көптеген әр түрлі арзан тауарлардың жанында сатылса, онда тауарлық маркасы жойылып кетуі мүмкін. Егер сатып алушыға осы маркалы тауардың біреуі ұнамай қалса, онда ол бұл компанияның тауарын мүлдем сатып алмайтын болады. Colgate компаниясы дәрілік құралдардың нарығына кірмеуге шешім қабылдады, бірақ гигиенаны күту бойынша өнімдерді басқа тауарлық белгімен және Colgate тауар маркасымен стоматологияға арналған дәрілік препараттарды шығаратын болды.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. Саланың, Colgate компаниясының мықты және әлсіз жақтарын анықтаңыз?
2. Colgate компаниясының тәжірибесі бойынша бренд-стратегия әдісін айтып беріңіз.
3. Егер сіз Colgate компаниясының басқарушысы болсаңыз не істер едіңіз? Дәрігердің рұқсатынсыз қолданылатын дәрілік препараттар нарығына кірер ма едіңіз, әлде жоқ па?

2.12 Кәсіпорынның инновациялық белсенділік деңгейін сипаттайтын көрсеткіштер

Отандық және халықаралық тәжірибеде қолданылатын ұйымның инновациялық белсенділігін, бәсекеге қабілеттілігін көрсететін көрсеткіштерді мынадай топтарға бөлуге болады:

1. шығын бойынша;
2. уақыт бойынша;
3. жаңаруы бойынша;
4. құрылымы бойынша.

Шығындық көрсеткіштер:

1) фирма тауарының ғылыми сыйымдылығының көрсеткішін сипаттайтын ғылыми зерттеулерге кеткен салыстырмалы шығындар;

2) лицензияларды, патенттерді, ноу-хауды алуға кеткен салыстырмалы шығындар;

3) инновациялық фирманы сатып алуға кеткен шығындар;

4) инновациялық қызметің дамуына арналған қорлардың бар болуы;

Инновациялық үдеріс динамикасын сипаттайтын көрсеткіштер:

1) инновациялықтың ТАТ көрсеткіші;

2) жаңа өнім (жаңа технология) идеясын таңдау үдерісінің ұзақтығы;

3) жаңа өнім өндіруді дайындау ұзақтығы;

4) жаңа өнім өндірісі циклының ұзақтығы.

Инновациялықты сипаттайтын ТАТ көрсеткіші кеңінен қолданылады, ол ағылшынның «turn around time» («айналып үлгер») сөзінен пайда болған түсінік. Бұл түсінік жаңа өнімге сұранысты немесе қажеттілікті анықтау кезінен бастап инновациялық өнімді көп көлемде тұтынушыға немесе нарықта жаппай сату кезге дейінгі уақыт деп түсіндіріледі. Мысалы Matsushita компаниясының жаңа түсті теледидарын нарыққа енгізуде ТАТ көрсеткішінің рекордтық мәні тиесілі болды - 4,7 ай, бұл дегеніміз инновациялық үдеріс мерзімі не бары 4,7 айды құраған.

Жаңару көрсеткіштері:

1. жаңалық-үдерістерді және жаңалық-өнімдерді енгізу немесе өңдеу саны;

2. өнім портфелінің жаңару динамикасының көрсеткіштері

3. игерілген жаңа технологиялардың (технологиялық жетістік) саны

4. экспортталатын инновациялық өнімнің көлемі;

5. көрсетілетін жаңа қызметтердің көлемі.

Құрылымдық көрсеткіштер:

1. Зерттеушілік, өңдеуші және басқа да ғылыми-техникалық құрылымды бөлімшелердің саны мен құрамы (тәжірибелік және сынақ кешендерін қоса)

2. Жаңа технологияны пайдаланумен және жаңа өнім жасаумен айналысатын біріккен кәсіпорындардың саны мен құрамы.

3. Ғылыми зерттеу жұмыстарымен айналысатын қызметкерлердің саны.

4. Шығармашылық ынталы уақытша бригадалар мен топтардың саны мен құрамы.

Бұл көрсеткіштердің бәрі инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін, инновациялық өнімдерді нарыққа енгізу жылдамдығы мен жиілігін анықтау, талдау үдерісі үшін халықаралық тәжірибеде жиі қолданылады. Әр мемлекетте инновациялық даму үрдістерін талдау, оны тежеуші факторларды анықтау үшін бұл көрсеткіштерден басқа да статистикалық көрсеткіштер пайдаланылады.

Талдауға арналған жағдай

Ең инновациялық компаниялар – әлем көшбасшылары

Тұрмыстық радиотехника облысында жапондық SONY фирмасы алдыңғы қатарлы инновациялық компаниялардың бірі болып табылады. Ол өзінің елу жылдық қызметінде тұрақты түрде күнделікті тұрмысқа пайдаланылатын жаңа технологияны енгізді. 1991 жылы фирма сатылуларының көлемі 26 млрд. доллар болды, ал 1996 жылы 36,6 млрд. долларға өсті. Барлық фирма өнімдері 9 мың адамнан тұратын ғылыми және инженер қызметкерлерімен өңделген (жалпы фирмада қызмет істейтіндер 112,9 мың адам). Фирма сатылуларының көлемінен 5,7 пайызды құрайтын 4,5 млрд. долларды зерттеуге және өңдеуге жұмсайды. Жыл сайын фирма мың жаңа өнім ұсынады яғни, әр жұмыс күнінде 4 инновациялық өнім жасайды. Олардың 800-ге жуығы – бұрыннан нарықта бар өнімдердің жаңартылған түрлері немесе жақсартылған мінездемелері бар өнімдер. Қалған екі жүзі – жаңа нарықты ашуға көзделген жаңа өнімдер, олар жаңа аудио және видеотехнологиялар, компьютерлік техникалар.

АҚШ-тың автомобиль нарығының 88%-ын General Motors бақылайды. 1983 жылдың өзінде АҚШ-тың ең ірі компанияларының арасында General Motors бесінші орынды алған. 1994 жылы АҚШ-тың ең ірі компанияларының арасында сату көлемі

120 млрд. долларды құраған, таза пайдасы 2,5 млрд. доллар және қызметкерлер саны 876 мың адам көрсеткіштері бойынша оныншы орынды алды. Компания ғылыми зерттеулерге 4,2 млрд. доллар немесе сату көлемінің 4%-ы жұмсалған болатын. 1996 жылы General Motors-та 900 мыңға жуық адам жұмыс істеді, оның 130 мыңы – «ақ жағалар».

General Electric бірлестігі электромотор, электрлі құрал-жабдықтар, медициналық диагностикалық аппараттар, медициналық лазерлік құрал-жабдықтар, термопластика, компьютерлік басқаруы бар теміржол локомотивтер, рентген және ультрадыбысты аппаратура шығаратын жетекші өндіруші болып табылады. Барлық бөлімшелерде 307 мың адам жұмыс жасайды, оның ішінде 22 мың адам – ғылыми зерттеу жұмыстарымен айналысатын ғылыми қызметкерлер мен инженерлер. 1998 жылы ғылыми зерттеулерге 3,5 млрд. доллар жұмсалған. 1995 жылы General Electric бірлестігі ең ірі компаниялардың арасында айналым бойынша 8-орынды, пайдасы бойынша 2-орынды, қызметкерлері бойынша 5-орынды алған.

Талқылауға арналған сұрақтар

1. Сіздің пікіріңізше неге нақ осы компаниялар инновациялық кәсіпкерлікте табысқа жетті?
2. Қазақстанның нарығында инновациялық өнім өндіруші қандай компанияларды білесің?

2-бөлімді пысықтауға арналған сұрақтар.

1. Инновациялық менеджмент дегеніміз не?
2. Инновациялық менеджменттің эволюциясы жайлы айтып беріңіз.
3. Инновациялық үдеріс қандай кезеңдерден тұрады?
4. Инновациялық үдеріс түрлерінің негізгі айырмашылықтары қандай?
5. Инновациялық үдерісті ұйымдастырудың қандай түрлері бар?
6. Инновациялық үдерісті ұйымдастырудың тізбекті формасының оң және теріс жақтарын көрсетіңіз.
7. Инновациялық өнімдерді жасауды ұйымдастырудың қандай әдістері бар?
8. Функционалды құндық талдау дегеніміз не?

9. Бенчмаркинг әдісінің негізгі ерекшеліктері атап көрсетіңіз.
10. Бенчмаркинг әдісінің қандай түрлері бар?
11. QFD (Quality Function Deployment) әдіс инновациялық менеджментте қалай қолданылады?
12. FMEA әдісі – әлеуетті ақауларды талдау және олардың өнімді қайта жобалау процессіне әсерін талдау әдісі инновациялық өнімді жасауда қалай қолданылады?
13. Инжиниринг әдісінің реинжиниринг әдісінен қандай айырмашылығы бар?
14. Кәсіпорынның инновациялық белсенділік деңгейін сипаттайтын қандай көрсеткіштер бар?

3.1 Инновациялық жобалардың мазмұны мен классификациясы

Инновациялық өнімдерді өндіру басқару қызметінің ерекше түрі – жобаларды басқарумен тығыз байланысты. Жоба дегеніміз – қайталанбайтын ерекше қабілеттерге ие және жоспарланған мақсатқа жету үшін атқарылатын түрлі іс-әрекеттердің жиынтығы. Сондықтан барлық жобалар инновациялық болып табылады.

Жобаны екі жақты қарастыруға болады:

1. Белгілі бір мақсаттарға жетуді көздейтін іс-әрекеттер мен шаралардың жиынтығы.

2. Белгілі бір мақсаттарды жүзеге асыру үшін ұйымдық-құқықтық, есеп- қаржылық, техникалық құжаттар.

Бір жағынан жоба ретінде ойдың негізгі маңызын ашатын, іс жүзінде орындалуын көрсететін қандай да бір идея, объект бейнесі және оның сипаттамасы, нақты есеп-қисап, схема, бизнес-жоспар ретінде көрсетілуі мүмкін. Екінші жағынан жоба бұл ойды жүзеге асыратын іс-шаралар бағдарламасы. Бұл екі көзқарас бірін-бірі толықтырушы болып табылады.

Барлық жобалар мынадай қасиеттерімен ерекшеленеді:

1. Қатал және нақты мақсаттардың болуы.
2. Техникалық, экономикалық, қаржылық және басқа да талаптардың бір уақытта орындалуына қол жеткізу.
3. Ішкі және сыртқы ортамен тығыз байланыста болуы.
4. Нақты басталу және аяқталу мерзімі болу шарты.
5. Ресурстар шектеулі болуы мүмкіндігі.
6. Жоба қайталанбастық қасиетке ие болуы.
7. Түрлі конфликттік жағдайлардың болуы

Сайып келгенде, көптеген жобалар – бірегей, себебі арнайы басқару жүйесі бойынша белгілі бір анықталған мерзім ішінде нақтылы нәтижелер алуға бағытталған және арнайы білімі мен тәжірибесі бар мамандар тобының шоғырлануы және шектеулі ресурстарды пайдалану арқылы жүзеге асырылады. Сонымен

жоба дегеніміз – бірегей өнім немесе қандай да бір қызмет жасайтын уақытша кәсіпорын.

Әрбір жоба әр түрлі орталардың қиылысында жүзеге асады: экономикалық, әлеуметтік, ғылыми-техникалық, саяси. Әрбір ортаның өзгеруі жобаның мақсаттары мен талаптарына өзгеріс әкелуі мүмкін, сондықтан жоба менеджерлерінің қызметі қиындықтарға толы айқын әдістерді және шешімдер қабылдауда жобаларды басқарудың жаңа үлгілерін қолдануды талап етеді.

Ең күрделі жобалардың бірі – инновациялық жобалар болып саналады. Инновациялық жоба дегеніміз жаңа немесе жақсартылған өнім және жаңа немесе жақсартылған технология жасауға бағытталған түрлі іс-әрекеттердің жүзеге асырылу үдерісі. Нарықта инновацияның пайда болуы мынадай әр түрлі қызметтердің орындалу нәтижесі болып табылады:

1. Ғылыми зерттеулер.
2. Жобалық-конструкторлық зерттеулер.
3. Инновациялық өнімдердің тәжірибелі үлгілерін жасау.
4. Инновациялық өнімді өндіру.
5. Тәжірибелі партияларды шығару.
6. Жаңа өнімнің шығуына тұтынушыларың көзқарасын зерттеу.
7. Жарнамалық компанияларды өткізу.
8. Инновациялық өнімді сериялы өндіріске енгізу.
9. Иновация диффузиясын ұйымдастыру.

Инновациялық үдерістің осы және басқа да қызметтері компанияларда әр түрлі бөлімшелерде жүзеге асырылады.

Инновациялық дамудың әртүрлі мақсаттары мен міндеттерін инновациялық және ғылыми техникалық жобалардың әр алуандығымен анықтауға болады. Иновациялық жобаларды зерттеушілік және венчурлық жобалар деп ажыратуға болады. **Зерттеушілік жоба** – әлеуметтік-мәдени, халық шаруашылығы, саяси мағынаға ие аса маңызды мәселелерді теориялық негізде зерттеп шешуге бағытталған іс-әрекеттер мен құжаттардың жиынтығы. Зерттеушілік жобалардың тәуекелі өте жоғары, нәтижесі анықсыз болғандықтан қысқа мерзімде табыс алуға бағытталған қаржы институттары оларды инвестициялауға қызығушылық танытпайды. Сондықтан да бүкіл дамыған мемлекеттерде зерттеушілік жобалар мемлекеттік қаржыландыру есебінен жүзеге асады.

Венчурлық жобалар инновациялық өнімнің жоғары сапалы үлгісінде немесе ғылыми-техникалық, коммерциялық сипаттағы зерттеулер нәтижесінде пайда болатын өнім немесе технология өндірісіне бағытталады. Олар әдетте коммерциялық жобалар болып табылады және жеке тұлғалар мен коммерциялық қаржы институттарымен қаржыландырылады. Қазіргі таңда венчурлық жобалар венчурлық қорлар мен инновациялық қорлардың қаражаты негізінде жүзеге асырылады.

Ғылыми техникалық деңгейіне байланысты венчурлық жобалардың мынадай түрлері бар:

- Модернизацияланған. Нарықтағы белгілі өнімдерге базалық технологиясын айтарлықтай өзгертпей модификация жасау арқылы инновациялық өнімдер шығару.

- Жаңашылдық. Бұрынғы үлгісінен айырмашылығы өте көп жаңа технологиялар мен жаңа өнімдердің конструкциясы.

- Пионерлік. Нарықта, қолданыста бұрын болмаған материал, технология, конструкциялардың пайда болуы.

Жобаның мақсаты мен міндеті масштабына байланысты инновациялық жобалар былай бөлінеді:

- Моножобалар.

- Мультижобалар.

- Мегажобалар.

Моножобалар әдетте бір ұйым немесе бір бөлімшенің орындалуымен жүзеге асырылады. Мысалы, нақты бұйымның немесе технологияның жасалуы. Олар қатаң уақыттық және қаржылық шектеулерге ие. Жобаны басқару үшін координатор немесе жетекшінің болуы қажет.

Мультижобалар күрделі инновациялық мақсаттарға жетуді көздейді. Мысалы, ғылыми техникалық кешеннің құрылуы, ірі технологиялық мәселелерді шешу. Олар көптеген моножобаларды біріктіреді. Мұндай жобаларды жүзеге асыру үшін координаторлық бөлімше қажет.

Мегажобалар бір орталықтан қаржыландырылатын және бір координациялық ортадан басқаруды қажет ететін көп мақсатты кешенді бағдарламалар. Мысалы, техникалық қайта жабдықтау, конверсия мәселелерін шешу, тауардың және технологиялардың бәсекелестігін арттыру.

Инновациялық жобаларды қаржыландыру барысында белгілі бір басымдылықтарды көздейтін қаржыландыру стратегиясына сенген дұрыс. Әр салада, әр мемлекетте қалыптасқан жағдайлар мен факторларға сәйкес иновациялық даму мен ғылыми зерттеулердің басым бағыттары болады. Мәселен, қазір дүниежүзілік инновациялық даму саласы деңгейінде компьютерлік бағдарламаларға негізделген құрал-саймандар мен машиналар, ақпараттық байланыс құралдарын, ісік ауыруларына қарсы дәрілер жасау сияқты өзекті бағыттар бойынша инновациялық жобаларды жүзеге асыру өте қажетті. Бірақ бір ғана қағиданы естен шығармау керек, ол «кез келген жобаның жетістігін нарық анықтайды».

3.2 Инновациялық жобаларды жүзеге асыру кезеңдері

Инновациялық жобаларды жүзеге асыру – ұзақ мерзімді, қаржыны көп қажет ететін және тәуекелділігі өте жоғары үдеріс. Тәжірибеге сәйкес инновациялық жобаларды жүзеге асыру мынадай кезеңдерден тұрады: инвестиция алдындағы, инвестициялық және эксплуатациялық (5-кесте).

Әрбір кезең өз мақсаттарымен ерекшеленеді. Инновациялық жобалар инновациялық кезеңдерде жоғары деңгейдегі белгісіздікпен сипатталады. Бұған қоса инновациялық циклдің барлық кезеңдерінде сәтті өткен жобалар өндіріс үдерісі кезінде нарықпен қабылданбауы мүмкін. Сондықтан жобаны жабуға тура келеді. Көп жобалар инновациялық циклдің алғашқы кезеңдерінде табысты өткенімен, кейінгі уақытта техникалық, технологиялық себептер бойынша күйреуі мүмкін. Тіпті ең табысты жобалар да келеңсіздік оқиғалардан сақтандырылмайды: кез келген уақытта нарыққа жаңа бәсекелестердің енуі мүмкін.

Бірінші кезеңде мынадай қызметтер орындалады:

- Нақты идея мен нақты инновациялық жобаны таңдау.
 - Өнімнің толық технико-экономикалық қалыптасуы мен негізделуі.
 - Маркетингтік зерттеулер жүргізу, инновациялық өнімнің әлеуетті нарықтарын анықтау.
 - Әлеуетті инвесторлармен келісім жүргізу.
- Бұл кезең бизнес-жоспар жасалумен аяқталу керек.

5-кесте. Инновациялық жобалардың кезеңдері

Кезең	Мәні
Жобаның инвестиция алдындағы кезеңі	
Жобаның инвестиция алдындағы зерттелуі.	Нарыққа бағытталған инновациялық өнім идеяларын іздеу. Жобалық-зерттеу жұмыстарын жоспарлау.
Инновациялық маркетингтік зерттеулер.	Инновациялық өнімнің маркетингтік бағдарламасын жасау
Инвестициялық мүмкіндіктерді зерттеу.	Компанияның инновациялық мүмкіндігін талдау. Әлеуетті инвесторларды іздеу.
Жобаның технико-экономикалық негіздемесі.	Жобаның алдын-ала қаржылық тиімділігін жоспарлау. ТЭЖ қиыстыру, сараптама және бекіту.
Инновациялық жобаларды таңдау мен бағалау.	Инновациялық жобаларды сындарлы талдау негізінде таңдау мен бағалау.
Жобаның бизнес- жоспарын даярлау.	Таңдалған жоба бойынша бизнес- жоспар жасау.
Инвестициялық кезең	
Инновациялық жобаны сараптау.	Инвесторлардың жобаны инвестициялауының мақсаттылығы мен қаржыландыру көлемін анықтау.
Инвестициялық шешім.	Инвестициялау туралы түбегейлі шешім қабылдау. Жобаны қаржыландырудың бірінші кезеңі.
Ғылыми зерттеулер	Жаңа өнімнің ғылыми-зерттелуі мен тәжірибелік конструкторлық әзірлемесін, жаңа өнім үлгісі мен моделін жасау.
Эксплуатациялық	
Инновациялық өнім өндірісінің басталуы.	Жаңа өнімнің өндіріске енгізілуі. Жаппай өндірісті қалыптастыру.
Инновацияның нарықтық жүзеге асырылуы мен диффузиясы.	Инновациялық өнімді өткізу. Пайда табу.
Инновациялық жобаның аяқталуы.	Салынған қаржыны қайтару мен пайда табу.

Екінші кезең жобаны қаржыландыру, ғылыми-зерттеу және тәжірибелік жұмыстардың жүргізілуі туралы шешім қабыл-

дануымен байланысты. Қаржыландыру туралы шешім қабылдағанда бірнеше жобаның ішінен тиімдірегін таңдау қажет екенін ескеру керек. Сондықтан инновациялық жобаларды сараптау қажет. Сараптама нәтижесіне байланысты инновациялық жобаны қаржыландыру көлемі туралы шешім қабылданады. Осы кезеңде инновациялық жоба нарықтық сынақтан өтеді. Бұл кезең үлкен шығындарды талап етеді, себебі жоба өз қаражаты есебінен дамуын қамтамасыз ете алмайды. Тек үшінші кезеңде инновациялық өнім өндірісі мен сатылуы басталғанда жобаға салынған инвестицияның қайтарымдылығы басталады.

3.3 Кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің деңгейін анықтау

«Sony» компаниясының негізін қалаушы Акио Моританың сөзі бойынша «егер инженер немесе ғалым алдына нақты мақсат қойса ол соған жету үшін бәрін жасайды. Бірақ мақсат қоймай бір үйге ақша беріп бір зат ойлап тап десе, табыс күтуге болмайды». Сондықтан инновациялық қызметке кіріспес бұрын мақсатты анықтап алу керек, идеяны дәлдеп, содан соң өз мүмкіндігін бағалау қажет.

Кез келген кәсіпорынның жаңалықты енгізуі фирманың инновациялық әлеуетіне байланысты. Кәсіпорынның инновациялық әлеуеті жоғары болған сайын ол мүмкін мәселелерден алыс болады.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуеті – инновациялық жобаларды жүзеге асыруға қажетті қаржылық, еңбек, шикізат, интеллект сияқты әр түрлі ресурстардың жиынтығы. Олар ұйымның инновациялық мақсатына жетуді қамтамасыз етеді.

Ұйымның инновациялық әлеуетін талдау келесі факторлардан тұрады:

- Инновациялық қызметті жүзеге асырудың нақты ресурстарының болуы, сонымен қатар оларды ұтымды бөлу.
- Менеджерлердің бизнестің инновациялық ортасын түсіну қабілеті.
- Ұйымның инновациялық саладағы бәсекелестерінің инновациялық қызметтерінің қарқынын сезінуі.
- Ұйымның инновациялық климатының оңтайлы болуы.

- Жетекшілердің кәсіпкерлік ынтасын іске асыра отырып инновациялық жоба бойынша шешім қабылдау қабілеті.

Инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін компания әр кезеңге сай мүмкіндіктерге ие болуы шарт. Кәсіпорынның әлеуетін мақсатқа жетерліктей жоғары жағдайға жеткізу қажет. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің дамуы оның ішкі орта компоненттерінің дамуымен байланысты. Сондықтан бірінші ұйымның ішкі ортасын талдап алу қажет.

Ұйымның ішкі ортасы оның өндірістік-шаруашылық жүйесін құратын элементтерден тұрады және 5 блокқа топтастырылады (6-кесте):

1. Өнім блогы – фирманың бағыты мен оның өнім мен қызмет түріндегі нәтижесі.

2. Қызметтік блок – ғылыми зерттеулер бөлімі, маркетинг, қаржы, өндіріс және өткізу бөлімдері.

3. Ресурстық блок – кәсіпорынның материалды-техникалық, еңбек, интеллектуалдық, ақпараттық және қаржылық ресурстары.

4. Ұйымдастырушылық блок – ұйымдық құрылым, жоба және барлық қызмет бойынша технологиялық үдеріс, ұйымдық мәдениет.

6-кесте. Ұйымның ішкі ортасы

Өнім блогы

Кәсіпорын мүмкіндіктері	Баға
<ul style="list-style-type: none"> • Өндірілетін өнім мен қызмет ассортименті. • Инновациялық өнімнің компания стратегиясы мен қызмет бағдарына сай болуы. 	

Қызметтік блок

Кәсіпорын мүмкіндіктері	Баға
<ul style="list-style-type: none"> • Ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарының даму деңгейі. • Маркетинг бөлімінің қызмет атқару деңгейі. • Коммерциялық қызмет саласындағы даярлық деңгейі. • Инновацияның бәсеке қабілеттілік деңгейін анықтау. • Жаңа өнімге сұранысты, тапсырысты анықтау. • Инновация тиімділігін, жаңа өнімді игеру шығын көлемін анықтау. 	

Ресурстық блок

Кәсіпорын мүмкіндіктері	Баға
<ul style="list-style-type: none">• Құрал- жабдықтардың техникалық жағдайы.• Тәжірибелік-экспериментальді жабдықтармен, материалдармен, аспатармен, техникамен қамтылуы.• Берілген саладағы ұйымның ғылыми-техникалық қосалқы дайындамасы.• Инновациялық әзірлемелердің ақпараттық қамтылуы.• Қызметкерлердің құрамы, саны және мамандығы.• Қызметкерлердің интеллектуалдық даму деңгейі.• Компанияның қаржылық мүмкіндіктері.• Кәсіпорынның материалдық- шикі зат базасы.	

Ұйымдастырушылық блок

Кәсіпорын мүмкіндіктері	Баға
<ul style="list-style-type: none">• Ұйым құрылымының оның инновациялық қызметіне сай болуы.• Инновациялық үдерістерді инновациялық жобалармен ұйымдастыру әдісі.• Мамандарды оқытуды.• Инновациялық оңтайлы жағдай.• Ұйымдағы психологиялық жағдай.	

Басқару блогы

Кәсіпорын мүмкіндіктері	Баға
<ul style="list-style-type: none">• Басшылардың инновациялық өзгерістерге қатынасы• Инновациялық үдеріске басқару әдістерінің әсер ету деңгейі• Қызметкерлерді ынталандыру деңгейі	

5.Басқару блогы – ұйымды жалпы басқару әдісі, шешім қабылдау, ынталандыру әдістері, басқару жүйесі

Ұйымның инновациялық әлеуетін талдауды бағалау 10 балдық шкала бойынша жүреді. Ұйымның инновациялық әлеуетін талдаудан кейін компания қолға алатын нақты жобаны бағалауды жүргізіледі

3.4 Инновациялық жобаларды сұрыптаудың және бағалаудың критерилері

Кәсіпорынның инновациялық әлеуеті талданып болғаннан кейін жүзеге асырылатын нақты инновациялық жобаны таңдап алу қажет. Инновациялық жобаны таңдау үшін оны түрлі критерилер бойынша сұрыптау керек. Инновациялық жобаларды бағалау оларды алғашқы сұрыптау кезінде ғана емес, олардың орындалу кезеңінде де жүзеге асуы тиіс.

Бағалау кезіндегі ескеру қажет негізгі факторларға мыналар жатады:

1. Жобаның орындалуынан күтілетін қаражаттық артықшылықты анықтау.
2. Ұйым портфелінде болатын басқа жобаларға бағаланатын жобаның әсерін анықтау.
3. Ұйымның жалпы экономикасына жобаның табысты болған жағдайдағы әсерін анықтау.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін талдау үшін түрлі аспектілерді қарастыру қажет.

1. Инновациялық жобаның стратегиялық аспектісі:

- Жобаның кәсіпорынның ағымдағы стратегиясымен және ұзақ мерзімді мақсаттарымен сәйкестігі.
- Жобаның орындалуынан кейінгі кәсіпорынның өсу потенциалы.
- Кәсіпорын дәрежесінің тұрақтылығына әсер ететін оның диверсификация дәрежесі (яғни өздері қызмет ететін кәсіпорынның негізгі саласымен өндірістік байланысы жоқ салалар саны және олардың өндірістің жалпы көлеміндегі үлесі).
- Уақыттың, шығынның және міндеттің жоспарлануынан орындалуындағы мүмкін болатын ауытқулар әсері.

2. Жобаның маркетингтік аспектісі:

- Жоба нәтижесінің нарықтың негізгі сұранысымен сәйкестігі.
- Нарықтың жалпы сыйымдылығын бағалау, компанияның нарықтағы үлесін бағалау.
- Бәсекелестік күрестегі позициясын анықтау, бәсекелестерді бағалау;
- Бағаны құру және оны тұтынушылардың қабылдауын талдау.

- Таратудың бар арналарын анықтау.

3. Жобаның ғылыми-техникалық аспектісі:

- Техникалық жетістік ықтималдығын анықтау.
- Патенттік қорғаныс деңгейін анықтау.
- Өнім баламаларының пайда болу мүмкіншілігін анықтау.
- Өнімнің мүмкін болатын болашақ өңдеулері және енгізілмелі технологияның одан ары пайдаланылуы, өнімді одан ары жетілдіру және жаңарту мүмкіншіліктерін анықтау.

4. Жобаның өндірістік аспектісі:

- Жобаның кәсіпорынның нақты өндірістік қуаттылығымен сәйкестігін анықтау.
- Өндірістік құрылғылардың құрылымы және оларды орналастыру тиімділігін бағалау.
- Кәсіпорындағы технология деңгейін талдау.
- Технологиялық жаңалықтардың қажеттілігін анықтау.
- Өндіріс қауіпсіздігінің деңгейі анықтау.

5. Жобаның қаржылық аспектісі:

- Инвестициялардың мөлшерін анықтау.
- Жобаны қаржыландыру үшін қарыздық капиталды (несие) тарту қажеттілігі және оның инвестициядағы үлесін бағалау.
- Жобаның кәсіпорында қабылданған капитал салымдарының экономикалық тиімділік критерийлерімен сәйкестігін анықтау.
- Жобаның жүзеге асуымен байланысты қаржылық тәуекелді бағалау.
- Кәсіпорынның басқа жобаларын қаржыландырумен келісушілік деңгейін бағалау.
- Пайданың жылдық элеуетті көлемі және пайданың күтілетін нормасын анықтау.
- Салық заңнамасын тиімді қолдану мүмкіншілігін анықтау (салық жеңілдіктері).

6. Жобаның кадрлық аспектісі:

- Өндіріс қызметкерлерінің сәйкес санының және мамандануының болуын анықтау.
- Кәсіпорынның инновациялық жағдайын анықтау.
- Кәсіпорынның инновациялық мәдениетін бағалау.

- Қызметкерлерді мотивациялаудың комплексті жүйесін талдау.

7. Жобаның экологиялық аспектісі:

- Өнімнің және өндіру барсының қоршаған ортаға кері әсер ету мүмкіндігін бағалау.

- Қоршаған ортаны қорғау туралы ағымдық және перспективалық заңнаманы сақтауы.

- Экологиялық таза энергосақтаушы өндіріс технологиясының, қоршаған ортаны қорғау технологиясының, жаңа экологиялық материалдардың болуы.

Келтірілген тізім шартты және жеткілікті деп есептеуге болмайды. Бағалау және сұрыптау аспектілері нақты кәсіпорынның мақсатына және қызмет бағыттарына сәйкес жетілдірілуі, толықтырылуы мүмкін. Әрбір кәсіпорын өзіне маңызды және мәнді деп есептейтін критерийлерді қолдана алады. Критерийлердің тізімі бойынша зерттеу нәтижелерін түбегейлі талдау қажеттілігі кезінде (бұл әсіресе баламалық жобалардың үлкен санын талдау кезінде қажет) балдық бағалау қолданылады. Балдық бағалау әдісінің түсінігі мынада: айтарлықтай маңыздылығына сәйкес балл меншіктеледі, рангілік мінездемелер де сандық бағалауды алады. Бағалау, мысалы, осы немесе басқа жобаның бағалық көрсеткіші ретінде болатын баллдардың сомасынан шығарылады.

3.5 Инновациялық жобалардың сараптамасы

Барлық жобалар белгілі бір сараптамадан өтеді. Сараптама негізінде жобаны қаржыландыру көлемі және оның тиімділігі туралы шешім қабылданады. Сараптама келесі кезеңдерден тұрады: жобаны алдын-ала бағалау; кешенді сараптама; нәтиже алу.

Жобаны алдын-ала бағалау кезеңінде экономикалық тиімді және пайдалы, тез жүзеге асырылатын, орындалатын жобалар мен бағдарламалар іріктелінеді. Бұл кезеңде ескерілетіндер:

- жобаның инвестор мақсатымен сәйкестігі;
- жобаның қосымша қоғамдық және әлеуметтік тиімділігі;
- жоба орындалу кезіндегі тартылатын ресурстар;
- тәуекел деңгейі;
- басқа ғылыми- техникалық бағдарламалармен байланысы;

- салық жеңілдіктерінің болуы;
- елдің экспорттық- импорттық байланыстарына әсері.

Егер жоба осы сұрыптау үдерісінен өткен жағдайда, оған мынадай кешенді экспертиза жасалынады:

1. жобаға қатысушыларды бағалау (жетебілушілік, басқарушылардың тәжірибесі, өткізілген маркетингтің сапасы, компанияның іскерлік тәжірибесі, жобаны орындаушының әлеуетті капиталы, қаражаттық тәуекелден қорғану шаралары, компаниядағы жұмыс көлемі, бар қуаттылықтардың сәйкестігі, мамандандырылған қызметкерлердің болуы);

2. орындалатын жоба нәтижесі үшін ағымдық және перспективалық тауар және қызмет нарықтарын бағалау (нарықтағы орны, әлеуетті сыйымдылығын анықтау, бәсекелестік болашағы, коммерциалық жетістік ықтималдығы, сатылудың мүмкін көлемі, баға құру, бар тауарларға ықпалы);

3. қолданылатын ғылыми-техникалық және технологиялық өндеулерді бағалау (бірегейлік, патенттік қорғанушылық, шикізат пен материалдардың болуы, жалпы техникалық бағалау, техникалық жетістік ықтималдығы, басқа жобаларға ықпалы);

4. қаржылық ағымды бағалау (алғашқы және жалпы шығынды бағалау, жоба кезеңдері және жоба элементтері бойынша қаражат тарату, қаражатты қайтару кезеңінің ұзақтығы, қаржылық тәуекел, рентабельділік, қаражатты қайтару механизмі, кепілдіктер);

5. экологиялық және әлеуметтік зардаптарды бағалау.

Жоба бойынша нәтиже құрамына оны орындаудың және мақсатқа лайықтылығы туралы шешім кіреді. Әрбір жобада жоспар болуы тиіс және дайындық талаптарына сай болуы керек. Бұл инновациялық жоба менеджерлеріне ерекше талаптар қояды.

3.6 Инновациялық жобаның экономикалық тиімділік деңгейін бағалау

Инновациялық жобаны бастамас бұрын, жүзеге асатын инновацияның нәтижелілігін алдын-ала бағалау керек. Кәсіпорынның инновациялық қызметінің ағымдағы өндірістен негізгі айырмашылығы мынада, кәсіпорынның ағымдағы жағдайын бағалау өткен тәжірибедегі жетістіктер мен табыстарға негізделеді.

Әдетте жобалардың экономикалық тиімділігі 1 жыл көлемінде алынған экономикалық тиімділігімен осы шараның енгізілуімен ескерілген шығындардың арақатынасымен сипатталады.

Жаңа техниканы енгізуге кеткен шығындарды капитал салымдарының, айнымалы қорлардың және тірі еңбектің жиынтығы деп түсінеді.

Экономикалық тиімділік мына формула бойынша есептеледі:

$$\text{Эт} = \text{Рт} - \text{Зт},$$

Мұнда:

Эт – Т есептелген уақыт мерзіміндегі жаңа техника мен технологиядан экономикалық тиімділік;

Рт – Т есептелген уақыт мерзіміндегі табыстарды құндылық бағалау;

Зт – Т есептелген уақыт мерзіміндегі жаңа техника мен технологияны өңдеу, енгізу және игеру шараларына кеткен шығындарды құндылық бағалау.

Жобаны сауатты құру және экономикалық және қаржылық бағалау инновациялық және инвестициялық жобалардың тиімділігінің теориясы мен тәжірибесінің қағидалар жүйесіне сүйенеді.

Әдетте дүниежүзілік тәжірибеде инновациялық және инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау үшін мына әдістер көп қолданылады:

- таза ағымдық құн әдісі,
- рентабельділік индексі әдісі,
- табыстылықтың ішкі нормасы әдісі,
- ағымдағы өтемділік әдісі.

Таза ағымдық құны (NPV-Net Present Value). Оны интегралды әсер, таза дисконтталған табыс, табыс келтірілген әсер деп те атайды. NPV белгілі бір мерзімдегі жиынтық табыс пен жиынтық шығынның айырмасын білдіреді. Уақыт өткен сайын инфляцияның және экономикалық өзгерістердің әсерінен ақшаның нақты сатып алу қабілеті өзгереді. Ертеңгі күнгі ақшаның құны бүгінгі күнмен салыстырғанда төмендейді. Таза келтірілген құнды (NPV) кадамдық әдіспен табады.

1. Бірінші қадам. Шығындардың ағымдағы құны, инвестициялар (I), яғни жобаға қатысты қанша инвестиция резервтеу керек екені туралы сұрақ көтеріледі.

2. Екінші қадам. Жобадан түсетін болашақтағы кірістердің ағымдағы құны есептеледі, табыстар әр жылдың CF (кеш-флоу) ағымдағы күнге келтіріледі. Есептеулердің нәтижесінде, егер табыс мөлшері дисконттау мөлшеріне тең болған жағдайда (инвестор үшін банктегі пайыз мөлшерлемесі, ал кәсіпорын үшін капитал бағасы немесе тәуекел), жоспарланған табысқа қол жеткізу үшін қанша қаражат жұмсау керек екендігін көрсетеді.

Әр жылғы табыстардың ағымдағы құнын қорытындылай келе, жобадан түсетін жалпы табыстардың ағымдағы құнын PV деп табамыз. Ол келесі формуламен есептеледі:

$$PV = \sum_{t=0}^n PV_t = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t},$$

Мұндағы:

PV – дисконтталған табыс, яғни табыстардың ағымдағы құны

CF – белгілі бір жылдағы табыс

r – дисконт мөлшерлемесі

t – шығындар мен нәтижелер есепке келтірілетін жыл

n – сомаланған кезең саны

Немесе PV-ді дисконттау коэффициентінің көмегімен табуға да болады. Дисконттау коэффициенті мына формуламен есептеледі:

$$a_t = 1 / (1+r)^t$$

Дисконтталған табыс, яғни жобаның табыстарының ағымдағы құны PV келесі формуламен есептелінеді:

$$PV = CF_{1*a_1} + CF_{2*a_2} + \dots + CF_{t*a_t}$$

Мұндағы:

PV – дисконтталған табыс

CF – белгілі бір жылдағы табыс

t – шығындар мен нәтижелер есепке келтірілетін жыл

α – дисконттау коэффициенті

3. Инвестициялық шығындардың ағымдағы құны (I) табыстардың (PV) ағымдағы құнымен салыстырылады. Олардың айырмасы табыстардың ағымдағы құнын береді:

$$NPV = PV - I$$

Мұндағы:

PV – дисконтталған табыс

I – шығындардың ағымдағы құны, инвестициялар

Егер жобаның жүзеге асырылумен байланысты салымдар бірнеше кезеңнен тұрса, онда NPV-ді келесі формула бойынша табамыз:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CFt}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{It}{(1+r)^t}$$

Мұндағы:

CFt – t кезеңдегі акша құралдарының түсімі;

It – t кезеңдегі инвестициялардың сомасы (шығындар);

r – кедергі мөлшерлемесі (дисконттау мөлшерлемесі);

n – кезең санының сомасы (интервалдардың, қадамдардың)

t = 1, 2, ..., n (немесе инвестициялардың жарамдылық уақыты)

Дисконттау коэффициентін пайдалануға болады:

$$NPV = PV - I$$

Дисконтталған капиталдық шығындар келесі формуламен есептеледі:

$$I = I_{1*a1} + I_{2*a2} + \dots + I_{t*at}$$

Мұндағы:

I – белгілі бір жылдың шығындары

t – шығындар мен нәтижелер есепке келтірілетін жыл

α – дисконттау коэффициенті

Инновациялық жоба NPV-дің кез келген оң көрсеткішінде тиімді болып саналады. Бұл көрсеткіш үлкен болған сайы, жоба тиімдірек болады. NPV таза пайданы немесе инвестордың жобаға салған салымдарының банкте сақтаумен салыстырғандағы таза шығынының көрсетеді. Егер $NPV > 0$, онда инвестиция кәсіпорын байлықтарын арттырады және бұл инвестицияны жүзеге асыру керек екенін көрсетеді. Егер $NPV < 0$, онда осы жобаға қатысты тәуекелдің орнын басатын ұсынылған инвестициядан түсетін табыс аса жоғары емес (немесе капитал бағасы тұрғысынан дивидендтер мен несие бойынша пайыздық мөлшерлемені төлей алмайтын қаражат тапшылығы) және инвестициялық ұсыныс кері қайтарылуы керек.

Мысал.

Инвестиция мөлшері – 115000\$.

Бірінші жылдағы инвестициядан түскен табыс: 32000\$;

екінші жыл: 41000\$;

үшінші жыл: 43750\$;

төртінші жыл: 38250\$.

Дисконттау мөлшерлемесі – 9,2%

n = 4 жыл.

Ақша түсімдерін ағымдағы құндар түріне қайта есептейік:

$$PV_1 = 32000 / (1 + 0,092) = 29304,03\$$$

$$PV_2 = 41000 / (1 + 0,092)^2 = 34382,59\$$$

$$PV_3 = 43750 / (1 + 0,092)^3 = 33597,75\$$$

$$PV_4 = 38250 / (1 + 0,092)^4 = 26899,29\$$$

$$NPV = (29304,03 + 34382,59 + 33597,75 + 26899,29) - 115000 = 9183,66\$$$

Жауабы: Таза ағымдағы құн 9183,66\$-ға тең.

Рентабелділік индексі әдісі (PI – Profitability Index) – басқаша атаулары да бар: табыстылық индексі, пайдалылық индексі. Рентабелділік индексі (PI) дисконтталған табыстың (PV) келтірілген инновациялық шығындардың қатынасына тең.

$$PI = PV / I$$

Немесе дисконтталған табыстылық индексінің келесі формула бойынша есептеуге болады:

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}}$$

Мұнда:

CF_t – t кезеңдегі ақша құралдарының түсімі;

I_t – t кезеңдегі инвестициялардың сомасы (шығындар);

r – кедергі мөлшерлемесі (дисконт мөлшерлемесі);

n – кезең санының сомасы (интервалдардың, қадамдардың)

t = 1, 2, ..., n

Рентабелділік индексі тиімділік әсермен тығыз байланысты. Әрине рентабельділік индекс интегралдық әсерменде тығыз байланысты. Егер интегралдық әсер оң болса, онда рентабельділік индексі >1, сәйкесінше инновациялық жоба экономикалық тиімді және керісінше. Қайсы жобаның рентабельділік индексі жоғары болса, соған көбірек көңіл бөліну тиіс.

Мысал. Инвестиция мөлшері – 115000\$.

Бірінші жылдағы инвестициядан түскен табыс: 32000\$;

екінші жылы: \$41000;

үшінші жылы: \$43750;

төртінші жылы: \$38250.

Кедергі мөлшері – 9,2%

Ақша түсімдерін ағымдағы құндар түріне қайта есептейік:

$$PV_1 = 32000 / (1 + 0,092) = \$29304,03$$

$$PV_2 = 41000 / (1 + 0,092)^2 = \$34382,59$$

$$PV_3 = 43750 / (1 + 0,092)^3 = \$33597,75$$

$$PV_4 = 38250 / (1 + 0,092)^4 = \$26899,29$$

$$PI = (29304,03 + 34382,59 + 33597,75 + 26899,29) / 115000 = 1,07985$$

Жауабы: Дисконтталған табыстылық индексі 1,079-ға тең.

Табыстылықтың ішкі нормасы (IRR-Internal Rate of Return) – тәжірибеде басқа да атаулар қолданылады – пайдалықтың ішкі нормасы, инвестицияның қайтарымдылық нормасы.

Табыстылықтың ішкі нормасы (IRR) дисконттық табыстың жиынтығының, дисконттық шығынның жиынтығына тең болған кездегі дисконт нормасын көрсетеді. Әдетте, табыстылықтың ішкі нормасы (IRR) 15-20 % – кем емес болған жобалар тиімді болып есептеледі.

Берілген көрсеткіш бірнеше қолайлы жобалардың ішінен ең тиімдісін таңдауда қолданылады. IRR өскен сайын, жоба тиімділігі де соғұрлым жоғары болады. Кез келген жағдайда IRR банктің пайыздық қойылымынан үлкен болуы керек, әйтпесе инновацияға салынға инвестициялық ақша тәуекелділігі ақталмайды.

Осыдан егер инновациялық жоба банк несиесі арқылы қаржыландырылатын болса, онда ол рентабельділік нормасын банктің пайыздық қойылымының ең жоғарғы шегін көрсететін түсіну қиын емес. Егер олай болмаса бұл жоба экономикалық тиімсіз деп саналады.

Табыстылықтың ішкі нормасы (IRR) дисконттау мөлшерлемесі егер жалпы дисконтталған табыстармен дисконтталған шығындар сай келген немесе инвестициялардың **таза ағымдық құны** нөлге тең болса яғни $IRR = r$, егер $NPV = 0$ болса.

IRR дисконттау мөлшерінің максималды тиімді нормасын анықтайды, яғни жоғалтусыз инвестициялау мүмкіндігін анықтайды.

Оның мәнін келесі формула арқылы табуға болады:

$$NPV(IRR) = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1 + IRR)^t} = 0$$

Мұнда:

CF_t - t кезеңдегі ақша құралдарының түсімі;

I_t - t кезеңдегі инвестициялардың сомасы (шығындар);

n – кезең санының сомасы (интервалдардың, қадамдардың)

$t = 1, 2, \dots, n$

Мысал. Инвестиция көлемі - 115000\$.

Инвестициядан табыс, бірінші жылы: 32000\$;

екінші жылы: 41000\$;

үшінші жылы: 43750\$;

төртінші жылы: 38250\$.

Біртіндеп жақындату әдісін пайдаланамыз. NPV-дің минималды деңгейін табу үшін түрлі дисконттау мөлшерлемелерін пайдаланып көреміз, сонан соң аппроксимация жасаймыз. Графигін сызамыз (15 сурет).

Дисконттау мөлшерлемесі $r_a = 10,0\%$ деп есептейміз

Ақша түсімдерін ағымдағы құндар түріне қайта есептейік:

$$PV_1 = 32000 / (1 + 0,1) = 29090,91\$$$

$$PV_2 = 41000 / (1 + 0,1)^2 = 33884,30\$$$

$$PV_3 = 43750 / (1 + 0,1)^3 = 32870,02\$$$

$$PV_4 = 38250 / (1 + 0,1)^4 = 26125,27\$$$

$$NPV(10,0\%) = (29090,91 + 33884,30 + 32870,02 + 26125,27) - 115000 = 121970,49 - 115000 = 6970,49\$$$

Дисконттау мөлшерлемесі $r_b = 15,0\%$ деп есептейміз

Ақша түсімдерін ағымдағы құндар түріне қайта есептейік:

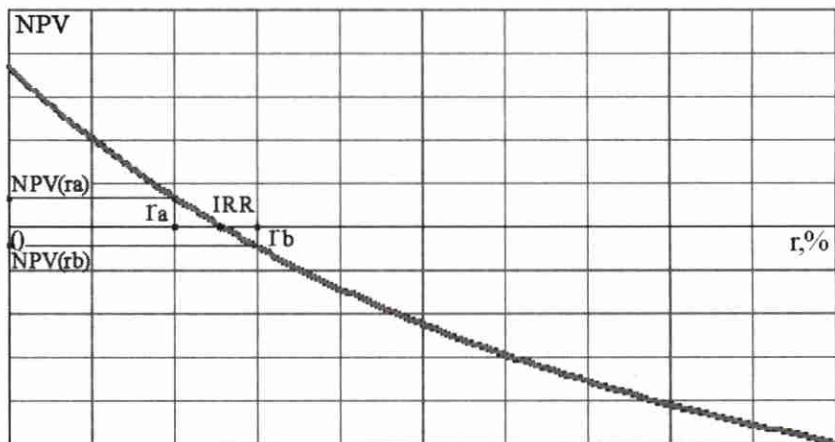
$$PV_1 = 32000 / (1 + 0,15) = 27826,09\$$$

$$PV_2 = 41000 / (1 + 0,15)^2 = 31001,89\$$$

$$PV_3 = 43750 / (1 + 0,15)^3 = 28766,34\$$$

$$PV_4 = 38250 / (1 + 0,15)^4 = 21869,56\$$$

$$NPV(15,0\%) = (27826,09 + 31001,89 + 28766,34 + 21869,56) - 115000 = 109463,88 - 115000 = -5536,11\$$$



15 сурет. IRR-ді жақындату әдісімен табамыз

а нүктесінен б нүктесіне дейін NPV функциясы түзу деп есептейміз, аппроксимация үшін мына формуланы пайдаланамыз:

$$IRR = r_a + (r_b - r_a) * NPV_a / (NPV_a - NPV_b)$$

$$IRR = 10 + (15 - 10) * 6970,49 / (6970,49 - (-5536,11)) = 12,7867\%$$

Формула әділетті егер мына шарт орындалса: $r_a < IRR < r_b$ и $NPV_a > 0 > NPV_b$.

Жауабы: IRR 12,7867% тең.

Өтемділік кезеңі (PP-Payback Period) – инвестиция тиімділігін бағалауда ең кең тараған таза ағымдық құн (NPV) > 0 болғанға дейінгі жылдардың оң санын білдіреді. Өтемділік алынатын табысты инвестицияны өтеуге бағыттау арқылы қол жеткізіледі. Өтемділік кезеңі – салынған инвестицияларды қайтаруға кеткен жылдар саны. Инвестициялау нарық жағдайында елеулі тәуекелділікпен бірге жүреді және салымның өтемділік мерзімі өскен сайын, тәуекелділікте арта түседі. Сол уақыт

аралығында нарықтың конъюктурасы мен баға да өзгеру мүмкін. Бұл әсіресе ғылыми-техникалық үрдістің қарқынды жүретін салаларына өте маңызды және жаңа технология немесе өнімнің пайда болуы бұрынғы инвестицияларды құнсыздандырып жіберуі мүмкін.

Өтемділік кезеңін табудың жалпы формуласы мынау:

$$PP = \frac{I}{CF_t}$$

Мұнда:

PP – инвестицияның өтімділік кезеңі;

I – инвестицияның жалпы көлемі;

CF_t – t кезеңдегі ақша құралдарының түсімі;

Егер жобаны жүзеге асыру мерзімі өтемділік мерзімінен асып түссе жобаны тиімді деп есептейміз.

№1. Мысал Инвестиция көлемі – 115000\$.

Инвестициядан табыс, бірінші жылы: 32000\$;

екінші жылы: 41000\$;

үшінші жылы: 43750\$;

төртінші жылы: 38250\$

Дисконта мөлшері – 9,2%

n = 4 жыл

1 қадам: белгілі бір жылдағы табысты табамыз

$$(CF_1 + CF_2 + CF_3 + CF_4) / n = (32000 + 41000 + 43750 + 38250) / 4 = 38750$$

2 қадам

$$PP = 115000 / 38750 = 2.96$$

Жауабы: өтемділік кезеңі 3 жыл (2,96 жыл).

