

Перспективы перехода России на инновационный путь развития

Герасимов Кирилл Борисович

Самарский государственный аэрокосмический университет

Gerasimov Kirill, B.

Samara State Aerospace University

Samara, Russian Federation

PROSPECTS FOR TRANSITION RUSSIAN TO INNOVATIVE DEVELOPMENT

Аннотация: В работе предлагаются подходы для оценки инновационной активности современных организаций. Основной причиной низкой инновационной активности отечественного бизнеса является отсутствие денежных средств. Для стимулирования организации на внедрение технологических новшеств нужно оценивать их коммерческий потенциал и публиковать его в различных периодических изданиях. Предложены некоторые критерии оценки для инновационной активности российских организаций. Рассмотренный подход к оценке инновационной активности показывает фактическую инновационную деятельность на предприятии, ориентированную на конечный результат, на повышение как операционной эффективности бизнеса, так и формирование стратегических конкурентных преимуществ. Данное исследование будет способствовать формированию технологического лидерства в тех отраслях, где оно возможно.

Ключевые слова: инновация, активность, технологическое лидерство, оценка, развитие.

Abstract. The paper proposes an approach for the evaluation of innovative activity of modern organizations. The main reason for the low innovation activity of domestic business, is the lack of funds. To stimulate the organization to technological innovation, it is necessary to assess their commercial potential and to publish it in various periodicals. We proposed some assessment criteria for innovative activity of Russian organizations. The considered approach to the assessment of innovation activity shows the actual innovation in the enterprise, focused on the end result, to improve the operating efficiency of a business and the formation of a strategic competitive advantage. This study will contribute to the development of technology leadership in industries where it is possible.

Keywords: innovation, activity, technology leadership, assessment, development.

Особенность инновации в том, что она непопулярна и не испытана временем, не отработана, в этом ее минус. В условиях современной экономики рыночного типа инновации являются мощным фактором конкурентоспособности, поэтому выживаемость бизнеса зависит во многом от того, насколько активна его инновационная политика, и это, несомненно, плюс. В России экономика еще не развита до уровня рыночной, и это проявляется в низком уровне инновативности отечественного бизнеса.

Любая организация это система, в то же время любая инновация – прямая угроза стабильности любой системы, как вывод – инновация это возможное разрушение системы изнутри. Если оценить вложения в науку компаний разных стран, то можно увидеть, что в России не более 1% оборота идет на науку, в то время как в китайских компаниях – 3%, в американских компаниях – 3–4%, в европейских – 7–10%. Тенденция такова, что количество предприятий, осуществляющих инновации стойко снижается, инновации проявляются в химической и нефтехимической промышленности, машиностроении. Часто встречаются вложения в новое оборудование, что никак не влияет на инновационную активность отечественного бизнеса.

Специалистами Центра экономической конъюнктуры при Правительстве Российской Федерации проведены выборочные обследования отечественных предприятий разной отраслевой принадлежности на предмет их инновационной активности. В результате опроса выявился ошеломляющий факт: из 50% инновационно неактивных предприятий примерно на 40% от их общего числа топ-менеджеры считают, что инновации не нужны вовсе [2, 3].

Нехватку средств и недостающую комплексность в решении технологических задач российский бизнес пытается восполнить за счет технологической кооперации. «Новый российский продукт – это чаще всего сложное переплетение российских и зарубежных разработок и технологий» [5]. Примеров вывода на рынок чисто российского продукта, изготовленного на российской технологической линии, практически нет. То есть в стране практически отсутствуют комплексные отечественные технологии. Это очень плохо с точки зрения формирования технологического лидерства в тех отраслях, где она возможна. Кроме того, технологическая кооперация ограничивает возможности и результаты коммерческой реализации новшеств, препятствуя образованию отечественных брендов, известных на мировом рынке.

«Инновационную активность стоит оценивать по принципу собственной отечественной разработки, то есть инновационно активными следует считать те предприятия, которые осуществляют внедрение технологических новшеств отечественного авторства в виде новых продуктов и технологий (продуктовые и процессные инновации), их широкое распространение и получение значительного коммерческого результата. Такой подход означает использование отечественного научно-технического потенциала и обеспечивает возможность технологического прорыва и повышения конкурентоспособности не только на внутреннем, но и на внешнем рынке» [6].

«Можно признать инновационно активными и предприятия, внедряющие новшества иностранного авторства, но на основе закупки всех прав по патенту, когда новшество становится собственностью российского лицензиата» [7].