Инновациялық жобаларды талдаудың әрбір әдісі тек есептік жылдың қандай бір сипаттамаларын маңызды жерлері мен толықтыруларын көруге мүмкіндік береді. Сондықтан инновациялық жобаны кешенді талдау үшін, барлық әдістерді қатар қолдану қажет.

3.7 Инновациялық жобалардағы тәуекел

Инновациялық қызмет тәуекелмен өте тығыз байланысты қызмет түрі. Нарықтық экономика жағдайында өмір сүру үшін кәсіпкер батыл әрі жаңа істер атқаруы тиіс. Ал, бұл өз кезінде тәуекелді одан әрі арттырады. Сондықтан нарықта жақсы нәтижеге жету үшін, тәуекелдің деңгейін бағалап, басқара білу қажет. Жапондық менеджерлердің пікірінше «дәлдік – патшалардың сыпайлығы, ал жуықтылық одан арзанырақ түседі».

Ұйымдардағы тәуекелділік сол ұйым қызметі үдерісінің анық еместігінен пайда болады. Инновациялық қызмет өндіріс үдерісін түбегейлі өзгертеді және ұйым қызметінің нәтижелері мен серпінінде анықсыздықты өсіреді.

Бұл жағдайда нақты қаржы салымдарының нәтижесіне әсер ететін барлық факторларды талдау мүмкін емес.

Тәуекел – бұл шешім қабылдау сәтіндегі анықсыздықты жеңумен байланысты қызмет. Шешім қабылдау үдерісінде көздеген нәтижеге жету ықтималдық сандық және сапалық жағынан зерделенеді. Алдын ала мақсат ойдағыдай орындалмаса, одан ауытқу да осы шешім қабылдауда ескеріледі.

Мамандардың пікірінше тәуекел сөзі гректің «*risikon*», «*ridsa*» – жар, жартас сөзінен шыққан. Италиян тілінде «*risiko*» – қауіп, қатер, «*risicare*» – жартастар арасымен өрмелеу дегенді білдірсе, французша «*risdoe*» – жардан, жартастан өту деген мағыналарда қолданылады.

Экономикалық әдебиеттердегі «тәуекел» дегеніміз:

- Берілген, тұрақты, орташа және қолайлы мағыналардағы жоспарланған қасиеттерден ауытқу.
- Қандай да бір өлшемдер мен кейбір күтілетін нәтижелерден ауытқу мүмкіндігі.
- Негізінен шығынның көлемі мен ықтималдық нәтижесін білдіретін қызмет болып табылады.
- Шығынға апаратын оқиға ықтималдылығының құндылықты өлшемі.

Анықсыздық жағдайында қазіргі кездегі және алдағы жоспарланған инновациялық жаңалықтардың үйлеспеушілігінен пайда болатын шығындарды азайту мақсатында пайдаланыла-

тын әдістер мен шешімдерді қолдану қажеттілігі туындайды. Инновациялық тәуекелдерді басқару теориясының негізгі мәселесі де осы блып табылады. Тәуекелді басқару мақсаты тәуекел жағдайын 100% жою емес, тәуекел жағдайын, күтпеген кездейсоқ пайда болатын шығындар деңгейін төмендету болып табылады.

Оқулықтарда тәуекелдерді жіктеудің көптеген жолдары бар. Тәуекелдердің түрлерін топтастыру негізгі үш фактормен ерекшеленеді: зерттеу объектісі, зерттеу мақсаты және зерттеушінің жеке қалаулары. Зор қызығушылықты туғызатын сапалық және сандық бағалау әдістерімен өлшеуге болатын кәсіпорынның шаруашылық қызметімен байланысты тәуекелдер ерекше маңызға ие. Осы қағида бойынша тәуекелдерді негізгі 2 топқа бөледі:

- Таза тәуекелдер. Басқару шешімдерін қабылдауға бірнеше факторлар әсер етеді. Олардың әсерін өзгерту мүмкін емес. Бұл факторларға салық заңнамасы, табиғи-географиялық жағдай, қоғамдық сана, әлеуметтік құндылықтар және т.б. жатады. Осы факторлар таза тәуекелді тудыршы блып табылады.

- Спекулятивті тәуекелдер. Спекулятивті тәуекелдер толығымен басқарушылық шешімдермен анықталады. Спекулятивті тәуекелдер көбіне анықталмаған көрініс те береді, олар аналитикалық бағалау негізінде уақыты өткен сайын өзгеріп отырады. Бұл тәуекел түріне кәсіпорын өзгертуге шамасы бар, алдын ала шара қолдануға мүмкін жағдайларды жатқызуға болады. Мысалы; қаржы, енбек, шикізат ресурстары тапшылығын шешу. Тәуекелдерді жіктеудің қарапайым әрі толықтырылған түрін 16 суреттегі В.М. Гранатуровтың берген тәуекелдерді жіктеуінен көруге болады.

Инновациялық тәуекел көбіне келесі жағдайларда көрініс табады:

- Тауар өндіру мен қызмет көрсетудің қолданыстағыдан арзанырақ әдісін енгізу барысында.
- Бұрынғы жабдықтармен жаңа тауар өндіруде немесе қызмет көрсетуде.
- Жаңа техника мен технология арқылы жаңа тауар өндіруде немесе қызмет көрсетуде.



16-сурет. Тәуекелдерді жіктеу

Инновациялық жобалардың тәуекелділігі инновацияларды жүзеге асыру арқылы бәсекеқабілеттілікті қамтамасыз ететін инновациялық қызметпен тығыз байланысты. Инновациялық тәуекел түрлі тәуекелдердің: ғылыми-техникалық, экономикалық, саяси, кәсіпкерлік, әлеуметтік, экологиялық және т.б. тұтас әрекет ету нәтижесі болып табылады.

Инновациялық жобаны орындау үдерісінде операциялық, инвестициялық және қаржылық қызметтер жүзеге асырылады. Барлық қызмет түрлері кез-келген инвестициялық жобаның тәуекелдерімен өзара байланыста болады.

Инновациялық жобалардың ерекше тәуекелдеріне төмендегілерді жатқызуға болады:

- Ғылыми зерттеу жұмыстарының теріс нәтижелері.
- Тәжірибелік конструкторлық жұмыстар параметрлерінің ауытқуы.
- Өндірістің техникалық деңгейінің инновациялық техника деңгейімен сәйкессіздігі.

- Кадрлардың жоба бойынша кәсіби шеберлік талаптарымен сәйкессіздігі.
- Жоба кезеңдерін орындау мерзіміндегі ауытқулар.
- Болжанбаған ғылыми-техникалық мәселелердің туындауы.
- Жобаның заңнамалық қамтамасыз етілу тәуекелі.
- Патенттік қорғаудың территориялық нарықтарын таңдаудағы жіберілген қателіктер.
- Патенттік қорғаудың жеткіліксіз деңгейі.
- Патенттік қорғаудың кешігуі немесе болмауы.
- Патенттік қорғау мерзіміндегі шектеулер.
- Жекелеген қызмет түрлері бойынша лицензия мерзімінің аяқталуы.
- Жекелеген техникалық шешімдердің сыртқа таралуы.
- Патентпен қорғалған бәсекелестердің пайда болуы.
- Қалыптасқан жағдайға фирма стратегиясының сәйкес келмеуі.
- Қажетті ресурстар мен жабдықтарды жеткізушілердің болмауы.
- Жеткізушілердің жабдықтарды белгіленген сапада және мерзімде жеткізбеуі.

Сонымен қатар инновациялық жобаларда тәуекелдердің төмендегідей түрлері кездеседі:

1. Сәтсіз идея. Инновациялық ойды қате таңдау тәуекелі. Бұл тәуекелдің пайда болу себебі – ұйымның инновациялық стратегиясын дұрыс анықтамауы. Сонымен қатар ұйымның тек қысқа мерзімді мақсаттарға жетуге ұмтылуы себеп болуы мүмкін.

2. Инновациялық жобаның қаржылық қамтамасыз етілу деңгейінің тәуекелі. Бұл тәуекел түрі көбіне инновациялық бизнесте кездеседі. Инновациялық жобаларды қаржыландырудың өзіндік ерекшеліктері бар. Егер компания инвесторларды инновациялық жоба тиімділігіне жеткілікті деңгейде сендірте алмаса тәуекел деңгейі жоғарылайды.

3. Маркетингтік тәуекелдер. Маркетингтік тәуекел инновациялық жобаның техникалық мінездемесі күрделілігінен жеткіліксіз сегменттелуінен туындайды. Сонымен қатар бұл тәуекел түрі нарықтың дұрыс таңдалмауынан, дұрыс емес сату стратегиясынан және инновациялық тауарды тиімсіз жарнамалаудан пайда болады.

4. Бәсекелестердің күшею тәуекелі. Оған келесілер себеп болуы мүмкін: ақпараттың шетке таралуы, жетілдірілмеген маркетингтік саясат, бәсекелестердің әділетсіздігі, инновациялық тауарды алмастырушылардың пайда болуы.

5. Инновациялық идеяның моральдық ескіру тәуекелі. Инновациялық үдерісті тиімсіз ұйымдастыру әсерінен инновациялық жоба мерзімінің ұзаруы. Тым ұзақ инновациялық үдеріс инновациялық идеяның ескіруіне әкеледі.

6. Инновациялық жобаға меншік құқығын қамтамасыз етумен байланысты тәуекел келесі себептерге байланысты туындайды: техникалық, дизайнерлік және маркетингтік шешімдерді патенттеу шарттарының қамтамасыз етілмеуі, ұйымның инновациялық жобасында қолданушы патент құқықтары жарамсыз деп танылуы.

3.8 Инновациялық жобалардың тәуекелін басқару негіздері

Инновациялық қызметте тәуекелді басқару дегеніміз инновацияның белгісіздігін азайтудың, жаңа енгізулердің іске асырылуының пайдасын арттырудың, инновациялық мақсаттарға жету бағасын азайтудың шаралар жиынтығы. Бұл міндеттер инновацияны басқарумен байланысты қиыншылықтар ішіне кіреді және инновациялық жобалардың менеджерлеріне жүктеледі.

Инновациялық қызметтің тәуекелдерін басқару үшін мыналар қажет:

1. Болуы мүмкін тәуекелді анықтау.
2. Анықталған тәуекелді талқылау және бағалау.

Тәуекел тікелей және жанама көрсеткіштерімен бағалануы мүмкін. Басты экономикалық мінездемелердің өсу индексі (өндіріс көлемі немесе өткізу, таза пайда, т.б.) кәсіпкерлік тәуекелдің тікелей көрсеткіштері болып табылады. Инвестициялық тәуекелдің жанама көрсеткіштеріне капитал жағдайының мінездемелері (активтердің айналым қарқыны, қарызға алынған және жеке қаражаттардың қатынасы, активтердің жойылуы) жатады.

Тәуекелді басқару үдерісін басқарудың жалпы концепциясы негізінде 5 кезеңге бөліп көрсетуге болады (17 сурет).

Бірінші сатыда тәуекелдің барын анықтау керек, яғни осы басқаруға жұмсалатын шығындар тәуекелдікке тұратындығын

субъективті бағалау қажет. Жобаға қатер төндіріп тұрған тәуекелдердің барлығын анықтау керек.

Тәуекелді бағалау және талдау – анықсыз жағдайды бағалау, нақты тәуекелдің дәрежесін, көлемін анықтап және оның оңтайлы өлшеуді қажет ететін тәуекелдікті басқарудың ең маңызды кезеңі.

Тәуекелді басқару тәсілдерін таңдау басқару объектісіне тәуелді, бірақ, біріншіден, пайдаға аз әсерін тигізетін тәсілдерді қолдану қажет, содан кейін, егер де қорытындысы қанағаттандыратындай болмаса, нарықтың басқа субъектілерімен тәуекел мен пайданың бір бөлігін бөлуге болатын тәсілді қолдануға болады.



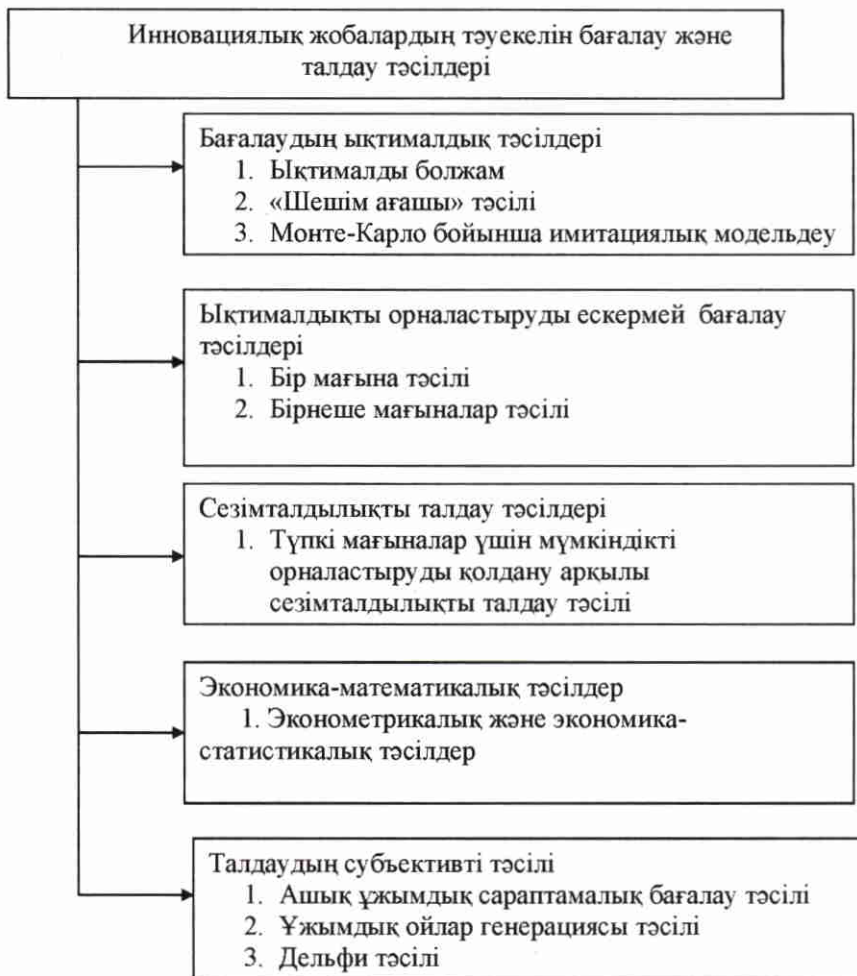
17-сурет. Тәуекелді басқару үдерісінің кезеңдері

Тәуекелді басқарудың соңғы кезеңі – нәтижелерді бағалау. Нәтижелерді бағалау – бұл нақты көрсеткіштерді жоспарланған көрсеткіштермен салыстыру.

Компанияның күнделікті қызметі барысында түрлі тәуекел жағдайлары болады. Бірақ олардың бәрін төмендету мүмкін емес, сондықтанда тәуекелдің барлық түрлеріне талдау жасап, нақты қатер туғызып тұрған тәуекелдерді ғана басқару қажет. Тәуекелді

төмендету үдерісін басқару үшін алдымен тәуекелдерді бағалап алу қажет. Тәуекелді анықтау және бағалау қызметі – бұл қиын үдеріс. Бағалаудың объективті тәсілдерін 5 түрге бөлуге болады (5-кесте).

5-кесте. Инновациялық жобалардың тәуекелін бағалау және талдау тәсілдері



Инновациялық кәсіпкерлікте толықтай тәуекелден құтылу мүмкін емес, өйткені қай жаңа енгізулер нарықта жетістікке жетеді, қайсысы сұранысқа ие бола алмайтынын алдын ала бол-

жау қиын. Сондықтан инновациялық кәсіпорындарға алдымен инновациялық жобаларды алдын ала мұхият талдау қажет. Тәуекелді бағалап алғаннан кейін оны төмендету мақсатында пайдаланылатын әдістерді таңдау қажет. Тәуекелді төмендетудің бірнеше маңызды тәсілдері бар:

1. Тәуекелді бөлу тәсілі. Бұл жерде тәуекелді азайту оны жобаға қатысушылардың арасында бөлу жолымен жасалады. Инновациялық жұмыстың тәуекелі төменде көрсетілген шарттарды құру арқылы бөлінеді:

- Құрылыс шарттары. Мұндай шарт жасалса, құрылысқа байланысты барлық тәуекелді құрылыс фирмасы өз жауапкершілігіне алады.

- Құрал-жабдықтар мен машиналарды жалға беру (лизинг). Мүлікті жалға беру кезінде жалға беру шартында көрсетілгендей тәуекелдің бір бөлігі жекеменшік иесінде, ал келесі бөлігі жалға алушының құзіретінде болады.

- Жүкті сақтау және тасымалдау шарттары. Бұл жерде тасымалдау мекеменің кесірінен, болмаса белгісіз жағдай арқылы заттардың бұзылуына байланысты тәуекелдерді кәсіпкерлік инновациялық фирма тасымалдау мекемесіне жүктейді.

- Сату, қызмет ету, жабдықтау шарттары. Бұл жерде де инновациялық кәсіпкерлік фирма өнімді тарату мен қызмет көрсету шарттарына байланысты тәуекелдерді сол орындаушы мекемеге жүктейді.

- Факторинг шарты (ақша талап ету мүмкіншілігін беру арқылы қаржыландыру). Бұл жерде инновациялық кәсіпорындарға несие тәуекелін арттыру туралы сөз қозғалады.

- Инфляциялық күтім және сенімді сатып алу жолдарының жоқтығы кезінде биржалық келісімдер инновациялық жобаларды қамтамасыз ету тәуекелдерін азайтады.

2. Диверсификация тәсілі. Осы тәсіл инвестициялардың қайнаркөзі жан-жақты, әр түрлі болу себебі арқылы портфельдік тәуекелдердің азаюына ықпал етеді. Әдетте инновациялық компаниялар бір ғана жобамен шектелмейді, олар оншақты инновациялық жобаны қатар жүзеге асырады. Егерде ойламаған бір себептер кесірінен жобалардың бірі тиімсіз болса, басқа жобалар тиімді болып пайда әкелетіндей тәуекелді қаржы активтерден

тұратын портфельдер қалыптасуы мүмкін. Бұл кәсіпкерлік фирманы құлдырауынан құтқарады.

3. Сақтандыру және хеджирлеу тәсілі. Сақтандырудың ішіне арнайы жасалған қаражат қоры және оны қолайсыз жағдайларға әкеліп соққан әртүрлі жоғалтуларды, зияндықты өтеу үшін пайдалану кіреді.

Хеджирлеу – баға саясатының қолайсыз өзгеруінің тәуекелін жедел шарттар арқылы төмендету (фьючерстер мен опциондар) әдісі. Жедел шарттарды сатып алу және сату арқылы кәсіпкер өзін нарықтағы бағаның құлдырауынан сақтап, өзінің өнімдік-шаруашылық істерін көтермелейді.

4. Коммерциялық құпияны қорғауды ұйымдастыру. Инновациялық тәуекелді азайту үшін кәсіпорындарда коммерциялық құпияны қорғаудың маңызы зор. Өйткені кейбір кездері фирмада қарастырылып жатқан инновациялық жобалардың техникалық және де коммерциялық мәліметтері қарсылас фирмаларды да осындай жобалар жасауға итермелейді. Мекемелерде коммерциялық құпияларды қорғау, ақпарат алу үшін әкімшілік-құқықтық нормаға сәйкес арнайы жұмыс тәртібі енгізілуі қажет.

Тәуекелді азайту жолдарын таңдау мекеме басшысының тәжірибесіне және мекеменің мүмкіншіліктеріне байланысты. Кәсіпкерлік жобаны іске асырудағы тиімді нәтижеге жету үшін бір ғана емес, біріктірілген тәуекелді азайту тәсілдері қолданылады.

Инновациялық қызмет тәуекелге өте жақын болғандықтан, инновациялық жобалардың тәуекел деңгейін анықтау, бағалау және басқару өте күрделі. Осыған байланысты инновациялық жобалардың тәуекелін басқару тәжірибе жүзінде белсенді түрде жүргізілмейді. Сондықтанда инновациялық қызметпен айналысуды тәуекелділік бизнеспен баламалайды.

3.9 Инновациялық жобаның бизнес-жоспары

Әдетте бизнес-жоспарда туындауы мүмкін мәселелер талданып, келешек қызметтің аспектілері қарастырылады. Бизнес-жоспардың өзектілігі инновациялық жобалардың ерекшеліктеріне тәуелді болады.

Инновациялық жобаның бизнес-жоспары келесідей басты бөлімдерден құрылу керек:

- 1 - бөлім. Фирма мүмкіндігі, резюме.
 - 2 - бөлім. Инновациялық жобаны анықтау.
 - 3 - бөлім. Тауарлар (қызмет) мінездемесі.
 - 4 - бөлім. Тауар (қызмет) өткізу нарығы.
 - 5 - бөлім. Тауар өткізу нарығындағы бәсекелестік.
 - 6 - бөлім: Маркетинг жоспары.
 - 7 - бөлім: Өнеркәсіп жоспары.
 - 8 - бөлім: Ұйымдастырушылық жоспар.
 - 9 - бөлім: Жобаның құқықтық қамттылуы.
 - 10 - бөлім: Экономикалық сақтандыру және тәуекел.
 - 11 - бөлім: Қаржыландыру стратегиясы.
 - 12- бөлім: Қаржылық жоспар.
- Қосымша

Негізгі құраушы бөлімдерден тыс бизнес жоспар құрамына келесі бөлімдер кіруі тиіс:

Мұқаба бет: Бұл бетте фирма аты, мекен-жайы, бизнес жоспар аты және мерзімі.

Мазмұндамасында бизнес жоспардың мақсаты мен негізгі бөлімдер қысқаша мазмұнын ашу қажет (1–2 бет).

Құпиялығы туралы меморандум: сіздің бизнес жоспарыңызбен танысатын тұлғаларға құпиялығы туралы ескерту.

Бизнес жоспарға қосылған атаулар тізімін негізгі бөлімге енгізу. Бұл керек мәліметтерді тез арада табуға мүмкіндік береді.

Қосымша беттерге қосымша мәліметтерді енгізу оның ішіне (өндірілетін өнімнің техникалық мазмұндамасы, келісім шарттар көшірмелері және т.б.)

«Фирма мүмкіндіктері» бөлімі неден құралуы керек:

Есіңізде болсын, түйіндеме ең басты құжат болып табылады, егер ол ең алғашқыда инвесторға жақсы пікір қалдырмаса, онда оның бизнес - жоспарды талқыға салуы екі талай. Жалпы түйіндеме негізгі екі сұраққа жауап беруі тиіс: **бірінші**, «Бизнес - жоспарды іске асыру қаншалықты пайдалы», **екінші**, «Ақша жоғалту қаупі». Сол себепті бұл бөлім бизнес - жоспар жасалынып, бүкіл бөлімдер айқындалып болған соң қабылданып жасалынуы тиіс. Бұл бөлімде сіздің алдыңызда негізгі екі мақсат тұрады: бірінші, фирмаға толық мінездеме беру, яғни фирма реквизитін

көрсету, өнім түрлері, өнім көлемі, қызмет көлемі, фирма стратегиясы мен міндеті т.б. Екінші фирма мүмкіндіктерін толықтай ашып көрсету және оның инновациялық жобаларға қаншалықты тиімді екендігі туралы, соның ішінде фирма мақсаты, жаңа өнім қызметті көрсету, қаржылық бөлімдердің және болашақ фирма дамуы және жобаның өрлеуі.

«Инновациялық жоба анықтамасы» бөліміне не кіруі қажет:

Мына бөлімде сіз жобаға толық мінездеме беріп, келесі сұрақтарға жауап беруіңіз қажет: инновациялық жоба мақсаты, инновация түрі, берілген жобаны іске асырудағы экономикалық қаржылық пайда мөлшері, негізгі қамтылу кезеңдері мен орындалу мерзімі, сақтандыру мен тәуекел, сыртқы инвестициялық мүмкіндіктерді қайтару.

«Тауар (қызмет) мінездемесі» бөліміне не кіруі қажет:

Бұл бөлімде жаңа тауар мен қызметке толық мінездеме беріледі, оның ішіне келесілер кіреді: жаңа тауар (қызмет) тізімі, тауардың техникалық экономикалық мінездемесі, тауар ерекшелігі, тауар (қызмет) кемшілігі, сертификат пен лицензия туралы мәлімет, сату түрлері, клиенттерді қабылдау және болашақта оларға қызмет көрсету.

«Тауар (қызмет) өткізу нарығы» бөліміне не кіреді:

Бөлімде негізінен нарықты зерттеу және тауар/қызметтің жаңа түрлерінің нарықтағы орны туралы айтылады. Бұл арада негізгі және дамыған нарықтық өнім өндіру мөлшері мен болашаққа болжау, оның ұлғайтуы мен сақталуын зерттеу. Бәсекелестікке қабілетті нарықты кезең бойынша бөлу және ұтымды өнім өндіру түрлерін ұсыну. Тұтынушыларға мінездеме беру (жасы, жынысы, ұлты) және олардың тұтыну мөлшерін анықтау. Сіздің тауар не қызметіңіздің нарыққа енген уақыттағы өзгерістері, тұтыну көлеміндегі өзгерістер, және егер осындай өзгерістер болған жағдайда фирманың оған даярлығы.

«Өнім өндіру нарығындағы бәсекелестік» бөліміне не кіруі қажет:

Бұл бөлім де тікелей сіздің бәсекелестіктеріңіздің стратегиясы мен тактикасына арналған. Бұл арада келесідей сұрақтарға жауап беру қажет: Сіздің фирмаңыздың өнімі нарықта жаңа, әлі өндіріске

енбеген өнім болып табылады ма? Сіздің өндіріп отырған өнімге ұқсас өндіруші фирмалар саны қанша? (толығырақ ең ірі бәсекелес фирмаларға тоқталу.) Нарықтың қай бөліктерін бәсекелес фирмалар өз үлестеріне бағындырған? Бәсекелес фирмалардың табысына, жарнамалық арналарына, және нарықтағы бағаларына талау жасау, бұндай фирмалар жанында сіздің фирмаңыздың жаңа өнім мен қызмет түрлерінің бәсекелестік қабілеті қандай? Қандай өнімдерді өндіруді қатардан шығарып тастау керек? Бәсекелес фирма мен өз фирмаңызды келесі критерийлер бойынша салыстыру: баға деңгейі, жарнамалық арналар, табыс, тауар өткізілу көлемі т.б. Қорытындысында өз фирмаңыздың бәсекелес фирмалар алдында мықты жақтарын табу, бөле - жара қарастырып және осы жақтарын алдағы бәсекелестік кезінде қолдану.

Сіз ең негізі үш тапсырманы шешуіңіз қажет;

- Нарықты сегменттеу.
- Сегменттерді салыстыру және іріктеу.
- Алынған нарық сегменттеріне өз тауар мен қызметтеріңізді

орналастыру.

«**Маркетингтік жоспары**» бөлімі неден құралуы қажет:

Бұл бөлімде сіз өз серіктестеріңізге және инвесторларыңызға берілген жобаның маркетингтік негізгі элементтерін көрсетуіңіз керек. Бизнес жоспарға келесі элементтер міндетті түрде қосылуы керек:

➤ Іске қосылушы жобаның маркетингтік мақсаты мен стратегиясы.

➤ Жаңа тауар мен қызметке баға белгілеу.

➤ Олардың таралу схемасы. Бұл жерде сенімді және рентабельді өткізу каналдарын қолдану, жаңа тауарларды тасымалдаудың қолайлы схемасын көрсету. Оның ішіне: жеңілдіктер, несиеге тауар беру, көрмелік сату, жәрмеңкелер, презентациялар, т.б.

➤ Өнім өткізігеннен кейінгі тұтынушылармен қарым қатынас.

➤ Ұсынылатын тауар мен қызметке қолданылатын жарнама түрлері.

➤ Көпшілік ойын қалыптастыру. Бұл үшін келесі жұмыстарды атқару қажет: теле радио өкілдерімен кездесу, қайырымдылық қорларымен одақтасу, қоғамдық ассоциацияларға мүше болу және т.б.

➤ Маркетинг бюджетін қарастыру.

«Өндіріс жоспары» бөліміне не кіруі керек:

Бұл бөлімнің негізгі мақсаты, сіз өзіңіздің өндірісіңізді тиімді ұйымдастыра алатыныңызды дәлелдеуіңіз керек. Ол үшін сіз өндіріс қуаты, материалдық ресурстар, өндіріс алаңдары, технологияға деген қажеттілікті анықтап, осы қажеттіліктерді қалай қанағаттандыру туралы ойлауыңыз қажет. Сонымен қатар сіз өндірісті қай жерден саласыз, оны жаңа заманға сай етіп өндірістік жоспарлау, ұйымдастыру, қоршаған ортаға зиянын келтірмеу, өндірістік қалдықтарды жою т.б.

«Ұйымдастырушылық жоспары» бөліміне не кіруі керек:

Бөлімде сіз серіктестеріңіздің рөлдерін анықтауыңыз керек, себебі жобаны іске асыру барысында әр серіктестің өзіндік атқарушы жұмыстары бөлініп тұруы керек. Ол үшін келесідей сұрақтар тобын айқындап берейік.

Ұйымдық құрылым: барлық қатысушылардың құрамы мен өзара ұйымдық байланысының сызбасы, жобаны басқару жүйесі, фирма бөлімшелерінің құрамы мен қызметі, жобаның құжат кешенінің қалыптасуы.

Жұмыс күші: мамандық пен мамандану бойынша кадрларға деген қажеттілік, жалақы деңгейі, еңбекті ынталандыру жүйесі, мамандануды оқыту мен көтеру.

Әкімшілік-басқарушы персонал: ӘБП-дың сипаты, персоналды жауаптылық жүйесі, еңбекті ынталандыру жүйесі.

«Жобаны құқықтық қамту» бөлімі неден құралады:

Бұл бөлім тікелей жобаның құқықтық жағынан қамтылу деңгейін қарастырады. Бұл арада сіз фирманың толық мәліметін, соның ішінде тіркеу құжаттары, ұйымдастырушылық құқықтық формасы, меншік формасы, келісім шарттар, лицензиялар және басқа да құжаттар, яғни кәсіпорынның жобаны орындау қызметіне қажеттерін беруіңіз керек.

«Экономикалық тәуекел мен сақтандыру» бөлімінде:

Бұл бөлімде сіз жобаны іске асыруға қол үшін тигізуші инвесторлар мен кредиторларға жобаны іске асыру барысында қауіп барын және сол қауіптен сақтану жолдарын іздестіріп, оларды құлақдар етуіңіз керек. Сол себепті сіз келесідей мүмкін болатын тәуекел түрлерін анықтауыңыз керек: табиғи, саяси қатер. Осы тәуекелдік жағдайларын болдырмау олардың алдын алу және қарсы стратегиялық жоспар құру.

«Қаржылық стратегия» бөлімінде:

Бұл бөлімде сіз алдағы жобаны қалай қаржыландыратыныңыз туралы мәлімет беруіңіз керек. Ол үшін сіз келесі сұрақтарға жауап беруіңіз қажет: Қанша қаражат керек? Қаржы көздері? Қарыз және меншік құралдардың жоспарланған көлем қатынасы? Жобаға салынған ақша қайтарымдылығы қандай мерзімде жүзеге асырылады? Инвесторлар табысының мөлшері? Мемлекеттік бюджеттен ақша көздерін тарту мүмкіндіктері бар ма? Алдын ала ескерілмеген шығындарды жабу үшін қанша ақша қаражат көздерін сақтау керек?

«Қаржылық жоспар» бөліміне:

Бұл бөлімде сізге толығымен алдында қарастырған бөлімдерді құндылық көрсеткіш бойынша жинақтау және бір негізге келтіру керек. Көрсетілген жобаның сіздің фирмаңыз үшін экономикалық мақсаттылығы мен тиімділігін қарастыру керек. Сол себеппен бизнес-жоспарды толық талдап қортынды негіз жасау үшін, болжау негізін құрау үшін келесі мәліметтерді көрсетуіңіз керек:

- жобаны іске асырғандағы тауар мен қызмет көлемі, капитал шығыны;
- қаржылық түсім балансы, шығын балансы;
- тауар/қызмет өндірісі мен өткізілуінің ағымдық табысы мен шығынының балансы;
- жоба бойынша ақша түсімдері мен шығындар балансы, ол қанша ақша қай кезеңде керек екенін көрсетеді;

Қаржылық бөлімінің негізгі бөлімі ретінде таза ағымдық құнын (NPV), рентабельдік индексі (PI), табыстылықтың ішкі нормасын (IRR) және өтемділік мерзімін (PP) анықтауыңыз қажет.

3.10 Инновациялық жобаның кейбір ерекше маманданған қатысушылары

Инновациялық жобаларды іске асыру үшін арнайы мамандар – түрлі экономикалық іс шаралар жүргізетін – *инновациялық менеджерлер* қажет. Олар әр түрлі ұйымдастырушылық құрылымдарда іс жүргізе алады (ғылым академиясында, ғылыми ұйымдарда, зерттеушілік ұйымдарда, конструкторлық бюро және т.б.), шығармашылық топ құрады, жаңалықтар ашуға және таратуға ұмытылады, ұсыныстарды зертханалық зерттейді және

қалыптастырады, ғылыми топтарды басқарады, ғылыми зерттеулерді үйлестіреді.

Инновациялық жобаның сәттілігі тікелей менеджерлер мен мамандардың қарым-қатынасына, қызметіне байланысты.

Жобаны басқару фирманың стратегиясынан тыс жүргізілмейді. Ол фирманың стратегиясымен сай болуы тиіс. Алайда бұл кезде көптеген түрлі қиындықтар туындауы мүмкін. Мысалы, фирма мақсаты қысқа мерзімді нәтиже алуға, жалақыны қысқартуға, тоқсандық табыс алуға бағыттылған. Бірақ зертханалық зерттеулер нәтижесі болып табылатын жаңалық, айтылған мерзім уақытында шықпай, инновациялық мақсатқа сай келмей, табыс әкелер уақыты жылдарға созылуы мүмкін. Әр инновацияның дайындығы мен жүзеге асуының өз циклы болады, оны реттеудің түрлі қадамдары да бар.

Жобаның дайындығымен айналысатын топ фирманың корпоративті мәдениетіне сінуі керек. Инновациялық өзгерістер сәті көбінесе фирманың стратегиялық жоспарымен сәйкестігіне байланысты. Жаңа технологиялардың барын есепке алу, оларды бақылап отыру, бәсекелестік қабілеттің күшеюіне әсерін тигізеді. Инновациялық басқаруда адам ресурстарын дұрыс басқару жобаның маңыздылығына тікелей байланысты. Себебі инновациялық ой адамның интеллектуалды ой нәтижесі болып табылады.

Әдетте инновациялық жобаға қатысушылардың мынадай түрлері болады:

- Жаңа идеяларды ойлап табушы.
- Үзіліссіз коммуникациямен қамтамасыз етуші, түрлі ғылыми-техникалық және нарықтық жаңалақтарды жинақтап, оны компанияға жеткізуші.
- Жаңалық жасаушыларды соңғы нәтижеге бағыттаушы, басқарушы.
- Жаңалықтар мен компания жаңартушы лидерлер.

Көптеген инновациялық компанияларда инновациялық үдеріс бүкіл қатысушыларды және көп мүдделі мекемелерді қамтиды. Ол мемлекеттік, мемлекетаралық, аудандық, облыстық сатыларда қалыптасуы мүмкін.

Инновациялық жұмысқа түрлі кәсіпкерлер мен басшылар, түрлі білім саласы мамандары жұмылдырылған.

Жаңалық енгізу барысында мынадай типтік топшалар көрініс табады. Олар: «антрепренерлер», «интрапренерлер», «ой генераторлары», «ақпараттық азғырушылар» және т.б.

«Антрепренерлер» – инновациялық қызметті басқарудың негізгі фигурасы. Әдетте бұл байсалды басқарушы, жаңа идеяларды және өз ойларын қолдап, алға тартушы, анықсыздықтан және жоғары тәуекелдіктен қорықпайтын басшы. Ол белсенді түрде стандартты емес шешімдер іздеуге және қиыншылықтарды шешуге қабілетті. Антрепренер үшін мынадай жеке қасиеттер тән: интуиция, идеяға берілуі, тәуекел мен бюрократия кедергілеріне төтеп беру қабілеттілігі. Антрепренерлер мынадай жұмыстарды атқаруға бағытталған тұлғалар: сыртқы инновациялық ортаның субъектілерімен өзара қарым-қатынас орнату, түрлі келіссөздерге келу, тұтынушылар сұрақтарына жауап беру. Сондықтан да компанияда антрепренерлер мынадай қызметтерді атқарады: жаңа өнім бөлімінің басшысы, жоба басшысы.

«Интрапренерлер» – инновациялық үдерісті басқарудағы мейлінше маңызды фигура. Мекемеде интрапренерлер барынша көп болуы тиіс. Олар инновациялық үдерісті басқаруда ішкі қиындықтарымен айналысатын жоғары маманданған арнайы мамандары. Оның міндетіне «милық штурмдарды» ұйымдастыру, бастапқы жаңа ой іздеу, инновациялық жобаға қатысушыларды қызықтыру, жобаны еңбек ресурстарымен қамтамасыз ету кіреді. Әдетте бұлар шығармашылық белсенді басшылар.

«Ой генераторлары» – жаңашыл персоналдың басқа типі. Оларға мынадай қасиеттер тән: қысқа мерзімді уақытта барынша мол ерекше инновациялық идеяларды ұсыну, зерттеу заты мен ортасын өзгерту, қиындықтарды жаңа әдістермен шешуге ұмытылу. «Ой генераторлары» алдыңғы қатарлы ғылым оқымыстылары ғана емес, сонымен қатар инженерлер, мамандандырылған жұмысшылар, орта деңгейдегі менеджерлер де болады. Ерекше жаңашылдарға «ой генераторлары» атағы табыс етіледі.

«Ақпараттық азғырушылар» – бұлар ақпараттар қиылысуының ортасында орналасады. Арнайы ақпараттарды дұрыс

жеткізуді немесе техникалық ақпараттардың ағымын бақылап және қамтамасыз етіп отырады. Олар жаңа ойларды жинақтап оларды таратып отырады. Жаңа жобаларды керекті және жаңа ақпараттармен қоректендіріп отырады.

«Іскер періштелер» – жоғары тәуекелді жобалардың инвесторлары. Әдетте олар зейнеткерлер немесе компанияның байырғы қызметкерлері, бос капиталы бар жеке тұлғалар. Оларды қаржыландыру көздері ретінде пайдаланудың тиімділігі мол. Олардың несиелері әлдеқайда арзан, себебі олар басқа тәуекел қорларынан үстеме шығындар болдырмауына байланысты ерекшеленеді.

«Еркін қызметкер» - жаңашыл, ойлап тапқыш тұлғаның мәртебесі. Бұл атақ IBM компаниясының тәжірибесінен алынған. Жыл сайын IBM компаниясы ойлап тапқыштар жарысын ұйымдастырады. Оған 45 «қиалшыл, тыныштықты бұзушы, даракы және кемеңгер» қатысады. Аз уақыт аралығында ең табысты иновациялық идея ұсынған қызметкер «Еркін қызметкер» мәртебесіне ие болады. «Еркін қызметкер» толық ерікті 5 жылға алады, осы жылдар аралығында қызметкер толық шығармашылық ерікке ие болады.

«Алтын жағалылар» – бұл өзінің ғылыми білімін кәсіпкерлік қабілетпен үйлестіре алатын жоғары маманданған оқымыстылар мен ғалымдар. Олардың көбі жалдану бойынша корпорацияларда, университеттерде, кеңес беру фирмаларында жұмыс істейді.

«Ғылыми-техникалық азғырушылар» немесе **«ақпараттық жұлдыздар»** – бұлар ғылыми зертханалардың мамандар тобына жатқызылады және өз әріптестерінен сыртқы ақпарат көздеріне бағытталғандығымен ерекшеленеді. Олар бәрінен де, әсіресе қиын әдебиетті көп оқиды. Олар басқа мекемелердің қызметкерлерімен ұзақ мерзімді байланыс орнатып отырады. Мұндай қызметкер фирма мен оның сыртқы әлемі арасында делдал болып табылады. Ол өз фирмасын ғылыми және техникалық ортамен байланыстырады.

3-бөлімді нысықтауға арналған сұрақтар:

1. Инновациялық жоба мәні не?
2. Инновациялық жобаның әр кезеңін ашыңдар.

3. Инновациялық жобаларды бағалауда қандай әдістерді қолдануға болады?
4. Таза ағымдық құн әдісін қалай түсінесіз?
5. Рентабельдік индекс әдісінің маңыздылығы?
6. Табыстылықтың нормасы дегеніміз не?
7. Ағымдық ақталу әдісінің маңыздылығы?
8. Инновациялық жобаларды қандай критерилері бойынша бағалауға болады?
9. Инновациялық элеует дегеніміз не?
10. «Ой генераторлары» дегеніміз кім?
11. «Іскер періштелер» сөзіне анықтама бер.
12. «Алтын жағалылар» дегеніміз кімдер?
13. Тәуекелдік жағдайларда қандай шешім нұсқалары қабылдануы мүмкін?
14. Тәуекелді басқарудың қандай кезеңдерінде сапалық талдаудың тәсілдерін қолданады?
15. Тәуекелді талдау мен бағалаудың қандай тәсілдері бар?
16. Инновациялық жобалардың тәуекелін төмендетудің қандай жолдары бар?

4.1 Кәсіпорынның инновациялық саясатының мәні және мазмұны.

Инновациялар – бұл компанияның әр дайым гүлденуі мен өсуіне апаратын жол. Бизнестің жаңа түрлерін жасай отырып, кәсіпкерлер қаржыландырудың жаңа көздерін тауып отырады.

Инновациялық саясат өндіруші бөлімдер қызметін тұтынушылардың талабына сай қанағаттанарлық өнім өндіруге, фирманың экономикалық әлеуетін күшейту қамтамасыз ететін өндіріс бөлімшелерінің қызметін бағыттайды.

Инновациялық саясат басты үш бағытта жүзеге асырылады:

- Жаңа өнім өндіруге мамандану;
- Жаңа өнімнің тез техникалық жаңаруына бейімделу.
- Дәстүрлі, жаңа емес, бірақ басқа нарықта қажетті өнімдерді шығаруға бағыт алу.

Инновациялық саясатты реттеу келесідей мәселелерді шешуге көмектеседі:

1. Нарықта пайдалануы бойынша баламасы жоқ, жаңа тауар шығару. Бұл саясат технико-экономикалық көрсеткіші жоғары және тұтынушыға белсенді әсер ететін өнім өндіруге бағытталған. Бұндай өнімді жүзеге асыру үшін ғылыми зерттеулерге көп қаражат жұмсалуды, ғылыми-техникалық қызметтегі қосалқы дайындаманың болуы, терең және қолданбалы ғылымдар, тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар саласындағы жетістіктер, өнімді тез игеру мен жаппай өндіріске енгізу қажет. Ал бұл мақсаттарға жету үшін компания нақты бағдарлама, қызметтерді басқару мен ұйымдастыру әдістеріне ие болуы керек.

2. Нарықта ұқсас және коммерциялық табысы бар өнім шығару. Бұл стратегияны таңдау мақсаты нарықтағы инновациялық көшбасшылардың шығарған өнімінің табысының белгілі бір үлесін иемденіп қалу немесе сол көшбасшының басқан қадамы арқылы жүріп отыру. Екі жағдайда да көшбасшы ұсынатын инновациялық өнімге ұқсас өнім немесе еліктеуіш өнім

жасау мәселесі шешіледі. Мұндай саясатты іске асыру мықты тәжірибелі-конструкторлық бөлімнің болуын және инновациялық өнімді тез арада қайталауды талап етеді.

3. Шығарылатын өнімнің техникалық жаңартылуы жөнінде өндіріс бағыт-бағдары мынадай сұрақтарды шешуден тұрады, өзгертулер енгізу арқылы және тауарды модернизациялау негізінде жетілдіру, бәсекелес фирмалар өндіретін ұқсас тауарлардың техникалық-экономикалық көрсеткіштеріне жету. Жаңартылған қасиеттері бар тауар өндірудегі өндіріс бағыт-бағдары, өндіріс технологиясын жаңартуды және өндіріс қызметінде шығындарды үнемі азайтып отыруға себеп болады.

Инновациялық саясат игерілген тауардың үнемі сапалық сипаттамасын жақсартып отыруға және инновациялық қызметке бағдарлама құру арқылы жаңа тауар мен техникалық үдерісті іске асыруды қамтамасыз етеді. Мұндай саясат компания тауарларын зерттеу негізінде жаңартылған тауар шығаруға, нарықта пайда болған жаңа тауарларға ұқсас тауар өндіру немесе басқа фирмалардың ғылыми-техникалық жетістіктерін лицензия арқылы шеттен сатып алып жаңа өнім жасауға мүмкіндік береді.

4.2. Кәсіпорындардың заманауи инновациялық стратегияларының мазмұны

Инновациялық қызметтерді ұйымдастыру және басқару инновациялық жобаны іске асыру стратегиясынан басталады. Инновациялық менеджмент компания басқарушыларымен ең жоғарғы дәрежеде жүзеге асырылатын стратегиялық басқарудың белгілі бір бағыты болып табылады. Инновациялық менеджментте басты назар инновациялық стратегияны жасау және оны жүзеге асыру шараларына аударылады. Инновациялық стратегия – инновациялық мақсаттарға жетудің жан-жақты, кешенді жоспары.

Booz Allen Hamilton жүргізген зерттеуінің нәтижесі бойынша әлемнің 1000 ең инновациялық компанияларының табыстарының құпиясы бар-жоғы екеу ғана екен. Бірінші маңызды фактор – инновациялық сала стратегиясы мен жалпы корпоративтік стратегия арасындағы байланыс. Екіншісі – тұтынушылардың пікірін

ескеру. Әрбір табысты инноватор компанияның тұтынушылармен байланыс жасау қызметі және инновациялық циклдың әрбір фазасында кері байланыс механизмі бар.

Инновация саласындағы ең табысты корпоративтік стратегияларды үш топқа бөліп қарастыруға болады:

1. Қажеттіліктерді іздеу. Осы стратегияны қолданатын компаниялар жақын арада қандай өнім шығару немесе қызмет көрсету керек және ол үшін қандай үдерістерді жүзеге асыру керек деген мәселені шешуге нақты және болашақ тұтынушыларын өте белсенді тартады. Бұл компаниялар үшін өз нарығында бірінші орын алу және өз саласында қандай да бір жаңалықты бірінші шығару маңызды болып табылады. Мысалы: DeWalt компаниясы.

2. Нарықты бақылау. Инновацияларға мұндай көзқарас ұстанушы компаниялар нарықты өте терең зерттеп, өз клиенттерін пікіріне құлақ асады. Олардың қызметі өз өнімдерін түбегейлі және күрт өзгертуге емес, ақырындап жетілдіруге бағытталған. Мысалы: Plantronics компаниясы.

3. Технология соңынан жүру. Инновацияларды өмірге осындай схема негізінде әкелуді жөн санайтын компаниялар бірінші кезекте өздерінің технологиялық мүмкіндіктеріне бағытталады. Олар көбіне нарыққа қажеттіліктерді қанағаттандыратын өнім ұсынады. Мұндай өнімнің пайда болатынын ешкім де ойламаған. Мысалы: Siemens компаниясы.

Жоғарыда көрсетілген топтардың әрқайсысының инновациялық үдерістің әрбір кезеңінде өзіндік ерекшеліктері болады, ол төмендегі кестеде көрсетілген:

Белгілі бір компанияға инновациялық стратегияның қай түрін таңдау керек? Біріншіден, инновациялық және жалпы стратегия арасындағы байланысқа, екіншіден, бәсекелестік ортаға мән беру керек. Инновацияның жоғары тиімділігіне, табыстылығына қол жеткізу үшін жобаның басынан соңына дейінгі инновациялық үдерісті нақты және қатаң басқару керек екенін инновацияның әлемдік көшбасшылары дәлелдеп отыр. Мұндай басқару әрбір қадамды бақылау және әр факторды сараптап, талдауды, яғни жаңа өнімді жасап шығаруға кеткен уақытша және қаржылық шығындардан бастап, жаңалықты нарықтың қабылдауына дейінгі кезеңді қамтиды. Бірақ осыған қарамастан, инновацияның

табыстылығы осы салаға компанияның қанша қаражат көлемінде инвестиция салғанына қатысты емес.

6-кесте. Инновациялық компаниялардың корпоративтік стратегиялары

Стратегия	Идеяны іздеу	Жобаларды іріктеу	Жаңа өнімдерді шығару
Қажеттіліктерді іздеу	Тұтынушылар идеяларын жинау, олардың қажеттіліктерін талдау, клиенттік базаны қалыптастыру және сегменттеу	Инновацияға салынған инвестицияның қайтуын қатаң бақылау	Тұтынушылардың таңдауына сәйкес келетін өнімді жасау
Нарықты бақылау	Нарықты зерттеу, ресурстарды тарту	Үдерісті қатаң тәртіпте ұстау	Жетілдірілген белгісі бар өнімді нарыққа тез шығару
Технология соңынан жүру	Жаңа технологияларды іздеу, инновацияларды идентификациялау және трендтерді талдау	Тәуекелдерді басқару	Сапаны терең сынақтан өткізу

Зерттеу нәтижесінде ең тиімді инновациясы бар 118 компания анықталды. Олардың жаңа зерттеулер жүргізуге салған қаражатының ақталуы көбірек, ал инновацияға кеткен шығындарының сатылым көлеміне қатысты үлесі азырақ болып келеді. Өткен жылдағы тізімге қарағанда 60 жаңа есім бар. Өткен жылда жарияланған ең тиімді инновациясы бар 94 компанияның тек 58-і ғана өз позицияларын биыл да сақтап қалған. Олардың қатарында мынадай компаниялар бар: Adidas, Apple, Christian Dior, Google, Plantronics, Samsung Electronics, Yahoo және т.б.

Стратегияны таңдау, басқа да инновациялық қызметтің ғылыми зерттеу жоспарларын жасаумен байланысты. Инновациялық стратегияны жасау негізіне жататындар:

- ❖ өнімнің өмірлік цикл теориясы;
- ❖ фирманың нарықтық ұстанымы;

❖ жүргізіліп жатырған ғылыми-техникалық саясат;

Инновациялық стратегиялардың келесідей типтері көрсетілген:

1. Шабуылдау стратегиясы – бұл өз қызметін кәсіпкерлік бәсекелестік ұстанымында негіздеген фирмаларға тән. Бұл стратегия шағын инновациялық фирмаларға, немесе экспленттерге, яғни «жарып өтерлік» жаңа енгізілімдерге маманданған фирмаларға тән. Қаржы көздерінің көп бөлігі, көбінесе тартылған, мұндай ұйымдарда ғылыми зерттеулерге жұмсалады. **Экспленттік (пионерлік) стратегия** жаңа немесе түпкілікті жаңарған ескі нарық сегментін шығарумен байланысты, революциялық шешімдерді іздеу мен жүзеге асыруды мақсат тұтатын алғашқы өндірушілер. Олардың экономикадағы басты рөлі – инновациялық, түпкілікті өзгерген, «жарып өтерлік» жаңа енгізілімдер. Осындай компаниялардың қатарында iPod, iPad өнімдерін жасап шығарған «Apple» компаниясы, алғашқы ұялы телефон ойлап тапқан «Motorola» компаниялары жатады. Экспленттердің мықтылығы түпкілікті жаңа, нарықта бұрын болмаған инновацияларды жасап шығару. Мұндай инновациялық жобалардың 10-ның тек біреуі ғана табысқа жетуі мүмкін, бірақ осы жалғыз жоба нәтижесі үлкен техникалық, қаржылық және моральдық жетістіктерге жетеді. Бұл инновациялардың кейбіреуі жаңа технологиялық кезеңнің қалыптасуына себеп болады. Олардың ұраны «Қолдан келсе, жаңа, жақсы және арзанырақ инновациялар жасау».

2. **Қорғаныстық стратегия** – фирманың нарықтағы бәсекелестік позицияларын сақтап қалу үшін бағытталған стратегия. Мұндай стратегияның басты функциясы – инновациялық қызметтегі «шығындар-қорытынды» арақатынасын тиімді ету. Бұл стратегия интенсивті ғылыми зерттеулерді қажет етеді. Мұндай стратегияны ірі компаниялар да, шағын компаниялар да қолдана алады. Әдетте бұл стратегияны коммутант компаниялар қолданады. **Коммутантты (біріктіретін) стратегияның** күші белгілі бір тұтынушыны топтарының шағын қажеттіліктерін қанағаттандыруға қабілеттілігі. Бұл өнімнің тұтыну құндылығын көтерудің жолы, яғни өте жоғарғы сапа арқылы емес, нарықтағы эксплент фирмалардың ерекше инновациялық өнімдерін мо-

дернизациялау арқылы табысқа жету. Коммутанттардың ұраны «Тек Сіздің мәселенізді шешкенім үшін төлейсіз». Виоленттер, пациенттер, эксплеренттер қызықпайтын нәрселердің барлығына кіріседі. Мысалы Мак Дональдс стратегиясы – белгілі бір тұтынушы топтарға бағытталған икемді, даму және инновацияларды тез енгізетін стратегия.

3. Еліктемелік стратегия – мықты нарықтық және технологиялық позицияларға ие компаниялар қолданады. Яғни жаңа тауарды нарыққа енгізуде пионер болып табылмайтын компаниялармен қолданылады. Бірақ ерекше инновациялардың тұтынушылық қасиеттерін шағын инновациялық фирмалардан не көшбасшы – инновациялық компаниялардан көшіріп жаппай өндіріске енгізеді. Бұл стратегия көбіне жектілікті қаржылық, адам ресурстарына ие ірі компаниялармен (виолент-фирма) сипатталады, яғни бәсекелестерінен өндірістің сериялылық және масштабы әсері есебінен озып отырады. Виоленттік – жігерлік стратегия ірі стандарттық, жаппай өндірісте жұмыс жасайтын фирмаларға тән. Фирмалардың ұраны «Арзан, бірақ сапалы» Мысалдар, «Тоёта», «Шевроле», «Сименс». Бұл фирмалар кең ауқымды, жұмысшылар саны көп, көптеген бөлімшелері және еншілес кәсіпорындары, толық ассортименті бар және мықты қаржылық күші бар компаниялар. Олар ғылыми зерттеулерге қомақты шығындарымен, күшті маркетингтік зерттеулерімен, жарнамаларымен ерекшеленеді. Виоленттердің тауары жоғары сапалы, стандарт деңгейіне сай болады, бірақ олар инновациялық сферада пионерлер болып табылмайды.

4. «Қуыс» (ниша) стратегиясы – кең нарықтың шағын сегментіне, жаңа бірегей сипаттамалары бар тауарды өндіру арқылы бейімделумен сипатталады. «Қуыстық» стратегия бойынша тауар дифференциациясының мақсаты, инновациялар нарықтың шағын сегментіне бағытталады. Бұл стратегияны қолданушы компанияларды пациент деп атайды. Пациент-фирмалар әр түрлі көлемде болады: шағын, орта және кейде ірі. Бұл стратегия шектеулі тұтынушылар шеңберімен жұмыс жасайтын фирмаларға тән. Өздерінің қымбат және жоғары сапалы тауарларын, нарықтағы кәдімгі тауармен қанағаттанбайтын тұтынушыларға бағыттайды.

Олардың ұраны «Қымбат, бірақ жақсы». Пациент фирмалар басты корпорациялармен тікелей бәсекелестіктен бас тартады, сондықтан оларды экономиканың «ку түлкілері» деп атайды. Олардың көлемі әр түрлі болуы мүмкін: ірі, орта және шағын. Пациенттік – бұл тауарды дифференциациялау стратегиясы, және шағын нарық сегментінде өз қуысын табу. Мысалы, Край Ресерч компаниясы инновациялық суперкомпьютерлерді ерекше тапсырыспен жасайды.

Талдауға арналған жағдай

Сапон компаниясының шабуылдық стратегиясы

Сапон корпорациясы 50 жылдан бері жұмыс жасайды. Көшірме машина жасауға олар 1962 ж. кірісті, олар белгілі электрондық фотография ұстанымын қолданды. Жаңа енгізілімдер портфелін қалыптастыруға 10 жыл жұмсалды. Сапон өз қуысын өте тығыз жапон және әлем нарығында тек қана тауарларының сапалығына ғана емес, сонымен қатар үнемі жаңартулар енгізу арқылы қамтамасыз етіп отыр. Нарықты өңдеуде бастысы – тұтынушыға мүлтіксіздікке әуестікті егу. Әрбір жаңарту тұтынушының еңбегін, өмірін оңайлату керек және ақшасын, орнын, уақытын үнемдеу қажет.

Жаңа енгізілімдер портфелін қалыптастыруға корпорация 1 млрд. долл. жұмсайды. Бір жылда бірнеше зерттеу орталықтарында 5 мыңға жуық жұмысшылар жұмыс істейді.

Сапон кейіннен көшірме машиналарын жақсартып, жаңа, әр түрлі қызмет түрлерін көрсететін түрлі түсті көшірме машинасын шығарды. Көшірме машинасының бөлшектік элементтері үнемі жақсарып, жаңа сапаға ие болып, жаңа техникалық деңгейге көтеріліп отырады. Ол көлемі бойынша кішірейіп (миниаппараттар кейстің көлемімен бірдей), жылдамдығы тез (минутына 100 көшірме), басқаруда және қызмет көрсетуде жеңіл, суреттің сапасын жақсартып отырады.

Сонымен қатар, құрамдас бөліктері мен бөлшектері бойынша, бағдарламалық қамсыздандыруға байланысты стратегиялар бар. Бұл фирма 5 – 7 жыл алға тұтынушыларды немен таң қалдыратынын біліп отырады.

Талқылауға арналған сұрақтар

1. Сапон компаниясының инновациялық қызметі туралы не білесіз?

2. Сапон компаниясының инновациялық стратегиясының ерекшеліктері қандай?

4-бөлімді пысықтауға арналған сұрақтар:

1. Инновациялық саясат түсінігіне анықтама беріңіз?
2. Компания қызметін жалпы стратегиялық басқарудағы инновациялық стратегияның орны қандай?
3. «Инновациялық стратегия» категориясына анықтама беріңіз.
4. Инновациялық стратегиялардың қажеттілігін түсіндіріңіз.
5. Инновациялық шабуылдаушы стратегиясының мазмұнын ашыңыз.
6. Қандай инновациялық стратегиялар бар?
7. Коммутанттық стратегияны қалай түсінуге болады?
8. Еліктеу инновациялық стратегиясының мәні неде?
9. Пациенттік стратегияны қалай түсінуге болады?

5.1 Шағын инновациялық бизнестің ерекшеліктері

Шағын кәсіпкерлік инновациялық кәсіпкерліктің маңызды бөлігін қамтиды. Шағын кәсіпкерлік – нарықтық экономиканың негізгі бөлігі, шағын кәсіпкерліксіз балансталған, динамикалық түрде дамитын халық шаруашылық жүйесін құру мүмкін емес. Шағын кәсіпорындардың экономикалық мағынасы өте кең, мысалы шағын капиталды жұмсай отырып, шағын кәсіпорындар өзінің тұтыну тауарлары мен қызметтерін экономиканың кез келген салаларында кеңейте алады, бәсекелестікті дамытады, бюджетке түсетін түсімдерді көбейтеді.

Егер, Еуропа одағында әр мың адамға 45 – 50, АҚШ-та 50-60 шағын кәсіпорын келетін болса, ал Қазақстанда 7-8 шағын кәсіпорын келеді.

Инновациялық үдеріс шағын кәсіпорын жүйесінде орасан зор рөл атқарады. Алюминий өндірісіндегі 149 салмақты жаңалықтың 1/7 бөлігі АҚШ тағы үлкен корпорациялардың зертханаларында пайда болды. Дамыған елдерде бүкіл жаңа енгізілімнің шамамен 40% шағын және орта фирмалар ойлап тапқан болатын. Шағын инновациялық кәсіпорындарды құру, бүгінгі күнде ғылыми зерттеу жұмыстарын технологияларға енгізудің басты элементі болып табылады. Шағын бизнес инновацияларды тез және табысты жүзеге асыра алады. Статистика көрсеткендей инновациялық бизнес үлкен тәуекелмен байланысты, оң нәтижесінің болуы шамалы. Шағын инновациялық бизнестің тәуекелі одан да жоғары, бұл себептен оны тәуекелді немесе венчурлық деп атайды. Бұның себебі, шағын бизнестің сыртқы ортаның өзгеруіне тәуелді болып келуінде. Бұған қарамастан, қаржылық сәтсіздікке ұшырамаған жағдайда, шағын кәсіпорын үлкен компанияға немесе жаңа қызмет сферасына айналуы мүмкін.

Шетел тәжірибесі шағын инновациялық бизнестің орасан зор рөл атқаратындығын көрсетеді.

Шағын инновациялық бизнестің айрықша ерекшеліктері:

- Экономиканың бүкіл саласында бар, өндірістік және өндірістік емес өрістің тар саласының шегінде тұйықталмайды.

- Инновациялық үдеріс, сонымен қоса жаңа өнімді өндіріске енгізу тезірек өтеді. Ірі фирмалардың сыртқы және ішкі ортаның өзгерісіне икемділігі төмен, және олардың басқару пирамидалары күрделі, осының барлығы инновациялық циклды бәсеңдетеді, бұл инновациялық идеяның ескіруіне әкеледі.

- Олар нарықтық ортаның өзгеруіне икемді, өйткені қиын ұйымдастыру құрылымдары жоқ. Бірақ, соған қарамастан шағын бизнес сыртқы ортаның өзгерісіне жоғары тәуелділігімен және тәуекелімен ерекшелінеді.

- Шағын инновациялық кәсіпорындар ірі кәсіпорындарға қарағанда, ғылыми зерттеулерге біршама мағынада көбірек қаржы салады. Ірі кәсіпорындарға қарағанда, бір адамға шаққанда 2,5 есе жаңа енгізілім көп. Бірақ олардың қаржылық, адам, шикізат ресурстық мүмкіндіктері ірі компанияларға қарағанда азырақ, осы себептен шағын бизнес үлкен масштабты жобаларды іске асыра алмайды.

Осы ерекшеліктердің бәрі шағын бизнестің қызметіне қолдау көрсету және нарықтық ортаның жағымсыз әсерінен қорғау керек екендігін көрсетеді. Дамыған елдерде шағын инновациялық бизнесті мемлекеттік қолдау келесілерді қамтиды:

- Шағын инновациялық бизнестің жұмыс істеуін құқықтық және заңдық тұрғыдан қамтамасыз ету.

- Несие жеңілдіктері мен салық жеңілдіктерінің жүйесі.

- Тікелей бюджеттік қаржыландыру және коммерциялық сектордың қаржыларын тарту.

- Шағын фирмалардың қызметін ақпараттық кеңестік, маркетингтік және кадрлық қамтамасыз ету.

Бүгінгі таңда дамыған мемлекеттердегі сияқты, мемлекетімізде шағын инновациялық бизнесті қолдаудың кешенді механизмі жоқ, АҚШ-та, Германияда, Англияда, Жапонияда және т.б. дамыған мемлекеттерде сияқты шағын инновациялық бизнеске жан-жақты қолдау көрсету жеткіліксіз деңгейде.

Мысалы, қызметтің осындай түріне қолдау көрсету АҚШ-та 1953 жылдан бастап, шағын бизнестің арнайы әкімшілігі тарапынан жүргізіледі. 1978 жылдан инновациялық қызметті федералды саясат қарамағындағы Ұлттық ғылыми қор «Шағын бизнес ұлттық қажеттілікте» атты бағдарламамен қаржыландырады.

Германияда екі мемлекеттік орган жұмыс істейді: Зерттеу және технология министрлігі және Экономика министрлігі, олар шағын және орта инновациялық фирмалардың қызметін қаржыландырады. Бірінші орган өз тұрғысынан әр түрлі жобалар мен бағдарламаларға тікелей қаржылық қолдау көрсетеді. Экономика министрлігі өз тарапынан әр түрлі өндірістік және зерттеу ассоциацияларына көмек көрсетеді.

Канадада шағын инновациялық бизнесті Ғылым мен технология министрлігі, Сауда және өндіріс министрлігі және зерттеудің Ұлттық кеңесі қолдайды.

1978 жылдан бастап Францияда шағын және орта кәсіпкерліктің мемлекеттік хатшылығы жұмыс істейді, оның қызметі шағын инновациялық бизнесті қаржыландыру және қолдау көрсету болып табылады.

5.2 Венчурлық бизнестің жалпы түсінігі, мәні және мазмұны

Шағын инновациялық бизнес саласындағы басты мәселе – инновациялық жобаларды қаржыландыру. Жоғарыда айтылғандай, шағын инновациялық бизнесті тәуекелді немесе венчурлық деп атайды. Орташа он жобаның ішінен тек қана бір, екі жоба жетістікке жеткендігі шағын инновациялық бизнестің тәуекел дәрежесін айғақтайды. Бірақ соған қарамастан инновациялық жобаларды тәуекелге барып бизнеске енгізу, жаңа компанияға орасан зор табыс әкелуі, сонымен қоса табыссыз аяқталған жобаларға кеткен шығынды толық жабуы мүмкін. Егер де осындай жобалардың саны көп болса, заңдылық бойынша тәуекел саны азаяды ал жетістікке жету ықтималдығы инновациялық бизнесте жоғарлайды. Дамыған елдерде инновациялық бизнесті дамыту мақсатында венчурлық қаржыландыру кеңінен қолданылады, ол инновациялық жобаларды орталықтандырады және қаржылық тәуекелдің диверсификациялау негізінде енгізуді ұйымдастырады.

Венчурлық капиталдың пайда болуына дейін әлемде шағын бизнесті қаржыландырудың бірнеше көздері белгілі болатын: банктің капиталы, ірі корпорациялар мен компаниялар және бай адамдар қаражаты.

1957 жылы Нью-Йорктағы банктік инвестициялық фирманың жұмысшысы Артур Рок Калифорниядағы Силикон алқабында

орналасқан Shokley Semiconductor Laboratories фирманың иженері Ю. Клейнерден хат алады. Оның өтініші бойынша, нарықта баламасы жоқ инновациялық өнім-кремний транзисторын шығару үшін қаржыландыру көздерін іздейді.

Бұл теориялық жобаны жүзеге асыру үшін бірде-бір компания қаржыландыруға тілек білдірген жоқ, тек қана өнертабыскер Шерман Ферчайлд қаражат тауып, тәуекелге бара отырып, бизнес тарихында алғаш рет табиғаттағы жоқ затты шығару үшін жана Fairchild Semiconduktor фирмасын құрды.

Фирманың пайда болуы Силикон алқабындағы кейіннен пайда болған мынадай атақта компанияларға негіз болды: Intel, Apple Computer, Microsoft және т.б. Атап айтқанда, Артур Рок, венчурлық қаржыландыру терминін ағаш рет қолданған адам болатын, яғни жеке бизнесте ғылыми техникалық жобаларды, жетістікке жету кепілдігінсіз іске асыру үшін қаржыларды бөлу механизмі.

Бұл бизнестің мәні – инновациялық қызметпен айналысатын, жоғарғы технологияларға негізделген, ноу-хау өнімдерін шығаратын, шағын және орта компанияларға тікелей инвестицияларды бөлу.

Венчур сөзі бір жағынан кәсіпорын, екінші жағынан тәуекел деген сөзді білдіреді. Бұның мәні, нарықта бұрын соңды болмаған өнім жасайтын кәсіпорынға үлкен ақша қаражаттарын салу, бұл тәуекелі өте жоғары кадам екені белгілі.

Венчурлық бизнестің басты мақсаты – бір кәсіпкердің қаржылық капиталын және екінші кәсіпкердің интеллектуалдық мүмкіндіктерін нақты экономикалық секторда бизнес арқылы қоса отырып, болашақта жаңа компанияның екі кәсіпкерге де пайда әкелуі.

Әр түрлі елдерде «venture capital» және «private equity» сөздерінің мағыналары бірдей емес. Еуропада бұл екі сөз алмастырушы сөздер болып табылады. АҚШ-та «private equity» түсінігі «venture capital»-ға қарағанда кең мағына береді. Оған венчурлық капитал, венчурлық лизинг, венчурлық факторинг, левередж шарттары кіреді. «Private equity» мәні – қор нарығындағы бос айналымда қатыспайтын, қор биржасында тіркелмеген акцияларды сатып алу үшін ақша қаражаттарды инвестициялау. Бұл ғылыми

зерттеулерді қаржыландыру, компанияның айналым капиталын ұлғайту немесе оны қайтадан ұйымдастыру болуы мүмкін.

Атап айтқандай, венчурлық бизнестің отаны АҚШ болып табылады. Көне және қуатты әлемдік қаржылық сектор Ұлыбритания, Еуропадағы венчурлық бизнестің пионеры болып табылады. 1979 жылы венчурлық инвестициялардың жалпы көлемі 20 миллион ағылшын фунтын құраған болатын, ал 8 жыл өткеннен кейін 1987 жылы бұл сома 6 миллиард фунт болды. Он жылдықтар ішінде венчурлық бизнес Еуропада 46 миллиардты аккумуляциялады.

Венчурлық қаржыландыру деген не және қазіргі дамыған мемлекеттердің экономикасында қандай рөл атқарады?

Венчурлық қаржыландыру – бұл ұзақ мерзімді, жоғарғы тәуекелі бар репутациясы жоғары венчурлық кәсіпорындарды немесе жаңадан құрылған жоғарғы технологиялық ноу-хау өнімдерді шығаратын компанияларды, кеңейту мақсатында, салынған қаржы қаражаттарды ұлғайту мақсатында жеке капиталды акционерлік капиталға инвестициялау.

Венчурлық қаржыландыру бұл:

- Жоғарғы тәуекелмен байланысты, сонымен қоса үлкен пайда табуға мүмкіндік беретін шағын инновациялық бизнесті қаржыландыратын маңызды құрал.
- Банктердің несие беру тәуекеліне бармаған жағдайда тез өсуші жоғарғы технологиялық компанияларды қаржыландыру көзі.
- Компанияның өмір циклының кеш сатысындағы кішігірім жоғары технологиялық компанияны сатып алудың мүмкіндігі.

5.3 Венчурлық қаржыландырудың ерекшеліктері

Венчурлық қаржыландыру банктік несие беруден қатты ерекшеленеді. Өзіндік қаржыландырудың бұл түрінің бірнеше аса маңызды мәнді және сипаттық ерекшеліктерін атап кетсе болады:

1. венчурлық қаржыландыру акцияға пайлық салымдар мен, яғни тәуекел мен биржадағы ойынмен байланысты;
2. венчурлық салымшы өз ақшасын компанияға емес, жаңа компанияның интеллектуалды меншігін құрайтын акционерлік капиталына салады;

3. әдетте, бұндай инновациялық жобалар не техникалық не коммерциялық апробацияға ие емес, мұндай жобаларды жүзеге асыру тәуекелі өте жоғары болады;

4. венчурлық капитал тек жаңа жоғары техникалық компанияға орташа және ұзақ мерзімге беріледі. Компанияның өмірлік циклы өтпейінше, венчурлық инвестордың өз қалауымен кез келген уақытта алына алмайды;

5. қаржыландырудан кейін, 5-7 жыл өткен соң ғана венчурлық инвестор өзіне тиесілі акцияларын иемденіп, оларды бастапқы бағасынан бірнеше есе жоғары бағада сату арқылы пайда табады. Сол себепті де венчурлық инвесторлар табыстың дивидент түрінде бөлінуінен гөрі, оны қайтадан бизнеске салуды көздейді;

6. қаржыландырылған шағын компанияның дамуының сәттілігі оның акцияларының құнның өсуімен, компанияның не оның бөліктерінің табысты сатылуы мүмкіндігімен тікелей байланысты;

7. шағын инновациялық фирмалардың бастапқы капитал көлемі салыстырмалы түрде үлкен болады.

Венчурлық инвесторлар әдетте венчурлық кәсіпорындарға өз қаражаттарын салу арқылы өз капиталын жеті жылда бес-он есе өсіруге мүмкіндік алады. Соның өзінде, венчурлық инвестор қаржыландырудан соң үш бес жыл өткен соң ғана табыс алатынын біледі. Осы жылдар арасында инвесторсалған ақшасынан ешқандай пайда көрмейді, дивидент алмайды.

Венчурлық инвесторлардың тәуекелі жоғары болғандықтан, сәтсіздік жағдайында инвестор компанияға салынған қаржының барлығын жоғалтуы да мүмкін. Сол себепті де, венчурлық инвесторлар тәуекелді азайту үшін басшылар кеңесіне кіріп инновациялық үдерісті басқару ісіне тікелей араласқысы келеді.

Сол себепті де инвесторлар қаржыландыру объектілерін таңдауға аса жауапкершілікпен қарайды. Тәуекелділікті барынша төмендету мақсатында, венчурлық инвесторлар бірнеше венчурлық жобаларды бір уақытта қатар қаржыландырғанды дұрыс көреді. Олар өз қаржыларын бірнеше жобаға бөліп салуы, не бірнеше инвесторлар бір жобаны қолдауы мүмкін. Сол үшін венчурлық қаржыландыруда ресурстарды кішкене көлемде, сатылы түрде бөліп беру қолданылады. Нәтижесінде венчурлық

кәсіпорынды қаржыландыру оның өмір циклының алдыңғы сатыларының сәттілік деңгейіне байланысты.

Венчурлық инвестор қаржыландырып отырған компания аяққа тұрып, тұрақты тұтынушылар таппайынша пайда таба алмайды. Венчурлық инвестор өз қаражатын толық қайтарып және пайдасын алу үшін:

1. біріншіден өз акцияларын қор нарығында тиімді бағамен сатуы керек;

2. екіншіден инвестордың жобалап қойған табыс көлемін төлей алатын тұлғаға немесе компанияға венчурлық компанияны тұтас немесе оның өзіне тиесілі бөлігін тікелей сатуы қрек.

Мысалы, 1975 жыл мен 1979 жылдар аралығында, американдық бизнесмендер арасында аз танылған шағын жоғары технологиялық Apple Computer, 16 венчурлық қаражат көзінен 7 миллион долларды компанияның инновациялық жобаларына салады. Ол 1980 жылы 12 желтоқсанда өз акцияларын биржалық қорға шығарылып сатады. Ерекше инновациялық жоба нәтижесі арқасында компанияның құнды қағаздарының бағасы бір күн ішінде өсіп, бірнеше сағаттағы сұраныстан биржадағы компания акциясының жалпы құны 1,7 миллиард долларды құрады. Бұл сома әлемге әйгілі Ford Motor Company-дің капитализациясынан асып кетті. Қазір әйгілі Apple компаниясының негізін қалаушы 25 жасар Стивен Джобс венчурлық қаржыландыру көмегімен небәрі 24 сағат ішінде миллиардер болып шығады.

Талдауға арналған жағдай

Әуестену күші

1983 жылы 18 жастағы Dell computers-тің негізін қалаған Майкл Делл, 1992 жылы 26 жасында АҚШ-тың тарихындағы Fortune 500 журналына кіріп, ең жас фирма бастығы атанды. 2004 жылы Dell фирмасы көпшілік таңданатын алып фирмалар арасында 6 орында болды. 2005 жылы «Forbes» журналының бағасы бойынша Майкл Делл 18 млрд. доллар ақшасымен АҚШ-тағы ең бай адамдар санатына кірді.

Майкл Делл 1965 жылы туылған және 15 жасында компьютермен айналыса бастады. 1980 жылы ата-аналары оған

бірінші компьютерін сыйға тартты, ол сол бойда компьютердің ішінде не барын білгісі кеп өз бөлмесіне әкеліп, бөліктерге бөліп тастайды.

Сонан соң Майкл өзі үшін және клиенттер үшін компьютер құрылымын, функцияларын жақсартып бастайды. Остиндегі Техастық университетке түскен соң, ол өз әуестенуін бизнеске айналдырып PC's limited компаниясын ашты. Оның оқу орнының жатақханасы тез арада шеберханаға айналды. Майклдың университеттегі оқуға қарағанда компьютер саласына көп көңіл бөлетіні жайлы хабар Майклдың ата-аналарына жетпеді, абыржыған әкесі Остин қаласына келеді. Сондағы әңгімеде 18 жастағы Майкл алып IBM компаниясына бәсекелес болғысы келетіні жайлы айтады.

Көп ұзамай Майкл Dell бастапқы капиталы 1000 доллармен Computer Corporation фирмасын ашады. 1 курсты бітіріп, өзінің жаңа венчурлық кәсіпорнына көп уақыт бөлу үшін оқуынан шығып кетті.

Dell Computer фирмасы өзінің компьютерлерінің әр данасын делдалдар арқылы емес, тікелей сату стратегиясымен қызымет атқарды. Делдалдарға комиссия төлеудің арқасында бағадағы артықшылық байқалады. Dell осы стратегияны пайдалану негізінде тұтынушылармен тікелей байланысқа түсуге мүмкіндік алып, олардың талғамы мен қалауы туралы ақпараттарды тез жинақтап отырды. Тұтынушымен келісушілік және тікелей байланыс Dell компаниясына нарықтағы өзгерістерге бәсекелестерден тезірек қимылдауға мүмкіндік берді, нәтижесінде фирманың сатылым мен табысы бірнеше рет өсті.

Майкл өзінің жаңа бизнес моделін – «тікелей модельді» жасаған кезде көп бизнесмендер бұл әдіске сенімсіздікпен қарап, бұл әдістің ірі бизнеске сәйкес емстігін айтты. Бірақ бұл әдіс жұмыс істеді және күтпеген жоғары нәтиже береді. 1999 жылы Dell Computer компьютер сату бойынша АҚШ-та бірінші орынға шықты. 1987 жылы 22 жастағы Майкл Еуропалық нарықты басып алу үшін Англияда өз фирмасын ашады, презентацияда көп мамандар тікелей модель АҚШ-та жақсы жұмыс істеуі мүмкін, бірақ Еуропада оның жұмыс істеуі екіталай

деп тұжырымдады. Бірақ жаңа модель тағы жұмыс істемей кетті, солай Dell Computer компаниясы еуропалық нарықтағы компьютерлер сатылымының көшбасшысы болды. 1994 жылы 29 жастағы Майкл өз Азиялық офисін Жапонияда ашқанда жергілікті мамандар бұл модельдің батыста жұмыс істеуі мүмкін, бірақ шығыста басқа мәдениет, мұнда тікелей модель жұмыс істей алмайды деді. Бірақ мұнда да мамандар мен сыншылар қателесті. Dell Computerдің азиялық офисі ең тез өсуші болып табылады.

Талқылайтын сұрақтар:

1. Инновацияның қандай түрлері енгізілді?
2. Майкл Dell-дің инновациялық жұмысына қалай қарайсыз?

5 бөлімді пысықтауға арналған сұрақтар:

1. Шағын инновациялық бизнесі деп нені түсінесіз?
2. Шағын инновациялық бизнестің негізгі ерекшеліктерін атап өтіңіз;
3. Шағын инновациялық бизнестің дамуы қандай факторлармен анықталады?
4. Венчурлық бизнес түсінігіне анықтама беріңіз.
5. Венчурлық қаржыландырудың мәнін ашып беріңіз.
6. Венчурлық қаржыландыру банктік несиеден қалай ерекшеленеді?
7. Шет елдердегі венчурлық бизнестің дамуын талдаңыз.
8. Венчурлық бизнесті ұйымдастыру және басқару ерекшеліктері қандай?

5.4 Шағын жоғары технологиялық компанияның өмірлік циклы

Тәуекелі жоғары венчурлық жобаларды қаржыландыру үшін инновациялық және венчурлық қорлар инновациялық жобаларды көп критерийлі жүйе арқылы қатаң талдау жасайды. Бұл өте маңызды кез, себебі қаржылық табыс инновациялық жобаның дұрыс таңдалуына байланысты. Тәжірибеде жобаны таңдау үдерісі мынадай төрт кезеңнен тұрады:

І кезең. Венчурлық қаржыландыруды талап ететін инновациялық фирманы іздеу және таңдау. Венчурлық инвестордың қаржылық тәуекелі салынған капиталдың қайтымы орта деңгейден

жоғары болуымен ақталады. Салынған капитал қайтымдылығы (Internal Rate of Return-IRR) – сыйақыны өлшеудің жалпы көрсеткіші инвесторге де иновациялық идея авторы үшін де негізгі көрсеткіш. Осы көрсеткіш Еуропалық және британдық венчурлық капитал ассоциацияларында инвестициялық жобаның табысын бағалаудың стандарты болып табылады.

II кезең. Инновациялық компания не инновациялық жоба венчурлық капиталистің алдына түскен соң, ұзақ және оңай емес, тиянақты тексеру және талдау үдерісі басталады. Бұл кезең венчурлық қаржыландырудағы жобаны ең ұзақ, кейде бір жарым жылға созылатын кезең және ол қабылдау не қабылдамау туралы шешім шығарумен аяқталады. Инновациялық жобаның барлық аспектілері бойынша компания мен бизнестің инновациялық жағдайы талқылауға түседі. Осындай зерттеу шешімі оң болса, инвестициялық ұсыныс не меморандум қабылданады. Онда инвестициялық комитет үшін қорытындылар мен ұсыныстар жасалғаннан кейін ол өзінің соңғы шешімін шығарады.

III кезең. Жобаны не компанияны қаржыландыру туралы шешім қабылданған соң, қаржыландырылатын компанияның шотына ақша қаражаттарын аудару кезеңі басталады. Ол қажетті-құқықтық қағаздардың құрылуы мен толтырылуымен байланысты.

IV кезең. Дайындалу кезеңі біткен соң инноватор кәсіпкер өз компаниясына қаражатты алады, онан соң жаңа кезең *hands on management*, яғни басқару не *hands on support* яғни қолды пульстте ұстау кезеңі басталады. Инвестор берген қаражаттың компания қалай жұмсап жатқанына бей-жай қарамайды. Венчурлық қордың өкілі қаржылық менеджер атқарушы директор болып басшылар кеңесі құрамына кіреді.

Айына бір рет басшылар кеңесінде басқарушылардың есеп қисаптары тапсырылады. Негізінде, бұл – компанияның ақша қаражаттарының жұмсалуды жайлы айлық есебі.

Бірақ компанияның нақты венчурлық инвесторы болмаса, шағын жоғары технологиялық компания инвесторды өзі іздеуі қажет және өз қызметін тәжірибе жүзінде бекітілген ережелерге сәйкес кезең бойынша дамытып отыруы қажет, жаңа шағын жоғары технологиялық компанияның даму кезеңдері төмендегі

7-кестеде берілген. Олардың әрқайсысының өз құрылымы, ерекшеліктері, сипаттамалары болады.

7-кесте. Жаңа шағын жоғары технологиялық компаниялардың қалыптасу кезеңдері

1-кезең. Инвестиция алдындағы кезең

1. Инновациялық жобаның идеясының қалыптасуы.
2. Құралдар іздеу және ұсынысты құжаттандыру.
3. Потенциалды инвесторды іздеу.
4. Алғашқы инновациялық бизнес жоспарды дайындау.
5. Потенциалды инвестормен келісім жүргізу.
6. Түпкілікті бизнес жоспарды дайындау.
7. Инвестиция көлемі, жобаны қаржыландыру шарттары, пайданы бөлу жөнінде келісім-шарт дайындау.

2-кезең. Инвестициялық кезең

1. Инвестицияның бірінші траншын алу.
2. Компанияны ұйымдастырудың алғашқы кезеңдері.
3. Қолданыстағы үлгіні қарастыру немесе ұқсас үлгі дайындау.
4. Маркетингтік зерттеу жүргізу.
5. Алғашқы тәжірибелік өнім партиясын шығару.
6. Өндірісті өсіру және нақты нарық сегментін жаулап алу.
7. Тұтынушының назарын аудару үшін және сұранысты арттыру үшін тауарды жарнамалау.
8. Инвестициядан шығуға құрал іздеу.
9. Инвестициядан шығуға дайындық.
10. Инвестор мен менеджердің инвестициядан шығу бойынша тиімді таңдауы.

3-кезең. Инвестициядан кейінгі кезең

Компанияның кәсіпкері мен менеджері үшін бұл кезеңнің дамуы төмендегідей:

1. Компанияның өзін дамытуы немесе ірілеу компаниялармен бірігу кезіндегі оның нақты қайта құрылуы.
2. Аз ғана профиль өзгерісі бойынша жаңа компанияны құруға дайындық.
3. Бизнесінің бұл саласы бойынша жаңа компанияны құруға дайындық.

Бұрынғы инвестор үшін бұл кезеңнің дамуы төмендегідей:

1. Пайданы және компанияға салынған венчурлық капиталдың бір бөлігін венчурлық қор немесе венчурлық синдикаттарға бағыттау.
2. Ірірек жобаларды қаржыландыруға қатысу.
3. Жаңа инновациялық компаниялардағы өзін өзі инвестициялау.

Инвестиция алдындағы кезеңді инвестициялық кезең алмастырады. Осы кезде бәсекеге қабілетті тауар шығаруды бастайтын және нарықтың белгілі бір сегментін осы тауар арқылы иеленетін шағын жоғары технологиялы компанияның қалыптасуы басталады. Венчурлық компанияның өмірі инвестициядан кейінгі кезеңмен аяқталады. Бұл кезең инвестордың компанияға салған қаражатын қайтарумен және жаңа иелерінің болуымен сипатталады.

Шағын жоғары технологиялы компаниялардың құрылуының, қалыптасуының және дамуының негізгі кезеңдері осы болып табылады.

Дегенмен соңғы уақыттарда венчурлы бизнес мамандарының ұсынысы бойынша мұндай компанияның құрылуы мен дамуының үздіксіздігін алты кезең деп атауға болады.

5.5 Венчурлық компанияның қалыптасу және дамуының алты кезеңі

Бірінші кезең – Стартқа дейінгі кезең. Бұл кезең бірнеше айдан бір жылға дейін созылуы мүмкін және бұл кезең екі сатыдан тұрады:

1) Идеяның пайда болу сатысы, егер ол сәтті болса, бұл сатыда жаңа өнім немесе қызмет жасауға мүмкіндік беруі мүмкін. 2) «Seed» компаниясының пайда болуы, ағылшын тілінен аударғанда пайда болу, туу деген мағынаны білдіреді. Бұл кезеңде венчурлық компанияны Seed – «өсіруге арналған компания» деп атайды. Бұл саты пайда болған ғылыми және технологиялық идея немесе жоба, бизнес-идея қаржылық қолдауға байланысты қосымша зерттеулер немесе кейін нарыққа шығаруға болатын тауар үлгісін жасауға шарт жасайды. Мұнда негізгі тұлғалар болып өздерінің ойларын жаңа технология немесе жаңа өнім жасауға қолдануға тырысатын ғалымдар, өнертапқыш немесе техниктер табылады.

Екінші кезең – Старт кезеңі.

Бұл кезең әдетте 1 – 2 жылға созылады және мына сатылардан тұрады:

1) Компанияның дамуының бастапқы сатысы, яғни оның старты.

«Start up»- ағылшыннан аударғанда енді пайда болған компания деген мағынаны білдіреді. Бұл кезеңде венчурлық

компанияның аты – Start up – «енді пайда болған компания» деп аталады. Компания инновациялық үдерісті жүзеге асыра бастайды. Компаниялар ұйымдастырылу кезеңінде болуы мүмкін немесе ұзақ нарықтық тарихы жоқ компания ретінде қызмет етеді. Бұл компаниялар менеджмент командасына ие, нақты бизнес жоспарлары бар және операциялық қызметті жүзеге асыруға дайын.

2) Жаңа өнімді өндіруді ұйымдастыру сатысы. Бұл сатыда нарықта жаңа өнімнің сатылуына қажетті қосымша ғылыми-зерттеулік, конструкторлық және технологиялық өндірістер, сонымен қатар маркетингтік зерттеулер жасалады.

Үшінші кезең – Ерте өсу кезеңі.

Бұл кезеңге дейін жеткен венчурлық компанияларды «Early Stag»- яғни, «ерте даму сатысы» деп атайды. Компаниялар дайын өнімді шығарады және оны коммерциялық жүзеге асырудың, өткізудің ең бастапқы сатысында болады. Мұндай компаниялар табысты болмауы мүмкін және ғылыми зерттеу жұмыстарының аяқталуына қосымша қаржыны қажет етуі мүмкін. Бұл кезең жаңа өнімнің техникалық және алдын ала маркетингтік зерттеулерден сәтті өткені және бұл өнімді коммерциялық масштабта өндіруге жағдай жасағанда ғана жүзеге асады. Әдетте компанияның дамуының бұл кезеңі 1 жылдан 3 жылға созылады және үш тізбектелген сатыдан тұрады:

1) Алғашқы ерте саты – нарықты зерттеу барысында жақсы нәтижелерге қол жеткізуге байланысты коммерциялық өнімді өндірудің алғашқы үлкен емес масштабын үйлестіру.

2) Екінші ерте саты – алдыңғы сатыдан айырмашылығы нарықпен кері байланысты сезінуге мүмкіндік беретін компания өзінің тауарын керекті мөлшерде өндіруі. Осы кезеңде тауардың немесе қызметтің нарыққа толықтай енуіне мүмкіндік беретін өндірістің сандық және сапалық параметрлері орнатылады және осы көрсеткіштерге байланысты компания өндірістің жылдамдығын ұлғайтып отырады.

3) Үшінші ерте саты – компанияның дамуы, шығарылатын өнімнің сату көлемінің ұлғаюы, өндіріс көлемінің өсуі, алдағы уақытта шығарылатын өнімнің жеке қасиеттерін дамыту және қосымша маркетингтік зерттеулер жүргізілумен сипатталады.

Бұл кезеңде компания «есейеді», тауар сапасын көтереді, тауардың өзіндік құнын түсіреді және сонымен қатар жаңа өнімдер ойлап табу, бар өнімдердің қасиеттерін жоғарылатуға итермелейтін шағын фирмалар мен ірі корпорациялар сияқты бәсекелестермен кездеседі.

Төртінші кезең – Тұрақты өсу немесе кеңею кезеңі.

Алдыңғы кезеңдерден сәтті өткен венчурлық компаниялар үшін тұрақты өсу кезеңі басталады. Жылдық сату көлемі өскен кезде өндіріс қуаттылығының кеңеюіне қажеттілік туады, жұмысқа қосымша персоналды тарту, жаңа өнім жасау, сонымен қатар маркетингке және сату көлемін ұлғайту үшін көптеген айналым құралдарына қажеттілік туындайды. Бұл компанияларды Expansion – «кеңею» деп атайды.

Даму және кеңею кезеңі 2 жылдан 4 жылға созылады. Бұл кезеңде тәуекел онша жоғары болмағандықтан, ал пайда өсіп, өтімді активтердің бар болуына байланысты компанияның бағасы және оның акциялары біртіндеп өседі. Инвесторға өзінің салған капиталын қайтарып алу ғана емес сонымен қатар үстінен қосымша пайда алуға мүмкіндік туады. Компания осы уақытта сату көлемін ұлғайтып пайда табады. Түскен пайда маркетингтік зерттеулер, айналым капиталын ұлғайту, өндіріс базасын дамыту немесе жаңа инновациялық үрдіске пайдаланылуы мүмкін.

Сондықтан соңғысына – инвестициядан біртіндеп шығу фазасы, яғни өтімділікті қамтамасыз ету кезеңіне өту басталады.

Бұл фазаға сәйкес келетін мәселелер алдыңғыларға қарағанда өзгеше келеді: компанияға корпоративтік стратегиясын ойлау керек; ұзақ мерзімді перспективті жоспарлауға өту; қызметкерлерді материалдық және моральді қамтамасыз етуге және оның жаңа өндірістік қызмет ету схемаларымен байланысты мәселелерді шешу керек. Сол себепті компания жас компания болудан қалып, өспелі бизнеске айналады, сондықтан осыған байланысты салық және басқа да құқықтық аспектілермен мәселелер туындайды. Кәсіпкер өзін компанияның беделді тұлғасы ретінде сезінбейді және ол жаңа компания құру үшін осы компаниядағы үлесін сатып, кеткісі келеді.

Сондықтан компанияны инвестор мен инноваторға жоспарланған табыстың белгілі бір бөлігін ала үшін биржалық қорға дайындау жұмыстары алдына қойылады.

Бесінші кезең – компанияның өтімділігін қамтамасыз ету кезеңі.

Бұл кезең инвесторлардың өздерінің құнды қағаздарын кәсіпкермен келісімге келу уақытынан бері өз қаражатын табысқа айналдыру үшін сатумен байланысты. Әдетте бұл келісімге қол қойылған күннен бастап және компанияға венчурлы капитал инвестициясының бірінші бөлігі түскеннен соң 5 – 7 жылдан кейін болады.

Компания акциясын сатып алудың бірнеше нұсқалары бар, олардың әрқайсысы тез немесе кейін пайда алуға бағытталған:

- Компания акциясының бақылау пакетін сол компания менеджерлерінің сатып алуы. Венчурлық бизнесте бұл үдеріс «management buy-out», яғни «басқарушылардың сатып алуы» деп аталады. Бұл дегеніміз – акциялар пакетін тауар ассортименті, кәсіпорынның бөлігін немесе барлығын басқару қызметін жүзеге асыратын, қазіргі таңда жұмыс істеп жатқан компания менеджменті өз қарамағына алады. Сонымен қатар менеджмент инвестордан акцияларды компания жарғысында көрсетілген жарғыға сай сатып алады.

Қазіргі кездегі менеджменттің компания акциясын сатып алудың негізгі 5 оңтайлы жағы бар:

1. Компания менеджменті оның қазіргі жағдайы туралы нақты әрі толық ақпаратқа ие болады, сол себепті компания иесі бола отыра жұмысының тиімділігін арттыруды жүзеге асырады.

2. Компания басшылығы барлық қаржылық ағымдарға ие болады. Зандық құжаттаудың дәлдігін сақтаса, бұл жағдай басшылықтың қаржылық қатынастарда қызмет етуін кеңейтеді.

3. Компанияның басқарушы мүшелері компанияны еркін әрі қауіпсіз басқаруға, оның қызметіне мониторинг жүргізуге мүмкіндік алады. Бұл компания басшылығына үнемі есеп тапсыруға емес, компания дамуының ұтымды стратегиясын жасауға және жүзеге асыруға көңіл бөлуге мүмкіндік береді.

4. Директорлар кеңесі мен акционерлік қоғамды басқаруда менеджмент өкілдерінің өсуі компанияның одан әрі даму стратегиясына өзгеріс енгізуге мүмкіндік береді.

5. Компанияның үлкен акция пакетінің менеджмент қолында болуы оларды компания иесі әрі басқарушыларына айналдырады

және компанияның тиімділігін арттыруға тікелей қызығушылық тудырады.

- Компания акциясының бақылау пакетін басқа компания менеджерлерінің сатып алуы – «management buy-in» – «сырттан басқарушылардың сатып алуы», яғни компанияны немесе оның бөлігін бұл компанияда жұмыс жасамайтын немесе басқаруына қатыспайтын менеджерлердің сатып алуы. Шағын жоғарғы технологиялы компанияны сырттан менеджерлердің сатып алуы ішкі менеджерлердің сатып алуына қарағанда көп мәселелер туындайды.

- Тағы бір нұсқасына – шағын жоғарғы технологиялы компанияларды біртіндеп консолидациялау жатады. Бұл жағдайда басшылық басқа шағын жоғарғы технологиялы компанияларды сатып алу немесе қосу арқылы алуды жүзеге асырады. Консолидациялау кезінде компанияларды біріктіру үдерісін жүзеге асыру үшін қажетті қасиеттерге ие тәжірибелі менеджерлер қажет.

Алтыншы кезең – инвестициядан шығу кезеңі (exit or divesting) – немесе аяқталу кезеңі.

Негізінен венчурлы компанияда инвестицияның өмірлік циклі 5 – 7 жыл арасында болады. Осы уақыт аралығында венчурлы компания инвесторлары алдын-ала айтылған пайда мен салған қаражаттарын алуы үшін оң нәтижелер арқылы экономикалық тиімділікке жетуі тиіс.

Негізінен инвестициядан шығудың негізгі бес жолы бар:

1. Басқа шаруашылық компания саудасында өз үлесінді сату.
2. Инвестордан менеджменттің компанияның алдыңғы даму кезеңінен қалған акциялар пакетін алу.

3. Ұзақ мерзімді инвестициялауды жүргізетін басқа бөлімнің компанияны қайта қаржыландыруы немесе венчурлық капиталының бір бөлігін сатып алуы. Бұл жол қор биржасына шықпай, тәуелсіз компания ретінде өз кәсіпорнының венчурлық капиталына қызығушылық танытқан кәсіпкермен қолданылады.

4. Компанияны құтқару. Егер компанияның құны бизнес-жоспармен салыстырғанда төмен болса, онда оны сату барысында инвестор жоспарлаған пайданы ала алмайды. Акционерлердің алдында компанияны модернизациялау қажеттілігі мен алдын ала сатуға дайындау, оның ішінде қайта құрылымдау мәселелері

тұрады. Компанияның беделін көтеру үшін қосымша уақыт пен жаңа құралдар қажет. Осы мақсатта банктен кредит алуға немесе компанияның дамуының осы кезеңіне бағытталған венчурлық қорлардан инвестиция алуға болады. Бірақ кей жағдайларда инвестор күткісі келмейді және өзінің қаражатын қайтаруды талап етеді. Мұндай жағдайда қайта құрылымдаудың орнына басқа нәтижелі компания құрамына ену үшін сатуға дайындық жүргізіледі, сонымен қатар компания стратегиялық инвесторға сатылуы мүмкін немесе толық сатылуы мүмкін.

5. Ірі қор биржасына шығу. Бірақ Лондон Қор Биржасында, NASDAQ қор биржаларында акцияларды тіркеу өте қиын, дегенмен имиджі жоғары венчурлық компаниялардың құнды қағаздары осы қор биржаларында айналымға шығарылады.

Инвестициядан шығудың мүмкін жолдары осындай. Инвесторды таңдау көптеген факторлардан, әсіресе оның жеке тәжірибесіндегі жинақталған түйсігінен және кәсіпкер кеңес берушілердің берген шешімдерінен тәуелді болады.

5.6 Венчурлық капиталдың қайнар көздері

Негізінен дамыған елдер тәжірибесінде жоғары технологиялы шағын компанияларды қаржыландырудың қайнар көздерін былай бөледі: ресми және ресми емес секторлардың қайнар көздері (18-сурет).

Ресми емес сектор

АҚШ пен Ұлыбританияда жоғары технологиялы компаниялардың құрылтайшылары венчурлы жобалардың бастапқы кезеңдерін жеке жинақтары арқылы қаржыландырып, жүзеге асырады (көптеген жағдайлардың 59-74%-да түрлі бағалаулар бойынша осылай жүргізіледі).

Жеке жинақ көлемінің көбінесе шектеулі болатындығына қарамастан, барлық елдердегі бастауыш кәсіпкерлер меншік құралдарын көп мөлшерде игерудің басқа көздерден инвестиция тартпау мүмкіндіктерін қарастырады, себебі бұл әрекет болашақта құрылған компания акциясының көп үлесін иемденуге ерік береді. Сондықтан да инновациялық идеяның авторы жобасын өз қаражаты арқылы жүзеге асырғысы келеді.

Барлық дамыған елдерде инновациялық үдерістің бастапқы кезеңдерінде ғылым мен техниканың дамуы үшін арналған мемлекеттік және халықаралық гранттар кеңінен қолданылады. Сонымен қатар инновациялық жобаның идеясы теориялық деңгейде зерттеу жоғары оқу орындарында мемлекеттік бюджет қаражатынан қаржыландырылады.

Инновациялық жобаның одан әрі дамуы үшін инновациялық жобаның инициаторы жұмыс істейтін базалық институттың инвестициясы қабілетті бола алады. Академиялық және салалық базалық институттар мен университеттердің сонымен қатар конструкторлық бюро мен басқа да ғылыми-техникалық меке-



18-сурет. Венчурлық капиталдың қайнар көздері

мелердің құралдары негізінен алаңдарды ұсыну, тәжірибелік стендтер, аппаратуралар, зертханалық құрылғылар, ғалымдар мен технологтардың кеңестері, студенттер мен магистранттарды техникалық өңдеулерге қатысуға тарту түрінде қолданылады.

Одан да ыңғайлы жағдайларды бастауыш кәсіпкерлерге бизнес-инкубаторлар мен инновациялық орталықтар жасайды. Бизнес-инкубаторлар мен инновациялық орталықтардың негізгі тапсырмалары – жас компанияларға ойдың пайда болуы мен бастауыш технологиялық өңдеулерден жаңа ғылыми сыйымды өнімнің сынақ топтамасының шығарылуына дейінгі аралықтан тез әрі сәтті өтулеріне көмектесу. Мысалы, Оксфорд пен Кембридже ғалым-тапқыштарға ойларын технологиялық прототипке дейін жеткізуге және компанияны инновациялық өнім өндірісі бойынша оқытуға көмектесетін бірнеше бизнес-инкубаторлар мен инновациялық парктер құрылған. Бизнес-инкубаторлардың инвестициясы орынды жалға беру, құрал-жабдықтарды ұсыну, байланыс құралдары мен станоктық парктік, сонымен қатар заңгерлер, қаржыгерлер, маркетингтер кеңестерін жеңілдік шарттарымен ұсынады.

Сонымен қатар бизнес-инкубаторлар мен инновациялық орталықтар шағын инновациялық фирмаларға материалдық ресурстар ұсынады және инвестицияны, білікті менеджерлерді, сатып алушыларды, шикізатпен қамтамасыз етушілерді, құрылғы бөлшектерін іздеуге, ең бастысы бизнес жоспарды жасауға көмектеседі. Венчурлық капитал иелеріне және инвесторға жоба иесі нақты саны жоқ төңкерістік идеясымен келгені қажет емес. Егер бизнес жоспарда инновациялық идея мұқият баяндалған болса, инвесторлар нақты қызмет ету аясы мен болашақ өнімнің нарығының тапсырысы бар ұсынысты бақылап қарастырады. Венчурлық капитал иесі келешек нобель лауреаты үшін емес, өзінің келешек пайдасы үшін құралдарды инвестициялайтыны анық.