«Вместе с тем инновационно активными следует также считать предприятия, которые осуществляют социальные инновации: вводят информационные технологии управления, занимаются организационным реинжинирингом, вводят прогрессивные системы работы с сотрудниками, новые инструменты продвижения продукции на рынок, новые технологии в управлении и т.п.» [1].

Важной причиной низкой инновационной активности отечественного бизнеса, оцененной по технологическим инновациям, является отсутствие денежных средств. Технологические инновации действительно требуют серьезных инвестиций. Но социальные инновации могут обходиться значительно дешевле, а по полезному эффекту быть вполне соизмеримыми с технологическими инновациями.

Чтобы стимулировать компании на внедрение технологических новшеств, необходимо оценивать их коммерческий потенциал и публиковать его в коммерческих периодических изданиях. В настоящее время методики оценки коммерческого потенциала интеллектуальных продуктов в России существуют [9].

Прямая выгода от инноваций:

– сфера применения новшества совпадает со сферой бизнеса потенциального инвестора. Например, новая технология изготовления чипов в микроэлектронике. В эту технологию вкладывается бизнесмен, занятый в сфере микроэлектроники. Его, прежде всего, интересуют преимущества новшества по сравнению с существующей технологией;

– потенциальный инвестор ищет варианты вложения капитала, диверсификации собственного бизнеса. В этом случае он принимает решение о целесообразности реализации новшества, которое ему не очень знакомо и в оценке которого он вынужден доверяться автору новшества или посторонним экспертам.

Критерии оценки для инновационной активности российских организаций должны быть следующие:

– количество технологических новшеств отечественного авторства, находящихся в процессе внедрения на предприятии (продукт-инновации, процесс-инновации);

– количество технологических новшеств зарубежного авторства, находящихся в процессе внедрения на предприятии (с закупкой всех прав по патенту; продукт-инновации, процесс-инновации);

– количество социальных новшеств, находящихся в процессе внедрения на предприятии (информационные технологии, организационный реинжиниринг, системы мотивации, системы маркетинга и т. п.).

Такой подход к оценке инновационной активности показывает фактическую инновационную деятельность на предприятии, ориентированную на конечный результат, на повышение как операционной эффективности бизнеса, так и формирование стратегических конкурентных преимуществ:

- изменения в ассортименте продукции (новые виды продукции);
- изменения в технологии производства (новые прогрессивные технологии);
- организационные изменения (прогрессивные методы и технологии управления).

Инновационно активны только крупные компании с государственным участием [4] и российские организации отраслей с высоким переделом: машиностроение, химическая промышленность, нефтехимическая промышленность. «Таким образом, в настоящее время отечественный бизнес в целом не инновационен и надеяться на то, что рыночные механизмы сработают в направлении инновационного развития было бы опрометчиво» [8].

Частный интерес к инновациям в России в силу самых разных причин пока минимален. Эта реальность должна определять направления усилий по развитию инновационного направления в отечественных организациях.

Список литературы

1. *Власова А.Е.* Проблемы оценки инновационной активности торговых предприятий // Поволжский торгово-экономический журнал. 2011. № 4. С. 13-19.
2. *Герасимов Б.Н.* Инновационный менеджмент. Самара: МГПУ, 2007. 288 с.
3. *Герасимов Б.Н.* Управление инновационным потенциалом организации. Самара: Изд-во НОАНО ВПО СИБиУ, 2009. 299 с.
4. *Кузнецов С.В., Растов М.А.* Инновационная деятельность компаний с государственным участием: стратегический контекст: монография. СПб.: ГУАП, 2015. 171 с.
5. *Ларичева М.В.* Механизмы использования государственного заказа для управления инновациями на предприятиях электротранспортного машиностроения: дис. ... канд. экон. наук. Смоленск, 2011. 171 с.
6. *Никитина О.В.* Методы оценки инновационной активности промышленных предприятий: автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2007. 19 с.
7. *Серикова Н.В.* Инновационная активность предприятий на современном этапе развития российской инновационной экономики // Материалы научной сессии ученых 26-27 апреля 2012 г. Альметьевск: Типография АГНИ, 2012. 393 с.
8. *Цветков А.Н., Салимьянова И.Г.* Инновационный императив для современной России // Инновации. 2009. № 1. С. 63-70.
9. *Цветков К.А.* Методы оценки коммерческого потенциала интеллектуального продукта: дисс. ... канд. экон. наук. СПб., 2005. 142 с.