Шағын инновациялық фирмалардың келесі инвесторлары – бизнес періштелер. Барлық венчурлық бизнесмендердің арасында «періштелер» ерекшеліктерімен ерекше орын алады. Олар өз қызметтерінде өздеріне ғана жауап береді, сондықтан үлкен тәуекелге баруға ерікті.

Негізінен «бизнес періштелер» – бос құралдарды орналастыратын барынша ауқатты адамдар. Олар бұл құралдарымен пайда табу үшін немесе оларға біржада ойнап, тәуекел ету ұнағандықтан үлкен тәуекелді жобаларды инвестициялауға дайын.

«Бизнес періштелер» тәуекелінің төмендеуіне басқалардың есебінен жетеді, яғни бірден бірнеше инновациялық жобаларды инвестициялау арқылы және сол жобалардың ішінде біреуі міндетті түрде үлкен көлемде пайда әкелетін мүмкіншілігі. Бірақ олар әрқашан ірі инновациялық жобаларды қаржыландыруға мүмкіндік ала бермейді.

Мұндай мәселелерді шешуге арнайы инвестициялық синдикаттар құрылады, яғни бірнеше инвестициялардың бірігуі жүзеге асады. Көбінесе осындай синдикат құрылуының инициаторы өз күшінің арқасында бірнеше бизнес періштелерді бірге шығаратын жеке тұлға болып табылады. Нәтижесінде жаңа компанияларға жеке тәуекелін төмендете отырып, үлкен көлемде қаражат салуға мүмкіндік пайда болады.

Ресми сектор

Венчурлық капиталдың қоры – бұл бірнеше заңды және жеке тұлғалардың ұзақ және қысқа мерзімді жобаларға инвестиция салу үшін уақытша біріккен құралдары, тәжірибелері мен іскерлік байланыстары.

Осы себептен қорлар ашық және жабық болады. Жабық қорларда капитал иелерінің тіркелуі біткен соң құралдардың көлемі мен акционерлердің тізімі тұрақтанады. Мұндай қорлар 5 – 10 жыл өмір сүреді. Бұл уақыт аралығында инвесторлар инвестицияланған компанияның дамуының нәтижесінде толығымен өз құралдарын қайтарады әрі пайда табады. Ашық қорларда капитал жаңа акционерлердің қосылуымен артып отыруы мүмкін және осыған байланысты мұндай қорлардың өмір сүру ұзақтығы қатал түрде шектеулі болмайды.

Бұлардан басқа венчурлық капитал қорлардың ішінен келесілерді бөліп қарастыруға болады:

а) **Өздігінен өтелетін қор** – қандай да бір нақты жобаға инвестиция үшін алдын ала ұйымдасқан капиталдар қоры. Бұл жоба аяқталған соң және иесі инвестиция көлемін пайдасы-

мен қайтарып алған соң қор өз тапсырмасын орындаған секілді өтеледі. Негізінен мұндай қор шектеулі мерзімде ғана өмір сүреді, яғни он жылдан артық емес. Сол себепті инвесторлардан түскен пайда қайта инвестицияланбайды, бірақ венчурлық капитал иесінің қалауымен ол басқа жобаны инвестициялайтын жаңа қорға бағытталуы мүмкін.

б) **Мәңгі жасыл қор.** Түскен пайда жаңа жобаларды қайта инвестициялауға жұмсалатын қор. Бұл қайта-қайта жаңа қор құра бермеуге мүмкіндік береді, керісінше ұзақ уақыт бір қордың шегінде инвестициялау қызметін жүзеге асыруға болады. Сонымен бірге қорға әр жеке қатысушы өз еркімен қордағы үлесін инвестицияланатын компанияға немесе сол қорға сатуына болады немесе қордан шығуына болады. Қор одан кейін де қызмет ете береді.

в) **Клубтық инвестициялар** – инвесторлардың құжаттарының ресми дайындалуы арқылы құрылатын ресми қорлар, инвесторлар тек заңды құжатталған басқарушы қызмет етіп жүрген компанияға белгілі бір жобаны инвестициялауды табыс етеді.

Кез келген қорды құруды басқаруға басшы жалданады, басты міндеті венчурлық қорды құру үдерісін ұйымдастыру – «құралдардың мобилизациясы». Венчурлық қорлардың мөлшері кең диапазонда ондаған, жүздеген миллион долларға дейін тарала алады.

Венчурлық қорда немесе инвестициялық клубта әр инвестордың үлесі ереже бойынша 10%-дан аспайды, мысалы қор көлемі 100 миллион доллар болса, үлесі 5-10 миллионды құрайды. Кез келген қорды басқару шығыны сәйкесінше мобильденген капиталдың 2,5-3%-нан артпайды. Қордың максималды шығындары инвестициялаудың компания дамуының бастапқы кезеңдерінде жүргізіледі. Инвестициядан шығу кезеңінде компания инвестицияны қажет етпейтіндіктен компания менеджерлері саны секілді, қордың басқару бөлімінің қызметшілері де азаюы мүмкін.

Негізінен қордың құралдары онда көп сақталмайды себебі олар жұмыс жасауға жиналған. Сондықтан бірнеше ай ішінде ғана венчурлық инвестиция түрінде жобаны қаржыландыруға үлестіріледі (1-2 жыл ішінде). Соның негізінде қызмет аясы мен

венчурлық капитал қорының қызығушылықтарының анықталған бөлімі бар: олардың ішінде кейбіреулері компанияның бастапқы даму кезеңдерінде инвестициялауға маманданады, басқалары кеңейту кезеңін қалайды.

Ғылыми–техникалық аймақта қызмет ететін шағын компанияларды қолдау бойынша мамандандырылған қорлар.

Ең көп таралған мамандандырылған қорлар – бұл венчурлық қорлар. Бұл бағаланбаған кәсіпорындарды институционалды және жеке құралдарды инвестициялайтын және де сол инвестицияларды басқаратын кәсіпқой ұйымдар.

Қаржылық емес корпорациялар. XX ғасырдың 1980 – 90 жылдарында жас компанияларды венчурлық қаржыландыруға қаржылық емес корпорациялар да қызығушылық таныта бастады. Оған себеп болған біріншіден венчурлық жобалардың жоғары табыстылығы, екіншіден жаңа ғылыми сыйымды технологияларға қолжетімділік. Венчурлық қаржыландыру аумағына алғашқы болып кіргендердің қатарында Ford, Texas Instruments, Херох және басқа алыптар бар. 1990 жылы АҚШ-тағы 92 өнеркәсіптік корпорациялар өздерінің венчурлы қорларын иеленді, жиынтық капиталы 2,6 млрд. доллардан асып түсті.

Венчурлық капиталдың қайнар көздерінің әр түрлілігі жоғары технологиялы шағын компаниялардың көпшілігіне уақытында құралдарды тауып және инновациялық үдерісті орнықтыруға мүмкіндік береді. Венчурлық қаржыландырудың арқасында жылдамдатылған ғылыми–техникалық үдеріске ғана қол жеткізумен шектелмей, постиндустриалды дамудың да іргетасы қаланған болатын.

Бірақ венчурлық қаржыландыру барлық артықшылықтарына қарамастан жоғары дәрежелі тәуекелді жобаны қаржыландыру капиталы болған және болады да.

Венчурлық қаржыландыруды жоғары тиімді бизнес және жаңа жоғары технологиялы компанияларды материалдық қолдаудың күмәнсіз көзі ретінде ғана емес, артықшылықтары бар, әрі қаржылық жүйемен экономиканың нақты секторының қарым-қатынасының басымды жолы ретінде қарастыруға болады.

Венчурлық капиталдың қарапайым өндірістік қаржыландырумен салыстырғанда жаңа бастауыш жоғары технологиялы компанияларға беретін артықшылықтары өте көп.

5.7 Венчурлық қаржыландыру әдісінің негізгі артықшылықтары

Венчурлық қаржыландыру Қазақстанда қаржылық қызметтердің жаңа бір түрі. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей, қаржыландырудың бұл түрі инновациялық қызмет дамуының негізгі қозғалтқышы болып саналады. Барлығына белгілі, техникалық және коммерциялық сыналмаған инновациялық қызмет, инновациялық идеялар көптеген кәсіпкерлерді, қаржылық институттарды қорқытады. Дегенмен де венчурлық қаржыландыру басқа инвестициялау түрлерінің алдында артықшылықтарға ие. Венчурлық капиталдың негізгі қағидалық артықшылықтары қаржыландырудың басқа түрлерінің алдында мынадай болады:

- Жоғары технологиялы компанияның өмірлік циклының барысында венчурлық капиталистер инвестиция бойынша пайыз төленуін талап етпейді, әсіресе капиталды орналастыруға, яғни ақша ағымына кері әсер етпейді;

- Жаңа жоғары технологиялық компанияларды инвестициялайтын венчурлық капитал үлкен өсімді иеленуге мүмкіндік береді, кей жағдайларда бизнестің кез келген секторына салынған құралдарды он есе арттыратын пайданы қамтамасыз етуге қабілетті.

- Венчурлық капитал инвесторының басқа инвесторлардан айырмашылығы компанияға құралдарын сала отырып, жобаның сәтті дамуына қызығушылық танытатын, соған байланысты компанияға қаржылық көмек қана емес, кеңес беріп, эксперттік, ұйымдастырушылық қолдаулар көрсететін компания құрылтайшылары мен оның менеджментінің нағыз іскерлік серіктесі бола алады.

- Венчурлық қаржыландыру шағын және орта компаниялардың ғылыми техникалық саладағы коммерциялануы секілді маңызды тапсырманы шешуді қамтамасыз етеді.

- Венчурлық капитал жас жоғары технологиялық компанияның нақты ортасын құрып, қолайлы жағдайын жасап, жарылысты технологияны дайындауға және ғылыми техникалық базаның қалыптасуына, болашақта ірі кәсіпкерліктің дамуын қамтамасыз етеді.

• Венчурлық капиталдың қайнар көзінің, типтері мен түрлерінің кеңдігі жаңа жоғары технологиялық компанияларға дамудың кез келген сатысында, соның ішінде венчурлық кәсіпкерліктің ең бастапқы пайда болу кезеңіне қажетті инвестицияларды тартуға мүмкіндік береді.

Венчурлық қаржыландырудың аталған және басқа да ерекшеліктері Силиконды жазықтығында әлемге әйгілі жоғары технологиялық компаниялардың пайда болуы мен жетістіктеріне, АҚШ-тағы жүздеген жаңа ірі компаниялардың құрылуына, венчурлық бизнестің дамуына, Еуроодақтың көптеген елдерінің үкіметтерінің қызығушылығын тудыруына, сонымен қатар осы мемлекеттерде экономиканың нақты секторында венчурлық капиталды тарттыруға бағытталған заңнамалар қабылдануына себеп болды.

Әрине, шағын жоғары технологиялық компанияларды дамыту, осы оң нәтижеге жеткізетініне ешкім және ешқашан жүз пайыздық кепіл бере алмайды. Жоба орындау табыстылығы көптеген факторлар мен шарттарға тәуелді болады, солардың арасында ең маңыздылары мыналар:

1) Ғылыми зерттеулердің және ғылыми-конструкторлық жұмыстардың құны. Ғылымға шығындар мен компания пайдалылығы арасында нақты тәуелділік болмаса да, технология өңдеуіне жұмсалған үлкен шығын соңында өндіріс рентабелділігін төмендетеді.

2) Жаңа өнім өткізу. Жаңа өнімді нарыққа шығару, оның қоймалануы, жеткізу, жарнамалау, сату, кеңесшілерді дайындауға байланысты шығындар және ғылыми сыйымды тауар орындау үдерісі үлкен және тұрақты шығындармен ерекшеленеді.

3) Нарықта жаңа өнімге қалыптасқан сұраныс. Сатып алушылардың жаңа өнімге сұранысын ешуақытта - дәл болжау мүмкін емес. Кейбір кездерде жаңа ғылымисыйымды тауардың сатылуы дүрлікпе туғызады және сол уақытта шығарылған өнім көлемі мен компанияның нақты өндіріс қуаттылықтары жеткіліксіз болуы мүмкін. Нарыққа шамадан тыс шығарылған өнім уақытша тауар іркілуіне және белгілі бір зияндарға алып келуі де мүмкін.

4) Жаңа ғылымисыйымды тауарға баға. Бағалар өте жоғары болмауы керек, бірақ басқа жағынан бағалар тым төмен болмауы

да қажет, себебі әлеуетті сатып алушыларда жақсы тауар қымбат тұруы тиіс деген стереотип қалыптасқан.

5) Нарық секторында бәсекелестердің пайда болуы мен кетуі. Көптеген техникалық идеялар «ауада қалқып тұрғандықтан», бір уақытта нарықта ұқсас ғылымисыйымды тауарлар пайда болуы мүмкін, мысалы, компьютерлерге арналған бағдарламалық өнімдер. Бәсеке бағаларға және өткізілетін өнім көлемдеріне де әсер етеді.

6) Нарықта жаңа тұтыну қасиеттерге ие ұқсас ғылыми сыйымды өнімдердің пайда болуы. Нарықта жоғары сұранысқа ие жаңа ғылыми сыйымды тауар пайда болғаннан кейін көп кешікпей, осыған жақын өнім өндіретін жоғары технологиялы компаниялар тез арада ұқсас тауар шығаруы мүмкін.

7) Ғылыми сыйымды өнімнің моральдық ескіру тездігі. Ғылыми білімдер және техникалық шешімдер соңғы жылдарда жылдамдықпен жаңаруда, не бары 3 – 4 жылдың ішінде ғылыми сыйымды тауарлардың көпшілігі моральдық ескіреді, мысалы дербес компьютерлерге арналған вирусқа қарсы бағдарламалар және серверлерді әрбір тоқсан сайын алмастыруға тура келеді. Сондықтан жаңа компанияға ғылымисыйымды өнім ұзақ уақыт пайда алып келеді деуге болмайды.

8) Жаңа компанияның пайдасыз даму ұзақтығы. Компания өмірінің бастапқы кезеңдерінде қаржы құралдары ешқандай табыс әкелмейді өнім нарықта сұранысқа ие болғанда ғана рентабельдік пайда болады бастайды.

9) Ғылыми зерттеуді ақпараттық және патенттік қамтамасыз етудің жоғары шығыны. Қазіргі кезде интеллектуалдық меншік құқығы компания активтерінің маңызды компоненттерінің бірі болып табылады. Себебі ол патентті иеленушіге белгілі бір өнімге басымдылық бекітуінің кепілі болады. Бірақ ғылыми, техникалық ақпарат ағымы идеяға меншік құқығын ресми бекітуіне, технологияға және ғылымсыйымды өнімге патент алуға үлкен шығындарды талап етеді, яғни компания капиталының бір бөлігін өндіріспен рентабельдікке емес осы шараларға жұмсауға мәжбүр етеді.

10) Шағын жоғары технологиялық компанияларды басқару, оларға қолдау көрсету – үлкен шығындар. Басқару және қосалқы аппарат шығындары компания көлеміне аз тәуелді болады. Осыған байланысты барлық шығындардағы үстеме шығындар үлесі ірі компаниялармен салыстырғанда шағын компанияларда жоғары, бұл өз кезегінде шағын жоғары технологиялық компаниялардың рентабельдігін төмендетеді.

11) Шағын компания құру үшін ірі инвестиция тартудағы қиындықтар. Компанияларды құрушылардың ғылымисыйымды өнімді өндіруді ұйымдастыру мен ары қарай дамытуы үшін меншік құралдары жеткіліксіз болуы мүмкін. Уақытылы қосымша инвестициялардың жоқтығы жобаны іске асыру қарқынын бәсеңдетуі мүмкін, ол өз кезегінде шағын венчурлі кәсіпорынға салынған қаржының тиімділігіне әсер етеді.

Венчурлық қаржыландырудың барлық айтылған артықшылықтары кәсіпкерлік қызметке бағытталған, бірақ венчурлық бизнестің тағы да, басқа жағынан артықшылықтары бар. Венчурлық кәсіпкерліктің ел үшін артықшылықтары:

1) Ғылым-технология-өндіріс-нарық сияқты өте маңызды қызметтік тізбекті құрып, ғылым мен өндірісті байланыстырады.

2) Елдің ғылыми-техникалық әлеуетінің дамуына материалдық және моральдік қолдау көрсетеді.

3) Өнеркәсіп дамуының инновациялық бағытын ынталандырады.

1) Экспорттағы қымбат ғылымисыйымды дайын өнімнің үлесін арттыру арқылы дүниежүзілік жоғары технология нарығында ұлттық сегмент көлемін арттыруды қамтамасыз етеді.

2) Ғылымисыйымды тауарлардың бәсеке қабілеттілігін өсіріп, өндіріс, мәдениет деңгейін жоғарылатады.

3) Аймақтарда өндіріс инфрақұрылымдарының дамуына және әлеуметтік-экономикалық жағдайдың жақсаруына әсер етеді.

4) Әртүрлі өндіріс салаларында ғылыми білім қажеттілігін жоғарылатады және нақты экономика секторында ғылымның жаңа жетістіктерінің қолдануына әкеледі.

5) Шағын фирмалар жасаған технологияларды қолдану есебінен ірі фирмалар мен бірлестіктердің дамуына жағдай жасайды.

9) Ұлттық тәуелсіздіктің экономикалық, энергетикалық, азық-тық, ақпараттық, экологиялық және басқа түрлерін, сонымен қатар ел қорғаныс қабілетін де жоғарылатады.

5-ші бөлімді нысықтауға арналған сұрақтар

1. Венчурлік жобаларды сұрыптау үдерісі қандай негізгі кезендерден тұрады?
3. Шағын жоғары технологиялық компаниялардың қалыптасу кезеңінің маңызын ашыңыз.
4. Start - up «қазір құрылған компания» қалай түсінуге болады?
5. « Early Stag – дамудың ерте сатылары» ұғымы неде?
6. Компания өтімділігін қамтамасыз ету кезеңінің маңызын ашыңыздар.
7. Инвестициялардан шығудың қандай негізгі жолдары бар?
8. Жоғары технологиялық шағын компаниялардың қаржыландыру көздерінің маңызын ашыңыздар.
9. Венчурлық компанияларды қаржыландыру көздерінің ресми емес секторын атап шығыңыз.
10. Венчурлық компанияларды қаржыландыру көздерінің ресми секторын атап шығыңыз.
11. Венчурлық қаржыландырудың оң және теріс жақтары қандай?

6.1 Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің маңыздылығы

Әлемдік экономиканың шапшаң өсуі – инновациялық нарықтың даму үдеріс әсері. Қазіргі уақытта үлкен, кіші мемлекеттердің барлығы дерлік, негізінен инновацияның ұлттық, аймақтық және трансұлттық күрделі жүйесінде, жылдам дамыған жаңа технологиялармен жұмыс істеуде. Нарықтық бәсеке жағдайында, қолданыстағы барлық жоғары технологиялар дамыған елдердің монополиялық үстемдігінде, ал дамушы елдер тек шикізат беруші ретінде ғана қалып отыр. «Үлкен Сегіздік» G8 елдері жоғары технология өндірісінің 90%-на және әлемдік табыстың 83%-на ие. Қазіргі уақытта ғылымды көп қажет ететін өнімдер барлық дамыған елдердің негізгі бюджетін толықтыру көздері мен айқындаушы факторлары болып есептеледі. Жобалық жұмыстар мен ғылымға деген шығын ЖІӨ-мен салыстырғанда АҚШ, Германия, Жапонияда соңғы бірнеше жылда шамамен 3%-ды құрады, ал Ұлыбританияда 2%-дан асып кетті.

Сонымен, ХХ ғасырдың аяғында Солтүстік пен Оңтүстік арасында үлкен технологиялық алшақтық байқалады, бұл бүкіл әлем елдерін технологиялық жағынан үш топқа бөледі: 1) инновация әзірлеуші жаңалықшыл (новаторлар) – елдер; 2) инновацияны өз мүддесіне пайдаланатын елдер; 3) технологиялық прогрестер мен инновациялық үдерістерден тыс қалған елдер.

Әлемдік шаруашылық байланыс жүйесінде дамыған индустриалды елдермен салыстырғанда, бұрынғы кеңес үкіметі кеңістігіндегі елдер орташа дамыған және төмен дамыған елдердің қатарына жатқызылады. Қазақстан, бүгінгі таңда отын-энергетика ресурстары жетіп артылатын, тау-кен металлургия және ауылшаруашылық өнімдері нашар дамыған, технологиясы қалып қойған кәсіпорны бар, оның өңдеу деңгейі төмен, негізінде әлемдік нарыққа тек шикізат ресурстарын экспорттай алатын ел деп саналады. Металл өндірісі мен мұнай өндіруден басқа салаларда жабдықтардың тозығы әбден жеткен, соңғы 3 жылда олар

45%-дан 62%-ға өсіп отыр. Өндірістік кәсіпорындардағы тозығы жеткен машинаның, жабдықтың және көліктің үлес салмағы 12%-ға жетіп отыр. Металлургия, машинажасау, энергетика, ауыл шаруашылығы сияқты маңызды салалардың негізгі қорлары толығымен өз мүмкіндігін өтеп шықты, енді жаңартуды қажет етіп отыр. Ішкі және сыртқы нарықтарға бәсекеге қабілетті өнім шығару үшін, экономиканың технологиялық деңгейін көтеру, отандық өндірісті дамыту қажет.

Қазіргі экономикалық жағдайда әлемдік қауымдастықтың дамудың жаңа сапалы сатысына көшуі – инновациялық және инвестициялық үдерістердің белсенділігінің артуымен байланысты. Еркін бәсекелестік механизмі дамыған нарық жағдайында ұсыныс пен сұраныс мәселелерін шешуде. Дегенмен, әлемдік тәжірибеде белгілі ғылыми-инновациялық саладағы көптеген индустриалды елдердегі нарықтық қатынастарға мемлекеттің араласуын көріп отырмыз. Инновациялар негізінде қазақстандық дамудың жаңа формалары мен әдістерін табу қажеттілігі туындап отыр. Бәсекеге қабілеттіліктің артуы инновациялық үрдістердің белсенділігінің артуымен тығыз байланысты. Өндіріске жаңа технологиялардың ендірілуі, оның ішінде ресурстарды үнемдейтін және ішкі және сыртқы нарықтарда шетелдік аналогтармен табысты бәсекелесе алатын үздік тұтынушылық қасиеттері бар инновациялық өнімдердің шығарылуын көбейту және ұлғайту болып табылады.

Жапонияның «Sony» фирмасының президенті Акио Морито ұлттық инновациялық жүйе мен қоғамның ұлттық инновациялық қабілетін, ұлттық инновациялық менталитетін қалыптастырудың маңыздылығына тоқтала келіп былай дейді: «Жапонияның экономикалық қуаттылығының арту себебі шетелдің маңызды зерттеу нәтижелерін сатып алып отырғандығында емес... Оған Жапония үлкен нәтижелерге негізделген өнімді шығару жолын табу арқылы жетіп отыр. Америкада технологияларға деген тапшылық жоқ. Алайда, онда осы технологияларды коммерциялық тұрғыда қолдануға бағытталған шығармашылық белсенділіктің төмендігі байқалады. Менің ойымша, бұл – Америкадағы ең ірі мәселе. Ал Жапониядағы шығармашылық белсенділік – оның ең мықты жағы».

Бұл мемлекеттің экономикалық басымдылығы формуласының нәтижесі – негізгі білімнің, патенттер мен технологиялардың коммерциялық өнімге айналуының көрсеткіші. Мұның барлығын адамдардың инновациялық қызметі мен жоғары шығармашылық белсенділігі қамтамасыз етеді. Осы тұрғыдан келгенде, бай мемлекет дегеніміз – дамыған инновациялық жүйенің жоғары сапасын қамтамасыз еткен мемлекет, яғни ұлттық инновациялық қабілет деңгейі жоғары ел, ұлттық инновациялық менталитетті қалыптастырған мемлекет деген сөз.

Технологиялық жағынан дамыған елдерде ғылыми жаңалықтар жүйесінде университеттер маңызды рөл атқарады. Өйткені, олардың басты қызметі мамандарды дайындауға ғана емес, негізін қолданбалы зерттеулерді жүргізуге бағытталған ғылыми кешендер құрайды. Инновациялық дамудың әлемдік тәжірибесіне қарасақ, бұл мемлекеттердің қол жеткізген табыстары ғылым мен техника жетістіктерінде жатқанын көреміз. АҚШ пен Ұлыбритания жалпы ұлттық қаржының 11 – 12%-ын ғылымның дамуына бөледі. Ал Франция мен Жапонияда бұл көрсеткіш 15 – 16%-ды құрайды. Сондықтан АҚШ, Германия, Жапония мен Ұлыбританияның алдыңғы қатарлы жоғары оқу орындары әлемдегі аса ірі ғылыми орталықтар болып есептеледі.

Инновациялық қызметтерді реттеу мақсатында мемлекет инновациялық қызметке тікелей және жанама қолдау көрсете алады. Инновациялық қызметті тікелей мемлекеттік реттеу ғылым мен техниканың дамуының негізгі бағыттарын таңдау, мемлекеттік бюджеттен жобаларды мақсатты қаржыландыру, инновациялық қызмет инфрақұрылымын қалыптастыру және т.с.с. негізінде жүзеге асады. Ал инновациялық қызметті жанама реттеуге фискалдық әдістерді қолдану (жеңілдікті салық салу, жылдамдатылған амортизация, жеке нарықтар мен салаларды реттеу), интеллектуалдық меншікті құру және қорғау саласында нормативті құқықтық реттеу, ғылыми білімді коммерциализациялауға қатысушылар үшін қолайлы жағдайлар жасау жатады.

Өндірістік қатынастардың негізгі субъектісі-мемлекет болып табылады. Бүгінгі таңда мемлекеттің рөлін айқындау маңызды мәселе болып отыр. Бұл мәселе мемлекеттің тиімді әлеуметтік-экономикалық жүйені қалыптастыруда белгілі рөлге ие болу-

ында ғана емес, елді жаңа инновациялық деңгейге көтеруде, әсіресе өндірістік салада бір талпыныс күшін құру керек. Бұл өз кезегінде ұзақ мерзімді қаржылық шығындар, яғни осы үдерісті ұйымдастырумен байланысты үлкен қызмет. Осыған орай инновациялық үдеріске тиімді әсер ету үшін мемлекет қандай іс-қимыл жасау керек екенін анықтап алу керек.

Эволюциялық даму жағдайында ұлттық деңгейде инновациялық жүйенің қалыптасуының негізгі субъектісі – жеке бизнес болып табылады. Сондықтан да, инновациялық кәсіпкерлікті қалыптастыруға мемлекеттің белсенді қатысуы заңды құбылыс деп түсіну керек.

Мемлекет қызметінің маңыздылығы жаңа өнімді ойлап табу, оны жасау және өндіріске енгізу арқылы инновациялық өнімді шығарудың бірыңғай инновациялық тізбегін қалыптастыру. Инновациялық өнімді жылжытудың бірыңғай технологиялық тізбегін қалыптастыру керек, себебі, бірыңғай жүйесіз инновациялық үдеріс субъектілерінің қызметі нақты нәтижеге жете алмайды.

Қазіргі таңда мемлекет инновациялық үдерістердің кординаторы, ынталандырушы рөлін атқарып жатқанда, ғылыми-технологиялық саясаттың негізгі міндеттері мынадай:

- ғылыми-техникалық және инновациялық саланы заңды шаралар негізінде қорғау, қолдау;

- өнеркәсіп пен ғылым арасындағы байланысты күшейту, инновацияларды өнеркәсіпке енгізуді жылдамдату;

- ғылыми-технологиялық даму бағытын реттеу, келешекте, стратегиялық салалардың дамуына жағдай жасау;

- ғылыми-технологиялық зерттеулерге, инновациялық үрдістерге мемлекет тарапынан қаржыландыру жолдары мен формаларын ұйымдастыру, инвестициялар бағыттауды қолдау, ынталандыру;

- ғылым саласындағы білім беру, мамандандыру мәселелерін шешу, жоғары оқу орындарын, ғылыми институттарды, лабораторияларды қолдау;

- мемлекеттік экономика инновациялар диффузиясы мен технологиялар трансфертін күшейту, отандық өнім өндірісін шетелдік бәсекелестерден қорғау.

Дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей, мемлекеттің араласуынсыз инновациялық дамудың күткен нәтижелеріне жету қиын, сондықтан инновациялық және инвестициялық саясатты өңдеу мен жүзеге асыру мемлекеттік реттеудің объектілері болып қала беруі керек. /Мемлекеттік реттеудің құралдары мен нарықтық механизм арқылы жүзеге асатын құрылымды саясат экономиканың құрылымды салаларының барлық элементтерінің өзара байланысын қамтамасыз етеді./

6.2 Инновациялық саланы мемлекеттік реттеудің негізгі модельдері

Мемлекеттің инновациялық саясаты жаңа өнім және технологияны өндіруге және осы негізде отандық тауарларды нарыққа өткізуді кеңейтуде мемлекеттің ықпалымен бағытталған, әдістер мен бағыттардың жиынтығын көрсетеді. Жеке сектордың рөлі өз зерттеулерінің негізінде инновацияны нарыққа өңдеу мен өткізуде, сонымен қатар отандық және шетелдік технологияларды тартуда көрінеді. Мемлекеттің рөлі сапалы берік білімді алуға, инновациялық инфрақұрылымды құру, стратегиялық мінездегі технологиялық кешенді құрастыру және инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін институционалдық қолайлы шарттар жасауға көмектесуді білдіреді.

Инновациялық саясаттың негізгі қағидаларын қалыптастыруда, қоғамның әлеуметтік-экономикалық мақсаттары есепке алынады. Мұнда қысқа, ұзақ, орта мерзімдік ішкі заңдылықтарға негізделген ғылым мен техниканың дамуы, халық шаруашылығы мен есеп жүргізудің бірлігін анықтайды. Инновациялық саясатты іске асыруда өнеркәсіппен кәсіпорындар көбінесе экономикалық өркениетке ұмтылуға тырысады. Жалпы мемлекетте жүргізілетін ғылыми-техникалық саясатты қалыптастырудың негізгі қағидалары төмендегідей:

- орта және шағын бизнес субъектілерін инновациялық қызметке тарту, олардың қаржылық-несиелік салада толық мемлекет тарапынан қамтамасыз етілуін талап ету;

- инновациялық саясатты дамытуға халықаралық серіктестіктерді тарту және ұлттық мүддені, интеллектуалдық әлеуетті қорғау;

- инновациялық саясаттың экономикалық-әлеуметтік бағытын жеке-дара қарастыру;
- әлеуметтік-экономикалық тиімділікті қамтамасыз ететін ғылыми-техникалық дамудың жаңа бағыттарын таңдап алу;
- ғылым мен техниканың басым бағыттарын іске асыру үшін ресурстарды бір жерге топтастыру;
- ғылым – өндіріс – тұтынушы жүйесіндегі халықаралық еңбек бөлінісінің объективті үдерістерін көрсету үшін, халықаралық ғылыми-техникалық ынтымақтастықтар мен топтарға мүше болу;
- осы жүйені қолданысқа енгізіп, қалыптастыру үшін қажетті орталықтың болуы.

Мемлекеттің ғылыми-техникалық саясаты – мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық саясатының қосымша бөлігі. Оның негізгі бағыттарының бірі – мемлекеттің ғылыми-техникалық және инновациялық дамуының, бағытын анықтап, ұзақ мерзімді бағыт-бағдар жасап, оны іске асырудың тиімді механизмдері мен жолдарын тағайындау.

Экономикалық дамыған елдерде мемлекет инновациялық қызметтің дамуына қажетті экономикалық, қаржылық, ұйымдастырушылық және нормативтік-құқықтық жағдайларды жасау арқылы ынталандырады (8-кесте).

8-кесте. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін реттеу әдістері

Реттеу әдісі	Сипаттамасы
Техника-технологиялық	Жаңа техника және технологияны, технологиялық инновацияларды жасап шығару және жетілдіру, ұйымдық технологиялық құрылымды қалыптастыру
Экономикалық	Салықтық жеңілдіктер, банктік және мемлекеттік кепілдіктер, табыстылық нормасы, инвестициялық жеңілдіктер, мемлекеттік инвестициялар, кедендік жеңілдіктер, жеделдетілген амортизация және т.б.
Ұйымдастырушылық	Бірлескен кәсіпорын құруға қатысу, кәсіпорынды қайта құру, орта және шағын бизнесті дамыту және т.б.
Н о р м а т и в т і к - құқықтық	Шаруашылық субъектілерінің қызметін реттейтін ережелерді бекіту (заңдар және актілер), экономикалық орталықтандыруды бақылау.

Инновациялық саясат орындалудың екі деңгейін болжайды: мемлекеттік және жеке кәсіпкерлік. Бұлар арқылы ғылыми зерттеулерді жүргізуге және оларды өндіріс нәтижесіне енгізуге қажет қаржылық, еңбектік және материалдық ресурстар шоғырланады. Олардың компромисінің жиынтығына мемлекеттің инновациялық стратегиясы, ұйымдық, қаражылық-экономикалық, құқықтық механизмдердің құрылуы жатады.

Ғылыми зерттеулер мен өңдеулерді қолдау мақсатында инновациялық үдерістерді ұйымдық түрде басқару мен дамуына мемлекеттің қатысуы ХХ ғасырдың ортасында қалыптасты, ал екінші жартысында инновациялық үдеріс дербес бағыт ретінде өңделе бастады, ал жүзжылдықтың соңында ұлттық инновациялық жүйелердің концепциялары қалыптаса бастады. Ғылыми және техникалық зерттеулерді ынталандыру және олардың нәтижелерін пайдалану мақсатында дербес және тұтас ғылыми саясатты өңдеу идеялары бірінші дүниежүзілік соғыстан кейін АҚШ-та алғашқы рет құрылды. Еуропа елдерінде бұл үдеріс 10 – 15 жылға кешірек пайда болды. Алғашында құрастырушы экономикалық саясат ретінде жұмыс істеген ғылыми-техникалық саясат қазіргі уақытта ұлттық саясаттың дербес бағдары болып қалыптасты.

Инновацияларды әр түрлі деңгейде басқарудың көптеген түрлері бар. Басқа саясаттар секілді ол барлық елде бірдей емес, алайда бәріне бірдей мақсатқа бағынады: инновациялық белсенділікті ынталандыру мен ғылыми-техникалық әлеуетті дамыту.

Әр түрлі дәуірлер мен әр түрлі елдерде бөлек немесе біріккен күйінде мемлекеттің мінез-құлықтары жайлы бірнеше үлгілері бар. Осы немесе басқа саясаттың бөлек элементтерін қалау немесе таңдау нұсқасы негізінде белгілі бір стратегиялық мақсаттармен байланысты қоғамдық дамудың қайсыбір моделі берілген.

Ғылымда озаттылыққа ұмтылған елдер қолданатын модельдің мәні ғылыми-өндіріс цикл сатыларының барлығын қамтитын ірі масштабты мақсаттық жобаларды орындау болып табылады. Ол мыналардан тұрады: бюджет есебінен алынған ғылыми зерттеулердің барлық нәтижелері өндірістік құралдарды инвестициялау немесе жана жұмыс орындарын құру міндетінде, әрбір отандық өндірушіге тегін немесе арзан бағада беріледі. Бұл саясат ғылым мен техниканың нақ өзі жаңашаланудың

негізгі тетігі болып табылады дегеннен шығады және олардың дамуына ең алдымен мемлекет жауап береді. Мұндай нұсқада әр түрлі мемлекеттік бағдарламаларды, ірі ақша жұмсауларды және басқа да мемлекеттік қатысуларды өндеуге қол жеткізе аламыз. Мұндай саясат шамамен, 40-50 жылдары пайда болған. Бұл елдерде орталықтан реттейтін инновациялық қызмет түрлері жоқ, бірақ координациялық механизм және құқықтық шаралар жүйесі дамыған. Бұл жүйе жеке кәсіпкерлікке қатысты ресурстарды әлеуетті пайдалануға және де мемлекеттік бюджетті реттеуге бағытталған. Әдетте мұндай инновациялық стратегия түрін «көшбасшы» немесе «өсіруші» деп те атайды. Барлық озық жоғарғы технологиялық салада өзіндік бастапқы зерттеулер нәтижесінде пайда болады (Соңғы жылдары бұл стратегия Жапонияда көп қолданылады).

«Имитациялық модель» немесе «уақытша алу моделі» Жапонияда, Оңтүстік Кореяда қолданылған, дамыған елдерде шығарылған инновацияны уақытша алуға негізделген. Бұл стратегия арқылы, инновацияны шығарудағы бастапқы үдерістерді ескермей, дайын инновацияны әрі қарай дамытуға болады.

Келесі стратегияның түрі «тасымалдау» деп аталады. Бұл стратегия Оңтүстік Шығыс Азияның кейбір елдерінде және де Қытайда қолданылады. Стратегияның ерекшелігі – өте қарапайымдылығы мен ғылыми техникалық зерттеулерді қажет етпейтінінде. Белгілі бір мемлекет бұрыннан танымал, дайын өнімді, ешбір өзгеріссіз сатып алып, қолданады.

Жалпы инновациялық стратегияны дұрыс қолдану арқылы, экономикалық жетістіктерге жеткен мемлекет ретінде - Жапонияны айтуға болады. Жапонияның технологиялық саясаты, әрқашанда экономикалық өсуге негізделген. Екінші дүние жүзілік соғыстан кейін Жапонияның бірден-бір мақсаты бұзылған экономикасын қалыпқа келтіру еді. Бұл мақсат, іріктелген несиелік саясат негізінде, ең жана технологияларды сатып алып, қайта өрлеуді жүзеге асыруға бағытталды. Шетелдік технологияларды сатып алуда, соңғы 30 жыл ішінде Жапония 10 млрд. долларға шығындалды. Барлық лицензиялар сомасы 42 мыңға жуықтады және де жартысынан көбі АҚШ-тан алынған. Белсенді импорттық ғылыми техникалық білім арқылы Жапония тез арада дамыған

елдер қатарына қосылды. Осы кезде белсенді рөл атқарған мемлекет болды. Мемлекеттің араласуы арқылы, ірі фирмалардың ғылыми техникалық дамуы, кішігірім фирмаларға да жағымды әсерін тигізді.

Жапонияда ұлттық ғылыми техникалық саясатты жүзеге асырып, қадағалап отыратын үш негізгі ұйым бар:

- Білім министірлігі.
- Ғылым және технология агенттігі.
- Ғылыми зерттеулерге қолдау көрсететін сыртқы сауда және өндіріс министірлігі.

Жапонияның басқа елдерден айырмашылығы ядролық энергетика және ғарыштық зерттеулерге көп көңіл бөлуінде.

Осы секторларды дамытуда мемлекеттік қолдау жақсы көрсетілген.

Жапония инновациялық дамуды мемлекеттік қолдауда, дәстүрлі әдісті қолданбайды, көбіне Жапондық мемлекеттік органдар, арнайы әдістерді қолданады:

- Қаржылық ресурстарды мақсатты ұйымдастыру.
- Соңғы технологияларды пайдалануда, кәсіпорындарға ықпал ету.
- Шетелдік ғылыми техникалық алмасуларды бақылау.

Мемлекет инновациялық үдерістерді реттеуді, тікелей және жанама түрде жүргізеді.

Инновацияны тікелей мемлекеттік реттеуде ең бастысы, мемлекеттік бюджет қолданылады.

• Іс жүзінде ғылыми зерттеулер мен инновациялық үдерістерді мемлекеттік қолданудың негізгі кең тараған үш түрлі әдісі бар: ғылыми зерттеулерге мемлекеттің тікелей қатысуы. Мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылатын ірі зертханалар қалыптастыру, нәтижелерін ақысыз түрде көпшілікке ұсыну. Әдетте, бұл зертханалар қорғаныс, энергетика, денсаулық сақтау, ауыл шаруашылығы мәселелерін шешумен айналысады.

• Қайтарымсыз негізде субсидиялар бөлу. Мемлекеттік емес зертханаларда іске асырылатын ғылыми-зерттеу жұмыстарына қайтарымсыз негізде мемлекеттік бюджеттен қаржы бөлінеді. Негізгі қолданылатын шарт – зерттеулер үдерісінің барысы бойынша толық есеп беру, алынған нәтижелерді ашық түрде жариялау.

- Ғылыми-техникалық зерттеулер мен тәжірибелерге инвестиция бөлген жеке бизнеске салық жеңілдіктерін ұсыну.

Алғашқы екі қаржыландыру әдістері – ғылыми зерттеулер мен тәжірибелер үдерісіне мемлекеттің тікелей қатысуына және қайтарымсыз негізде субсидиялар ұсынуға, мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылуына тікелей негізделген. Мемлекеттік бюджет қаражатын пайдалану – ғылыми-техникалық саясатты іске асырудың негізгі қаржы құралы. Бюджет арқылы университеттердегі білім беру, мемлекеттік зертханалардағы стратегиялық мақсаттарға зерттеулер мен тәжірибелер және келісімшарт бойынша мемлекеттік емес сектордағы инновациялық үдерістер қаржыландырылады.

Бұл қаржыландырылу түрлері мемлекеттік тапсырма негізінде іске асырылады. Бұл үдеріс заң органдарының, басқару аппараттарының, министрліктер мен агенттіктер қызметшілерінің қатысуымен жүргізіледі. Ғылыми-техникалық жұмыстарға мемлекеттік тапсырмаларды тағайындаудың негізгі құралы – келісімшарттар мен жобалар.

Әр мемлекет экономикалық, географиялық, ұлттық ерекшеліктерін ескере отырып осы қаржыландыру түрлерін, олардың жиынтығын пайдаланады.

Тікелей мемлекеттік қолдаудың екінші түрі: инновациялық үдерістерді құқықтық реттеу, яғни инновациялық қызметті заңға сәйкес жүргізу, құқықтарын сақтау, интеллектуалдық меншікті құқықтық қорғау.

Инновациялық инфрақұрылымды құру мақсатында, мемлекет инновациялық үдерістерді дамытуға қолдау көрсетеді, яғни инновацияның таралу орталықтарын құру, ғылыми технологиялық парктер, бизнес инкубаторлар, әр түрлі инновациялық қорлар құру.

Әлемдік тәжірибеде инновациялық үдерістерге тек тікелей әсері ғана емес, сонымен қатар көптеген жанама әсерлері де бар. Олар мемлекеттің салықтық, несиелік, кедендік, амортизациялық саясаты арқылы жүзеге асырылады. Жанама инновациялық саясаттың ең көп тараған түрі: салықтық және амортизациялық заңнамаларды либерализациялау. Оның тиімділігі көптеген алдыңғы қатарлы елдердің тәжірибелерінен көрінуде.

Бұл елдерде жанама инновациялық саясатты мемлекеттік реттеу, салық, несие жеңілдіктері, амортизацияны тездету және де инновациялық жеңілдіктер арқылы, ауқымды түрде қолданылады. Ескертетін бір жайт, барлық көрсетілетін мемлекеттік қолдау түрлері инновациялық үдерістерді тек дамытып қана қоймай, сонымен қатар инвестициялық салымдарды көбейтуге де бағытталған.

Салықтық реттеу мемлекеттік қолдаудың формасы ретінде жақын арада көрініс тапты. Бірақ оған қарамастан жиі қолданылады. Бұндай қолдау көбіне дамыған елдерде қолданылады, себебі келесідей артықшылықтарға ие:

- Жеке сектордың автономдығын және де зерттеу жұмыстарының экономикалық жауапкершілігін сақтайды.

- Биліктің барлық деңгейіндегі бюрократиялық жұмыстардың аз болуын талап етеді.

Жеңілдетілген түрдегі салық салу, салық салу базасын азайту, яғни өзіндік құн арқылы жүзеге асырылады.

Әлемдік тәжірибеде инновациялық қызметті жүзеге асыруда салықтық жеңілдіктердің келесідей түрлері бар:

- ❖ Өнімнің өзіндік құнына инновациялық үдеріске кететін шығындарды қосу;

- ❖ Инвестициялық және зерттеушілік несиелер беру, яғни салық салудан түскен қаржының белгілі бір мөлшерін инновациялық зерттеулерге жұмсау.

- ❖ Салықтық демалыстар инновациялық жобаларды жүргізудегі бірнеше жылдық салықтық демалыстар.

- ❖ Әр түрлі кәсіпорындарда зерттеушілік шығындар көлемін әрдайым қадағалау мақсатында салықтық жеңілдіктер жүйесін қолдану.

- ❖ Инновациялық кәсіпорындарда берілетін, жеке және заңды тұлғалардың салық салу жеңілдіктеріндегі дивидендтер.

- ❖ Ғылыми-зерттеу институттарында және де басқа кәсіпорындардағы құрал-жабдықтарға салынатын салық мөлшерін азайту.

- ❖ Инновациялық жобаларды қаржылық қолдайтын қайырымдылық қорларға, салықтық түсімдерді жұмсау.

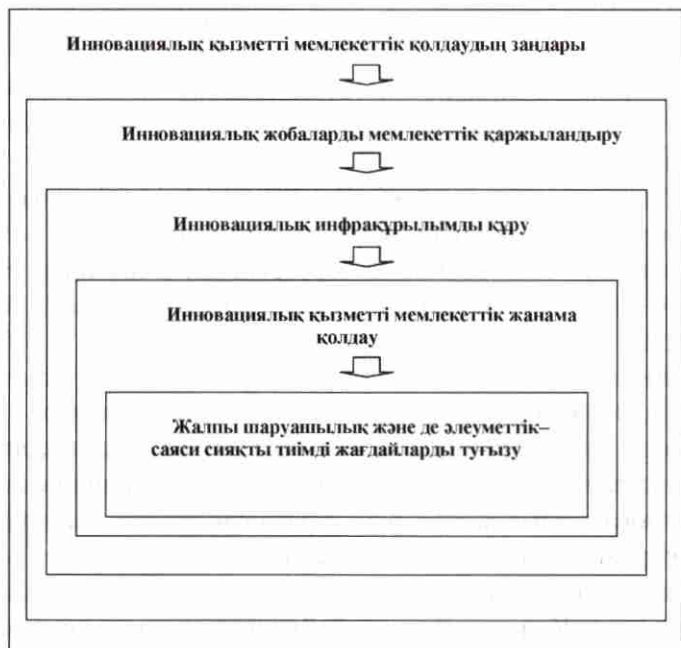
Салық жеңілдіктерінің екі түрі бар:

- Көлемді. Көлемді қағида бойынша жеңілдік шығындарға пропорционалды беріледі;

• Өспелі. Өспелі қағида бойынша жеңілдік сол компанияның зерттеу жұмыстарына жіберген шығындарына байланысты анықталады.

Инновациялық кәсіпорындарда салық салудағы жеңілдіктерді қолданудың негізгі мәні – кәсіпорынның инновациялық қабылдаушылық деңгейіне байланысты пайдаға салықты азайту. Сол деңгей қаншалықты жоғары болса салық жеңілдігі соншалықты көп болады. Бірақ кәсіпорын инновациялық коммерциялану жағдайына жететіне күмән болмауы керек.

Осы екі қағиданың қайсысы тиімді екенін әрине анықтап көрсету қиын. Әр мемлекет ғылым және ғылыми-зерттеу саласында өзінің мүмкіндігіне байланысты керекті қағиданы қолданады. Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, біздің елімізге тиімді болатын үдеріс – бюджеттік субсидияларды және салықтық жеңілдіктерді тиімді сәйкестендіру. Осы бағыттарды мемлекеттік қолдау арқылы, мемлекет инновациялық үдерістерді дамытуға жалпы шаруашылық және де әлеуметтік-саяси сияқты тиімді жағдайларды туғызады.(18-сурет)



18-сурет. Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау

Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, негізгі мәселе – елде бар ресурстарға байланысты негізгі жағдайларға орай басқару.

Инновациялық және инвестициялық қызметті мемлекеттік қолдаудың тағы бір түрі – амортизациялық саясат. Амортизация нормасын өсіру арқылы кәсіпорындардағы қаржылық жағдайды көтеру, осыған байланысты техникалық базаны жаңартуға ұмтылысты көтермелеу.

Инновациялық саясаттың басты ерекшелігі – оның әрдайым мемлекет назарында болуы. Қызықтысы, ғылым мен техника нарық жағдайында басқа салалар сияқты өз алдына дербес дами беруге кейде қабілетсіз болып келеді. Алайда ғылым жеке меншік өндіріске жұмыс істеген жағдайда, оның нарықтық сұраныс пен ұсыныс заңдылығы арқылы даму мүмкіндігі жоғары екендігі сөзсіз.

6.3 Ұлттық инновациялық жүйе мәні мен мазмұны

XX ғасырдың соңғы ширегінде Жапонияның технологиялық қарқынды алға шығуының көзі неде екендігін түсіндірмек болған ғалымдар (К. Фридман, Р. Нэльсон, Н. Розенберг, Б. Лундвалл) Ұлттық Инновациялық Жүйе (ҰИЖ) концепциясын алға тартты. Бірақ, бұл концепцияның ұғымын дәл әрі толық 1997 жылы Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы (ЭЫДҰ) берді.

XX ғасырдың 90 жылдарында Швед экономисі Б.Лундвальмен ашқан «Ұлттық инновациялық жүйенің» теориялық концепциясы халықаралық атаққа ие болды. Берілген концепцияда постиндустриалдық қоғамдағы экономикалық өсудің әлеуеті елдің ойлап табу, өндіру және ғылыми-техникалық жетістіктерді кеңінен қолдану институционалды жүйесінің қабілеттілігінің қызметінен тұрады деп негізделген.

К.Фримен ұлттық инновациялық жүйені мемлекеттік және жеке секторларда қызметі мен әсер етуі жаңа білімді туғызатын, танытатын, енгізетін, импорттайтын, модификациялайтын және тарататын институттар жүйесі ретінде анықтайды.

Р. Нэльсон теориясы көп елдің мысалында қоғамдық және саяси инновациялар туралы эмпирикалық материалда құрылған. Оның теориясына сәйкес индустриалды дамыған елдердің ұлттық инновациялық жүйесінің ядросы өзінің жеке ғылыми өңдеулерін

жүргізетін ірі өнеркәсіптік компаниялардан құралады. Бұлардан басқа ұлттық инновациялық жүйелерге елдің ғылыми-техникалық дамуының өңделуіне жауап беретін және саясатын іске асыратын кішігірім инновациялық фирмалар, университеттер, мемлекеттік зертханалар, түрлі ведомстволар, институциялық құрылымдар кіреді.

Француз зерттеушілері Дж. Ниози және Б. Беллон ұлттық инновациялық жүйені әртүрлі институттардың арасында дами алатын көптеген құрама бөліктер мен байланыстардың синтезі ретінде көрсеткен. Олардың ұғымында ұлттық инновациялық жүйе жеке және мемлекеттік фирмалардың, университеттер мен үкіметтік агенттіктердің арасында әсер етуші жүйе болып табылады. Олардың арасындағы байланыс жаңа ғылым мен технологияның дамуы, қорғалуы, қаржыландырылуы немесе басқарылуы уақытынан бастап коммерциялық тәртіпте болуы мүмкін.

Ұлттық инновациялық жүйе ретінде жеке және мемлекеттік секторларға жататын, үкіметтің инновациялық саясатының негізін қалай отырып, оны жүзеге асыратын, жеке және өзара байланыс жасай отырып, жаңа технологияларды шығару мен таратуды дамытатын институттардың жиыны ретінде түсіндіріледі. Осы институттар болып – университеттер, мемлекеттік ұйымдар, инфрақұрылым элементтері, мемлекеттік саясат, қоғамның жалпы құндылықтары мен құқықтық нормалары да болуы мүмкін. Инновациялық жолмен даму үстіндегі елдерде мемлекеттік басқару институттарының рөлі ерекше. Олардың орындайтын мақсаттары мен міндеттері жаңа техника, технологияларды өндіріске енгізудегі тәуекелді азайту, жан-жақты ақпаратпен толық қамту, ғылыми-зерттеушілік және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар мен өнертабыстардың артықшылықтарын түсіндіру, қаржылық және кеңес беру қызметтерін көрсету болып табылады.

Ұлттық инновациялық жүйенің негізгі элементтері:

- ғылыми әлеует;
- инновациялық кәсіпкерлік;
- инновациялық инфрақұрылым;
- қаржылық инфрақұрылым;

- ақпараттық инфрақұрылым болып табылады.

Ұлттық инновациялық жүйенің негізгі элементтері:

- жаңа білімді алуға арналған алғы шарт ретіндегі **ғылыми әлеует потенциал**, ол коммерциялық қолдану деңгейіне дейін іргелі өндеулердің «жеткізілуін» жүзеге асыратын қолданбалы зерттеулердің даму саласын құру жолымен инновациялық даму үшін айтарлықтай қажетті фактор болып табылады. Алайда ғылыми әлеует, ҰИЖ қалыптастыру үшін жеткіліксіз алғы шарт болып табылады. Сонымен қатар коммерциялық сәтті өнімдердегі ғалымдардың пікірлерінің жүзеге асырылуын қамтамасыздандыратын ҰИЖ-дің басқа элементтерінің адекватты дамуы қажет. Бұл элементтер:

- **инновациялық кәсіпкерлік**, яғни дүниежүзілік стандарттар деңгейінде жоғары сұраныста бәсекелесті ғылыми сиымдылықты өнімді тез жасап, сериялы өндіруге қабілетті елімізде мекемелердің болуы.

Инновациялық мекемелердің кәсіпкерлік қызметі мыналарға негізделген:

- жаңа ғылыми пікірлерді іздеуге немесе өндеуге және оның бағалануына;
- қажетті инвестициялық қорларды іздеуге;
- мекемемен немесе жобамен басқарылатын тиімді моделдердің құрылуына;
- ақшалай кірісті алуға.

- **инновациялық инфрақұрылым**, ол инновациялық қызметтің іске асырылуына арналған жағдайларды қамтамасыздандыратын және атқаратын өзара байланысты өндірістің, консалтингтің, білім беру және ақпараттық құрылымдардың жиынтығы ретінде анықталады.

Инновациялық инфрақұрылымның негізгі элементтері жалпы экономикалық инфрақұрылым элементінің негізгі сипаты сияқты (көлік, байланыс, ақпарат, телекоммуникация) және өзіне тән элементі бар (патенттік қолдау, сақтандыру, консалтингтік және инженерлік фирмалар, инкубаторлар), бұларсыз инновациялық қызмет нарық жағдайында өмір сүре алмайды. Инфрақұрылым – экономиканың дербес саласы. Инфрақұрылым саласының ерекшелігі сол, ол материалдық өнім шығармайды, тек қызмет

етеді. Қазақстанда нарықтық жүйеге өту – үстемдігі тұралап қалған өндірушілер санының көп болуымен байланысты. Сондықтан инфрақұрылым элементінің негізгі мақсаты экономикалық субъектілер арасында тұрақты шаруашылық байланыстарын құру және ұстап тұру. Сонымен инфрақұрылымның негізгі жұмысы (функциясы) – экономикалық субъектілерде де, ұлттық экономиканы түгелдей алғанда да шаруашылық жүргізудің ішкі жағдайын қалыптастыру.

Инновациялық қызмет инфрақұрылымы немесе инновациялық инфрақұрылым – бұл ұйымдастыру-экономикалық институттар кешені, шаруашылық жүргізуші субъектілерінде (соның ішінде арнайы мамандандырылған инновациялық ұйымдар) инновациялық үрдістерді жүзеге асыру шараларын тікелей қамтамасыз ететін, ұлттық экономиканың біртұтастығы сияқты экономикалық тиімділік қағидалары негізінде, сондай-ақ нарықтың конъюктуралық өзгерістер жағдайындағы оның экономикалық субъектісі. Инновациялық инфрақұрылымға кіретін барлық ұйымдар инновациялық қызметтің біртұтастығын білдіретін белгілі бір технологиялық және экономикалық байланыста болады.

Инновациялық инфрақұрылымдардың субъектілерімен орындалатын негізгі қызметтердің тізімі:

- инновациялық даму субъектісін ұйымдастырушылық-құқықтық қалыптасуының үдерісіне көмектесу бойынша қызмет көрсетулер;
- бизнес-қызмет көрсетулер жиынтығы (жиынтық консалтинг);
- ақпараттық-коммуникабельдік қамтамасыздандыру;
- жалпы қолданыстағы – зертханалық, өндірістік жабдықтарға қол жеткізуді қамтамасыздандыру;
- білім беру қызметінің жиынтығы;
- технологияның трансферті;
- өкілдік қызмет көрсетулер (серіктестік байланыстардың жақсарту).

Қазіргі кезде Қазақстанның инновациялық инфрақұрылымын мемлекеттік бюджеттің қатысуы кезінде құралған субъекттер, сонымен қатар мемлекетпен құралған сервисті даму институттары құрайды.

Инновациялық құрылым болып инновациялық қызметтің іске асырылуын жүзеге асыратын, инновациялық үдерістің жүзеге асырылуына жағымды жағдайларды қамтамасыздандыратын, оған кіретін технологиялық парктер, бизнес-инкубаторлар, консалтингті және инжинирингті фирмалар, инновациялық және венчурлық қорлар, ғылыми орталықтар және басқа арнайы ұйымдар.

Әлбетте мұндай ұйымдардың қолдауын керек ететіндер шағын инновациялық фирмалар. Кемелденген елдерде жаңа өнеркәсіп салаларының қалыптасуы мен бөлшектенуі және қызмет көрсету салалары шағын инновациялық бизнестің көркеюімен байланысты. Ірі компаниялардағы инновациялық бизнестің дамуына инновациялық үдерістердің іске асуының жоғары тәуекелділігі, анықсыздығы және ұзақтығы кедергі болады. Сондықтан біз Қазақстандағы шағын инновациялық бизнестің дамуын қолдайтын инновациялық инфрақұрылымның дамуына ерекше көңіл бөлеміз.

• **қаржылық инфрақұрылым**, ол инновациялық кәсіпкерлік пен инфрақұрылымды мемлекеттік қолдаудың әр түрлі тура және жанама механизмдерінің бірігуіне негізделген инновациялық-технологиялық даму саласындағы ғылыми-өндірістік және білім беру үдерістерінің қаржыланған жинақтық қаржылық инфрақұрылымы.

Барлық инновациялық жүйелермен дамыған елдердегі инновациялық қызметтің қаржыландыру ағыны келесі компоненттерден тұрады:

- ғылыми зерттеулерге берілетін мемлекеттік гранттар жүйесі, олардың нәтижелерінің патенттелуі және басқа максаттар;
- венчурлық капитал;
- ғылыми зерттеулерге кететін корпоративтік шығындар және олардың нәтижелерін іске асыру;
- бизнес-періштелердің шығындары.

Қазіргі уақытта ғылыми зерттеулерді мемлекетпен қаржыландыру Республикалық бюджеттің қорынан, Ғылым қорынан жүзеге асырылады. Бұдан басқа инвестицияның бір бағыты «Ұлттық инновациялық қор» АҚ гранттарының конкурстық негізде берілу жолымен ғылыми-зерттеу жұмыстардың қолданбалы қаржыландырылуы болып табылады.

Инновациялық жобалардың қаржыландырылуы құрылған мемлекеттік даму институттары арқылы жүзеге асырылады.

• **Ақпараттық инфрақұрылым.**

Ақпараттық алмасу даму үдерістердің, әсіресе білімді, технологияны, ақпаратты беру үдерістеріне негізделген инновациялық дамудың шешуші факторларының бірі болып табылады.

Қазақстанда индустриалды-инновациялық даму үдерістері мемлекет ішінде қалай жүргізілсе, соған сәйкес шетел серіктестеріне – инновациялық дамудың бірыңғай ақпараттық жүйесінің барлық жиынтығын ашатын жалпы жүйе құру қажет.

Ақпараттық жүйе серіктестер мен инвесторларды таңдау мақсатымен ұсынылған және талап ететін технологиялар бойынша ақпараттың жиналуын, талдауын және қолдануын жүргізуге ықпал ететін платформа болып табылады. Инновациялық дамудың бірыңғай ақпараттық жүйесі даму институттарының және басқа инновациялық даму ұйымдарында жұмылдырылған қызмет түрлерін бейнелейтін көпдеңгейлі мәліметтер базасы болып табылады. Жүйе қазіргі кездегі технологиялардың әлеуетті жабдықтаушылары мен тұтынушыларының арасындағы максималды мөлшердегі байланыстарын ұйымдастыру үдерістерін қамтамасыздандырады және ғылыми-технологиялық дамуды болжау үшін негіз болады.

6.4 Технопарктік құрылымдар қызметінің мәні және мазмұны

Инновациялық қызметті қолдаудың тиімді түрі технологиялық парктер қызметін ұйымдастыру болып табылады. Алғашқы технологиялық парктер өткен ғасырдың 50 жылдары АҚШ-та Стэндфорд университетінің (Калифорния штаты) ғылыми паркі ұйымдастырылғанда құрылған. Осылай университет өзінің қарамағындағы бос жерге қолданыс тапқан. Жер мен ғимараттар жоғары технология саласында жұмыс істейтін өзінің бөлімшелерін орналастыру үшін, федералды үкіметтің әскери сұраныстары арқылы тез дамып келе жатқан автономиялы шағын мекемелер мен жұмыс істеп тұрған компанияларға жалға беріле бастады. Жалдайтын фирмалар университетпен тығыз қызметтік байланыста болды.

Құрылысты аяқтау үшін, инфрақұрылымды қалыптастыру үшін және ғылыми парктің барлық бос жерін жалға беру үшін 30

жыл қажет болды. Бұл жоба сабырлықты және іске берілуді талап ететін ұзақ мерзімді болды және нәтижесінде бұл ғылыми парк өнеркәсіптің ғылыми сиымдылық секторының дамуында феноменалды жетістіктермен атақты болды. Технопаркте «Хьюлетт-Паккард», «Полароид» сияқты атақты фирмалар өз өмірлерін бастады. Бұл технопарк атақты Кремний жазықтығының бастамасы болды.

Осы кезде және КСРО-да ғылыми-техникалық кешендер құруға талпыныстар пайда бола бастады. 1956 ж. ғылыми қоныстанудың үлгісі болған Новосибирск ғылыми қалашығы – Академ қалашық құрылды.

Технопарк – ғылыми-техникалық, территориялды кешен, негізгі мақсаты шағын бизнес фирмаларының қызмет етуіне тиімді, ыңғайлы жағдай қалыптастыру. Олар жоғары оқу орындары, зерттеу орталықтары, зертханалар тұсында қалыптасады. Оның құрамына: зерттеу орталықтары, инкубатор, инновациялық орталықтар, маркетинг т.б. орталықтар енеді. Технопарк шағын инновациялық кәсіпорындарға қажетті бухгалтерлік, аудиторлық, консалтингтік, маркетингтік қызметтер ұсынып отырады. Ғылымның нәтижелері инновациялық жобаларды коммерцияландыруда технопарктерді қолдану үлкен мүмкіндіктерді ашады. Шетелдерде технопарк – ғылыми ұйымдар, ЖОО-дар, өнеркәсіптік кәсіпорындардың басы қосылған өте ыңғайлы кешен болып табылады. Технопарктердің құрамына кіретін фирмалар инновациялардың дамуының әр түрлі сатысында зерттеулер мен тәжірибелер жүргізетін, дайын өнімді шығаратын, сервистік қызмет көрсететін, делдалдық қызметпен айналысатын болуы мүмкін. Технопарктер тұрақты нарықтық ортасы және жақсы жолға қойылған өндірісі бар фирмалармен қатар, жаңа компаниялардың да басын біріктіреді. Технопарктердің қызметтеріне инновациялық жобаларды іске асырушыларға өндірістік алаңдарды ұсынумен, материалдық өндіріс саласына жаңалықтарды енгізуді жылдамдатумен қоса, ғылыми-техникалық қызметтердің жетістіктерін қолайлы жағдайларда коммерцияландыру жатады.

Бастапқыда АҚШ-та технопарктер саны жайлап өсті. Көптеген университеттермен және АҚШ-тың басқа техникалық жоға-

ры оқу орындарымен қабылданған бастамалар Стэнфордтың артынан тек бастама болып қалды. Тек олардың біршамасы, мысалға Солтүстік Каролинадағы «Зерттеуші үшбұрыш» өз мақсатына қол жеткізді. Сонда да АҚШ экономикасына технопарктердің үлесі штаттар әкімшілігінің деңгейінде жетістіктері бойынша көзге көрінді және бағаланды.

80-ші жылдары АҚШ Конгресі үкіметтік зерттеу грантының шегінде өңделген жоғары мектептің технологиялық жеке-меншік құқығын мойындағанда АҚШ-тағы технопарктер бірінен соң бірі пайда бола бастады.

Европада технопарктер 70-жылдардың басында пайда бола бастады. Олардың ең алғашқысы болып, Эдинбургтегі Хэриот-Уатт университетінің зерттеу паркі; Кембридждегі Тринити-колледждің ғылыми паркі; Бельгиядағы Левен-ла-Нев; Ниццадағы Софья-Антиполис және Греноблдегі ғылыми және техникалық жаңа енгізулер мен өндіріс аймағы (ZIRST) болды. Олар АҚШ-тың бұрынғы технопарктерінің моделдерін қайталады, оның ерекшелігі – бір демеушісінің болуында, ал іс-әрекетінің негізгі түрі – ғылыми сыйымдылықты фирмалардың жеке-меншіктеріне жерді жалға беру болып табылады.

80-жылдары технопарктің идеялары экономикалық дамыған елдерден де асып, тез тарала бастады. Технопарктер Канадада, Сингапурде, Австралияда, Бразилияда, Индияда, Малайзияда, Қытайда және Жапонияда құрала бастады.

Технопаркті қалыптастыру үдерісін екі фазаға бөлуге болады:

- институционалды фаза;
- кәсіпкерлік фаза.

Бірінші, институционалды фазаның төңірегінде инфрақұрылым құрылады: мекемелер мен дүкендерге, мейрамханаларға, банктерге қызмет атқаратын әкімшілік және өндірістік ғимараттар, қонақ үйлер салынады немесе жөнделеді. Паркте пайда болған алғашқы ірі ұйымның Лидердің артынан шағын компаниялар құрыла бастайды.

Парктің дамуының институционалды фазасында жұмыспен қамтамасыздандырудың өсуі іс жүзінде жоқ деп есептеуге болады. Кейбір қосымша жұмыс орындарының саны инфрақұрылымның өсуі және дамуының әсерінен пайда болады.

Екінші, кәсіпкерлік фаза бірнеше жылдан кейін институционалды фазадан кейін басталады. Бұл фазада Ғылыми парктің өлшемдерінің жылдам өсуі және жаңа компаниялардың пайда болуымен басқаларды өзіне тартуы болады.

Технопарк өзінің жеке меншігінде жеткілікті жері, ғимараттары бар жеке-меншік мекемелерді құруы мүмкін. Мемлекетке ірі мекемелерді қолдау керек, технологияларды бере алатын үлкен корпорацияларда жинақталған Ғылыми парктерді жылдам құрау үшін университеттер мен зерттеу орталықтарының жанындағы өзінің зерттеу бөлімшелерін жайғастыруы қажет.

Ғылыми парктерді үш модельге бөлуге болады: американдық (АҚШ, Ұлыбритания), жапондық және аралас (Франция, Германия).

Американдық модель. Университет аумағында компанияның кәсіпорындары мен өндірістік зертханалары емес, өндіріспен тығыз байланысқан бейкоммерциялық түрдегі зерттеу институттары (Иллиной Технология Институты орталығы – жылдық бюджеті 68 млн. доллар АҚШ жеке зерттеу орталығы) орналасқан «зерттеу паркінің» кәдімгі түрі.

Зерттеу паркінің «қайталанбас» типі Шотландияның ескі ғылыми паркін үлгі етеді. Хериот-Уоттский: – ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізуге рұқсат етіліп, өндіріс тыйым салынатын Еуропаның жалғыз «ғылыми паркі».

80-ші жылдардың басыда батыс еуропалық елдерде американдық «инкубаторларға» ұқсас, шағын «жоғары технологиялық» кәсіпорындар керектігіне бағытталған инновациялық орталықтар таралды, ол америндық «инкубаторларға» сай болды. Олардың міндеті – жаңа енгізу компанияларына «бастау кезеңін» қамтамасыз ету үшін идеяларды капиталдармен және кәсіпкерлермен қосу, қоғамдық және жеке қорларды шақыру. Инновациялық орталықтар қызметтері инновациялық үдерістердің әр түрлі сатыларын жаулайды, әсіресе эксперименталдық өндірістен жаңа өнімнің коммерциялық игеруіне өтуіне көмегін тигізеді. Көбіне инновациялық орталықтары бар өндірушілерге жаңа өнімге лицензия сату үшін зерттеуші-кәсіпкерлерге көмегін тигізеді.

Жапондық ғылыми парктер моделі американдыққа карағанда,

мүлдем жаңа қалалар – «технополистер» құрылысына көңіл аударады. «Технополис» жобасы – технопарктер пайда болу жобасы қолданысқа 1982 жылы қабылданды.

«Технополистер» құрылысына төрт аралда бірбеткей таратылған 19 аймақ таңдалды. Барлық «технополистер» келесі критерийлерге сәйкес келулері керек:

- Өз «ата-ана – қалаларынан» (200 мыңнан аз емес тұрғынымен) 30 минуттық жол жүру және Токио, Нагой, Осакадан 1 күндік жол жүру арақашықтығында орналасу.

- 500 шаршы миль ауданына тең не одан кіші ауданды алу.
- Мәдени және рекреациондық инфрақұрылымдармен жабықталған өмір сүруге ыңғайлы аудандармен сәйкестендірілген, балансталған заманауи ғылыми-өндірістік кешендер жиыны, университеттер және зерттеу институттары бар болуы керек.

- Табиғаты қолайлы аудандарда орналасып, жергілікті салттарға сай болуы керек.

Токиодан солтүстік-шығыс бағытта 35 милде Жапонияның Цукуба деген алғашқы технополисі орналасқан. Технополис көбіне мемлекет қаржысы есебінен сыртқы сауда мен өндіріс министрлігінің бастамасымен пайда болған. Онда 50 ғылыми-зерттеу институттары мен 2 университетте қызмет етуші 11500 адам тұрады. Цукубада Жапония мемлекеттік зерттеу лабораторияларының 30-ы орналасқан. «Технополистердің «мақсаты – ғылыми ізденістер нәтижелерінің коммерциализациясы. Цукуба – іргелі зерттеулер қаласы, ондағы жеке сектордың рөлі үлкен емес.

80-ші жылдардың соңы мен 90-шы жылдардың басында ресейлік технопарктердің қалыптасуының бірінші толқыны басталды. Олардың көбі жоғары мектепте ұйымдастырылды. Бұл технопарктердің дамыған инфрақұрылымы, қозғалмайтын мүлкі, даярланған менеджерлер командасы болмады. Олар жоғары оқу орнының бір бөлімі ретінде қалыптасып, қарастырылды. Бұл тек технопарк құруға тапсырыс ретінде ғана болды.

1990 жылы КСРО ұлттық білім беру Мемлекеттік Комитеті арқылы технопарктерді құру және дамыту бағдарламасы жасалып жүзеге аса бастайды.

Осы бағдарламаның құқықтық қабылдаушысы Ресей Федерациясының Білім Министрлігі болды. Сол жылы технопарк ассо-

циациясы құрылып өз жұмысын бастайды. Оның қызметінің осы кезеңдегі басты бағыты болып, технопарктерді құрудың шетелдік тәжірибесін үйрену және Ресейлік жағдайға ыңғайластыру. Ресейде технопарктерді құру концепциясын жасау. Технопарк түсінігін шағын инновациялық кәсіпкерлікті дамытуды қамтамасыз етуді аса тиімді формасы ретінде ашу және үгіттеу, технопарктерге және шағын инновациялық фирмаларға кадрларды дайындау. Соның ішінде шетелдік бетке ұстар мамандарын тарту, аудандардағы белсенді жұмыс технопарктік құрылымды өсу реті бойынша мына үлгі арқылы орналастыруға болады. Инкубаторлар технологиялық парктер, технополистер, ғылым және технология аудандары. Бизнес-инкубатор бір және бірнеше ғимаратты алатын кең тізімді қызметтерді орындайтын күрделі көп функционалды кешен ретінде түсіндіріледі. Инновациялық фирма технологиялық мамандандырылған саласына байланысты инкубатордан сол және басқа қызметтердің жинақтығын, онда міндетті түрде үйді жалға беру кіреді, сатып алады немесе жалға алады. Фирма – клиент инкубаторлық кезеңі-әдетте 2 – 3 жыл, кейде 5 жыл, осы уақыт аяқталған соң инновациялық фирма инкубатордан кетеді және жеке қызметін бастайды. Технопарктер зерттеу орталықтарының, зертханалардың, тәжірибелі зауыттардың базасында құрылады. Технопарктер шағын венчурлық компанияларды құрал-жабдықпен, тасымалдау құралдарымен, орналасатын орнымен қамтамасыз етеді, сонымен қатар оларға қажетті бухгалтерлік, кеңселік және консалтингтік қызметтерді көрсетеді. Біріккен ғылыми-зерттеулерді жүзеге асыруда, кадрларды дайындауда және т.б. көмектеседі. Технопарктердің ең басты функциясы (жеке тұлғаны иемденген және бәсекелестік күреске дайын) шағын инновациялық кәсіпорынды ғылыми идеясынан бастап, тұрақты жағдайына дейін апару.

Технополис экономикасында инкубаторлар мен технопарктер маңызды рөл ойнайтын және бір қаланың базасында құрылған бүтін ғылыми техникалық құрылымды білдіреді.

Ғылым және техника аймақтарында ғылыми сыйымды өнім өндірісіне мамандандырылатын ірі ғылыми кеңселер және өндірістік кәсіпорындар өз қызметін жүзеге асырады. Бұл кешенге сонымен қатар өндірістік және тұрмыстық инфрақұрылымдар,

шағын және орта бизнес, қаржылық институттар, демалыс орындары және мәдениет орталықтары кіреді.

Бизнес-инкубатор – кіші кәсіпорындар мен фирмалардың бастапқы дамуы үшін аса қажетті жағдайларды жасайтын ұйым. Көрсетілетін қызметтер қатарына: құрал-жабдықтармен, кеңселік және өндірістік орындарды және сәйкес коммуникациямен қамтамасыз етілген жеңілдік шарттарымен жалға алу; қызметкерлерді оқыту және әртүрлі консалтингтік қызметтерді көрсету кіреді.

Бизнес-инкубаторлардың басты маңыздылығы шағын кәсіпкерлікті бастапқыдан бұрын және бастапқы қолдаудан, өз ісін бастауды қалайтын, бірақ қолынан келмейтін кәсіпкерлерге көмектен тұрады.

Бизнес-инкубаторлар персоналдың ішкі ресурстарын, сонымен қатар кеңсенің ішкі байланыс желісі арқылы бизнесті үздік құруға және дамытуға қажетті ұйымдық шешімдер мен әдістемелік жұмыстарды өз мойнына алатын құрылым.

Шағын инновациялық кәсіпорындарды дамыту мен қолдаудың негізгі әдістерінің бірі бизнес-инкубация үдерісі болып табылады, яғни табыстың мүмкіндігін айқындау әлі күрделі, оларды дамытудың әлі ерте, қауіпті кезеңінде инновациялық жобаларға қолайлы жағдай жасау, сондай-ақ технологиялық компанияларды жедел дамытатын үдеріс. Инкубатор – инновациялық қызметтің көптеген түрлерін ұсынушы кешен, ол бір немесе бірнеше ғимараттарды алып тұрады, ал шағын инновациялық фирмалар осы ғимарат ішінен белгілі бір территорияларды жалға алып қызметін бастайды, инкубациялы кезең 2-3 жыл, осы мерзімнен кейін фирмалар өз бетінше қызмет жасау үшін бұл кешеннен шығып кетеді. Инкубаторда жаңа ғана қалыптасқан фирмаларға бухгалтерлік, маркетингтік қызмет көрсетулер (бизнес-жоспар жасау, өнімге жарнама, маркетингтік талдау жасау), компьютер, басқа да құрал-жабдықтарды жалға ұсыну сияқты көмектер көрсетіледі. Бұл ғылыми-өнеркәсіптік құрылымның негізгі мақсаты – шағын инновациялық фирмаларды ғылыми идеядан практикаға жеткізу, бәсеке күресіне төтеп бере алатын кәсіпорын дәрежесіне жеткізу. Ол кәсіпорындар инкубаторлардан шыққан соң технопарктерде немесе басқа да өнеркәсіптік орталарда қызмет етуге қабілетті

болады. /Бизнес-инкубаторларда жұмыс үшін компаниялар мен инновациялық кәсіпорындарды іріктеуде өтініш берушінің жеке басында, ғылыми дәрежелері мен атақтарының болуы маңызды./

Өз бизнесін идеяның коммерциялық негізінде бастағысы келетін кәсіпкерлер, ғалымдар, ойлап табушылар, бизнес-инкубаторлар да қажетті ақпаратты, мамандармен кеңесу мүмкіндігін, кеңсені жалға алудың жеңілдік шарттарына иеленеді. Бірінші бизнес-инкубатор 1959 ж. АҚШ-та пайда болды. Фабрика жабылғаннан кейінгі бос қалған орындарда жұмыссыз қалған адамдар өздерінің шағын кәсіпорындарын ашты. Бұл өте үздік тәжірибе өте үздік болды. 1985 жылы әлемде 70 бизнес-инкубаторлар қызмет жасады, 1992 ж. олар 470, ал 1995 ж. 1100 болды. Оның ішінде 525-і АҚШ-та, 75-і Қытайда.

Бизнес-инкубаторлар 2 түрде болады. Біріншісінде олар, технопарктердің ядросы ретінде жүреді. Ал екіншісінде, жеке дара ұйым ретінде қызметін атқарады. Кейде инкубатор мен технопарктерді айыратын шекараны сызу оңайға соқпайды, әсіресе жоғары технология фирмаларын қолдау туралы сөз болғанда. Бірақ олардың арасында айырмашылықтар бар:

- Біріншіден, бизнес-инкубаторлар тек қайта құрылып жатқан және дамудың бастапқы сатысында тұрған фирмаларды қолдайды.

- Екіншіден, олар жоғары технология фирмаларын ғана емес, технологиялық емес бизнес деп аталатын қызметтің ең кең саласындағы шағын бизнесті де қолдайды.

- Үшіншіден, инкубаторлар ереже бойынша жерге ие болмайды, сол себепті ол жерге фирмаларды және ірі корпорациялардың тұлғаларын тартуға, кеңселерді және басқа да фирмаға қажетті құрылыстарды салу үшін жалға беру құқығына ие бола алмайды.

- Төртіншіден, технопарктерге карағанда инкубаторларда тапсырыс берушінің тұрақты жаңарту саясатын қаталырақ жүргізеді. Шағын кәсіпкерлікті қолдау қызметтері, мақсаттары бойынша олардың арасында айырмашылық жоқ деуге болады.

Дамыған елдерде бизнес-инкубаторларды әдетте, үш топқа бөледі:

1. Жалпы типтегі бизнес-инкубаторлар.
2. Технологиялық бизнес-инкубаторлар.
3. Мамандандырылған бизнес-инкубаторлар.

Жалпы типтегі бизнес-инкубаторлар саладағы шағын бизнесті қолдаудың кең түрі. Бизнес-инкубатордың бұл түрі олардың қызметінің түріне тәуелсіз жаңа пайда болған кәсіпкерлерді қолдайды. Технологиялық бизнес-инкубаторлар – тек жоғары технологиялы шағын және орта фирмаларға қызмет көрсететін бизнес-инкубатордың түрі. Олардың қызметтер кешені басқа бизнес-инкубаторлардың қызметінен ерекшеленбейді, бірақ арнайы қызметтермен толықтырылады. Технологиялық бизнес-инкубаторлар әдеттегі бизнес-инкубаторлардың қызметтерінен бөлек, шағын фирмаларға ғылыми-техникалық ақпаратты, ғалымдардың кеңесін, арнайы зертханаларды және т.б. ұсынады. Олар көбінесе технопарктің бір бөлігі ретінде болады.

Технопарктер:

1. Жаңа техника және ғылыми сыйымды технологияларды жасап шығару мен енгізуге бағытталған инновациялық ұсыныстарды, экспертизаны және таңдауды;

2. Ұсыныстың тәуекелдігін бағалауды; ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізумен қатар, олардың нәтижесін өндіріске жіберуді жүзеге асырады.

Технопарктер ғылыми-зерттеу жұмыстарын орындау үшін өндірістік орындарды және құрал-жабдықтарды ұсынады. Әдетте, технологиялық парктер (ғылыми-техникалық парктердің барлық түрі) мына жағдай бар жерде орналасады:

- Ғылыми-зерттеу ұйымдары, жоғары оқу орындары.
- Кеңселерді, өндірістік зоналарды және жер телімдерін жалға алу мүмкіндігі.

- Мемлекет, жергілікті үкімет тарапынан қолдау табу мүмкіндігі.

- Ыңғайлы салықтық режим.
- Венчурлік қаржыландыру және басқа да қаржыландыру көздері.

- Шикізат көздеріне жақындық.
- Магистраль, автомобиль, темір жол және әуе транспортына жақындық.

- Кадрлық қамсыздандыру.

Әдетте, мұндай орталықтардың 4 мыңнан бірнеше жүз мың шаршы метр өндірістік аймақтары бар және олар 20-дан бірнеше жүздеген шағын кәсіпорындарды біріктіреді.

Технополистер мен ғылым мен технология аймақтары инновациялық фирмалар қызмет ететін «қаржы оазисіне» айналды. Мұнда мемлекеттік, коммерциялық банктер, өнеркәсіптік корпорациялар, венчурлық қорлар, қайырымдылық қорларының капиталдары шоғырланады, оның үстіне мемлекеттік жеңілдетілген салықтар, несиелер қосылды.

Инновациялық саланы дамытуға зор үлес қосатын тағы да бір құрылым ол инновациялық кластерлер. Атақты ғалым Майкл Портердің анықтамасы бойынша кластер – бұл географиялық жағынан бір біріне жақын орналасқан және технологиялық тізбектер бойынша өзара байланысқан компаниялардың (шикізаттарды, құрал-жабдықтарды, жинақтаушы бұйымдарды және арнайы инфрақұрылымдық қызметтерді жеткізушілердің), ғылыми-зерттеу орталықтарының, институттар мен университеттердің және басқа да мекемелердің тобы ретінде сипатталуы және бұлар өз кезегінде бірін бірі өзара толықтыра отырып жеке-леген компаниялардың бәсекеге қабілеттілік артықшылықтарын күшейте түсуі және жалпы кластердің өзінің дамуын қамтамасыз етілуі болып табылады.

Кластерлердің мақсаты - өнімнің, шикізаттың, материалдардың және өндіру бойынша құрал-жабдықтардың жана түрін шығару және ғылыми-зерттеулік және тәжірибелі-конструкторлық өндеулер жұмыстарын қолданатын әлеуетті тұтынушыларды табу. Кластер ұғымының келтірілген осы анықтамасын ескере отырып, бұл терминнің де біздің экономикада қалай қолданылатындығын білуіміз керек. Бұл жерде кластерлердің қандай да бір салада құрылуында әрқашанда мемлекеттік қолдау бар. Бірақ мемлекеттің қолдауымен кластерлер қандай бағытта құрылуы тиіс деген маңызды сұрақ туындайды. Егер мемлекеттік қолдау бар десек, онда бұл жүйе экономикада кез-келген бағытта құрыла алады, өйткені мемлекет экономиканың барлық саласында бүгінгі күні басты инвесторға айналған. Бірақ барлық салада жүзеге асырыла алады, дегенмен бұл кластерлік жүйе өз тиімділігін болашақта көрсете алады деген шектеулі салалар ғана аясында қолданыс таба алады. Олардың инновациялық белсенділігі қосылған құны жоғары өнімдерді шығаруға мүмкіндік беретін өндірістік тізбектілікті қалыптастырумен байланысты болуы қажет. Сондай-ақ,

экономиканың бұл құрылымдары жергілікті инновациялық инфрақұрылымның мамандандырылған субъектілерінің өнімдерін тұтынушы, сол субъектілерге жоба дайындауға тапсырыс беруші, кластердің жанынан инновацияға қабілетті ғылыми әлеуетті қалыптастырушы рөлін де қоса атқарулары қажет. Ұзақ мерзімді болашақта басқа да салалар мен кіші салаларда да кластерлерді дамыту көзделіп отыр. Мүмкіндігінше, елімізде алдағы уақыттары құрылатын кластерлер мынадай сипаттамаларға жауап беруге тиіс: бәсекелестік ортаның болуы және сонымен бір уақытта кластерлерге қатысушылар арасындағы кооперациялау, географиялық шоғырландырылуы, бір қызмет түріне мамандануы, қатысушылардың әртүрлі құрамы, ұзақ мерзімділігі және инновацияларға ашықтығы.

Айта кететін жайт, нарықтық қатынас жағдайында технопарктер түрінде біз жоғары білімнің, ғылымның, өндірістің, кәсіпкерліктің, қаржыландыру көздерінің аудандық және жергілікті басқару және билік органдарының интеграциясының жаңа түрі мен құрылымын иемденеміз, ал бұл өз кезегінде ХХІ ғасырдың индустриалды дамыған елдеріне тән технологияларды тиімді қолдануға мүмкіндік береді.

Өз қызметінің мақсаттарының тиімді жүзеге асырылуы үшін технопарк өте заманауи байланыс құралдарымен, компьютерлік және ұйымдық техникамен, кітапханалармен, мәліметтер банкімен, сонымен қатар зерттеу зертханалары, тәжірибелік эксперименттер және өндірістік қажеттіліктерді қамтамасыз ету үшін қажетті ақпарат жіберу және жасап шығару зерттеуін жүргізу үшін қажетті барлық құралдармен жұмыс жасайды.

6.5 Инновациялық кәсіпкерлікті ұйымдастыру мен мемлекеттік қолдаудың озық шетелдік тәжірибелері

Дамыған елдердің экономиканы инновациялық дамытудағы озық тәжірибелерін қарастыру және оны өз елімізде пайдалану тиімді болары сөзсіз. АҚШ, Үндістан, Германия, Жапония, Корея, Қытай және т.б. дамыған елдер тәжірибелері мынаны анықтайды, инновациялық және т.б. жобаларды басқару жүйесі – экономикалық дағдарыстан шығудың мықты құралы және ірі

ғылыми, өндірістік және саяси мәселелерді шешу әдісі болып табылады.

Нарықтық қатынаста бәсекенің дамуымен экономикада мемлекеттің рөлі төмендейді. Бірақ дамыған елдер тәжірибесі бойынша тек қана нарықтық принциптер негізінде материалдық-техникалық базаның қалыптасуы мүмкін емес. Елдегі инновациялық даму мемлекеттің араласуынсыз оң нәтиже бермейді. Сондықтан инновация мен инвестиция мемлекеттің реттеудің объектісі болып табылады. Қазіргі таңда ел экономикасы дамуының шешуші факторлары – ғылым мен инновациялық технологиялар екеніне күннен-күнге көз жеткізіп келеміз. Бүкіл әлемде озық технология мен техниканы насихаттайтын 1951 ж. Калифорнияда құрылған дүние жүзіндегі ең алғашқы технопарк – АҚШ-тағы «Силикон аңғарының» пайда болуына негіз болды. Өткен ғасырдың 80-жылдары технопарктер тек АҚШ, Еуропа ғана емес, Канада, Сингапур, Австралия, Бразилия, Индия, Қытай, Жапонияда да құрыла бастады. Жапондықтар жаңа өнімді ойлап табу және оны жасап шығару жылдамдығынан американдықтар мен еуропалықтарды да басып озады. Жаңа автокөлік Жапонияда 1 айдан кейін шықса, АҚШ-та 4, Еуропада 2 айдан кейін шығады. Жапондықтар үшін өнімнің сапасын қажетті деңгейге жеткізу үшін 4 ай жеткілікті, ал АҚШ-та бұл көрсеткіш – 11 ай. Қытайда жаңа техника мен жоғары технологияны өндіріске енгізумен 1950 ж. құрылған ҒТИП (ғылыми – индустриалды парктер) айналысады. Онда технологиялық жетістіктер коммерциялық және өндірістік жағынан қарқынды жылдамдықпен игерілді. ҒТИП қарамағына әр түрлі саладағы ғылыми орталықтар мен кәсіпорындар кіреді. ҒТИП олардың құрылуына жағдай жасайды, ғылыми зерттеулерін жүргізуге көмектеседі, ақпарат және қаржымен қамтамасыз етіп қадағалайды, бір сөзбен айтқанда, кәсіпорынға «қолайлы орта» жасайды. Ал Корея Республикасының (Оңтүстік Корея) ғылым мен техниканы соңғы 50 жылда өте қарқынды дамытты. Екінші дүниежүзілік соғыстан әлемдегі ең кедей елдердің бірі болып шығып, соғыстан кейінгі зерттеулердің басым бөлігін қорғаныс, ядролық және космостық салаларға бағыттады. Корея Республикасы ғылыми-техникалық саясатын өткен ғасырдың 60 жылдарының ортасында қолға алды. 1967 жылы басты міндеті

ғылыми-техникалық саясатты жобалау және жүзеге асыру болып табылатын. Ғылым және технология министрлігі құрылды және Ғылым мен техниканы қолдау туралы Заң қабылдады. Осыдан кейінгі дамуы 5 жылдық кезеңдерге жоспарланған. Финляндия 1991 жылға дейін экспортының жартысын КСРО-ға жіберетін. КСРО тарап кеткеннен кейін және 90-жылдардағы экономикалық дағдарыс Финляндия экономикасына да жағымсыз әсер етті. Мысалы, жұмыссыздық деңгейі 1991 жылы 3,5%-дан 1993 жылы 20%-ға дейін өсіп кетті. Осы келеңсіз жағдайдан шығу үшін Финляндия Үкіметі 1991 жылы жаңа экономикалық бағдарлама қабылдады. Оны 59 филиалы бар мемлекеттік қаржылық корпорация, 102 филиалы бар ұлттық қаржылық корпорация, 117 филиалы бар сауда және өндірістік кооперацияның Орталық банкі, шағын инновациялық кәсіпорындарға арналған кредиттерді сақтандыру ұйымдары жүзеге асырады. Шағын және орта бизнесті қолдаудың жапондық жүйесінің негізгі элементі – ол құқықтық-нормативті қамтамасыз ету болып табылады. Оған «Шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдау» туралы Заңнан бастап «Жаңа қызмет түрін енгізуге туындайтын төтенше жағдайлар» туралы Заңға дейінгі заңдар кешенін қамтиды.

Әртүрлі елдерде ғылыми және инновациялық саясатты жүзеге асыруға, ЖҰӨ өңдеулері мен зерттеулеріне кететін шығындардың әртүрлі үлесі тиісті болады. Бұл жерде көшбасшы Швейцария болады, кейіннен Германия, кейіннен Жапония, Швеция, Оңтүстік Корея және АҚШ. ҒЗТКЖ мен зерттеулерді қаржыландыру көлемі бойынша әлемнің көшбасшы елдерінің қатарына Жапония, Германия, Швеция, Швейцария, Оңтүстік Корея және АҚШ кіреді. Екінші топқа «жоғары технологиялар елдері» Ұлыбритания, Франция, Нидерланды, Италия, басқа да еуропалық мемлекеттер және Тайвань жатады.

Батыс еуропалық мемлекеттерде инновациялық үдерістерді мемлекеттік қолдау негізінен мыналарға бағытталған:

- инновациялық үдерістерді ынталандыру;
- фирмааралық кооперациялардың және университеттердің бірлестік жұмыстарын қолдау;
- интеллектуалдық жеке меншікті қорғау жүйесін жақсарту;
- ақпараттық қызмет көрсетулерді жақсарту;

- антимонополиялық заңдар жинағын жақсарту.

Инновациялық үдерістерді қаржыландырудың көп бөлігі, жанама қаржыландыруларға тиесілі, оған келесілер жатады:

- Зерттеулерге кеткен шығындарды төмендететін субсидияларды бөлу.

- Венчурлық қаржыландырудың даму жүйесі.

- Институционалды (зейнетақы) қорларын нығайту.

- Жеке инвестицияларға («бизнес-періштелер») жәрдем беру.

- Білім жүйесін дамыту.

- Мамандандырылған және басқарушылық кадрларды дайындау.

- Басқарушылық кеңес беру фирмаларын дайындау.

- Ғылыми-техникалық ақпараттық орталықтарды құру.

- Қоныс аудару туралы заңдар жинағын өңдеу.

Еуропалық мемлекеттер, инновацияларды қолданатын коммерциялық компанияларға және университет кооперацияларына жәрдем беруге ұмтылады және делдал (брокер) ретінде болады. Нақты бағыттар және аумақтық индустриялаудың дамуы бойынша ғылыми зерттеулерге жәрдем беру үшін, бұрын бірігіп жұмыс істеп көрмеген компаниялар мен жоғары оқу орындары арасында жаңа кооперациялық байланысты құруға мемлекеттің шаралар жиынтығы. Бір немесе бірнеше шоғырланған кластерде жаңа өнімді және құрал-жабдықты өндіру бойынша өңдеу жүргізілгендіктен, кластерлер кәсіпорындарды бәсекеге қабілетті болуына көмек береді.

Еуропалық үкімет басым көңілді патенттік заңдар жинағына және оның тәжірибелік қолданысының аспектілеріне бөледі. Осы бойынша, мысалы, инновациялық кәсіпкерлікпен айналысатын кіші және орта бизнеске қолдау көрсету бойынша, еуропалық мемлекеттер кіші және орта кәсіпорындарға ақысыз түрде патенттік ақпараттарды ұсынуды енгізді.

Германиядағы INSTI жобасы 1995 жылы Германияның Білім және Зерттеу федералды Министрлігімен (BMBF) құрылған, оның мақсаты жаңалықты ашушылар мен новаторлар үшін мемлекетте тиімді ортаны құру және өнімді сатуға арналған өңдеулер мен зерттеулер шешімдерінің пайда үдерісін жақсарту болып табылады. Жүзеге асырылу мерзімі 5 жылға есептелген бұл жоба, уақыт

шектеуінсіз ұзартылды. Жобаны жүзеге асыруды – “Institut der deutschen Wirtschaft” басқарады, ал қаржыландыруды – “BMBF” жүргізеді. Бұл жобаның негізгі мақсаты патенттік жүйені және ғылыми-техникалық ақпараттар базасын құру.

XXI ғасырда АҚШ экономикасының маңызды бағыты елдің жан-жақты дамуы үшін ғылыми-техникалық базисті құра отырып, инновациялық қызметті жеделдету болып отыр. Техникалық үдерістің негізгі қозғалтқыштарының бірі шағын және орта кәсіпкерлік (ШОК) болып отыр. Олардың инновациялық белсенділігі бір ғылыми қызметкерге келетін жаңа ендіртпелер мен жаңалықтардың көлемі, ірі ұйымдарға қарағанда 4 есеге жоғарылығымен дәлелденуде. ШОК саласында ҒЗТКЖ-ға жұмсалған 1 долларға келетін жаңа ендіртпелер мен жаңалықтар ірі кәсіпорындарға қарағанда 24 есе артық келуде. Сонымен қатар, ШОК саласындағы бір қызметкерге берілген салыстырмалы патентпен санымен көрсетілетін, мамандардың инновациялық белсенділігі ірі ұйымдарға қарағанда 16 есеге артық болып отыр. Мынаны айта кету керек, шектеулі ресурстарға ие бола отырып, шағын кәсіпорындар жоғары тәуекелдермен байланысты инновациялық салада жоғары инновациялық белсенділік көрсетуде. Инновациялық ШОК-тарға табысты қызмет үшін қолайлы жағдай туғызу мақсатында АҚШ Үкіметімен 1982 жылы «Шағын бизнесте инновациялық қызметті дамыту туралы» (The Small Business Innovation Development Act) федералдық заң қабылданды. Бұл заңның мақсаты болып енетіндер:

1. Технологиялық инновацияларды ынталандыру.
2. ҒЗТКЖ орындауда федералдық тапсырыстарды жүзеге асыру үшін ШОК әлеуетін қолдану.
3. Технологиялық инновациялармен шұғылдануға жас талантты адамдарды тартуға қолдау көрсету.
4. Федералды тапсырыс бойынша орындалған ҒЗТКЖ нәтижесіндегі ғылыми-техникалық жетістіктерді коммерциялауға көмектесу.
5. АҚШ-тың инновациялық саласында арнайы зерттеулер мен әзірлемелерге деген ұлттық қажеттіліктерді қанағаттандыру мақсатында жұмыс жасайтын шағын кәсіпорындарды тарту.

Осы заң шеңберінде инновациялық ШОК-тар және ойлап тапқыштардың әзірлемелерін жүзеге асыруда үлкен мүмкіндіктерді ұсынатын, мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылатын бірнеше ұлттық бағдарламалар жасалды. АҚШ заңнамаларында инновациялық қызметтегі әр түрлі кәсіпорындарды ынталандыру мақсатында, көптеген шығын түрлерін салық салудан босатады (құжаттарды, құрал-жабдықтарды алу, тәжірибелік үлгілерді жасау, сынақтар жүргізу, патенттік қызметтерді төлеу және т.б.).

Инновациялық саласында арнайы зерттеулер мен әзірлемелерге деген ұлттық қажеттіліктерді қанағаттандыру мақсатында, сонымен қатар, ҒЗТҚЖ айналысатын инновациялық кәсіпорындардың қызметін одан әрі табысты жасау үшін, АҚШ-та әр түрлі масштабтағы ғылыми-техникалық бағдарламалар кешені жүзеге асырылуда. Федералдық деңгейдегі тиімді іс-әрекеттер ретінде мына бағдарламаларды: «Шағын бизнестегі Инновациялық зерттеулер бағдарламасын» (The Small Business Innovation Research Program- SBIR) және «Шағын бизнестегі технологиялар трансферті бағдарламасы» (The Small Business Technology Transfer Program- STTR) көрсетуге болады. Бұл екі бағдарламада «Шағын Бизнес Әкімшілігі» технологиялар Департаментімен үйлестіріледі.

Инновациялық ШОК-тарды қолдау мен дамытудың Жапониялық тәжірибесі ел экономикасын реформалау негізгі үдерістерді мемлекет тарапынан ықпал жасаудың жоғары деңгейімен ерекшеленеді. Қысқа тарихи кезеңде Жапония шектелген табиғи ресурстарға ие бола отырып, әлемдік экономиканың көшбасшылары қатарына кірді. Көп жағдайда бұған ШОК-тарды жан-жақты қолдау мен дамытуға бағдарланған мақсатты бағытталған мемлекеттік саясат арқылы жетті. Жапон экономикасының реформалаудың табыстылығы көбінесе, мемлекеттік басқару органдардың ішкі және жаһандық нарықта болып жатқан өзгерістерді қабылдауы мен оған реакциясына байланысты болды. Ел экономикасында ШОК секторының маңызын ескере отырып, реформалау үдерістерін ШОК-тарды қолдаудың тармақталған инфрақұрылымы бар, мемлекеттік, аймақтық және жергілікті басқару органдарының өзара әрекеттерін, байланыстарын жетілдіруге көңіл бөлінеді. XX ғасырдың 50-ші жылдары Жа-

пония басында шетелдік «ноу-хау» және патенттерін қолданумен басталған, қарқынды экономикалық даму жолына түсті. 80-ші жылдардан бастап, мемлекеттің экономикалық саясаты ҒТП-нің басымды мәселелерін шешуге арналған, өз ғылыми-зерттеу әлеуетін қалыптастыру мен ірі зерттеу орталықтарын құруға бағытталды. Жапонияда 1983 жылдың өзінде технополистерді дамыту концепциясы қабылданған. Нәтижесінде, олардың экономикалық өсу қарқыны ел бойынша орта көрсеткіштерден жоғары екендігін көрсетті. Ел Үкіметімен ұлттық технопарктерді дамытуға байланысты арнайы бағдарламалар қабылданды:

1. «Технополистерді дамыту жоспары» венчурлық бизнес үшін субсидиялар мен төмен пайызды қарыздар ұсыну, өндірістік қуаттар мен құрылыстарды жалға алу төлемін төмендету шараларын қарастырды.

2. «Ғылыми өндірісті орналастыру жоспары» аймақтық өндірісті территориялды шоғырландыру және оларды мамандануы бойынша біріктіруді қарастырды.

3. «Базисті зерттеулер жоспары» кәсіпорынның бастапқы өмірлік кезеңінде оның дамуына ықпал жасауға бағытталады.

Жергілікті өзін-өзі басқаруың рөлі жоғары болуда. Жергілікті салықтардан босату, жергілікті бюджеттерден мақсатты дотациялар мен қарыздар бөлуді қосатын, әр түрлі жобаларға қатысушыларға қосымша жеңілдіктер беру мүмкіндігімен айқындалады. Мысалға, Кьюшу аралында Кьюшу технопаркін (микроэлектроника, байланыс құралдары және компьютерлік технологиялар өндірісі) құруға шетелдік инвестицияларды тарту үшін, жергілікті муниципалды билік инвесторларға 10 жылға берілетін, жылдық пайыздық ставкасы 1 – 8 %-ті құрайтын (бірінші төлемді 2 жылға дейін қалдыру) \$10 млн. көлемінде қарыздар берді.

Іскерлік және ғылыми-техникалық байланыстарының қарқынды дамуына мүмкіндік беретін зерттеу кешендерін қалыптастыруды қамтамасыз ететін 100-ден аса технопарктер құрылды. Технопарктер биліктің әр түрлі деңгейіндегі белсенді мемлекеттік қолдау арқылы, университеттер мен ғылыми-зерттеу институттарының өндіріспен өзара әрекеттер орталығына айналып отырды. Жапондық технопарктердің 70%-ы аймақтардағы шағын және орта кәсіпкерліктің қолдауы арқылы құрылған, со-

нымен қатар, олардың жалпы санының 58%-ы жоғары технологиялық өндіріске бағытталған. Оларды функционалдық принципі бойынша былай бөлуге болады:

- Ғылыми-зерттеу парктері (41%) ұлттық зерттеу орталықтарының әзірлемелерін өндіріске енгізуге негізделеді.

- Ғылыми парктер (33%) жаңа жоғары технологиялық кәсіпорындарды құруға арналған.

- Инновациялық орталықтар (26%) ҒЗТКЖны жүзеге асыруда, ШОК-тарға әрекеттенуге көмек көрсетуде.....

ШОК секторында инновациялық қызметтің дамуына қуатты серпінді 1999 жылғы «Шағын және орта кәсіпкерлік туралы заңы» (Small and Medium Enreprise Basic Law. Act No. 154 jf 1963: Amended in December 3, 1999) берді. ШОК-тарда инновациялық қызметті экономикалық ынталандыру үшін, қаржылық және ғылыми-зерттеулік қолдаудың (гранттарды көбейту, берілетін несиелердің көлемін ұлғайту, патенттеу шығындарын компенсациялау, өтеу) әр түрлі формаларымен қатар, ҒЗТКЖ-ға жұмсала-тын шығындарды (жабдықтар, тәжірибелік үлгілерді дайындау және демонстрациялық модельдерді шығару шығындарын) салық салудан шығарып тастау секілді қосымша шаралар қабылданды. Үкіметпен университеттер, ғылыми-зерттеу институттары және технологиялық даму орталықтары базасында біріккен инновациялық ШОК-тарды құруда арнайы салықтық жеңілдіктер мен преференциялар қарастырылған.

Инновациялық қызметті қолдау жүйесін реформалау әлемдік нарыққа жаңа тауарлар мен қызметтерді тез шығару мен жылжыту мақсатымен, ақпараттық технологиялар саласындағы ҒЗТКЖ нәтижелері мен әзірлемелерді коммерциализациялауды қарқындалтуға бағдарланған. Осыған байланысты перспективті ҒЗТКЖ және ақпараттық технологияларды қуатты бюджеттік қаржыландыру шаралары қабылданған. Оған қоса, ұзақ мерзімдік зерттеу кезеңдері бар перспективті ҒЗТКЖ қаржылық қолдаудың арнайы шаралары қарастырылады. Үкіметтік тапсырыстың ҒЗТКЖ-ларын қаржыландыру 35%-ға артқан. Жеке өнеркәсіптегі ҒЗТКЖ-ны коммерциализациялауды қаржылық қолдау 27%-ға және жас ғалымдарға көмек 23%-ға көбейген. Өндіріске технологиялар трансфертін жасау үшін, университеттер жанынан

еншілес ШОК-тар құруды ынталандыру мақсатында бюджеттен \$550 млн. бөлінді. Ол 3 жылдан кейін 1000 жаңа еншілес инновациялық компанияларды құруға мүмкіндік береді. Үкімет пен ҒЗТКЖ-ның 4 өте маңызды стратегиялық бағыттары (өмірлік үдерістер туралы ғылым, ақпараттық технологиялар, нанотехнологиялар және жаңа материалдар әзірлемесі) белгіленген, бұлар арқылы Жапонияға ғылым мен технологиялардың осы салаларында көшбасшылыққа жетуге мүмкіндік береді. Бұл мақсаттарға жету үшін инвестициялар көлемі 30%-ға жоғарылатылған.

Инновациялық қызметті дамыту мен жетілдіруде зияткерлік (интеллектуалдық) меншікті қолдану мен оны қорғау мәселелері ерекше орын алып отыр. Оларға зияткерлік меншікті тарату әдістері, ақпаратты қорғауды күшейту, өнертапқыштар рөлінің маңыздылығын тану, патенттерді тіркеу шығындарын төмендету мен оларды беру уақытын тездету, өндірістік шпионаж бен зияткерлік меншікті ұрлаудың алдын алу, өнімдерді заңсыз көшіріп шығаруға қарсы тұру және т.б. жатады. Жапонияда зияткерлік меншік құқықтарын қамтамасыз етудің барлық инфрақұрылымын жетілдіру және ақпаратты қорғау, сақтау, таратуды бақылау технологиялары бойынша барлық халықаралық стандарттар міндеттерін орындауды жүзеге асыру үшін мына «Патенттеу туралы заң», «Тауарлық белгілер туралы заң», «Патенттік прокуратура туралы заңдар» қайта қаралды. Бұл 2010 жылдан бастап зияткерлік меншікті қорғау мен оны қамтамасыз етуде әлемдік стандарттарға сәйкес жағдай жасауға мүмкіндік туғызды.

Жапония өндірісінің әлемдік нарықтардағы бәсекеге қабілеттілігін арттыру шаралары мыналарды қарастырады:

1. Алдыңғы қатарлы әзірлемелерді коммерциализациялауды жылдамдату мақсатымен зерттеу кезеңі мен содан әрі жүргізілетін нарықтық тауардың әзірлену мен дайындалу кезеңі арасындағы тізбелікті қамтамсыз етуге арналған ҒЗТКЖ қаржыландырудың жаңа бағдарламаларын жүзеге асыру.

2. Инновациялық ШОК-тар үшін салық салу жүйесін мүлдем жақсартуды іске асыру. Бұларға: ҒЗТКЖ шығындарын салық салудан алып тастау, салықтық демалыстар (каникулдар) беру, университеттер мен бірлесіп жүргізілетін ҒЗТКЖ-ға арналған инвестицияларды шығындар ретінде жылдам алып тастау мен ҒЗТКЖ-ға

жеңілдікті салық салу. ШОК-тар үшін патенттік қызметтер құны 50%-ға төмендетіледі және олар 3 жылға патенттік төлемдерді, баждарды төлеуден босатылады. Осы шаралар ҒЗИ және университеттермен бірлескен инновациялық кәсіпорындардың ашылуына ынталандырады.

3. Зияткерлік меншік құқықтарын қорғауды күшейту және коммерциялық құпиялардың сақталуын қамтамсыз ету бойынша ұсыныстар кешенін қабылдау. Коммерциялық құпияларды сақтау және оларды бұзушылармен күресті күшейту бойынша құқықтардың қамтамасыз етілу шараларының жүруі. Патенттеу процедураларының кететін уақытты азайту.

4. Қаржыландыруға түскен тапсырыстарды конкурстық таңдауды кеңейту негізінде қаржылық ресурстарды бөлудегі икемділікті жоғарылату.

5. Университеттерді реформалау және жалпы білім беру жүйесін күшейту. Сонымен қатар, пәнаралық зерттеулер мен ҒЗТҚЖ-ны жүргізуде университеттер мен академиялық құрылымдар мүмкіндіктерін кеңейту.

6. Ғылыми-техникалық дамудың приоритетті бағыттарына сәйкес инновациялық қызметке бағдарланған жаңа ШОК-тардың құрылуына белсенді көмек көрсету. Бұл үшін берілетін несиелердің жоғарғы шектері көтеріледі, персоналды оқыту мен техникалық кеңес беруге ұсынылатын қаржылық көмек ұлғайтылады.

Осы шаралар арқылы Жапонияда жақын арадағы 5 жылда жаңадан құрылатын жоғары технологиялы ШОК-тардың саны екі есеге көбейеді деп күтілуде. ШОК-тарды қолдау мен дамытудың бар ұлттық инфрақұрылымы қызметінің координациясын мемлекеттік «Шағын және орта кәсіпкерлік Агенттігі» (Small and Medium Enterprise Agency-SMEA) атқарады. Сонымен қатар, Үкіметтің ШОК секторындағы инновациялық қызметі бағытын жалпы стратегиясын жүзеге асырады. Бұл агенттік ірі мемлекеттік және тәуелсіз жеке ұйымдар, ғылыми орталықтар және зерттеу орталықтарымен белсенді қарым-қатынас жасайды. Оның ішінде маңызды орын алатын «ШОК-тарды қолдау ұйымы және Жапония аймақтарының инновациялық дамуы» агенттігі (Organization for SME& Regional Innovation of Japan-SMRJ) бо-

лып табылады. SMRJ құрылымында ШОК-тарда технологиялар мен басқаруды жетілдірудің 9 институты, 4 технопарк және бірнеше бизнес-инкубаторлары бар. Мұнда жылына 4000 жуық шағын кәсіпорындардың басқарушылары мен мамандары кәсіпкерлік қызметке қатысты теориялық және тәжірибелік дайындықтан толық өтеді.

АҚШ-пен Еуропалық мемлекеттер тәжірибесіне сүйеніп SMRJ агенттігі Жапония сауда-өндірістік палатасымен бірге зейнет жасындағы жоғары кәсіби мамандарды тарту арқылы енді құрылған немесе даму үстіндегі ШОК-тарға көмек тәжірибесін кеңейтуде. SMRJ агенттігі жергілікті префектуралар әкімшілігі және сауда-өндірістік палаталарымен бірігіп «Кәсіпкерлікті қолдаудың венчурлық орталықтары- КҚВО», «ШОК-тарды қолдаудың муниципалды орталықтары М – КҚМО» және «Аймақтық ШОК-тарды қолдау орталықтары – АҚҚО» құрды.

Бұл орталықтардың басшылары мен штаттық қызметкерлері болып табысты, тәжірибесі, мол жергілікті кәсіпкерлер мен менеджерлері қойылады. Қазіргі кезде Жапонияның ШОК-тарды инновациялық қолдау мен дамыту мемлекеттік инфрақұрылымына 8 венчурлық, 59 аймақтық және 261 муниципалды орталықтар, сонымен қатар, бірнеше зерттеу институттары, ақпараттық қызмет орталықтары мен қаржы-несиелік ұйымдары кіреді. «Аймақтық ШОК-тарды қолдау орталықтары» елдің 47 префектурасы мен 10 ірі қалаларында орналасқан.

Жапонияда «Шағын бизнестегі инновациялық зерттеулер бағдарламасы» (The Small Business Innovation Research Program-SBIR) АҚШ-тағы осы аттас бағдарламаға ұқсас. Жапондық SBIR бағдарламасы құрылу үстіндегі инновациялық ШОК-тарға көмектесу үшін гранттар, жеңілдікті қарыздар, аутсорсингтік қызметтерді мемлекеттік органдардың қаржы және техникалық мүмкіндіктерінен тартады. Жаңа өндірістік технологияларды табу және құру үшін ҒЗИ, университеттер мен ШОК-тардың өзара әрекетерін жандандыруға қосымша қаражаттар бөлінуде. Бұл университеттер жанынан 1000 аса еншілес инновациялық ШОК-тар ашуға мүмкіндік берді.

Сауда-өндірістік қоғамдар федерациясы мен Жапония сауда-өндірістік палатасы және SMRJ агенттігінің қаржылық көмегімен,

сонымен қатар, жергілікті әкімшіліктермен бірге келесідей іс-шаралар атқарылды. «Венчурлық бизнестің ұлттық START-UP қоры» (Start-up Venture National Forum) құрылған, осы форум шеңберінде венчурлық кәсіпорындар құру-дамыту тәжірибесі бар кәсіпкерлердің мобильді топтарымен бүкіл ел аумағында семинарлар өткізеді.

Осы шаралардың барлығы жаңа тауарлар мен қызметтерді шығару, бар өндірістерді жетілдіруге белсене араласатын кәсіпорындардың инновациялық қызметін белсендіруге мүмкіндік берді. Инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындардың үлесі, бизнестің стратегиялық бағытталуына байланысты мынадай: өндіріс саласында – 64,7%, жаңа технологияларды шығару саласында – 60,7%, қызметтің жаңа түрлерінде – 47,8%, саудада – 42,9%, бар өндірісті модернизациялауда – 15,8%-ды құрайды.

«ШОК-тарда инновациялық қызметті қолдау туралы Заңы» (the Law on Supporting Business Innovation of Small and Medium Enterprises), «ШОК-тардағы шығармашылық белсенділікті қолдау туралы Заңдары» (the Law concerning the Promotion of Creative Activities of SMEs) ШОК-тарды инновациялық қызметпен айналысуға ынталандырудың құқықтық негізі болып табылады. Мысалға, қызмет етудің жаңа салаларын, жаңа тауарлар мен технологиялар өндіруді игеріп жатқан жергілікті венчурлық ШОК-тарды инвестициялау үшін «Венчурлық инвестициялау серіктестігі» (Limited Partnership for Venture Capital Investment) құрылды. Мұндай серіктестіктер құрамына мүдделі бірнеше компаниялар кіреді, оның ішіне міндетті түрде акционер ретінде SMRJ агенттігі кіреді. Мұндай серіктестіктерде басқарушы компания болып, әдетте жеке венчурлық қорлар болады. Бұл серіктестіктер ШОК-тарды инвестициялауды тікелей капитал салымдары немесе жалпы көлемі ¥300 млн. иеннен аспайтын (\approx \$3,3млн.) сомадағы акциялар мен облигациялар шығару арқылы жүзеге асырады. Соңғы жылдары инновациялық бизнес саласында «періштелер» деп аталатын жеке инвесторлар есебінен инвестициялық капитал тарту тәжірибесі кең таралған.

Жапонияның экономикалық өмірінде елдің ең ірі мегаполисі – Токио қаласы ерекше орын алады. 2006 жылы мықты «Токио сауда орталығы» (Tokyo Trade Center-TTC) құрылды. Бұл

орталық кәсіпкерлік бойынша ШОК-тарға жан-жақты ақпараттық, техникалық, кеңестік қызметтермен көмектеседі. Практикалық түрде мегаполистің әкімшілік аудандарында орналасқан 5 бизнес-инкубаторларда жаңа ШОК-тар ашуды ұйымдастыруға жағдай жасайды. Токиода 123 университеттің шоғырлануы, ҒЗИ көптігі, талантты және жоғары кәсіби мамандардың көп санының болуы, жоғары технологиялық ШОК-тардың артуымен үйлесуі бұл қаланы Жапония өнеркәсібінің қарқынды даму орталығына айналдырды.

Жапонияда инновацияға салынатын жеке инвестициялар 80%-ды құрайды, ал 20%-ын Жапонияның үкіметі қаржыландырады. Азаматтық қоғамның қызығушылығымен пайда болған зерттеулер көбірек қаржыландырылады. Бюджеттік қаржыландырудың негізгі бөлігі университеттер мен мемлекеттік ғылыми кәсіпорындарға бөлінеді. Іргелі зерттеулер басым түрде мемлекетпен қаржыландырылады. Инновациялық кәсіпкерлікті мемлекеттік қаржыландырудың жанама формаларының дамуы күштірек болып отыр. ҒЗТКЖ-мен жұмыс істейтін фирмалар, тікелей мемлекеттік қолдауды бөлшекті түрде алады. Көбіне мұндай компанияларға салықтық жеңілдіктер қарастырылған. Сонымен қатар, мемлекет шағын инновациялық кәсіпкерлікті келісімдер және жаңа технологиялық шешімдер мен бұйымдар өңдеуіне арналған мемлекеттік тапсырыстар. Жапонияның инновациялық кәсіпкерлігі өндірістік ғылыми-зерттеулік және тәжірибелі-конструкторлық өңдеулерді қаржыландыруға байланысты көмекті көп түрде алмайды. Ғылыми-зерттеулік және тәжірибелі-конструкторлық өңдеулерге байланысты шығындардың 25%-ы мемлекеттің үлесіне тиеді. Бірақ үкімет ұлттық нарықты және ғылыми-техникалық прогресстің мықты бағыттарын қорғауға байланысты протекционистік шаралар қолданады.

Жапонияның сыртқы сауда және өндіріс Министрлігі ірі ұлттық бағдарламаларды өңдеуді құрайды (ғарыштық зерттеулер, биотехнология, генетика, экология, жаңа дәстүрлі емес қуаттың көздері). Ғылыми-зерттеулік және тәжірибелі-конструкторлық өңдеулердің мықты бағыттарына кеткен мемлекеттік шығындар 90-шы жылдардың басында Жапонияда ЖҰӨ-нің 3,5%-ын құраған.

Жапонияның үкіметі ҒЗТКЖ және зерттеулер үшін қаржыландыру жүйесін құрды, ол мемлекеттің несиелі-қаржылық мекемелердің құралдарын экономика салаларының және жақсартылған өндіріске бағыттау мүмкіндігін береді. Осы үшін мемлекеттік өндірістік саясатта несиелі-қаржылық ресурстарда бағыттаудың тікелей, сондай-ақ жанама түрі, және қайта несиелеу тәжірибесін тарату қарастырылған; пайыздық қойылымдарын төмендету стратегиясы қолданылады, «банк – үкімет – экономика - субъекті» түрде арнайы шығарылған несиелік сызықтар бойынша несиелеуді үйлестіретін келісілген кеңестер құрылады. Жапониядағы инновациялық кәсіпкерлікті дамыту үшін бағытталған мемлекеттік займдар және инвестицияларды жүзеге асыру бағдарламасы бойынша жұмыстардың негізгі көлемін Жапонияның даму банкі және трасттық қорлар бюросы орындайды. Мемлекеттік инвестициялық бағдарлама оңайлығымен ерекшеленеді, елде болып жатқан экономикалық үдерістерді есептей отырып өзгерістерге тап болады.

Ғылыми-инновациялық қызметке және инновацияға мемлекет тарапынан жүргізілетін шаралардың негізгі бағыттары мыналар болады:

- Мемлекеттік бірегей немесе кейінгі тапсырыстары бойынша ҒЗТКЖ-мен айналысатын жеке компанияларды қаржыландыру.
- Түрлі қорлардан ҒЗТКЖ-ларды қаржыландыру.
- Салық салу жеңілдіктері немесе ҒЗТКЖ ауданындағы ғылыми-зерттеулік және өндірістік қызметтерді салықтан босату.
- Ноу-хауды қолдануға арналған лицензияларды сатып алу үшін ірі өндірістік компанияларға мемлекеттік демеу қаржылар.
- Перспективалы ҒЗТКЖ әзірлемелерін жүргізуде несиелік жеңілдік.
- Табыстылық пен қаржылық тұрақтылыққа қол жеткізу бойынша жеке иелікке берумен өндірістің жеке салаларын өз қарамағына алу.
- Жапондық өндірушілерді бәсекелестерден қорғау.
- Басқа мемлекеттерден жаңа технологияларды алу бойынша қолайлы жағдайды жасау.
- ҒЗТКЖ қаржыландырудың бюджеттен тыс көздерін қызықтыру.

- Мемлекеттік инвестициялық бағдарламаны ұлттық өндіріс қызығушылығымен келістіру.

Кіші инновациялық кәсіпкерлікті қолдайтын ұйымдар:

- Жапонияның негізгі технологиялар орталығы шағын және орта инновациялық кәсіпкерлікке байланысты қажетті байланыстарды құруға көмек береді, іргелі және қолданбалы зерттеулерді қаржыландырады.

- Қуаттың жаңа көздерін дамыту бойынша ұйым жеке кәсіпкерлерге ғылыми орталықты құруға көмектеседі және бірлестік зерттеулер жүргізу үшін кәсіпкерлердің халықаралық әріптестігін ұйымдастырады.

Сонымен қатар, Жапонияда «Ғылыми білімдерді тарату бағдарламасы» дайындалып, жүзеге асырылып жатыр, оның шектеуінде жеке мердігер-компаниялар үшін префектурада ғылыми орталықтар құрылады және білікті өңдеушінің жақсартылған шарттарын құруға, қаржылық қолдауға және ҒЗТҚЖ қаржылық көмекке мемлекеттік кепілдікті қамтамсыз етуге бағытталған «Ғылым мен технология бойынша негізгі заң» шықты.

Қытай дамыған елдерден ғылыми-техникалық артта қалудың алдын алу үшін, 1982 жылдың өзінде ғылыми парктер құру идеясы негізінде әлеуметтік-экономикалық саладағы инновациялар бағдарламасы қабылданған екен. Қытай Үкіметі ірі масштабтағы инновациялық және ғылыми-техникалық жобаларды жүзеге асыру қажеттілігін түсіне отырып, экспорттық өндірісті қамтамсыз ету үшін ғылыми парктер, бизнес-инкубаторлар, арнайы технологиялық зоналар құру бойынша кең ауқымды бағдарламаларды бастады. 1985 жылы Гонгконгқа жақын Шэньчжэн қаласында елдегі бірінші ғылыми паркті құруға қайтарымсыз негізде 316 гектар жер бөліп, жобаны қаржыландыруға кірісті. Паркте орналасуға тек алдыңғы қатарлы және жаңа технологияларға ие, сонымен қатар, оларды өндіріске енгізу мүмкіндігі бар фирмаларға мүмкіндік берілді. Олардың міндетті түрде өнімдері мен қызметтері үшін нарықтың болуы мен олардың экспортқа бағдарлануы қажет болды. Бұл фирмалар үшін Қытай Үкіметі маңызды жеңілдіктер ұсынды (салықтық каникулдар, экспорт пен импортта, ғылыми-техникалық гранттар алуға артықшылықтар). Фирма-қатысушыларға несиелер

мемлекеттік банктерден төмен пайызбен берілді. «Шэньжэнь» паркінің 10 жыл жұмыс істеуінде 90-нан аса технологиялар мен өнімдер жасалды, оның көбісі халықаралық деңгейде танылды. Нәтижесінде елде 53 ғылыми-техникалық парктер құрылды.

Қытай Үкіметімен қабылданған шаралар мен бағдарламаларға тоқталсақ:

1. 1986 жыл, наурыздағы «863 бағдарламасы» ғылыми сыйымды салалардың приоритетті бағыттары болып: микроэлектроника және информатика, аэроғарыш, оптико-талшықты байланыс, гендік инженерия және биотехнология, жаңа энерго үнемдеу технологиялары, табиғатты қорғау техникасы мен жабдықтары, медициналық жабдықтар саналады.

2. 1986 жылғы «Искра» мемлекеттік бағдарламасы ғылыми-техникалық жетістіктерді қолдану негізінде ауылшаруашылығы экономикасын дамытуға бағытталды.

3. 1988 жылғы «Факел» бағдарламасы отандық алдыңғы қатарлы әзірлемелерді өндіріске жылдам енгізу мақсатында ғылым мен техника дамуына бағытталды.

4. 1987 жылы ғылыми-техникалық кәсіпорындардың инкубаторларын құру шарасын іске асыра бастады. Жоғары технологиялы ШОК-тарды құру арқылы инновациялық жобаларды іздеу мен оларды қолдауға арналды.

5. 1988 жылы эксперименталды Пекин жаңа және жоғары технологиялар паркін құрды. Территориясы 100 шаршы шақырымды құрады, мұнда ондаған ЖОО-лар, 130 ғылыми-зерттеу институттары мен зертханалар болды, оларда 100000 жуық мамандар жұмыс істеді.

6. Көлемі бойынша Қытайда екінші парк «Наньху» құрылды. 22 шаршы шақырым территорияны алып жатыр, 12 ЖОО, 30 ғылыми-зерттеу институттары, 220 жоғары технологиялық кәсіпорындар, оның ішінде \$7 млрд. шетелдік капиталдың қатысуымен 30 компания бар.

7. 1990 жылдары Қытайда «Жоғары технологиялар зоналары» (технопарктер) құрыла бастады. Мемлекеттік жеңілдіктермен қоса, шетелдік және отандық инвесторларды ынталандыру мен тарту үшін жергілікті органдар мен әкімшіліктер тарапынан қосымша жеңілдіктер қарастырылды. Мысалға, Харбинь

каласындағы жаңа және жоғары технологияларды игеру зонасында мынадай қосымша жеңілдіктер алуға болады:

- Кәсіпорындар (аккредиттеу күнінен бастап) алғашқы 3 жылда табыс салығынан толық босатылады, 50% салықты (7,5% тарифімен) екінші 3 жылда төлейді, 7 жылдан бастап табыс салығын толық (15% тарифімен) төлейді.

- Жылдық жалпы ішкі өнімдері ішінен экспортқа арналған өнімдер көлемінің құны 50%-дан асатын кәсіпорындар табыс салығын 10% тарифімен төлейді.

- Жергілікті өнеркәсіп шығармайтын, жоғары технологияларды зерттеу мен игеруге арналған құралдар мен жабдықтар кедендік импорт бажынан босатылады.

- Аймақтар территориясында кешенді құрылыс жүргізуде кәсіпорындар бірқатар жеңілдіктерге ие болады.

1. 1992 жылы Қытай Үкіметімен «ШОК-тарды өндірістік қолдау орталықтары» құрыла бастады. Қазір Қытайда мұндай орталықтардың саны 1218 болып отыр. Бұл орталықтардың негізгі қорларының жалпы сомасы \$16 млрд. құраған. Оларды қаржылық қолдау мақсатын да жыл сайын \$12,5 млн. бөлінеді. Мұнда 200000-ға жуық мамандар оқытылып, 92000 ШОК-қа кенестер көрсетілген.

2. 1996 жылы елде «2010 жылға дейінгі ғылыми-техникалық бағдарламаны» жүзеге асыра бастады. Бағдарлама өмір сапасын арттыруға, өмір сүру ортасын жақсартуға, адам мен табиғат қатынастарын жарастыруға, әлеуметтік саладағы ғылыми-техникалық прогресті жандандыруға бағытталған.

3. 1998 жылы мемлекетпен «Жаңа білімдерді ізгілендіру» жобасы бойынша эксперименталды жұмыс басталып, \$600 млн. бөлінді. Жоба мақсаты зияткерлік новаторлықты және халықаралық білім орталықтарын ұйымдастырудың функционалдық механизмін құру болды.

ШОК секторының ғылыми-техникалық әлеуетін ашуға ықпал ететін инновациялық қызметтің даму ұлттық жүйесін қалыптастыру кезеңі маңызды болды. Оған мыналар жатады:

1) Инновациялық ШОК-тарға қатысты жалпы стратегияны қалыптастыру.

2) ШОК секторында инновациялық қызметті координациялау бойынша әкімшілік органдарды құру.

3) Жетілдіру үстіндегі ШОК-тар үшін салықтық преференциялар ұсыну.

4) Инновациялық даму үшін қаржылық қолдау жүйесін құру.

5) Инновациялық ШОК-тар ақпараттық, кеңестік, техникалық қызмет жасаумен қамтамсыз ету.

6) Тез дамып келе жатқан ШОК-тарды қолдау үшін бизнес-инкубаторлар, технопарктер мен технологиялық зоналарды қалыптастыру.

7) ШОК-тар үшін венчурлық қорларды ұйымдастыруға ат салысу.

2004 жылы Қытайда 500-ге жуық бизнес-инкубаторлар, оның ішінде 200 әр түрлі «ғылыми-техникалық кәсіпорындардың инкубаторлары» қызмет істеді. Бизнес-инкубаторлар 1515,1 млн. м² жерді алып жатыр. Мұнда 3 млн-ға жуық ШОК орналасқан, бұл барлық ШОК-тардың 25%-ын құрайды. 2008 жылы елде 7298 білім және зерттеу ұйымдары болды. Онда жұмыс істейтін зерттеушілер саны бойынша Қытай Жапония мен Ресейді озып, АҚШ-тан кейінгі екінші орынды алды. Соңғы 4 жылда шетелдік инвестицияларды тарту арқылы құрылған инженерлік орталықтар саны 200-ден 750-ге дейін өсті. Технологиялық парктер мен бизнес-инкубаторларды дамыту арқасында, әсіресе шағын бизнес саласындағы инновациялық белсенділікті арттыруға мүмкіндік туды. Бұл ҚХР-да венчурлық капитал нарығын қалыптастыруға күшті әсер берді. Қазір елде 180-нен аса әр түрлі венчурлық инвестициялық компаниялар жұмыс жасайды, оның ішінде 90%-ы үкіметтік, 8%-ы шетелдік, қалған 2%-ы бірлескен кәсіпорындардікі болып отыр. Олардың жалпы капитал салымдары \$30 млрд. құрайды.

Қытайдың Ғылым және технология министрлігі жасаған жоғары технологиялық секторды дамыту арнайы бағдарламасының бастапқы кезеңдерінің өзінде, 1997 - 2001 жылдар аралығында жыл сайын іргелі және қолданбалы зерттеулерге \$13 млрд. бөлінген. Бұл қаржылар академиялық институттар мен шағын кәсіпорындарға электроника және ақпараттық технологиялар секторындағы ҒЗТКЖ мен іргелі зерттеулер нәтижелерін коммерциализациялауға көмек ретінде жіберілген болатын. Үкімет қытайлық компьютер және электроника өндірушілеріне салықтық

женілдіктер беріп, олардың мүдделерін шетелдік бәсекелестерден қорғады. Қытайға шетелдік жоғары технологиялардың енуін ынталандыру үшін заң қабылданған. Бұл заң шетелдік компаниялар Қытай нарығына шығу үшін қытайлық бір фирмамен бірлескен кәсіпорынды құруын міндеттеді. Американдық, еуропалық, жапондық, тайвандық электронды құралдарды шығарушылар жаппай түрде ҚХР-да өз өндірістерін орналастырып, жергілікті компанияларға ірі тапсырыстар бере бастады. Бұл 2007 жылы Қытайға электронды құралдарды шығару көлемі бойынша АҚШ-тан кейінгі 2 орынға шығуына мүмкіндік берді.

Ел экономикасын реформалаудың негізгі мақсаттары болып мемлекеттік ұйымдардан ғылыми-техникалық үдерісті басқару бойынша функцияларды арнайы өкілетті жеке ғылыми және технологиялық агенттіктер қарамағына беруді қарастырды. Осыған байланысты, 2003 жылы Ғылым және технологиялар министрлігі белгілі зерттеу институттары негізінде ғылыми және технологиялық делдал агенттіктердің ұлттық желісін құру мәселесіне көп көңіл бөлді. Бұндай агенттіктердің және жоғары технологиялы ШОК-тардың болуы ұлттық инновациялық жүйенің дамуын қамтамасыз ететін талаптардың бірі болып табылады. Делдалдық агенттіктер технологиялық жаңалықтардың жария етілуінде, ғылыми-техникалық жетістіктерін бағалауда, инновациялық идеялардың таралуында ерекше орын алады. Қазір Қытайда 6 миллионға жуық ғылыми және технологиялық делдал агенттіктер бар. Мұнда 110 млн. адам жұмыспен қамтылған. 2009 жылы ел Үкіметімен «инновациялық кәсіпорын» мәртебесі қабылданған. Бұл мәртебе байланысты 90 кәсіпорынға берілген. Олардың өз брэнді бар және техникалық новаторлыққа байланысты әлемдік нарықта жоғары бәсекеге қабілеттілікке ие болуда. «2006 - 2020 жылдарға арналған ғылым мен техника саласының орта және ұзақ мерзімді даму мемлекеттік бағдарламасына» сәйкес, инновациялық және ғылыми қызметті одан әрі күшейту қажеттілігі байқалуда. 2020 жылға қарай Қытайдың ЖІӨ-дегі ғылыми зерттеулер мен жаңалықтарға капитал салымдарының үлесі 2,5%-ға дейін өседі, экономикаға ғылым мен техниканың қосқан үлесі 60%-ға өседі деп күтілуде. Бұл үшін Қытай Үкіметі зерттеулер мен талданымдарына бөлінетін салымдарды саты-

лы түрде көбейтуде. 2004 жылы осындай инвестициялар көлемі \$108,9 млрд., (ЖІӨ-нің 1,5%), 2005 жылы - \$125 млрд., 2006 жылы - \$136 млрд., 2010 жылы бұл шығындар \$220 млрд. жетеді. Қытайдың Ғылым және технология министрлігі 2020 жылы ҚХР-ды АҚШ, Жапония, Оңтүстік Корея Республикасы және Финляндия секілді инновациялық типтегі мемлекеттер қатарына кіреді деп болжайды. Бұл елде инновациялық қызметті дамытудың бүтіндей бір ғылыми-техникалық жүйесін құрумен қамтамасыз етіледі. Қазірде Қытайдың ғылыми-техникалық саласында 38,5 млн. адам шоғырланған, осы салада жұмыспен қамтылғандар саны бойынша алғашқы орынды иеленуде.

Мейлінше кең таралған инновациялық қызметті қолдау әдістері. Айта кету керек, дамыған және тұрақты түрде дамып келе жатқан мемлекеттердің ШОК саласында инновациялық қызметті ынталандырудың әр түрлі әдістері қолданылады. Мұнда ерекше рөлді ШОК-тардың инновациялық әзірлемелерін қаржыландыру мен техникалық қолдаудың мемлекеттік бағдарламалары алады. Сонымен қатар, бизнестің барлық саласында инновациялық қызметтің дамуына жағдай жасайтын мемлекеттік және аймақтық деңгейдегі заңнамалық, қаржылық, салықтық және мүліктік тетіктер бар. Әлемдік тәжірибеде келесідей шағын және орта кәсіпкерлікте инновациялық қызметті ынталандырудың формалары бар:

- Үкіметтік ұйымдардың тапсырыстары бойынша ҒЗТКЖ орындайтын инновациялық ШОК-тарды қаржылық және техникалық қолдаудың мемлекеттік бағдарламалары (АҚШ, Жапония, Ұлыбритания, Үндістан, Қытай және басқа да мемлекеттер).

- Тікелей қаржыландыру (субсидиялар, қарыздар) жаңа өнім мен технология жасауға кететін шығындардың 50%-на дейін жетеді (Франция, АҚШ және т.б.).

- Қаражат беру, оның ішінде пайызды төлеусіз (Швеция); жаңалықтарды өндіріске енгізу шығындарының 50%-ын жабуға қайтарымсыз қаражат беру (Германия).

- Болуы мүмкін коммерциялық тәуекелді ескере отырып инновацияларды енгізу қорларын құру (Англия, Германия, Франция, Швейцария, Нидерланды).

- Жеке өнертапқыштар мен құрастырушыларға мемлекеттік

баждарды төмендету мен салықтық жеңілдіктер беру (Австрия, Германия, АҚШ, Жапония және т.б.), сонымен қатар оларды қолдауға арналған арнайы инфрақұрылым қалыптастыру (Жапония).

- Өнім немесе туынды энергияны үнемдеуге қатысты болса, мемлекеттік баждарды төлеу уақытын шегеру немесе босату (Австрия).

- Жеке өнертапқыштар мен құрастырушылар тапсырысы бойынша патенттерді тіркеуде төлемсіз қызмет ету немесе баждарды төлеуден босату (Нидерланды, Германия, Жапония, Үндістан).

- Инновациялық салада қызмет етуші кәсіпорындар үшін салық салуды жеңілдету, оның ішінде ҒЗТКЖ-ға жұмсалған шығындарды салық салудан алып тастау және университеттер мен ҒЗИ - ға жеңілдікті салық салу (АҚШ, Ұлыбритания, Үндістан, Қытай және Жапония).

- Зияткерлік меншік пен авторлық құқықтарды қорғауды заңнамалық қамсыздандыру (барлық дамыған елдерде).

- Тәуекелді шығындардың орнын толтыру және тәуекелдерді төмендету бойынша мемлекеттік бағдарламалар (АҚШ, Жапония).

- ШОК күшімен инновациялық жобаларды жүзеге асыруға қодануға арналған венчурлық капитал қорларының кең желісін қалыптастыру (барлық дамыған мемлекеттер).

- Ғылыми парктер, бизнес-инкубаторлар және технологиялық даму аймақтарының желісін құру (барлық дамыған мемлекеттер).

- Инновациялық ШОК-тарға ғылыми-техникалық, қаржылық және өндірістік жан-жақты қолдаумен қамсыздандыратын мықты мемлекеттік ұйымдар (корпорациялар, агенттіктер) құру (АҚШ, Жапония Үндістан, Қытай).

- Мүдделі кәсіпорындарға қажетті техникалық шешімдер мен мүмкін әріптестерді табуға мүмкіндік беретін прогресивті технологиялар мен инновациялық эзірлемелердің арнайы мамандандырылған ақпараттық-іздеу сайттарын көрсетуге болады.

Жалпы, озық тәжірибелерді талдау көңіл аударатын жағдай. Өйткені, ол белгілі бір дамудан өткен және тәуекелділігі төмен жобалар. Сондықтан да дамыған мемлекеттердің инновациялық даму бағыттарын ел экономикасының ерекшеліктерін ескере оты-

рып негізге алудан экономикамыз ұтыла қоймайды деп ойлаймыз. Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, ғылыми-техникалық әлеует – кез-келген мемлекеттің өркендеуінің кепілі. Экономикалық дамудың, мемлекеттің көркеюінің негізгі жолы – ғылыми техникалық және инновациялық салаларда көшбасшы болу. Инновациялар мен жаңалықтар экономиканың құлдырауына төтеп беріп, ғылыми-техникалық прогрестің белсенді түрде дамуына жағдай жасап, ұлттық экономиканың тиімділігі мен бәсекеге қабілеттігін жоғарылатады.

6-бөлімді пысықтауға арналған сұрақтар:

1. Мемлекеттің инновациялық саясаты дегеніміз не?
2. Мемлекеттің инновациялық саясатының басты мақсаты мен негізгі бағыттарын құрастырыңыз.
3. Мемлекеттің инновациялық саясатын жүргізуде негізгі мәселелері жайлы айтыңыз.
4. Имитациялық модель түсінігін ашыңыз.
5. Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау қандай әдістер арқылы жүзеге асырылады?
6. Заманауи жағдайда инновациялық қызметті реттеудің шетелдік тәжірибесінің қай үлгісін қолданған дұрыс?
7. Ғылымға ресурстарды енгізудің әлемдік тәжірибеде қандай негізгі жолдары бар?
8. Ұлттық инновациялық жүйе түсінігі нені білдіреді?
9. Инновациялық жүйенің негізгі элементтерін атап өтіңіз.
10. Инновациялық инфрақұрылым дегеніміз не?
11. Технологиялық парктер түсінігін ашыңыз.
12. Ғылыми парктердің қандай түрлері болады?
13. Технополис дегеніміз не?
14. Бизнес-инкубатордың негізгі қызметтерін атаңыз?

7. ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ МЕНШІК ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚҰҚЫҚ ОБЪЕКТІСІ РЕТІНДЕ

7.1 Интеллектуалдық меншік ұғымы

Инновациялық қызмет дамуы үшін нарыққа интеллектуалдық меншік объектерін енгізу мен қорғаудың тиімді механизмдерін жасау қажет. Ой меншік объектері – өндірісте қолданылатын ноу-хау, патенттер, өнеркәсіптік үлгілер материалды еңбек өнімдеріне қарағанда тауар қасиетіне кеш ие болды. 18 ғ. соңы мен 19 ғ. басында бірінші өнеркәсіптік революциядан кейін машиналарды қолданудағы техникалық білім рөлі өсті. Машиналық өндіріс келуіне байланысты жаңа техниканы тиімді басқару үшін қызметкерлер мен жұмысшыларды оқыту міндетті болды. Жаңалық енгізушілер жаңа технология құрастырып қана қоймай, осы машиналарды қолдану бойынша білімді беру үшін жұмысшы күшін даярлады. Машина да, білім де өте маңызды болды, олар бір бірінсіз мәнін жоғалтады.

Еңбек өнімі тауар болып табылу үшін, маркстік теорияға сай, тұтыну құны мен құн бірлігі болу керек.

Жалпы, меншіктің үш түрі бар:

1) Жылжитын заттардан құрылатын меншік (қолға киетін сағаттар немесе автомобиль);

2) Жылжымайтын меншік - жер және онда тұрақты тұратын объектілер;

3) Ой меншігі, адам ақылы мен адам интелектінің жемісі болатын объектілер.

Ой меншігі әдеби, көркем және ғылыми туындыларды, ғылыми ашуларды, ойлап табуларды және т.б қамтитын құқық.

Ой меншігі әдетте авторлық құқықпен қорғалатын өнеркәсіптік меншік және туындылар деп бөлінеді.

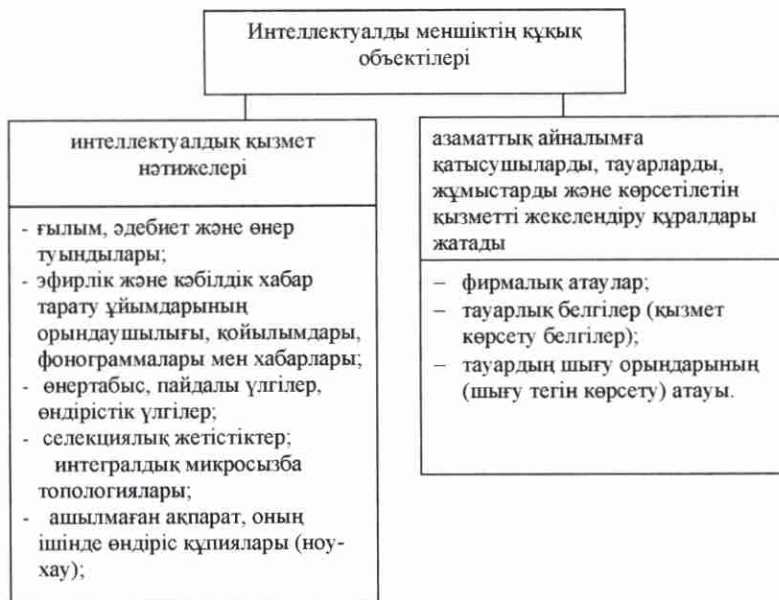
Дүние жүзілік интеллектуалды меншік ұйымын құру туралы 1967 ж. 14 шілдеде Стокгольмде қабылданған конвенция бойынша ой меншігінің құқық объектері мыналар болып саналады:

- 1) әдеби, көркем туындылар және ғылыми еңбектер;
- 2) әртiстердiң орындаушылық қызметi, фонограммалар және радиохабарлар;
- 3) адам қызмет ететiн барлық салаларындағы жаңа табулар;
- 4) ғылыми ашылу;
- 5) өнеркәсiптiк үлгiлер;
- 6) тауарлық белгiлер, қызмет ету белгiлерi және сауда аттары және белгiлерi;
- 7) қиянатшыл бәсекенi жою.

Ой меншiгiнiң берiлген түрлерiнiң тап осы тiзiмi жеткiлiктi деп ойлауға болмайды. Ол әрбiр елдiң ұлттық заң негiздерiмен толықтырылуы мүмкiн.

19 суретте интеллектуалды меншiк объектiлерi көрсетiлген. Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексiне сәйкес интеллектуалды меншiктiң құқық объектiлерiне:

1. интеллектуалдық қызмет нәтижелерi;
2. азаматтық айналымға қатысушыларды, тауарларды, жұмыстарды және көрсетiлетiн қызметтi жекелендiру құралдары жатады



19 сурет. Интеллектуалды меншiктiң құқық объектiлерi.

Әдеби, көркем туындылар және ғылыми еңбектер ой меншігінің объектілері ретінде авторлық құқықпен қорғалады (копирайт).

Артистердің қызметі, фонограмма және радиохабарлар сияқты объектілерді сабақтас құқық қорғайды.

Сабақтас құқықтар қойылымдарға, орындаушылыққа, фонограммаларға, эфирлік және кабельдік хабар таратушы ұйымдардың хабарларына, олардың мақсатына, мазмұны мен маңызына, сондай-ақ олардың көрсетілу әдістері мен нысандарына қарамастан қолданылады.

Ойлап табулар, өнеркәсіпті үлгілер, тауарлық белгілер, қызмет ету белгілері және сауда аттары және белгілері - бұлар ой меншігі тұсындағы өнеркәсіп меншік объектілері.

Ғылыми ашылулар - материалдық әлемнің бұрын белгісіз болған заңдылықтарын, қасиеттерін, құбылыстарын ашу. Ғылыми ашылулар авторлық құқық объектілеріне де, өнеркәсіпті меншік объектілеріне де жатпайды. Ғылыми ашылулар ой меншік түрлері арасына алынбау керек деген көзқарас бар, себебі бірде бір ұлттық заң және халықаралық келісім-шартта ғылыми ашылуларға сәйкес қандай болмасын меншік құқықтарын бермейді. Бірақ ғылыми бірлестіктер бірінші ашушылар атын табылған ғылыми ашылуларға береді.

Авторлық құқық объектілері мыналар болып табылады:

- 1) әдеби туындылар;
- 2) драмалық және музыкалық-драмалық туындылар;
- 3) сценарийлік туындылар;
- 4) хореография және пантомима туындылары;
- 5) мәтінді немесе мәтінсіз музыкалық туындылар;
- 6) аудио-бейне туындылар, радио туындылар;
- 7) кескіндеме, мүсін, графика туындылары мен басқа да бейнелеу өнерінің туындылары;
- 8) колданбалы өнер туындылары;
- 9) сәулет, қала құрылысы және бау-саябақ өнері туындылары;
- 10) фотосурет туындылары және фотосуретке ұқсас әдістермен алынған туындылар;
- 11) географияға, топографияға және басқа ғылымдарға қатысты карталар, жоспарлар, эскиздер, безендірмелер мен үш өлшемді туындылар;

12) ЭЕМ-ге арналған бағдарламалар;

13) өзге де туындылар.

Авторлық құқық объектілеріне, сондай-ақ:

1) туынды шығармалар (аудармалар, өңдеулер, аннотациялар, рефераттар, түйіндеулер, шолулар, инсценировкалар, музыкалық аранжировкалар және ғылым, әдебиет пен өнер туындыларының басқа да қайта өңделімдері);

2) жинақтар (энциклопедиялар, антологиялар, деректер базалары) және басқа да іріктелу және (немесе) материалдардың орналасуы бойынша шығармашылық еңбек нәтижесі болып саналатын құрастырылған туындылар жатады.

Туынды және құрастырылған шығармалар оларға негіз болған немесе олар қамтыған шығармалардың авторлық құқық объектілері болу-болмауына қарамастан авторлық құқықпен қорғалады.

Өнеркәсіптік меншік объектілері:

1. Өнертабыс.

2. Пайдалы модельдер өнеркәсіптік үлгілері.

3. Тауарлық белгілер, қызмет көрсету және саудалар белгілері

4. Аттары.

5. Ноу-хау

Ғылыми ашылулар

1. Заңдар.

2. Заңдылықтар.

3. Әсерлер.

Сайып келгенде, ой меншігінің заң категориясы ретінде қазіргі кезеңде бір беткей мағынасы жоқ. Ой меншігінің объектілерінің ерекшелігі олардың материалдық емес сипаты болып табылады. Сәйкесінше заттық меншік пен интеллектуалды меншік құқықтарының мәні бір-бірінен ерекшеленеді.

Ноу-хау толықтай немесе жартылай құпиялы түрде техникалық, экономикалық, қаржылық және басқа сипаттағы мәліметтерді біріктіретін білім, тәжірибе, дағдыларды ұсынады. Ноу-хауды қолдану арқылы оларды алған тұлғалар белгілі бір деңгейде артықшылықтар мен коммерциялық пайдамен қамтамасыз етіледі.

Инновациялық қызметтің нәтижесі болып бұйымның сыртқы пішінінің жаңа көркем-конструкторлық шешімдер арқылы

өзгерісі табылады, яғни өнеркәсіптік үлгілер. Өнеркәсіптік үлгілер бұйымның техникалық, функционалдық және эстетикалық қасиеттерінің біртұтастығын көрсетеді және материалдық емес активтердің құрамына кіреді, сонымен қатар лицензиялық келісімдердің пәні мен өнеркәсіптік меншік объектісі болып табылады.

Инновациялық қызметті ынталандыру мен инновациялық тауарларды жылжытудың ерекшелігі оларды нарыққа өткізу үшін ерекше құқық алу қажеттілігі болып табылады. Өнертабыстың қорғау құжаттары патенттер мен авторлық куәліктер болып табылады.

Патент авторлық құқықты, басымдықты және патент қызметінің мерзімі ішінде өнертабыстарды қолданудың ерекше құқықтарын куәландырады. Өнертабыстарды қорғаудың патенттік формасы ішкі және халықаралық лицензиялық нарықта құқықтық қорғаумен қамтамасыз етеді. Лицензиялық сауда халықаралық технологиялық сауданың негізгі түрін білдіреді. Патент иесі (лицензиар) сатып алушыға (лицензиатқа) лицензияны өз құқық шектерінде патенттерді, ноу-хау, тауарлық белгілер және тауарлардың басқа түрлерін қолдануы үшін лицензиялық келісім негізінде (қай жерде баға анықталады, қолдану салалары, инжинирингтік қызмет көрсетулер, жабдықтарды жеткізу және т.б) береді.

Технологияларды трансферттеуді бақылау және де инновациялық «тасымалдауды» жетілдіру үшін кәсіпкерлерді ынталандыруды қадағалау бойынша мемлекеттік орган қажет екенін атап өткеніміз жөн.

Инновациялық саясатты жүргізуде тиімді нәтижеге территориялық ғылыми-өнеркәсіптік түрленулерді жасау жолымен жетуге болады, сонымен қатар, олардың жасауына қажет интеграциялық қорлар ғылыми-зерттеу мекемелері мен ғылымисыйымды өндірісті ЖОО-ларды интеграциялау арқылы шоғырланады.

7.2 Интеллектуалдық меншіктің мазмұнын құқық ретінде қарастыру

Меншік анықтамасын құқық ретінде қарастыру үшін үш категорияға бөліп қарастырамыз: меншік объектісі, меншік субъектісінің құқықтары және меншік құқықтарының мазмұны.

Меншік объектісінің құқықтарына «иелік ету», «пайдалану» және «басқару құқықтары» жатады. Алайда материалдық емес объектілерге «иелік ету» құқығы қолданылмайды, себебі идеяға физикалық түрде иелік ете алмаймыз. «Пайдалану» құқығы біруақытта шектелмеген түрде бірнеше тұлғалардың интеллектуалды еңбектің нәтижесін пайдалану мүмкіндігін білдірмейді. «Басқару» құқықтарын жүзеге асыру барысында да осыған ұқсас ерекшеліктерді кездестіруге болады, себебі материалдық объектіні басқа тұлғаға қолдануға бергенде, оның иесі оны қолдану мүмкіндігінен айырылады, ал егер интеллектуалды меншік қолданылуға берілсе (мысалы, өнертабыс), онда оның иесі өнертабысын ары қарай қолдануына мүмкіндігі бар. Осы сияқты айырмашылықтар интеллектуалды меншікті құқық ретінде ерекшелендіреді.

Интеллектуалды меншік объектісі ретінде, авторлық құқыққа мынадай құқықтар жатады:

- Авторлық құқық – міндетті түрде өзінің жеке шығармашылық еңбегімен жасалған жағдайда, ғылым туындылардың, әдебиеттердің, өнерлердің, өнертабыстардың және т.б. авторлары болуға әрбір азаматтың құқығы.

- Өз есіміне құқық - өзі жасаған туынды бойынша өз есіміне авторлық құқық.

- Жариялауға құқық – бұл автордың өз туындысы жариялау немесе құпияда сақтау құқығы.

- Қол сұғылмаушылық құқығы – ешкімнің де автордың есімі сақталған авторлық үлгідегі туындыларды өзгертуге, бұрмалауға құқығы жоқ, себебі бұл автордың абыройына залалын келтіруі мүмкін.

Ерекше құқықтар – бұл ең алдымен жеке өзіңнің интеллектуалды меншік объектілерін қолдану құқығы, сонымен қатар басқа тұлғаға қолдануға рұқсат беру. Ерекше құқықпен интеллектуалды меншік объектілерінің нәтижелерін қолдану бойынша коммерциялық пайдаланудың барлық сұрақтары байланысты. Автор құқыққа қарағанда ерекше құқықтар шектеулі болып келеді және оның иесі болып заңды немесе келісім бойынша кез келген заңды және жеке тұлғалар бола алады.

7.3 Өнеркәсіптік меншік

Өнеркәсіптік меншік- өндіріс, сауда айналымы және қызмет көрсету салаларымен байланысты интеллектуалды меншіктің түрі. Оның объектісі болып адамның ақыл ойының туындылары табылады.

Париждік конвенция өнеркәсіптік меншіктерді қорғау объектілеріне мыналар жатады деп болжайды:

- өнертабыстар;
- пайдалы үлгілер;
- өнеркәсіпті үлгілер;
- тауарлық белгілер;
- қызмет ету белгілері;
- фирмалық атаулар;
- қайнар көзіне нұсқаулар;
- шыққан жерлерінің атаулары;
- қараниетті бәсекелестіктің жолын кесу.

Өнеркәсіптік меншікті кейде қате түрде өнеркәсіптік өндірісте (фабрикаларда, өндіріс құрал жабдықтарына және т.б.) пайдаланатын жылжымалы және жылжымайтын мүлікке жатқызады. Есте сақтайтын жәйт, өнеркәсіптік меншіктің объектілері кәсіпорынның материалдық емес активтеріне жатады.

Өнертабыстар

Өнертабыстың нақ өзі, яғни қандай да бір мәселенің шынайы, шығармашылық шешімі о бастан-ақ әр түрлі елдердің құқықтық қорғанысының объектісі болған. Өнертабыстың маңыздылығын меншік ретінде сезіну әр түрлі елдерге осы меншік түрін қорғайтын заңдар шығаруына түрткі болды.

Өнертабысқа өтінім құрастыру кезінде бастанқыда ұсынылатын өнертабыс көмегімен шешілетін өнертабыстық міндет анықталу керек және осы өнертабыс арқасында жетілетін техникалық нәтиже табылу қажет.

Өнертабыстық міндет – белгілі құралдар көмегімен қанағаттандырылуы мүмкін болмайтын қоғамдық қажеттілік.

Өнертабыс деп ойлап шығарылған объектісі емес, техникалық шешім аталады. Ал ойлап шығарылған объект техникалық шешімді жүзеге асырудың мүмкін болатын формаларының (нысандарының) бірі болып табылады

Тауарлық белгілер және қызмет ету белгілері

Тауарлық белгілер және қызмет ету белгілері бір заңды және жеке тұлғалардың тауарлары мен қызметтерін басқа заңды және жеке тұлғалардың біркелкі тауарлары мен қызметтерінен айыруды білдіреді.

Тауарлық белгілер бұл ең алдымен өндірушіні тануға арналған символ, ол елді-мекенге ұсынылған тауарларға кімнің жауапты екенін көрсетеді. Бірдей тауарлар әр түрлі өндірушілермен әзірлене алады, әр түрлі сатушылар арқылы таратыла алады және олардың бәрі өздерінің тауарлық белгілерін қолдана алады. Бәсекелес тауарлар тек тауарлық белгілерімен ғана ерекшелене алады. Тәжірибеде жұмыс жасау үшін, тауарлық белгілер тек түрлі ғана болмауы керек, сонымен қатар, олар бір бірінен айыруға мүмкіндік беретін жоғары қасиеттерге ие болуы тиіс.

Тауарлық белгілердің тарихы мың жылдар бойы дамып келеді. Біздің дәуірімізге дейін 5000 жыл бұрынғы сазды ыдыста тауарлық белгілер ретінде қарастыруға болатын белгілеулер табылды. Қытайда Хонг-То императордың билік еткен уақытында ыдыстар билік етуші императордың есімі мен өндірушінің есімі немесе өндірілген жер көрсетілген белгілеулермен таңбаланған. Тауарлық белгілер кең түрде XIX ғасырда қолданыла бастады.

Мысалы: Тауарлық белгінің тәжірибеде бірінші қолданылуы

1880 жылға дейін сабын үй жағдайында өндірілді немесе салмағына байланысты сатып алында, яғни сатушы сабынның белгілі бір бөлігін кесіп береді. Сабынның өндіріс технологиясы аса кемеліне жетпеген болатын, және өнім сапасы партиядан партияға қарай өзгеріп отырды. Уильяму Проктор мен Джеймс Гембл сабынның тұрақты сапасын қамтамасыз ететін технологияны ойлап тапты. Американдық «Проктор энд Гембл» компаниясы өздері шығаратын сабынға «IVORY» деген есім таңдайды және бұл есім тауарлық белгі ретінде тіркелген болатын. Бұл тауарлық белгі өндірушінің кім екенін ғана көрсетіп қоймай, сонымен қатар қазіргі уақытқа дейін жарнама мақсаттарында жоғарғы сапа мен тазалықтың символы ретінде қолданылды және қолданыла береді.

Тауарлық белгі келесі функцияларды орындайды:

- Осы немесе басқа тауар таңдау барысында бағдар болады, себебі таңдау тауардың мөлшер, түс, хош иіс, дәм, ұзақ өміршеңдігі секілді қасиеттерінен қалыптасады, яғни тауардың белгілі бір деңгейдегі сапасына байланысты.

- Тауар әзірлеушілерге өз тауарларын басқа тұлғаның иелігіне өткен кезде, мысалы оларды сататын дүкендерге өткен кезде тануға мүмкіндік береді.

- Тауар сапалығының бақылауына жауап беруші органдарға олардың иелерін тануға мүмкіндік береді; бірдей немесе қиын ажыратылатын фирмалық атауларды қолданылған жағдайда тауарлық белгі бір өндірушінің тауарларын басқа өндірушінің ұқсас тауарларынан айыруға мүмкіндік береді.

- Жарнамалық функцияны орындайды.

Тауарлық белгінің иесі өзінің тауарлық белгісін қолдану құқығын коммерциялық мақсатта басқа тұлғаға бере алады. Тауарлық белгіні қолдану жайындағы коммерциялық концессия келісімі Патенттік мекемеде тіркеледі. Алайда тұтынушы тауарлық белгіні коммерциялық концессия келісімі негізінде қолданып жатқаны жайлы мәліметтерді сатып алушыларға оларға айқын түрмен жеткізіп отыруы қажет. Таңбалау мақсатында сырты қоршалған латынның «R» әрпі қолданылады: ®.

7-ші бөлімді пысықтауға арналған сұрақтар

1. «Интеллектуалды меншік» категориясына анықтама беріңіз.
2. Меншіктің қандай түрлері бар?
3. Интеллектуалды меншік құқының объектілерін атап беріңіз?
4. Қандай объектілер авторлық құқық арқылы қорғалады?
5. «Сабактас құқықтар» категориясына анықтама беріңіз.
6. Интеллектуалдық меншік анықтамасының мәнін ашып көрсетіңіз.
7. Өнеркәсіптік меншік объектілері болып не табылады?
8. «Ғылыми ашылулардың» анықтамасының болмысы неде?
9. «Туындылар» категориясының болмысын ашып көрсетіңіз?

8. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ ЖӘНЕ ДАМУЫ

8.1 Қазақстан Республикасының даму институттарының қалыптасуы мен дамуы

2002 жылдан бастап Қазақстанның экономикалық кеңістігінде инновациялық қызмет саласында үлкен өзгеріс болуда. 2003 жылы ҚР Президенті Қаулысымен 2003-2015 жылдары индустриалдық-инновациялық даму стратегиясы қабылданды. «Инновациялық қызмет», «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау» туралы заң және басқа да инновациялық қызметті ынталандыратын және реттейтін нұсқаулар қабылданды. Бес жылдың ішінде инновациялық қызметті жүзеге асыруды ұйымдастыру және реттеудің жалпы механизмі қабылданды деп айтуға болады. Инновациялық қызметті қаржыландыратын қаржы институттары басынан бастап қайта құрылды. Дәл осы әдіспен инновация қызметті жүзеге асыруға көмектесетін құрылымдар ұйымдастырылды. Бұлар – даму институты және технопарк құрылымы, тағы басқалар. Даму институтын құру идеясы инновациялық үдерісті үзіліссіз жүйе ретінде қамтуға негізделді. Даму институты және ұлттық инновациялық жүйенің қызметі мен міндеттері экспорттық өнімдерді және қызмет көрсететін қазақстандық кәсіпорындарды құруға бағытталған нағыз инновациялық өнім - тұтынушының қажеттілігін қанағаттандыратын өнім екені бәріне белгілі. Бірақ барлық жаңа заттар инновация болып табылмайды. Инновациялық көшбасшылар – бұл қолданыста бар қажетті тауарды өндіруінен модернизациялаумен айналысатын компаниялар. Дамыған бәсекеге қабілетті елдерде қажетті және қол жетімді инновациялық тауарды үлкен қаржылық мүмкіндіктері және білікті құрастырылған ғылыми зерттеу бөлімдері бар компаниялар, жеке компаниялар айналысады. Мемлекет тек инновациялық қызметті жүзеге асыруға қолайлы жағдай жасайды және қажетті заңдық базамен қамтамасыз етеді. Бірақ мемлекеттік басқару органдарының қатысуынсыз жүзеге асыру мүмкін емес сала-

лар бар, олар әлеуметтік сала, ұлттық қауіпсіздік, стратегиялық маңызды салалар және әскери өндіріс.

ҚР-ның индустриалды-инновациялық стратегиясының негізінде мемлекеттік даму институттары құрылды. Олар:

1. Ұлттық инновациялық қоры.
2. Қазақстан инвестициялық қоры.
3. Қазақстанның даму банкі.
4. Талдау және маркетингтік зерттеу орталығы.
5. Экспорттық операцияларды сақтандыратын мемлекеттік сақтандыру компаниялары.

Кейіннен Даму институттарының құрылымы өзгеріп, инновациялық саланы реттеу мәселелерін шешу мақсатында олар басқа ұлттық компаниялардың басқару қарамағына өтті. «Қазына» ТДҚ АҚ ҚР Президентінің 2006 жылғы 16 наурыздағы жарлығына сәйкес құрылған болатын. Кейінірек мемлекеттік активтерді тиімді басқаруға байланысты «Самұрық» холдингімен бірігеді. «Самұрық-Қазына» Әл Ауқат Қоры АҚ Индустриалды-инновациялық бағдарламаны жүзеге асыруға бағытталған ұлттық даму институттарының байланыстарын басқару компаниясы болып табылады. Жалпы жарғғылық капиталы – 416 млрд теңге. «Самұрық-Қазына» АҚ тобына мыналар кіреді: «Қазақстанның инвестициялық қоры» АҚ, «Ұлттық инновациялық қор» АҚ, «Несиелер мен инвестицияларды сақтандырудың мемлекеттік корпорациясы» АҚ, «Шағын және орта бизнесті дамыту Қоры» АҚ, «Маркетингтік-аналитикалық зерттеулер орталығы» АҚ. Даму институттарымен бірге «Самұрық-Қазына» жалпы сомасы 1,9 трлн теңге болатын 121 инвестициялық жобалар қарау үстінде.

Шетел инвесторлары және даму институттарының қатысуымен жоғары технологиялық өндірістерді құру жұмыстары да жүргізілуде. Үкімет трансұлттық компаниялар, ірі шетел және Қазақстан компаниялары арасында инвестициялық жобаларды бірлесіп жүзеге асыруға күш салып келеді. Дүние жүзіндегі «Майкрософт», «Хьюлетт Паккард», «Сименс» сияқты ірі компаниялармен ынтымақтастық жөнінде меморандумдарға қол қойылып және машина жасау, металлургия саласындағы ірі жобаларды жүзеге асыру қолға алынуда. Даму институттарының

инвестициялық жобалар портфелі жалпы сомасы \$4,1 млрд қаржыландыруға мақұлданған 149 жобадан тұрады. Осы кезде индустриалды-инновациялық дамудың инфрақұрылымы қалыптасты. Мемлекеттік даму институттарының жыл басындағы капитализациясы \$730 млн құрады, инвестициялық жобалар портфелі \$1 млрд. 200 млн. асады. «Самұрық-Қазына» ҰҰАҚ қоры 5 жылға арналған стратегиялық жұмыстар жоспарын қабылдады. Бүгінгі таңда қор экономикаға \$1 миллиардтай қаржы инвестициялады.



19 – сурет. Даму институттарын басқару

Қазақстан Республикасының даму институттарының қызметтері «Қазақстан Даму Банкі» ҚР Президентінің жарлығы бойынша 2001 жылдың 25 сәуірінде құрылған. Жарғылық капиталы мемлекеттің 100% қатысуымен құрылған. Акционерлері ҚР Үкіметі мен жергілікті атқарушы органдар. Даму Банкінің қызметінің мақсаты – мемлекеттік инвестициялық қызметтің тиімділігін көтеру және жетілдіру, мемлекет экономикасы үшін сыртқы және ішкі инвестицияларды тарту, оларға қолдау көрсету және өңдеуші өнеркәсіптер мен өндірістік инфрақұрылымды дамыту. Банктің негізгі бағыты өндірістік инфрақұрылым мен өңдеу өнеркәсібіндегі инвестициялық жобаларды қысқамерзімді (5 жылдан жоғары мерзімге) және ұзақмерзімді (10 жылдан 20 жылға дейін) несиелеу болып табылады.

«Қазақстанның инвестициялық қорының» негізгі қызметі тиімді кәсіпорындарды инвестициялау мен инвестициялар тарту болып табылады.

Қызметі 2003 жылдың шілдесінен басталады. ҚР мемлекеттік даму институттарының бірі болып табылады. Негізгі мақсаты – экономикалық шикізаттық емес секторында бағыттамаларына жаңадан құрылған немесе бұрыннан жұмыс істеп тұрған кәсіпорындардың жарғылық капиталдарына қатысу жолымен қаржылық көмек көрсету. Қазақстанның Инвестициялық қорымен қарастырылатын жобалар, көбінесе жаңа экспортқа бағытталған және импорт алмастырушы өндірістерді (77 жоба), сонымен қатар химиялық өнеркәсіп, металлургия, машинажасау, құрылыс материалдарын шығару, АӨК сияқты салалардағы жұмыс істеп тұрған кәсіпорындарды (27 жоба) қаржыландыру. 2006 жылдың 1 қаңтарда жалпы сомасы 67,8 млрд. теңге, оның ішінде қордан 18,3 млрд. теңге болатын 22 жоба қаржыландырылды. \$1,7 млрд болатын 40 жоба қарастырылу үстінде. Осы жобалардың арқасында өндірістердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, инфрақұрылым объектілерін құру мен модернизациялау, салықтық түсімдердің көбеюі, халықты жұмыспен қамту мәселелері дамуы күтілуде.

«Шағын кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ. Қор қызметінің негізгі мақсаты - жаңа өндіріс және жұмыс орындарының құрылуын қамтамсыз ететін шағын кәсіпкерлікті дамыту және қолдау.

«Маркетингтік-аналитикалық зерттеулер орталығы» АҚ 2003 жылдан бері консалтингтік нарықта жұмыс жасайды. Орталықтың Стратегиялық мақсаты ұлттық экономиканы диверсификациялау үдерістерін, Қазақстан Республикасының 2015 жылға дейінгі индустриалды- инновациялық даму стратегиясына сәйкес бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату мен тауарлар экспортының өсуін маркетингтік, ақпараттық-аналитикалық талдаумен қамтамсыз ету болып табылады.

«Инжиниринг және технологиялар трансферті орталығы» АҚ 2003 жылдың тамыз айында құрылған. 2004 жылдан бұл орталық Қазақстанда технопарктер желісін құрумен шұғылданады. Бүгінде орталық шетелдің алдыңғы қатарлы технологияларын тарту мен қазақстандық инновациялық әзірлемелерді әлемдік нарыққа шығару жұмысымен айналысады. «Инжиниринг және

технологиялар трансферті орталығының» соңғы әзірлемелерінің бірі «Қазақстандық технологиялар трансферті желісін» (ҚТТЖ) құру болып отыр.

«Ұлттық инновациялық қор» 2003 жылы 30 мамырда құрылған. Негізгі мақсаты инновацияларды өндіріске ендіруде кездесетін жүйелік мәселелерді шешетін тиімді нарықтық механизмдерді табу мен венчурлық бизнестің дамуын ынталандыру. Ұлттық инновациялық қорға 2015 жылға дейін Ұлттық инновациялық жүйелерді қалыптастыруға бағыталған бағдарламаны жүзеге асыру негізгі орын берілген. Қормен жалпы сомасы \$767,4 млн., оның ішінде қор \$182,6 млн. соманы құрайтын 62 жобаны қаржыландырды. Бұларға 11 венчурлық қор, 15 инновациялық жобаны, 1 технологиялық бизнес-инкубаторды, қолданбалы ҒЗТҚЖ 35 жобасын іске асыруға арналған гранттар кіреді. 2005 жылдан бастап Ұлттық Инновациялық Қор, 2015 жыл уақыт аралығына дейінгі құрылған Ұлттық Инновациялық Жүйенің дамуы мен құрылу ақпаратының операторы болып табылады. Ұлттық Инновациялық Жүйенің негізгі 4 элементі түрінде мыналар анықталған: мысалы ғылыми әлеуеттің дамуы, венчурлық қор түріндегі қаржылық құралдар кластерінің құрылуы, бизнес-инкубатор және технопарктер түріндегі инновациялық сала субъектілерінің құрылуы, сонымен қатар инновациялық кәсіпкерліктің дамуы. Осыған орай бұл жүйені жүзеге асырудың өзі 4 кезеңге бөлінген, олардың бірі – мемлекеттің белсенді түрде қатысуымен негізгі элементтердің орындалуы, бұл кезең өтілген. Ұлттық Инновациялық Қор саласының бағытының бірі – инновацияларды енгізу, инвестицияланатын компаниялардың жарғылық капиталында үлесті бақылаусыз жолмен қаржыландырады. Ұлттық Инновациялық Қор бес жыл көлемінде экономиканың түрлі секторларындағы 80 жобаларды қаржыландырды. Қазіргі кезде оның портфелінде 65 жоба бар, оның ішінде 31 млрд. теңгені құрайтын 21 инновациялық жоба, оның ішінде 16 млрд. теңге қордың үлесінде. Сондай-ақ 208 млрд. теңгені құрайтын 15 жоба ҰИҚ және жеке бизнестің бірлескен бастамасы болып табылады. Сонымен қатар қор 506 млн. теңгені 44 грант түрінде конструкторлық өңдеулерге бөлді, оның шешімдері бойынша патенттерді алу үшін арыз берушілермен (ҰИҚ бірлесе) 28 арыз берілді.

Қор қызметінің негізгі бағыттары венчурлық қорларды құруда, инновациялық жобаларды жүзеге асыратын компанияларды, ұлттық инновациялық инфрақұрылым элементтерін (технопарктер, бизнес-инкубаторлар, инновациялық орталықтар) құруда инвестициялау мен инвестицияларды тарту, сонымен бірге ғылыми зерттеулерді және тәжірибелік-конструкторлық әзірлемелерді қаржыландыру болып табылады. ҰИҚ Ресейдің М.В. Хруничев атындағы ғылыми-өндірістік орталықпен бірге геостационарлық орбитаға телекоммуникациялық жерсерік жасау мен жеткізуге келісімшарт жасасты. АҚШ-тың Остин технологиялық инкубаторы мамандарымен бірге Қазақстанда технологиялық бизнес-инкубатор құрылып жатыр. Сонымен бірге қазірде ұлттық инновациялық қор бірнеше инновациялық жобаны жүзеге асыруда. Соның ішінде отандық қатерлі ісікке қарсы препарат – «Арглабин» өндіретін фармацевтикалық кешен құру. Жобаның жалпы құны 1 млрд. теңгеге тең. Оның 338,4 млн. теңгесін қор бөледі. Өндіріс қуаты жылына 2 млн. ампула шығаруға есептелген. Жобалық қуатқа 2008 жылы қол жеткізіледі. Ромелт инновациялық үдерісінің негізінде кокс пайдаланбай шойын өндіру жобасы жасалды. Жылдық өнімділігі – 34 560 тонна, экологиялық тұрғыда қауіпсіз өндіріске жатады. Ұңғылық аспаптардың жинақталымында қазіргі заманғы әмбебап «Геоскан» каротажды регистраторларын жасаудың жоба құны – 1,9 млрд. теңге. Қор 658 млн. теңгесін бөледі. Отандық регистраторлар геофизикалық қызметтердің сапасын арттыруға және отандық компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін көтеруге мүмкіндік тудырады. Сонымен бірге Қазақстанда мониторлар мен телевизорлар өндіру, сондай-ақ, «Glotur DS Multimedia» АҚ-ның жанында ғылыми-зерттеу зертханасын құру жобалары жүзеге асырылуда.

8.2 Қазақстан Республикасының Ұлттық инновациялық жүйесінің қалыптасуы мен дамуы

Инновациялар, жоғары технологиялы өнімдер, функциясы жақсарған техника бүгінгі күн адамзатының ажырамас атрибуттары. Теледидардан, газет - журналдардан инновациялық қызыметті дамыту өзектілігі туралы өте жиі кездестіреміз. Әрине инновацилар бір жағынан адамзат өмірін өте жоғары деңгейде

жақсартуға арналған, ал екінші жағынан кәсіпорындардың сапалы да бәсекеге қабілетті өнімдер мен қызыметтер өндіруге ынталандырушы факторлардың бірі болып табылады. Қазіргі күнде барлық дамыған елдер өз экономикалық және әлеуметтік өсуін дәл осы инновациялық қызыметпен тығыз байланыстырып отыр. Бұл елдерде ғылым мен техниканың жетістіктері тек қана қысқа мерзімді пайда табуға арналмай, керісінше ұзақ мерзімді стратегиялық дамуға бағытталған.

Қазақстанда инновациялық қызыметті ұйымдастыру мен дамытуға бағытталған түрлі мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялар қабылданып жүзеге асырылып, инновациялық инфрақұрылым қалыптастырылып жатыр. Бұл жай төңерегінде көптеген зеріттеу жұмыстары жүргізіліп, мақалалар жарық көріп өз өрістерін табуда. Бірақ бұл мәселе әлі де толық шешімін таба алмай жатыр, өйткені ғылымды бизнеспен ұштастыру өте күрделі үдеріс. Ғылым деген сөздің өзі кәсіпкерлерді қорқытып, сенімсіздікке әкеліп отыр, бірақ баршаға әйгілі, біз бір күнде оларсыз қызымет атқара алмайтын заттардың көбісі, мәселен: интернет, ұялы телефондар, персоналды компьютерлер осы ғылымның күшімен дүниеге келген. Яғни біз айтып отырған ғылымның саласы бизнес үшін жұмыс атқарып, компанияның бәсеке қабілеттілігін арттырып, өндірісті жандандыруға арналған, ал бұл үдеріс әрі қарай ел экономикасының өсуі мен халық әл-ауқатының жақсаруына әкеледі. Ғылыми-техникалық зеріттеулердің табысты жетістігі – инновациялар экономикалық өсудің негізгі факторларының бірі болып және кәсіпкерлер мен мемлекет үшін стратегиялық маңызды сала болып отыр.

Бәрімізге белгілі, стратегиялық басқарудың негізгі функциясы компанияның салада тұрақты дамып ұзақ қызымет атқаруын көздейді. Бұл үшін компания белгілі бір бәсекелестік артықшылықтарға ие болу керек. Қазіргі Қазақстандық компаниялардың көбісінің бәсекелестік артықшылықтары шикізат арзандығы мен жалақыға кететін шығынның төмендігіне негізделіп, ал басты өсу факторы инвестиция болып отыр. Әрине бұл қазіргі заман бәсекелестік күресіне тіпті сай емес, өйткені қазір бәсекелестік артықшылықты тек инновациялық қызымет пен ғылыми зеріттеулер жетістігі қамтамасыз ететін сапа, ерекшелік, баға

деген көрсеткіштер айқындап отыр. Сондықтан да кез келген компанияның стратегиялық даму жолында инновациялық қызметтердің орны өте зор, ерекше, инновацияларды компанияның бәсеке қабілеттілігін қамтамасыз ететін негізгі күш деп айтуға болады.

Қазақстандық компаниялар үшін инновациялық қызметтерді жүзеге асыру, және оны стратегиялық дамумен байланыстыру өте күрделі. Өйткені біріншіден, қазақстандық кәсіпкерлердің инновациялық қызмет белсенділігі өте төмен, екіншіден кәсіпкерлердің қызметі стратегиялық дамуға бағытталмаған, тек қысқа мерзімді табыс табуға негізделген. Бұл мәселені шешудің жолдарының бірі инновациялық инфрақұрылымды тиімді ұйымдастыру. Инновациялық даму қызметінің маңызды факторларының бірі – инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыру. Инфрақұрылымның негізгі элементтері жалпы экономикалық жағдайдан бөлінбейді.

Қазақстан Республикасының Ұлттық инновациялық жүресінің мақсаты – шетел мен өзіміздің технология мен әлеуеті негізінде бәсекеге жарамды өнім жасауын қамтамасыз ету.

ҰИЖ міндеті:

- ғылыми әлеуеттің дамуы;
- инновациялық кәсіпкерлік ортаның дамуын қалыптастыру,
- көп сатылы инновациялық инфрақұрылымдарды қалыптастыру және дамыту;
- нормативтік құқықтық базаларын жетілдіру;
- ҰИЖ элементтері арасында өзара тиімді әрекет;
- Қаржылық инфрақұрылым элементтерін ұйымдастыру, венчурлық қорларды құрды.

ҰИЖ элементтері

Ғылыми әлеует – ғылыми-техникалық әлеуетінің дамуы келесідей ұстанымнан тұрады:

- Гранттық негізде ғылыми зерттеулерді қаржыландыру.
- Ғылыми-техникалық экспертизаның тәуелсіздігі.
- Ғылыми мекеменің ұйымдық құрылымының өзгеруі.
- Ғылыми зерттеулердің жеке сектормен қаржыландыру.

Инновациялық кәсіпкерлік. ҰИЖ даму бағдарламасымен қарастырылады:

Инновациялық қызметті енгізу үшін тиімді жағдай жасау.

Басқарушылық және кәсіпкершілік инфрақұрылымын дамыту және патенттеу саласында заң шығаруды өрістету, технологияларды мемлекеттік сектордан жеке секторға беру, интеллектуалдық меншіктің құқығын қорғау.

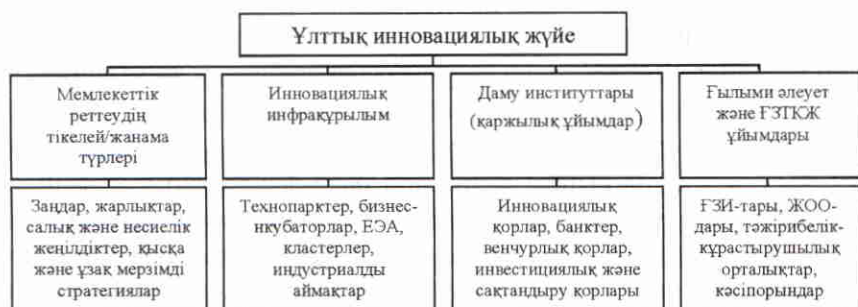
Қаржылық инфрақұрылым. Қаржылық инфрақұрылымның дамуы келесіні қарастырады:

- Венчурлық қордың нормативтік негізгі қызметін жетілдіру.
- Инновациялық менеджменттің дамуына үлес қосу.
- ҰИЖ-нің шетел венчурлық капиталымен белсенді ынтымақтастық жасау.
- Жеке инвесторлар («бизнес-періште») торының дамуына көмектесу.

Инновациялық құрылым. ҰИЖ инновациялық құрылымына технопарктер, бизнес-инкубаторлар, ғылыми орталықтар кіреді. Жоғарыда айтылғандар мынадай функцияларды атқарады:

- Бизнес-қызмет кешені;
- Ақпараттық-коммуникациялық қамтамасыз ету;
- Білім алатын кешендік қызмет;
- Технология трансферті.

Қазақстан Республикасының қалыптасу үстіндегі Ұлттық инновациялық жүйе элементтері 20-суретте көрсетілген.



20-сурет. Ұлттық инновациялық жүйе

Мемлекет басшысының «Жаңа онжылдық – жаңа экономикалық өрлеу – Қазақстанның жаңа мүмкіндіктері» атты Жол-

дауы Қазақстанның 2020 жылға дейінгі даму стратегиясын жүзеге асыруға арналды. Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарында таяу онжылдықта **түйінді бес бағыт** мемлекет қызметіндегі басымдықтар болады деп көрсетілген. Осы бағыттардың бірі: инфрақұрылымды индустрияландыру мен дамыту арқылы әртараптандыруды жеделдету есебінен экономиканың тұрақты өсуін қамтамасыз ету. Экономиканы әртараптандыру бірінші сатыда (2010-2014 жылдар) жеті бағыт бойынша іске асырылады. Осы бағыттар Қазақстан Республикасының 2010-2014 жылдарға арналған үдемелі индустриялық-инновациялық дамудың мемлекеттік бағдарламасының басымдықтары болады деп атап кетіп Қазақстан Үкіметі 2010-2014 жылдарға арналған Мемлекеттік үдемелі индустриялық-инновациялық даму бағдарламасын қабылдаған болатын. Экономиканың әртараптануы тікелей инновациялық қызыметтер мен ғылыми – техникалық зеріттеулерге негізделіп отыр. Яғни бұл дегеніміз экономиканың бәсекеге қабілеттілігін, әр салада өндіруші функциясының дамуын стратегиялық тұрғыдан басқару инновацияларға тікелей байланысты. Сондықтанда қазақстандық компаниялар стратегиялық басқару принциптеріне көшіп өз тағдырларын дәл осы жоспарлар мен бағдарламаларға негіздегені тиімді.

Ұлттық инновациялық жүйе тұсында инновациялық қызметті стратегиялық тұрғыда дамыту қажет. Әдетте стратегиялық басқару топ-менеджмент деңгейінде құрастырылады, бірақ ол компанияның барлық жұмысшыларының мақсаттарын қамтуы тиіс, сондықтанда ол стратегияны жүзеге асыруға барлық жұмысшылар белсенді қатысуы керек. Статистика бойынша ең тиімді және дұрыс құрастырылған стратегия 10-ақ жыл өмір сүреді. Бірақ осы 10 жыл ішінде ол сырқы және ішкі орта факторлары себебінен көптеген өзгерістерге түсуі мүмкін. Дегенмен басты мақсат пен миссия компанияны тура жолға салып жетелеуші негізгі фактор болады. Стратегиялық басқаруды тиімді игерген компаниялар ғана салада ұзақ мерзімде пайдалы қызмет атқаруға жолдама алады. Ал қазір стратегиялық даму инновациялық дамуға бағытталған, өйткені тек ғылым мен техниканың жетістіктері нағыз инновациялар ғана компанияны бәсекеге қабілеттілігін арттырып оны

табымты ете алады. Сондықтанда қазақстандық компаниялар өз қызыметтерін стратегиялық даму бағдарламаларына негіздеп, ұзақ мерзімді салаларды көздеп қызмет атқаруы тиіс. Сонда ғана Қазақстан 50 бәсекеге қабілетті мемлекеттер қатарына еруге мүмкіншілік алады.

8.3 Қазақстан Республикасының технопарктік құрылымдар жүйесі

2005–2015 жылдарға арналған Қазақстан Республикасының Ұлттық инновациялық жүйелерді қалыптастыру мен дамыту бағдарламасына сәйкес, 7 ұлттық және 7 аймақтық технопарктер, ірі технологиялық университеттер жанынан 12 технологиялық бизнес-инкубаторлар және технопарктер жанынан 8 оқу орталықтары кіретін инновациялық инфрақұрылым қалыптастыру міндеті тұр. Жоғары технологиялар нарығындағы әлемдік тенденцияларды, Қазақстанның ғылыми және өндірістік әлеуетін ескере отырып, ұлттық басымдықтар болып мына салалар анықталды: телекоммуникациялар және ақпараттық технологиялар; биотехнологиялар; жаңа материалдар; машина құрастыру; химия және мұнай химиясы өнеркәсібі; құрылыс және құрылыс материалдары; экология; электрэнергетикасы және энерго үнемдеу. Осыған байланысты шетелдік компаниялармен ынтымақтастықтың негізгі бағыттары анықталды: технопарктер желісінің дамуына қатысу; жаңа технологиялар тарту; тиімді инновациялық жобаларды жүзеге асыруға қатысу; мүмкін болатын серіктестермен шетелдік компанияларды іздеу; түрлі бағыттағы бірлескен инжинирингтік компанияларды құру. Қазіргі уақытта Қазақстандағы технопарктер желісін дамыту бойынша құзырлы орган болып «Инжиниринг және технологиялар трансферті орталығы» АҚ болып табылады.

Ұлттық технопарктер – жаңа салалардың дамуына жағдай жасап, қазақстандық экономиканың болашақтағы бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуі керек. Ұлттық технопарктердің ерекшелігі олардың салалық бағытталушылығы мен салықтық жеңілдіктерге не арнайы экономикалық аймақ (АЭА) режимі. 2003 жылдан бері Алматыда ұлттық технологиялық парк құрылуда («Ақпараттық технологиялар паркі»). Биотехнология-

лар және мұнайхимиясы парктерінің құрылу мүмкіндіктері қарастырылуда.

Аймақтық технопарктер – аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мен инновациялық әлеуетін дамыту мақсатында құрылуда. Технопарктердің жүйе қалыптастырушы негізі – аймақтардың өнеркәсіптік кәсіпорындары, ЖОО-дары және ғылыми ұйымдары болады. Аймақтық ғылыми-индустриалдық парктер Қарағанды, Орал және Алматыда құрылды. Астана, Шымкент, Павлодар, Петропавловск, Ақтөбе және Өскемен қала кандидаттарының ішінен 4 жаңа технопарктер ашу жобалануда.

Енді қазіргі уақытта жұмыс жасап жатқан технопарктерге тоқталайық.

1. Алматы қаласындағы «Алматы аймақтық технопаркі» ЖШС. 2005 жылы 20 сәуірде мемлекеттік тіркеуден өткен. Жарғылық капиталы 588,2 млн теңге. Технопаркті одан әрі дамытуда баламалы (альтернативті) құрылтайшылар табылып отыр. Алматы қаласының әкімдігі, Алматы облысының әкімдігі, «Белкамит БК» АҚ, ҚР БҒМ «Химия-технологиялық зерттеулер орталығы» МК, ҚР АМ «Ауыл шаруашылығын электендіру мен механизациялау ғылыми-өндірістік орталығы» МК, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті, Қ.Сәтбаев атындағы Қазақ Ұлттық Техникалық Университеті, «С. Киров атындағы машинажасау зауыты» АҚ, «Минералды шикізатты кешенді қайта өңдеу ұлттық орталығы» РМК және т.б ұйымдардың өкілдерімен ынтымақтастық жөнінде келіссөздер жүргізілді. Технопаркке 30-дан астам жобалар түсті. Технопарк Алматы облысындағы «Құрылыс материалдары» кластерін ғылыми-техникалық қамсыздандырумен қатар, «Қолжетімді баспана» пилотты жобасын ұйымдастыру мен ғылыми-техникалық қамсыздандыруды алып жүреді. Алматы облысында 2006-2015 жылдарға арналған «Құрылыс материалдары» кластерін құру бағдарламасына сәйкес, технопаркке облыс аумағындағы Ұзынағаш станциясы мен Заречный ауылында индустриалды аймақ құрудың технико-экономикалық негіздемесін жасауға кірісіп кетті. Индустриалдық аймақтардың экономикалық механизмдерін жобалау осы технопаркке жүктелмек.

2. *Батыс Қазақстан облысындағы «Алгоритм технопаркі» ЖШС.* 2004 жылы 14 шілдеде мемлекеттік тіркеуден өткен. Технопарк мақсаты – Қазақстанның батысында инновациялық жобаларды іске асырушыларға инфрақұрылым мен қосалқы көмек қызметтерін ұсыну негізінде инновациялық қызметтерге қолайлы жағдай жасау болып табылады. Жарғылық капиталы – 969,2 млн теңге. Құрылтайшылары: «ЦИТТ» АҚ 401,8 млн теңге, 41,46%; «Градиент» АҚ - 563,4 млн теңге, 58,13%; «Гидроприбор» ҒЗИ» АҚ - 1 млн теңге, 0,31%; «Жәңгірхан атындағы БҚАТУ» МКҚК - 3,0 млн теңге, 0,10%.

3. *Қарағанды облысындағы «UniScienTech технопаркі» ЖШС.* 2004 жылы 4 мамырда мемлекеттік тіркеуден өткен. Жарғылық капиталы – 541,1 млн теңге. Құрылтайшылары: Қарағанды облысының әкімдігі – 139,5 млн теңге, 25,78%, «ЦИТТ» АҚ – 401,6 млн теңге, 74,22%. Технопарктегі инновациялық жобаларды дамытудың тиімді салалары: тау-кен және металлургия кешені, машинажасау, химия, экология.

Алдағы уақытта құрылатын технопарктерге тоқталайық.

4. *Шығыс Қазақстан облысының аймақтық технопаркі.* Технопарк түсті металлдардың өндіріс технологиясы мен өңдеу саласын дамыту, ақпараттық технологиялар, жаңа құрамалы материалдар өндірісі, табиғатты қорғау технологиялары сияқты тиімді бағыттарда қызмет атқарады.

5. *Солтүстік Қазақстан облысының аймақтық технопаркі.* Технопарктің қызметтерінің негізгі бағыттары: мұнай-газ, транспорттық және басқа да машинажасау салаларындағы технологияларды дамыту, ауылшаруашылығы өнімдерінің өндірісі және оны өңдеу.

6. *Астана қаласындағы аймақтық технопарк.* Технопарктің негізгі қызмет көрсету бағыттары: құрылыс материалдарының өндірісі мен құрылыс технологиясын дамыту, машинажасау.

7. *Шығыс Қазақстан облысы, Курчатов қаласында Ядролық технологиялар паркін құру* жөніндегі жұмыстар жүргізілуде. Техника-экономикалық негіздемесін Үкімет 2004 жылдың қарашасында мақұлдаған болатын. Жобаға сәйкес, құрылатын технопарктің негізінде атом жылу станциясы және жеделдету кешені болады. Технопарктің қайтарымдылық мерзімі – 8 жыл,

қарқынды өндірістік күшіне 2016 жылы шығады деген болжам бар. Технопарк толық іске қосылғаннан кейін жылына \$31 млн табыс әкеледі деп күтілуде.

Бизнес-инкубаторлар қызметі кәсіпкерлік мәдениетті қалыптастыруда әлеуметтік-экономикалық маңызға ие. Қазақстан бизнес-инкубаторлар ассоциациясы мәліметтері бойынша республика аймақтарында 40-тан астам бизнес-инкубаторлар ашылған. Олардың көпшілігі жергілікті атқару органдарының бастамасымен ашылып, қазірде қалыптасу кезеңінде. Көптеген бизнес-инкубаторлар заңдық тұлғаларды құрумен, кеңселік және өндірістік кешендерді ұсынумен ғана шектелуде.

Бизнес-инкубаторларды құру үдерісі көптеген мәселелерге ұшырап отыр. Олардың негізгілері:

- бизнес-инкубаторларды ұйымдастырушылар мен менеджерлердің теориялық және тәжірибелік дайындықтарының төмен болуы;

- жергілікті басқару органдары тарапынан қажетті қолдаудың болмауы;

- қаржылық құралдар мен ақпаратың шектеулігі;

- бастапқы сатыдан толық қамтылған бизнес-модельге өту мақсатында бизнесті тиімді инкубациялаудың бағалау жүйесінің болмауы;

- технопарктер мен бизнес-инкубаторлардың қызметінің технологияларды коммерциализациялауда толық қолдаудың дамымауы.

Шағын бизнесті қолдаудың аса маңызды құралдарының бірі мемлекет үшін бизнес-инкубатор болып есептеледі.

Бүгінгі таңда Қазақстанда 44 бизнес-инкубатор, 36 кәсіпкерлерді дайындайтын орталықтар жұмыс істейді. Талдау көрсеткендей, бизнес-инкубаторлардың ең көп құрылған жерлері Ақтөбе, Қызылорда және Оңтүстік Қазақстан облыстары. Ақтөбе облысындағы 8 аудандық инкубатордың 7 жұмыс істейді, 1 бизнес-инкубатор енді ғана тіркеуден өтті. Қазақстандағы бизнес-инкубатордың аз ғана тәжірибесі оны құрудың ерекшеліктері мен қиындықтарын көрсетіп берді. Көптеген бизнес-инкубаторлар Халықаралық қорлар қолдауымен және ішкі донорлары жеткіліксіз ұйымдармен құрылған. Бизнес-инкубаторлар шағын

бизнесінің қалыптасқан құрылымын көрсетеді, бизнес-инкубатордың негізгі клиенттері сату қызметтері мен қызмет көрсетуге икемделген. Университеттер базасында технопарктер мен бизнес-инкубаторлар жеткілікті емес. Бизнес-инкубатордың ұсынатын қызметтері жеңілдік бағамен алаңдар берумен ғана шектеледі. Бизнес-инкубаторының инфрақұрылымының нашар дамуына байланысты бизнес-инкубаторларының өмір іс-әрекеті жеткіліксіз. Бизнес-инкубаторлар жөнінде жарнамалар мен ақпараттардың болмауы – кәсіпорындар мен өз кәсіпорындарын құрғысы келетіндер үшін бизнес-инкубатор қол жетпес арман. Әсіресе соңғы кездерде инновациялық қызметтің белсенділігі жөнінде әр түрлі деңгейде жиі айтылып жүр.

«Alatau IT City» Ақпараттық технологиялар паркі» Еркін экономикалық аймағы Алматы қаласының Медеу ауданы, Алатау кентінде орналасқан. Мақсаты - тиімділігі жоғары жоғары технологиялық және экспортқа бағытталған ақпараттық технологиялар, ақпараттық технологиялардың жаңа өнімдерінің түрлерін игеру және инвестициялар тарту. 2003 жылы 19 тамызда құрылған. ЕЭА аймақта тіркелген кәсіпорындардың ішінде тек «S2 Research & Engineering» ЖШС дайын өнім шығарады. Ол «ALFEM 1.1 for Windows» бағдарламалық-есептеуіш кешені.

8.4 Қазақстан Республикасының венчурлық қорларының қалыптасу және даму ерекшеліктері

Қазақстанда ең алғашқы венчурлық қорлар 2004 жылы пайда болды. Еліміздің венчурлық инфрақұрылымын құруға бастамашы болған мемлекеттің өзі еді. Оны дамытудың көкейкестілігі Қазақстан Республикасының 2003–2015 жылдарға арналған индустриялық-инновациялық даму стратегиясы мен Ұлттық инновациялық жүйені қалыптастыру және дамыту жөніндегі мемлекеттік бағдарламасында да жазылған. Венчурлық қорларды құруға мемлекет атынан Қазақстанның даму институты – Самұрық-Қазына ҰӘАҚ кіретін Ұлттық инновациялық қор (ҰИҚ) өзек болғанын еске сала кетейік. ҰИҚ-тың қатысуымен венчурлық қорларды құруға қатысу инновациялық қызметке жеке капиталды тартуға, олардың тәуекелін төмендетуге, инновацияларды коммерциализациялау саласында мемлекет пен жеке сектордың

тиімді байланыстарының механизмдерін қалыптастыруға мүмкіндік туғызады.


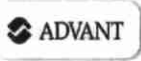







Венчурлық қорларды құру жеке капиталдың инновациялық қызметке тартылуына, олардың қаупінің төмендеуіне, мемлекет пен жеке кәсіпкерліктің инновацияларды коммерциялау саласында өзара тиімді қарым-қатынасының механизмін қалыптастыруға көмектесетін болады. Қазіргі кезде Ұлттық инновациялық қор жеке қазақстандық серіктестермен бірлесіп, 6 венчурлық қор құрды. Бұл қорлардың инвестициялық саясаты ICT-технологиялар, жаңа құрылыс материалдары, фармацевтика және экспортқа бағытталған басқа да болашағы зор салалардағы жобаларды іздеуге және тартуға бағытталған.

Шетелдік венчурлық қорлар. Бірлескен венчурлық қорларды құрудың стратегиялық мақсаттары болып алдыңғы қатарлы батыс технологияларына қол жеткізіп, оларды болашақта Қазақстанға трансфер жасау. Ұлттық инновациялық қордың шетелдік венчурлық қорларға инвестициялары және де бірлескен венчурлық қорларды құру – бұл әлемнің алдыңғы қатарлы технологиялық компанияларына шығу мүмкіндігі, білімдермен, тәжірибелермен және технологиялармен алмасудың ашық жүйесін жасау, Қор менеджерлерін оқыту және кәсіби білімін жоғарылату. Бірлескен венчурлық қорларды құрудың мақсаты – бұл сондай-ақ, әлемнің алдыңғы қатарлы технологиялық компанияларына шығудың керемет мүмкіндігі. Біздің ұстанымымыз – біліммен, тәжірибемен және технологиялармен алмасудың ашық жүйесін жасау. Әлемнің алдыңғы қатарлы венчурлық қорларымен жұмыс істей отырып, біз шетел инвесторларының қаржылық капиталын тартуда ғана ұмтылып қоймай, сонымен қатар жоғарғы технологиялы компаниялармен ынтымақтастықтың тұтас желісін жасауға және қазақстандық ғылымға жаңа мүмкіндіктер ашуға ұмтыламыз. Қордың шетелдік венчурлық қорларға қатысуы алдыңғы қатарлы технологиялардың трансфертін іске асыруға мүмкіндік береді.

ҰИҚ Еуропа, АҚШ, Израиль, Оңтүстік-Шығыс Азия елдерін қамтитын алдыңғы қатарлы бес шетелдік венчурлық қорлардың серіктесі болып табылады. 2004 жылдан бері осы даму институты қазақстандық инвесторлармен біріге отырып 6 венчурлық қор құрды. Олар: «Әрекет» Жоғары технологиялар қоры, «Сентрас

венчурлық қоры», «Glotur Technology Fund», «Авант венчурлық қоры» мен «Logucom Perspective Innovations». Жоғарыда қазақстандық венчурлық қорлардағы ҰИҚ-тың үлесі 49 пайыз екендігін айтқанбыз (10- кесте).

10 кесте ҰИҚ қатысатын венчурлық қорлар

Қорлар	Жарғылық капиталы, млн. доллар	Капитал құрылымы				Қаржыландыру сатысындағы/инвестицияланған жобалар саны
		ҰИҚ үлесі		Серіктестердің үлесі		
		млн. доллар	%	млн. доллар	%	
Отандық венчурлық қорлар						
	30	10	33,3	20	66,7	1
	21	10,3	49,0	10,7	51,0	2
	20	9,8	49,0	10,7	51,0	13
	20	9,8	49,0	10,2	51,0	21
	20	9,8	49,0	10,2	51,0	-
Барлығы	111	49,7	44,8	61,3	55,2	36
Шетелдік венчурлық қорлар						
	150	7,7	4,3	142,3	79,1	11
	4,8	2	41,7	2,8	58,3	1
	150	10	6,7	140	93,3	16
	50	5	10,0	45	90,0	3
	150	5	3,3	145	96,7	7
Барлығы	504,8	29,7	5,6	475,1	88,8	38

Неге дәл осындай бастамаға мемлекетіміздің өзі ұйытқы болды? Оңтүстік-Шығыс Азия, Израиль, Финляндия, Германия секілді елдердің баламалы тәжірибелеріне сәйкес, мемлекетіміз «Ұлттық инновациялық қор» АҚ атынан венчурлық капитал нарығын экономикалық өрлеудің бір тетігі ретінде қарастыра отырып, оны дамытуға бағытталған мақсатты саясат жүргізіп отыр.

Дәл осындай жағдайда Үкімет те жеке инвесторлармен тәуекелді бөлісе отырып, олардың инвестицияларын инновациялық секторға тартуда. Айта кету керек, венчурлық қорларға мемлекеттің қатысуы уақытша әрекеттермен шектелген. Өйткені, Ұлттық инновациялық қордың міндеті Қазақстандағы венчурлық индустрияның өзіндік жеке сала ретінде қалыптасуына мүмкіндік беру болып табылады. Егер бастапқы кезеңде мұндай қорлардағы ҰИҚ-тың үлесі 49 пайызға дейін болса, алдағы жылдары бұл көрсеткіш төмендей беретін болады. Осы арқылы Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдарға арналған индустриялық-инновациялық даму стратегиясын жүзеге асыруға жеке инвесторларды тартуға үлкен мүмкіндіктер туғызылмақ. Осылайша, қорлар инновациялық жобаларды қаржыландыруға жеке капиталды тартып отыр. Қазір қазақстандық венчурлық индустрия, сөзсіз, бастапқы даму кезеңінде тұр. Соңғы екі жылда республикамыздағы жаңа қаржы құралын іске қосуда үлкен ұмтылыс болды деп айтуымызға болады. Қазір әрекет етіп жатқан қорлардың қоржынында венчуршылар тарапынан 2,8 миллиард теңге салынған 15 жоба жүзеге асу үстінде. Жеке инвесторлармен жаңа венчурлық қорларды ашуда әріптестікті жалғастыра беру керек.

Мәселен, АҚШ-тың немесе Еуропаның венчурлық қорлары жыл сайын мыңдаған жобаларды инвестициялауға өтініш қабылдайды. Қазақстанда жағдай басқаша – қаржыландыруға тұрарлық жобалар аса көп емес. Олардың да кейбіреуі сапалы бизнес-жоспардың болмауынан жобаны қараудың бастапқы кезеңінен өтпей қалады. Оның үстіне көптеген жобалар басты қағидаға сәйкес келмейді – әлемдік жаңалықтар экономикалық тиімділік әкелмейді. Оның да себебі бірнешеу – коммерциялаудың мерзімдік шектеулілігі, төмен деңгейлі менеджмент, әлсіз ғылыми-зерттеу базасы. Дегенменен, қазір еліміздің венчурлық инфрақұрылымының қабілеттілігі мен даму келешегі бар. Қалай болғанда

да, барлық инновациялық жобалар қатал рынок жағдайында өте нақты қолданысқа, яғни жоғары төлемге қабілетті сұранысқа ие болуы қажет. Ондай жобалардың қатарына шығындарды азайтуға немесе стандартты өнімдерді шығаруды күшейтуге (интенсификациялауға), материалдардың жаңа сапалы қасиеттерге ие түрлерін, түрлі технологиялық үрдістерді күшейтуге бағытталған технологияларды жасау жұмыстары жатқызылады. Жоба ұсынушыдан өз идеясын қисынды түрде негіздеу талап етіледі. Өкінішке орай, көп жағдайда біздің кәсіпкерлер өз жобаларын қаржыландыруға көмек қажет болса, Қазақстанның венчурлық қорларына немесе Ұлттық инновациялық қорға хабарласып, өтінішін білдіруге болатындығын біле бермейді. Тәуекел деген оңай емес. Бірақ, тәуекелсіз тағы да іс бітпейді. Ақыры бизнесте тәуекелге барғаннан кейін, келешегі бар жобаларды қолданысқа енгізуде тәжірибе жинап үлгергендермен барған жөн болар. Венчурлық қорларды құру арқылы инновациялық қызметтің қаржылық инфрақұрылымы қалыптасты, бұл қорлар бізге дүниежүзілік технологиялық нарықтарға шығуға мүмкіндік береді.

1 Инновацияларды өндіріске енгізу түрлі тиімділіктер әкеледі, олар мыналар:

1. Ғылыми техникалық, экономикалық, әлеуметтік және экологиялық.
2. Өнім инновация, процесс инновация және ұйымдық инновациялар.
3. Рыноктық, әлеуметтік.
4. Биржалық және биржалық емес.
5. Виаленттік, пациенттік, эксплеренттік.

2. «Қазақстан Республикасының инновациялық қызметтер туралы заңы» қашан қабылданды

1. 2002 жыл.
2. 1999 жыл.
3. 2001 жыл.
4. 2003 жыл.
5. 2006 жыл.

3. Инновация дегеніміз –

1. интеллектуалды еңбек нәтижесі ретінде нарыққа тіпті жаңа немесе жаңартылған өнім және жаңа немесе жаңартылған технология түрінде шығарылатын жаңалық.

2. жеке ғалымдарды, шығармашылық топтарды ынталандыруға арналған мемлекеттік ұйымдардың, арнайы қорлардың және жеке корпорациялардың бөлген қаржылары;

3. венчурлік инвестициялауды жүзеге асыру мақсатында заңды тұлғалар капиталының шоғырлануы

4. қысқа уақыт аралығында көптеген тиімді инновациялық идеялар ұсынушы тұлға

5. инновацияға қол жеткізуге бағытталған ғылыми, ғылыми-техникалық, тәжірибе-конструкторлық, маркетингтік зерттеулер

4. Инновация теориясының авторы кім?

1. Й. Шумпетер;
2. Н.Д. Кондратьев;
3. Жан-Батист Сэй;
4. Дж. Кейнс.
5. К. Маркс

5. Қазіргі күнгі инновациялық менеджментте инновацияларды мынадай түрлерге жіктейді:

1. Өнім-инновация, үдеріс-инновация, ұйымдық инновация;
2. Ғылыми техникалық және технологиялық;
3. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық;
4. Виаленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық.
5. Инжиниринг, реинжиниринг.

6. Й. Шумпетер теориясы бойынша өндірістегі факторлардың жаңа комбинациялары мыналар болады:

1. Жаңа өнім жасау; жаңа технология пайдалану; жаңа ұйымдық құ-

рылым түрін пайдалану; сатудың жаңа рыноктарын ашу; жаңа ресурстардың көздерін табу.

2. Өсу стратегиясы, қысқарту стратегиясы, диверсификация стратегиясы.
3. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық.
4. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық.
5. Инжиниринг, реинжиниринг.

7. Р.Фостер теориясында инновация дегеніміз – ...

1. «технологиялық айырылым»;
2. «инновациялық айырылым»;
3. әлеуметтік, экономикалық, экологиялық;
4. виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық;
5. инжиниринг, реинжиниринг.

8. И.Ансофф теориясы бойынша технологияның мынадай түрлері бар:

1. Тұрақты, өнімді және өзгермелі.
2. Ғылыми техникалық және технологиялық.
3. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық.
4. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық.
5. Инжиниринг, реинжиниринг.

9. Инновациялық үдеріс келесі кезіңнен басталады:

1. Іргелі және тәжербелік зерттеу жұмыстары
2. Эксперименталды жұмыстар;
3. Инновациялық өнімді жасау;
4. Коммерциализация;
5. Модернизация.

10. Қазіргі күнгі инновациялық менеджментте инновациялық қызметтерді ұйымдастырудың мынадай түрлері бар:

1. Тізбекті, параллельді және интегралды;
2. Ғылыми техникалық және технологиялық;
3. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық;
4. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық.
5. Инжиниринг, реинжиниринг;

12. Ұйымның ішкі ортасы мынадай элементтерден тұрады:

1. Өнімдік блок, функционалдық блок, ресурстық блок, ұйымдастырушылық блок және басқару блогы;
2. Жаңа өнім жасау; жаңа технология пайдалану; жаңа ұйымдық құрылым түрін пайдалану; сатудың жаңа рыноктарын ашу; жаңа ресурстардың көздерін табу.
3. Өсу стратегиясы, қысқарту стратегиясы, диверсификация стратегиясы.
4. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық.
5. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық.

13. Төмендегі әдістердің қайсысы инновациялық менеджменттің әдісіне жатпайды:

1. Интегралды әдіс

2. Функционалды құндық талдау әдісі
3. Бенчмаркинг әдісі
4. QFD әдісі – тұтынушылардың талғамын қарастыру
5. FMEA – өндірістік ақауларды және қателіктерді талдау

14. Антрепренер деген ол-

1. инновациялық жобаны басқарушы фигура
2. ғалым
3. инновациялық идеяның авторы
4. иновациялық жобаны қаржыландырушы
5. кеңесші

15. Алтын жағалылар деген –

1. кәсіпкерлік қабілетке не жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар
2. инновациялық жобаны басқарушы фигура
3. ғалым
4. инновациялық идеяның авторы
5. инновациялық жобаны қаржыландырушы

16. Жаңа өнім өндіруге, жаңа өндірістік технологияларды жасауға немесе бизнесті ұйымдастыру және дамытудың жаңа нысандарын енгізуге ұмтылатын тұлға:

1. ойлап шығарушы
2. кәсіпкер
3. өндіруші
4. менеджер
5. құрастырушы-инженер

17. Кәсіпорынның дамуының жаңа жолдарын іздестіруді қарастыратын, өсуді басқару концепциясы туралы айтуға болатын, қызмет түрі _____ кәсіпкерлік болып табылады.

1. инновациялық
2. прогрессивті
3. өнімдік
4. тиімді
5. венчурлық

18. Техника-технологиялық жаңалықтарды коммерциялық қолдану мен құру үрдісі:

1. инновациялық кәсіпкерлік
2. инжиниринг
3. өндірісті-коммерциялық кәсіпкерлік
4. өнертапқыштық
5. жобалы-құрастырушылық қызмет

19. Инновациялық кәсіпкерліктің келесідей түрлері бар:

1. өнім инновациясы, технология инновациясы, әлеуметтік инновация
2. қызмет инновациясы, өнім инновациясы, жұмыс инновациясы
3. ноу-хоу инновациясы, жұмыс инновациясы, инфрақұрылым инновациясы

4. венчурлық, инвестициялық, инжинирингтік
5. тұтынушылық, өндірістік, өнімдік

21. Еңбек өнімділігінің және энергияның, шикізаттың және т.б. ресурстардың экономиясына бағытталған өндірістік әлеуеттің жаңару үдерісі:

1. технология инновациясы
2. инжиниринг инновациясы
3. өнім инновациясы
4. техникалық қайта жарактану
5. негізгі құралдардың жаңаруы

24. Инновациялар бірнеше түрлерге бөлінуі мүмкін:

1. радикалдық дәрежесі бойынша, қолдануы бойынша, пайда болу ынталандыруына байланысты, масштабы бойынша;
2. пайда болу көзі бойынша, өндіріс шығындарын төмендету бойынша, масштабы бойынша
3. қолдану дәрежесі бойынша, қызмет ету мерзімі бойынша, өндіріс масштабы бойынша
4. күрделілік дәрежесі бойынша, эксплуатациялық дәрежесі бойынша, пайда болу көзі бойынша, нысаны бойынша
5. жаңару дәрежесі бойынша, нысаны бойынша, қайта өндірістегі рөлі бойынша, көлемі бойынша

25. Инновациялық үдерістің дамуына қандай факторлардың топтары әсер етеді:

1. экономикалық, саяси, ұйымдастыру-басқарушылық, психологиялық және мәдени
2. экономикалық, техникалық, құқықтық, ұйымдастырушылық, әлеуметтік, мәдени
3. әлеуметтік-психологиялық және мәдени
4. технологиялық, саяси, басқарушылық, әлеуметтік, психологиялық
5. экономика-техникалық, құқықтық, ұйымдастырушылық, мәдени

26. Интеллектуалдық өнім инновациялық қызметтің қорытындысы болып табылады:

1. ғылыми-зерттеу өнімі, техникалық өнім, мәдениет өнімі
2. ғылыми-техникалық өнім, информатика өнімі, мәдениет өнімі
3. ғылыми өнім, информатика өнімі, өнер өнімі
4. техникалық өнім, ақпараттық өнім, мәдениет өнімі
5. информатика өнімі, құрастыру өнімі, өнер өнімі

27. Өндірістік, коммерциялық және ғылыми-техникалық түрдегі құрылыс және т.б. компанияларға қызмет көрсету бойынша операциялардың орындалуы, ол –

1. халықаралық инжиниринг
2. халықаралық кооперациялау
3. бірлескен өндіріс

4. қосалқы медігер қызмет
5. өндірістік-инновациялық қызмет

29. Шағын инновациялық бизнес нысандары:

1. венчурлық фирма, инкубатор-фирма
2. акционерлік қоғамдар, концерндер, технопарктер
3. қаржы-өнеркәсіптік топтар, консорциумдер
4. холдинг, кооперативтер
5. корпорациялар, ассоциациялар, синдикаттар

30. «Тәуекелді» инновацияларды жүзеге асырылуға арналған икемді фирмалар:

1. венчурлық фирмалар
1. технопарк
3. бизнес-біртектілік (инкубатор)
4. құрастырушылық бөлім
5. қаржы-өнеркәсіптік топтар

32. Кәсіпорындар мен ғылым арасында нақты қарым-қатынас орнайтын жер:

1. бизнес-инкубатор
2. өнеркәсіптік-инновациялық кластер
3. желілік экономика
4. технопарктер
5. еркін сауда аймағы

33. Ғылыми-техникалық және өндірістік компаниялардың орналасу территорияларын қалай аталады:

1. технопарк
2. ғылыми парк
3. бизнес-инкубатор
4. еркін экономикалық аймақтар
5. инновациялық өнеркәсіптік кешен

34. Мекеменің инновациялық мүмкіншілігі дегеніміз не?

1. Бұл жаңа ойды, ғылыми білімді, технология мен өнім түрлерін әр түрлі өндіріс саласына және қоғамды басқару саласына енгізуге бағытталған қызмет.

2. Бұл әр түрлі ресурс түрлерінің, яғни оның ішінде қаржылық, еңбек, шикізат және интеллектуалды ресурстардың жиынтығы, инновациялық жобаны жүзеге асыру шамасы.

3. Жаңа немесе жетілдірілген тауар түріндегі іске асырылған интеллектуалды еңбектің шекті нәтижелері.

4. Бұл қарқынды өсу стратегиясы, бір калыпты даму стратегиясы, диверсификация стратегиясы, қысқарту стратегиялары.

5. Жаңа өнімнің жасалуы; өндірістің жаңа технологияларын қолдану; өндірістің жаңа ұйымдастырылуын қолдану.

35. Функционалды - құнық талдау бұл —

1. Бұл объектті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты тұтынушыларға маңызды және әдісті жүзеге асырудағы минималды шығындар арасындағы пайдалы функцияларды дамыту.

2. Бұл географиялық жағдайына, бизнес саласы мен оның өлшеміне тәуелсіз, бәсекелес компаниялардың ең жақсы мысалындағы іздестіруге, бағалауға және оқуға бағытталған жүйелі қызмет түрі.

3. Бұл жаңа ойды, ғылыми білімді, технология мен өнім түрлерін әр түрлі өндіріс саласына және қоғамды басқару саласына енгізуге бағытталған қызмет.

4. Жаңа немесе жетілдірілген тауар түріндегі іске асырылған интеллектуалды еңбектің шекті нәтижелері.

5. Интегралды әдіс.

36. Бенчмаркинг әдісін қалай түсінесіз?

1. Бұл объектті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты тұтынушыларға маңызды және әдісті жүзеге асырудағы минималды шығындар арасындағы пайдалы функцияларды дамыту.

2. Бұл географиялық жағдайына, бизнес саласы мен оның өлшеміне тәуелсіз, бәсекелес компаниялардың ең жақсы мысалындағы іздестіруге, бағалауға және оқуға бағытталған жүйелі қызмет түрі.

3. Бұл жаңа ойды, ғылыми білімді, технология мен өнім түрлерін әр түрлі өндіріс саласына және қоғамды басқару саласына енгізуге бағытталған қызмет;

4. Жаңа немесе жетілдірілген тауар түріндегі іске асырылған интеллектуалды еңбектің шекті нәтижелері

5. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік- экономикалық саясаттың құрама бөлігі.

37. Фирманың нарықтық позиция қағидасы бойынша инновациялық фирмалардың төрт негізгі тәртіп стратегиясын бөліп көрсетуге болады:

1. Виалентті, пациентті, эксплерентті и коммутантты.

2. Қарқынды өсу стратегиясы, бір қалыпты даму стратегиясы, диверсификация стратегиясы, қысқарту стратегиялары.

3. Пациентті, эксплерентті, диверсификация стратегиясы, имитациялық стратегиясы.

4. Әлеуметтік, бәсекелестік, нарықтық және ұйымдастырушылық.

5. Параллельді, кезекті, интегралды.

38. Иновациялық қызметтерді қаржыландыру мынадай көздерден жүргізіледі

1. Мемлекеттік және жеке гранттар жүйесі, венчурлы капитал, ғылыми техникалық зерттеулерге бөлінген корпоративтік қаржылар, даму институттарың қаржысы арқылы және іскер періштелер.

2. Екінші деңгейдегі банктер.

3. Қайырымдылық қор.

4. Мемлекеттік бюджет.

5. Зейнетақы және сақтандыру қорлары.

39. Инновациялық қызметтің қолдаудың тікелей әдістерін атап көрсетіңдер:

1. Біртұтас ақпараттық кеңістікті құру үшін, салық жеңілдігіне, несие жеңілдіктеріне арналған фискалды аспаптарды дайындау.

2. Мемлекеттік бюджеттен қаржыландыру, инновациялық қызметті құқықтық қамтамасыз ету, инновациялық инфрақұрылымды құру.

3. Бұл объекті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы функцияларды дамыту.

4. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік экономикалық саясаттың құрама бөлігі.

5. Бұл бәсекелес компаниялардың ең жақсы мысалындағы іздестіруге, бағалауға және оқуға бағытталған жүйелі қызмет түрі.

40. Жаңа өнім немесе үдеріске ерекше құқықтың алуы бұл ...

1. Патент
2. Лизинг
3. Лицензия
4. Франчайзинг
5. Бренд

41. Белгілі технология мен жабдықта өндірілген белгілі өнімді өндіруге құқық алу...

1. Лизинг
2. Лицензия
3. Патент
4. Франчайзинг
5. Бренд

42. Идеялардың генераторы» ол ...

1. Аз уақыт ішінде көптеген тиімді инновациялық идеялар ойлап табушы тұлға.

2. Инновациялық жобаларды қаржыландырушы тұлға

3. Инновациялық жобаны басқарушы негізгі тұлға

4. Ұйымның ішкі және сыртқы ортасына қатысты мәселелерді шешуші қызметкер

5. Кәсіпкерлік қабілетке ие жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар;

43. «Іскер періштелер дегеніміз» — ...

1. Артық ақшалай қаражаттарын тәуекелі жоғары, жаңа венчурлы, инновациялық жобаларға салатын жеке тұлғалар.

2. Инвестициялық жобаларды қаржыландырушы тұлға.

3. Инновациялық жобаны басқарушы негізгі тұлға.

4. Ұйымның ішкі және сыртқы ортасына қатысты мәселелерді шешуші қызметкер.

5. Кәсіпкерлік қабілетке ие жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар.

44. Венчурлы қаржыландыру дегеніміз — ...

1. Жаңа пайда болған шағын инновациялық кәсіпорынның акционерлік

капиталын қалыптастыратын немесе бұрыннан белгілі венчурлы компанияның капиталына айналатын қаржы құралы.

2. Инновациялық өнімнің рынокта тұтынушылар мен өндірушілер арасында түрлі коммуникациялық арналар арқылы таратылу үдерісі.

3. Интеллектуалды еңбек нәтижесі ретінде рынокқа тіпті жаңа немесе жаңартылған өнім және жаңа немесе жаңартылған технология түрінде шығарылатын жаңалық

4. Ол ғылыми техникалық саясаттың бір бөлімі

5. Кәсіпкерлік қабілетке ие жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар

45. Венчурлық бизнесте компанияларды даму кезеңіне байланысты мынадай түрлерге бөледі:

1. Seed – «өсіруге арналған компания». Start-up – «жаңа ғана пайда болған компания».

2. Early Stag - «бастапқы кезең». Expansion – «кеңею»;

3. Тұрақты, өнімді және өзгермелі;

4. Ғылыми техникалық және технологиялық;

5. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық

46. Венчурлы қорлар дегеніміз – . . .

1. Венчурлік инвестициялауды жүзеге асыру мақсатында жеке және заңды тұлғалар капиталының шоғырлануын атайды;

2. Ұйымдағы ішкі ортаның инновациялық климатын жақсартушы, инновациялық ынталандыруды жоғарылатушы және басқарушы тұлға

3. Инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті жұмыстарды орындайтын және қызмет көрсететін ұйымдар жиынтығы болып табылады

4. Жоғары технологиялы компанияның өмір циклінің бесінші кезеңі.

5. Кез келген кәсіпорынның ғылыми-техникалық және инновациялық өнімдер өндіруді басқару, ұйымдастыру, жоспарлау саясаты, принциптері жиынтығы

47. Ұйымдағы ішкі ортаның инновациялық климатын жақсартушы, инновациялық ынталандыруды жоғарылатушы және басқарушы тұлға ол:

1. Интропренер

2. Антропренер

3. Ғалым

4. Инновациялық жобаны қаржыландырушы

5. Кеңесші

48. Шағын инновациялық компанияның мынадай этаптардан тұратын өмір циклі болады:

1. Инвестицияға дейін, инвестициалық, постинвестициалық

2. Өнім-инновация, үдеріс-инновация, ұйымдық инновация

3. Ғылыми техникалық және технологиялық

4. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық

5. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық

49. Венчурлық бизнестегі Seed – «Өсіруге арналған компаниялар» дегеніміз – . . .

1. Жоғары технологиялы компанияның өмір циклінің ең алғашқы кезеңі.

2. Ұйымдағы ішкі ортаның инновациялық климатын жақсартушы тұлға
3. Инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті жұмыстарды орындайтын тұлға
4. Жоғары технологиялы компанияның өмір циклінің бесінші кезеңі.
5. Венчурлік инвестициялау

50. Инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті жұмыстарды орындайтын және қызмет көрсететін ұйымдар жиынтығы болып табылатын ұйым.

1. Инновациялық инфрақұрылым.
2. Бизнес инкубатор.
3. Технопарк.
4. Инновациялық стратегия.
5. Венчурлық қор.

51. Инновацияға қол жеткізуге бағытталған ғылыми, ғылыми-техникалық, тәжірибе-конструкторлық, маркетингтік зерттеулер мен жұмыстар кешенін жүргізу жоспарынан, сондай-ақ техникалық-экономикалық көрсеткіштерден тұратын құжат ол:

1. Инновациялық жоба.
2. Мемлекеттік саясат.
3. Инновациялық стратегия.
4. Несие.
5. Технопарк.

52. Нәтижелері экономикалық өсу үшін пайдаланылатын жаңа идеяларды, ғылыми білімдерді, технологиялар мен өнім түрлерін енгізуге бағытталған қызмет.

1. Инновациялық қызмет.
2. Мемлекеттік саясат.
3. Инновациялық стратегия.
4. Несие.
5. Технопарк.

53. Ғылыми-техникалық зерттеулер және интеллектуалды еңбек нәтижесінде пайда болған жобаларды өндіріске енгізу, рынокқа шығару мақсатына бағытталған қызметті ұйымдастыру және басқару үдерісі.

1. Инновациялық менеджмент.
2. Мемлекеттік саясат.
3. Инновациялық стратегия.
4. Несие.
5. Технопарк.

54. Инновациялық жобалар нәтижесін иелену құқы.

1. Интеллектуалды меншік.
2. Инновациялық менеджмент.
3. Мемлекеттік саясат.
4. Инновациялық стратегия.
5. Несие.

55. Ұйымды қайта жобалау мен белгілі технологияны жетілдіру немесе жаңартудағы қолданбалы жұмыстарды жүргізу дегеніміз не?

1. Инжиниринг.
2. Лизинг.
3. Лицензия.
4. Франчайзинг.
5. Бренд.

56. Шағын жоғары технологиялы компанияның өмірлік циклының соңғы сатысы

1. Бастапқы саты.
2. Ерте өсу сатысы.
3. Тұрақты өсу сатысы.
4. Инвестициядан шығу сатысы.
5. Әлеуетті инвесторларды іздеу сатысы.

57. Белгілі бір масштабта ғана жұмыс атқаратын, белгілі бір тұтынушылар үшін стратегиясын өзгертуге мүмкіндігі бар шағын инновациялық компанияларға тән стратегия.

1. Коммутанттар стратегиясы
2. Эксплеренттік стратегия
3. Виоленттер стратегиясы
4. Иновациялық стратегия
5. Пациенттер стратегиясы

58. Пионер инновациялық компанияларға тән, мақсаты инновациялық өнімді рынокқа бірінші болып шығарып пайда түсіру стратегиясы.

1. Эксплеренттік стратегия
2. Коммутанттар стратегиясы
3. Виоленттер стратегиясы
4. Иновациялық стратегия
5. Пациенттер стратегиясы

59. Нарықта массалық өндіріспен айналысатын ірі фирмалар көптеген шағын фирмалармен салыстырғанда инновациялық қызмет атқаруға мүмкіншіліктері артық стратегия.

1. Виоленттер стратегиясы
2. Коммутанттар стратегиясы
3. Эксплеренттік стратегия
4. Иновациялық стратегия
5. Пациенттер стратегиясы

60. Кәсіпкерлік қабілетке ие жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар инновациялық жобаны басқарушы фигура.

1. Алтын жағалылар
2. Ғалым
3. Инновациялық идеяның авторы
4. Инновациялық жобаны қаржыландырушы
5. Кеңесші

61. Бұл инновациялар пайда болуымен жаңа өнеркәсіп салалары қалыптасады, тіпті жаңа мамандықтардың тууына әсер етеді,

1. Базалық инновация.
2. Псевдоинновация.
3. Өнім инновация.
4. Процесс инновация.
5. Ұйымдық инновация.

62. Ең күшті үлгі болатын бәсекелес компанияларды іздестіру олардың қызметін зерттеу, үйрену нәтижесінде жаңа инновациялық өнім ойлап табу қызметтерінің жиынтық әдісі.

1. Бенчмаркинг
2. Функционалды құндық әдіс
3. Интегралды
4. Параллельді
5. Тізбекті

65. Инновациялық өнімнің нарықты тұтынушылар мен өндірушілер арасында түрлі коммуникациялық арналар арқылы таратылу үдерісі.

1. Диффузия
2. Мемлекеттік саясат
3. Инновациялық стратегия
4. Интеллектуалды меншік
5. Ноу-хау

66. Кететін шығынды азайта отырып өнімнің нақты қызметтерін сапалы түрде жаңарту, жақсарту әдісі.

1. Функционалды құндық әдіс
2. Бенчмаркинг
3. Интегралды
4. Параллельді
5. Тізбекті

67. Венчурлік инвестициялауды жүзеге асыру мақсатында заңды тұлға құру арқылы немесе құрмай-ақ жеке және заңды тұлғалар капиталының шоғырлануын атайды.

1. Венчурлы қор
2. Бенчмаркинг
3. Интегралды
4. Параллельді
5. Тізбекті

69. Венчурлы бизнестегі Early Stag - «алғашқы кезен» компаниялары дегеніміз - ...

1. Компания бизнес жоспарға ие және өзінің менеджмент командасы қалыптасқан
2. Компаниялар жаңа өнім шығарады бірақ әлі пайда көрмейді.
3. Компания өнім өндіруі ұлғайып пайда түсіре бастайды.
4. Ол тек қана әлі бизнес идея түрінде
5. Микроденгейде

70. Иновациялық қызметтерді қаржыландыру мынадай көздерден жүргізіледі:

1. Мемлекеттік және жеке гранттар жүйесі, венчурлы капитал, ғылыми техникалық зерттеулерге бөлінген корпоративтік қаржылар, даму институттарының қаржысы арқылы және іскер періштелер.
2. Екінші деңгейдегі банктер.
3. Қайырымдылық қор.
4. Мемлекеттік бюджет.
5. Зейнетақы және сақтандыру қорлары.

71. Жаңа өнім немесе технологияны нарыққа енгізу барысында мынадай эффекттерге қол жеткізуге болады:

1. Ғылыми техникалық, экономикалық, әлеуметтік және экологиялық;
2. Өнім инновация, процесс инновация және ұйымдық инновациялар;
3. Рыноктық, әлеуметтік;
4. Биржалық және биржалық емес
5. Виаленттік, пациенттік, экспленттік

72. Қазіргі күнгі әдебиеттер бойынша инновация дегеніміз ол:

1. интеллектуалды еңбек нәтижесі ретінде нарыққа тіпті жаңа немесе жаңартылған өнім және жаңа немесе жаңартылған технология түрінде шығарылатын жаңалық;
2. жеке ғалымдарды, шығармашылық топтарды ынталандыруға арналған мемлекеттік ұйымдардың, арнайы қорлардың және жеке корпорациялардың бөлген қаржылары;
3. венчурлік инвестициялауды жүзеге асыру мақсатында заңды тұлғалар капиталының шоғырлануы;
4. қысқа уақыт аралығында көптеген тиімді инновациялық идеялар ұсынушы тұлға;
5. инновацияға қол жеткізуге бағытталған ғылыми, ғылыми-техникалық, тәжірибе-конструкторлық, маркетингтік зерттеулер.

73. Инновациялық жоба -

1. Инновациялық жетістіктерге бағытталған кешенді ғылыми, ғылыми техникалық, конструкциялық тәжірибелік, маркетингтік зерттеулер мен жұмыстарды жүргізу жоспары қамтылған құжат.
2. Жаңа немесе жетілдірілген тауар түріндегі іске асырылған интеллектуалды еңбектің шекті нәтижелері.
3. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік экономикалық саясаттың құрама бөлігі.
4. Инновациялық қызметті жүзеге асыруда қажетті жұмыстар мен қызметтер көрсететін ұйымдардың жиынтығы.
5. Бұл объекті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы қызметтерді дамыту.

74. «Инновационная инфрақұрылым» дегеніміз не?

1. Жаңа немесе жетілдірілген тауар түріндегі іске асырылған интеллектуалды еңбектің шекті нәтижелері.
2. Инновациялық қызметті жүзеге асыруда қажетті жұмыстар мен қызметтер көрсететін ұйымдардың жиынтығы.

3. Инновациялық жетістіктерге бағытталған кешенді ғылыми, ғылыми техникалық, конструкциялық тәжірибелік, маркетингтік зерттеулер мен жұмыстарды жүргізу жоспары қамтылған документ.

4. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік экономикалық саясаттың құрама бөлігі.

5. Бұл объектті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы функцияларды дамыту.

75. Мемлекеттік инновациялық саясат -

1. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік экономикалық саясаттың құрама бөлігі.

2. Бір мақсатпен біріккен инновациялық жобалар мен шаралардың кешені.

3. Инновациялық қызметті жүзеге асыруда қажетті жұмыстар мен қызметтер көрсететін ұйымдардың жиынтығы.

4. Интеллектуалды шығармашылық еңбектің шекті нәтижесі.

5. Бұл объектті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы функцияларды дамыту.

76. Қазіргі инновациялық менеджменттегі инновациялық бағдарлама дегеніміз не ол:

1. Бір мақсатпен, объект немесе территория, ресурстар бойынша біріккен инновациялық жобалар мен шаралардың кешені.

2. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік экономикалық саясаттың құрама бөлігі.

3. Инновациялық қызметті жүзеге асыруда қажетті жұмыстар мен қызметтер көрсететін ұйымдардың жиынтығы.

4. Инновациялық жетістіктерге бағытталған кешенді ғылыми, ғылыми техникалық, конструкциялық тәжірибелік, маркетингтік зерттеулер мен жұмыстарды жүргізу жоспары қамтылған документ.

5. Бұл объектті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы функцияларды дамыту.

77. Технологиялық парк деген -

1. Инновациялық қызмет субъектілеріне ғылыми, өндірістік, өнеркәсіптік, кадрлық, заңдық, маркетингтік, лизингтік және басқа да қызмет түрлерін ұсынатын заңды тұлға,

2. Инновациялық қызметті жүзеге асыруда қажетті жұмыстар мен қызметтер көрсететін ұйымдардың жиынтығы,

3. Инвестициялық қорлардың әртүрлілігі,

4. Өнеркәсіптік техникаларға арналған уақытша қойма беретін ұйым,

5. Бұл объектті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы функцияларды дамыту.

78. Инновациялық қызмет субъектілері болып танылмайды:

1. Ұлттық банк.

2. Инновацияны жүзеге асыратын және құратын заңды және жеке тұлғалар.

3. Инновациялық қызметтың мамантырылған субъектілері (технополистер, технопарктер, инкубаторлар, инновациялық қорлар, инновациялық қызметтің басқа да инфрақұрылым ұйымдары).

4. Инновациялық қызметті реттеуге қатысатын мемелкеттік органдар.
5. Венчурлік қорлар

79. Инновациялық қызмет объектілері болып танылмайды :

1. Инновациялық жобалар мен бағдармалар.
2. Дәстүрлі кәсіпкерлік қызметке арналған бизнес жоспар.
3. Интеллектуалды шығармашылық қызмет нәтижесі.
4. Өндіріс пен кәсіпкерліктің инфрақұрылымы.
5. Әлеуметтік инновациялық бағдармалар.

80. Инновациялық қызметке жатпайтындар:

1. Белгісіз әдістермен өнеркәсіптің тиімділігін арттыру.
2. Қоғамды басқару саласында жаңа ойлар мен білімді енгізу.
3. Жаңа технологиялық процестердің стандарттау және сертификаттау сынақтарын жүргізу.
4. Әлеуметтік жауапкершілік.
5. Жаңа немесе жаңартылған өндірістік өнімді өндіру және инновациялық инфрақұрылымды құру, арттыру.

81. Бенчмаркингті енгізу келесі деңгейде жүреді.

1. инвестицияға дейінгі, инвестициялық, инвестициялаудан кейінгі.
2. микродеңгей, мезодеңгей , макродеңгей;
3. ғылыми техникалық және конструкциялық-тәжірибелік;
4. жоғарғы, ортаңғы және төменгі
5. Параллельді, кезекті, интегралды

82. Бенчмаркингті микродеңгейде енгізу дегеніміз ол:

1. Нарықта кәсіпорынның бәсекелестік позициясын сақтауда пайдаланатын құрал.
2. Салаларға сай факторлар бойынша жүргізіледі.
3. Бәсекеге қабілеттілікке әсер ететін мемлекеттік саясаттың тиімділігінің сәйкес келуі.
4. Бұл объекті кешенді инновациялық зерттеу әдісі. Оның мақсаты пайдалы функцияларды дамыту.
5. Интеллектуалды шығармашылық қызмет нәтижесі.

83. Қазіргі инновациялық менеджменттегі виолентті – күш стратегиясы ол:

1. Тұтынушылардың шектеулі ортасына арналған шағын маманданған фирмаларға тән.
2. Жергілікті және локальды масштабтағы қарапайым бизнесте басым стратегия.
3. Диверсификация саласындағы стратегия.
4. Бәсекеге қабілеттілікке әсер ететін мемлекеттік саясаттың тиімділігінің сәйкес келуі.
5. Ірі, стандартты өндіріс сферасында қызмет ететін фирмаларға тән.

84. Пациентті стратегияның негізгі ерекшеліктерін атап көрсетіңдер

1. Тұтынушылардың шектеулі ортасына арналған шағын маманданған фирмаларға тән.
2. Ірі, стандартты өндіріс сферасында қызмет ететін фирмаларға тән. Жаңа және радикалды өнеркәсіппен байланысты, нарықтың ескі сегменттерін жаңарту.
3. Революциялық шешімдерді жүзеге асырудағы мен іздеудегі алда жүрушілер.
4. Жергілікті және локальды масштабтағы қарапайым бизнесте басым стратегия.
5. Диверсификация саласындағы стратегия.

85. Эксплерентті (пионерлік) стратегия бұл -

1. Революциялық шешімдерді жүзеге асырудағы мен іздеудегі алда жүрушілер.
2. Жаңа және радикалды өнеркәсіппен байланысты, нарықтың ескі сегменттерін жаңарту.
3. Ірі, стандартты өндіріс сферасында қызмет ететін фирмаларға тән.
4. Тұтынушылардың шектеулі ортасына арналған шағын маманданған фирмаларға тән.
5. Диверсификация саласындағы стратегия.

86. Коммутантты стратегия бұл -

1. Жергілікті қарапайым бизнесте қолданылатын стратегия.
2. Ірі, стандартты өндіріс сферасында қызмет ететін фирмаларға тән стратегия.
3. Тұтынушылардың шектеулі ортасына арналған шағын маманданған фирмаларға тән стратегия.
4. Революциялық шешімдерді жүзеге асырудағы мен іздеудегі алда жүрушілер стратегиясы.
5. Диверсификация саласындағы стратегия.

87. Америкалық менеджментте инновациялық қызметтерді ұйымдастырудың мынадай түрлері бар:

1. Тізбекті, параллельді және интегралды.
2. Ғылыми техникалық және технологиялық.
3. Әлеуметтік, экономикалық, экологиялық.
4. Виоленттік, пациенттік, эксплеренттік, коммутанттық.
5. Инжиниринг, реинжиниринг.

88. Жаңа шағын жоғарытехнологиялы компанияның өмірлік циклының бесінші деңгейі – компанияның өтімділігін қамтамасыз ететін деңгейі бұл:

1. Инвесторлар өзінің қаражаттарын пайдамен қайтару үшін акция пакеттерін сатады; .
2. Жоба идеясын қалыптастыру, қаражаттарды іздестіру.
3. компания жылдық өнімді шығарады, бірақ пайда әкелмеуі мүмкін және ғылыми зерттеу жұмысын аяқтау үшін қосымша қаражат талап етуі мүмкін.
4. компанияның өспелі сату көлемі бар және пайда алып отыр.
5. Потенциалды инвесторларды іздеу; бизнес жоспардың соңғы нұсқасының пайда болуы.

89. Жаңа шағын жоғарытехнологиялы компанияның өмірлік циклының соңғы деңгейі:

1. Инвестициядан шығу деңгейі.
2. Бастапқы деңгей.
3. Ерте өсу деңгейі.
4. Тұрақты өсу деңгейі.
5. Микродеңгей.

90. Шағын инновациялық компанияларды қаржыландыру көзі:

1. Бейресми сектор және ресми сектор.
2. Биржалық және биржадан тыс.
3. Виалентті, пациентті, эксплерентті.
4. Әлеуметтік, нарықтық, ұйымдық.
5. Параллельді, кезекті, интегралды.

91. Жаңа идеяның тәжірибеге пайдаланылуына жеткізілуі –

1. Инновация.
2. Өндіріс.
3. Ноу-хау.
4. Болжамдалған.
5. Патент.

92. Жаңа жұмыс орындарын құру, пайда мен нарық үлесін арттыру, өмір сүруді қамтамасыз ету мақсаты бар инновация–

1. Псевдоинновация.
2. Инновация– өнім.
3. Әлеуметтік инновация.
4. Жақсартылған инновация.
5. Базистік инновация.

93. Эксплеранттар – фирмасының ұраны ол:

1. «Мүмкіндік болма, арзан және жақсы».
2. «Қымбат, бірақ жақсы».
3. «Арзан, бірақ әжептәуір».
4. «Сіздің мәселелеріңізді шешкендіктен, сіз маған төлейсіз».
5. «Арзан, әрі сапалы».

94. Ұйымдағы ішкі ортаның инновациялық климатын жақсартушы, инновациялық ынталандыруды жоғарылатушы және басқарушы тұлға ол -

1. Интропренер
2. Антропренер
3. Ғалым
4. Иновациялық жобаны қаржыландырушы
5. Кеңесші

95. Фраскати құжаттары бойынша инновация дегеніміз –

1. Бұл интеллектуалды еңбек нәтижесі ретінде нарыққа тіпті жаңа немесе жаңартылған өнім және жаңа немесе жаңартылған технология түрінде шығарылатын жаңалық.

2. Бұл жеке ғалымдарды, шығармашылық топтарды ынталандыруға арналған мемлекеттік ұйымдардың, арнайы қорлардың және жеке корпорациялардың бөлген қаржылары.

3. Ол венчурлік инвестициялауды жүзеге асыру мақсатында заңды тұлғалар капиталының шоғырлануы.

4. Қысқа уақыт аралығында көптеген тиімді инновациялық идеялар ұсынушы тұлға.

5. инновацияға қол жеткізуге бағытталған ғылыми, ғылыми-техникалық, тәжірибе-конструкторлық, маркетингтік зерттеулер.

96. Инновациялық бизнестегі арнайы венчурлы қорлар дегеніміз не?

1. Венчурлік инвестициялауды жүзеге асыру мақсатында заңды тұлға қуру арқылы немесе құрмай-ақ жеке және заңды тұлғалар капиталының шоғырлануын атайды.

2. Ол ұйымдағы ішкі ортаның инновациялық климатын жақсартушы, инновациялық ынталандыруды жоғарылатушы және басқарушы тұлға.

3. Инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті жұмыстарды орындайтын және қызмет көрсететін ұйымдар.

4. жоғары технологиялы компанияның өмір циклінің бесінші кезеңі.

5. Кез келген кәсіпорынның ғылыми-техникалық және инновациялық өнімдер өндіруді басқару, ұйымдастыру, жоспарлау саясаты, принциптері жиынтығы.

97. Инновациялық бизнесте өзіне ғана тән ерекше терминологиялар жүйесі бар. Мысалы «алтын жағалылар» деген:

1. Кәсіпкерлік қабілетке ие жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар;

2. Инновациялық жобаны басқарушы фигура;

3. Ғалым;

4. Инновациялық идеяның авторы;

5. Инновациялық жобаны қаржыландырушы.

98. Инновациялық үдерістің алғашқы кезеңін табыңыз:

1. Фундаменталды және тәжірибелік зерттеу жұмыстары.

2. Эксперименталды жұмыстар.

3. Инновациялық өнімді жасау.

4. Коммерциализация.

5. Модернизация.

99. Инновацияларды өндіріске енгізу түрлі тиімділіктер әкеледі, олар мыналар:

1. Ғылыми техникалық, экономикалық, әлеуметтік және экологиялық.

2. Өнім инновация, процесс инновация және ұйымдық инновациялар.

3. Рыноктық, әлеуметтік.

4. Биржалық және биржалық емес.

5. Виаленттік, пациенттік, эксплеренттік.

100. Төмендегі әдістердің қайсысы инновациялық менеджменттің әдісіне жатпайды:

1. Интегралды әдіс.

2. Функционалды құндық талдау әдісі.
3. Бенчмаркинг әдісі.
4. QFD әдісі– тұтынушылардың талғамын қарастыру.
5. FMEA – өндірістік ақауларды және қателіктерді талдау.

101. Идеялардың генераторы:

1. Аз уақыт ішінде көптеген тиімді инновациялық идеялар ойлап табушы тұлға.
2. Инновациялық проекттерді қаржыландырушы тұлға.
3. Инновациялық проектті басқарушы негізгі тұлға.
4. Ұйымның ішкі және сыртқы ортасына қатысты мәселелерді шешуші қызметкер.
5. Кәсіпкерлік қабілетке ие жоғары маманданған ғалымдар мен мамандар.

102. Жоғары коммерциялық және ғылыми потенциалға ие жаңа технология мен жаңа өнім өндіруді қаржыландырудың ерекше қайнар көзі:

1. Венчурлық бизнес.
2. Инвестициялық бизнес.
3. Венчурлық капитал.
4. Инновациялар инвестициясы.
5. Тәуекелді капитал.

103. Инновациялық менеджмент тұрғысынан қарағанда белгілі бір масштабта ғана жұмыс атқаратын, белгілі бір тұтынушылар үшін стратегиясын өзгертуге мүмкіндігі бар шағын компанияларға тән.

1. Эксмутанттар стратегиясы.
2. Эксплеренттік стратегия.
3. Виоленттер стратегиясы.
4. Иновациялық стратегия.
5. Пациенттер стратегиясы.

104. инновациялық жобаның негізгі қатысушыларына кімдер жатпайды

1. Инвестор.
2. Жобалық шараларды басқаратын ұйым.
3. жобаны қолдаушы қатысушылар.
4. Атқарушы ұйым.
5. Банкир.

105. Нарыққа бәсекелестерден соң шығу және олардың әрекеттерінің нәтижесіне анализ жасау. Бұл стратегия–

1. Қорғанушы.
2. Шабуылды.
3. Жаулап алатын.
4. Қайталанатын.
5. Комутант.

106 Инновациялық үдерістің қатысушылары – «Интропренер бұл -

1. Тәуекелділігі жоғары жобалардың инвесторлары ретінде болатын тұлгалар.
2. Ішкі инновациялық мәселелер мен ішкі кәсіпкерліктен хабардар маман және басқарушы.
3. Оның ерекше белгісіне қысқа мерзімде көп көлемде біртума ұсыныстарды жасай алу қабілеті жатады.
4. Антропренер.
5. Идеялар генератор.

107. Инновациялық бизнесте инновациялық стратегиялардың мынадай түрлері болуы мүмкін:

1. Ғылыми зерттеушілік, техникалық.
2. Әлеуметтік, нарықтық, ұйымдастырушылық.
3. Инвестицияға дейінгі, инвестициялық, инвестициядан кейінгі.
4. Жүйелі, параллельді, интегралды.
5. Басушы, имитациялық, қорғаушы.

108. Мемлекет инновациялық саланы мемлекеттік инновациялық саясат арқылы реттейді. Мемлекеттік инновациялық саясат бұл -

1. Инновациялық қызметті дамыту мен ынталандыруға бағытталған әлеуметтік-экономикалық саясаттың құраушысы.
2. Инновациялық жобалар мен шаралардың кешені.
3. Инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті жұмыстар мен қызмет көрсетулерді жүзеге асыратын мекемелер жиынтығы.
4. Бұл интеллектуалды шығармашылық қызметтің нәтижесі.
5. Мемлекеттік стратегия.

109. Өндірістік блок, құрылымдық блок, ресурстық блок, ұйымдастырушылық блок, басқару блогы – бұл

1. Кәсіпорынның ішкі ортасының элементі.
2. Инновациялық үдеріс.
3. Ақша ағымдарының легі.
4. Компания ресурстары.
5. Бизнес жоспар.

110. Инновациялық жобаны іске асырудан болған ғылыми-техникалық әсер мынадай көрсеткіштермен сипатталады:

1. Жаңа технологиялардың меншікті үлесін көбейту; өндірісті автоматтандыру коэффициентін жоғарылату.
2. Жұмыс орындарын көбейту, жұмысшылардың квалификациясын жоғарылату.
3. Еңбек жағдайын жақсарту.
4. жаңа өнімді ендіруден таза пайда; сату көлемінің артуы; инвестицияның өзін өзі өтеу мерзімін қысқарту.
5. Өндіріс қалдықтарын азайту; өндірілетін тауарлардың экологиялық жағдайын жақсарту; өндірістің эргонимикасын жоғарылату.

1. *Й.Шумпетер*. Теория экономического развития. - Москва: Прогресс, 1982. 453с.
2. *Мустафин М.А. Раимов С.Р.* Инновационный менеджмент и маркетинг Учебн. практ. Пособие. –Алматы, PRINT EXPRESS, 2009 -136 с.
3. *Мустафин М.А.* Инновационный проект: концепции, алгоритмы, маркетинг, управление: Монография. –Алматы, PRINT EXPRESS, 2008 -225 с.
4. *Кенжегузин М.Б., Днишев Ф.М.* Наука инновации в рыночной экономике мировой опыт и Казахстан. Министерство образования и науки РК. – 2005 - 256 с.
5. *Барлыбаева Н.А.* Национальная инновационная система Казахстана: перспективы и механизмы развития. - Алматы, 2006.
6. *Тургинбаева А.Н.* Инновации и риски. Алматы. Қазақ университеті 2008, 117 с.
7. *Тулегенова М.С.* Качество образования как фактор повышения конкурентоспособности нации // Вестник КазНУ. Серия экономическая. 2007. №5 – С. 30-33
8. *Купешова С.Т.* Шағын инновациялық кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау. // Қаржы-қаражат 2001. № 2 .
9. *Кубаев К.Е.* государственное регулирование организация и управление венчурным бизнесом. // Материалы Международной научно-практической конференции: «Индустриально-инновационные развитие РК: опыты и задачи, перспективы». Алматы, Министерство индустрии и торговли РК, -2004.
10. Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдарға арналған индустриалдық-инновациялық даму стратегиясы. - Алматы, Атамұра. 2007.
11. Қазақстан Республикасының үдемелі индустриялық-инновациялық дамуының 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы. – Астана, 2010.
12. *Янсен Ф.* Эпоха инновации: Перевод с англ. – М.: ИНФРА-М, 2006 -308 с
13. *Иленькова С.Д.* Инновационный менеджмент. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ - 2007. – 327 с.
14. Инновационный менеджмент. Учебное пособие/ Под. Ред. д.э.н. *А.В. Барышевой* – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007 г. – 384 с
15. *Бовин А.А.* Управление инновациями в организации: учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации»/ А.А. Бовин, Л.Е.Чередникова, В.А.,Якимович. - -ое изд., стер.-Москва : Издательство «Омега-Л» 2008.- 415с
16. *Ивина Л.В.* Терминология венчурного финансирования. Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2005. – 256 с.
17. Теория и практика менеджмента. Учебник.// под. ред. проф. *К.Е.Кубаев* – Алматы:) Қазақ Университеті, 2005. – 486 с:
18. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред. *В.А.Швандра, В.Я. Горфинкеля*. М., 2005
19. *Альжанова Ф.Г.* Рынок технологий в условиях глобализации; институты и механизмы развития в Казахстане. –Алматы, 2007. – с 57
20. *Трифилова А.А.* Оценка эффективности инновационного развития предприятия. М., 2005. С. 98-110
21. *Медынский В.Г.* Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА – М, 2007. – 295 с.
22. *Сурин А.В., Молчанова О.П.* Инновационный менеджмент. Учебник. – М. ИНФРА –М, 2008 – 368 с.
23. *Ахметова Г.И.* Инфрақұрылым - ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттырудың факторы ретінде // ҚазҰУ хабаршысы. Экономика сериясы. 2007№5. –С 12-14

КІРІСПЕ	3
1. ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТ ТҮСІНІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ ҚАСИЕТТЕРІ.....	6
1.1. Инновацияның жалпы түсінігі.....	6
1.2. Инноватика теориясының қалыптасуы және қазіргі күнгі концепциялары	11
1.3. Инновация классификациясы	22
1.4. Инновациялық қызметтің ерекшеліктері.....	27
2. ҰЙЫМНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТІН ҰЙЫМДАСУРУ ЖӘНЕ БАСҚАРУ НЕГІЗДЕРІ.....	31
2.1. Инновациялық қызмет инновациялық менеджменттің басқару объектісі ретінде.....	31
2.2. Инновациялық үдерістің құрылымы және мазмұны	37
2.3. Инновациялық үдерістің негізгі модельдері.....	43
2.4. Инновациялық үдерісті ұйымдастырудың қазіргі заманғы әдістері	49
2.5. Инновациялық қызметті және инновациялық өнімді өндіруді басқарудың әдістері	54
2.6. Бенчмаркинг әдісі – ең үздік бизнес тәжірибелерін қолдану.....	58
2.7. QFD (Quality Function Deployment) әдісі – тұтынушылардың мұқтаждықтарын өнімге айналдыру.....	61
2.8. FMEA әдісі – әлеуетті ақауларды талдау және олардың өнімді қайта жобалау процессіне әсерін талдау.....	63
2.9. Инновация инжинирингі	67
2.10. Инновациялық қызметтегі реинжиниринг әдісі.....	68
2.11. Инновациялық менеджменттегі бренд-стратегия әдісі	73
2.12. Кәсіпорынның инновациялық белсенділік деңгейін сипаттайтын көрсеткіштер	78
3. ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУ	83
3.1. Инновациялық жобалардың мазмұны мен классификациясы	83
3.2. Инновациялық жобаларды жүзеге асыру кезеңдері	86
3.3. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің деңгейін анықтау	88
3.4. Инновациялық жобаларды сұрыптаудың және бағалаудың критерилері	91
3.5. Инновациялық жобалардың сараптамасы	93
3.6. Инновациялық жобаның экономикалық тиімділік деңгейін бағалау	94
3.7. Инновациялық жобалардағы тәуекел.....	104
3.8. Инновациялық жобалардың тәуекелін басқару негіздері.....	108
3.9. Инновациялық жобаның бизнес-жоспары.....	112
3.10. Инновациялық жобаның кейбір ерекше маманданған қатысушылары.....	117

4. ИННОВАЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯЛАР	122
4.1 Кәсіпорынның инновациялық саясатының мәні және мазмұны.....	122
4.2. Кәсіпорындардың заманауи инновациялық стратегияларының мазмұны.....	123
5. ВЕНЧУРЛЫҚ БИЗНЕСТІ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЖӘНЕ БАСҚАРУ	130
5.1 Шағын инновациялық бизнестің ерекшеліктері	130
5.2 Венчурлық бизнестің жалпы түсінігі, мәні және мазмұны.....	132
5.3 Венчурлық қаржыландырудың ерекшеліктері	134
5.4 Шағын жоғары технологиялық компанияның өмірлік циклы	138
5.5 Венчурлық компанияның қалыптасу және дамуының алты кезеңі	141
5.6 Венчурлық капиталдың қайнар көздері	146
5.7 Венчурлық қаржыландыру әдісінің негізгі артықшылықтары	152
6. ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ	157
6.1 Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің маңыздылығы	157
6.2 Инновациялық саланы мемлекеттік реттеудің негізгі модельдері	161
6.3 Ұлттық инновациялық жүйе мәні мен мазмұны	169
6.4 Технопарктік құрылымдар қызметінің мәні және мазмұны	174
6.5 Инновациялық кәсіпкерлікті ұйымдастыру мен мемлекеттік қолдаудың озық шетелдік тәжірибелері	184
7. ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ МЕНШІК ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚҰҚЫҚ ОБЪЕКТІСІ РЕТІНДЕ	206
7.1 Интеллектуалдық меншік ұғымы	206
7.2 Интеллектуалдық меншіктің мазмұнын құқық ретінде қарастыру	210
7.3 Өнеркәсіптік меншік.....	212
8. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ ҚАЛЫПТАСУЫ ЖӘНЕ ДАМУЫ	215
8.1 Қазақстан Республикасының даму институттарының қалыптасуы мен дамуы	215
8.2 Қазақстан Республикасының Ұлттық инновациялық жүйесінің қалыптасуы мен дамуы	220
8.3 Қазақстан Республикасының технопарктік құрылымдар жүйесі	225
8.4 Қазақстан Республикасының венчурлық қорларының қалыптасу және даму ерекшеліктері.....	229
Инновациялық менеджмент пәні бойынша тест.....	234

С. Т. Купешова

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ

Оқулық

Басуға 08.11.11. кол қойылды. Қағазы офсеттік.
Қаріп түрі “Таймс” Пішімі 60x90/16. Баспа табағы 16.
Таралымы 2100 дана. Тапсырыс 1480.

Тапсырыс берушінің дайын файлдарынан басылып шықты.



ЖШС РПБК «Дәуір», 050009,
Алматы қаласы, Гагарин д-лы, 93а.
E-mail: rpik-dauir81@mail.ru