

**Пашкус Наталия Анатольевна**

доктор экономических наук, профессор,  
заведующий кафедрой маркетинга  
и стратегического планирования  
Российского государственного  
педагогического университета им. А.И. Герцена

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ  
ИННОВАЦИОННОГО СЕКТОРА  
В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ  
В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
УСЛОВИЯХ**

**Аннотация:**

*Статья посвящена проблемам инновационной политики и подходам к развитию инновационного бизнеса в России. В новых экономических условиях возникает высокая потребность в развитом инновационном кластере предприятий. Вместе с тем, государственная политика поддержки инновационной деятельности и формирования продуктивного инновационного климата в России представляется противоречивой.*

**Ключевые слова:**

*инновационный потенциал, инновационный климат, стратегическое инновационное поведение, виолент, пациент, эксплерент, коммутант.*

**Pashkus Natalia Anatolyevna**

D.Phil. in Economics, Professor,  
Head of the Marketing  
and Strategic Planning Subdepartment,  
Herzen State Pedagogical University

**FEATURES OF  
INNOVATION SECTOR  
IN THE RUSSIAN ECONOMY  
UNDER THE NEW ECONOMIC  
CONDITIONS**

**Summary:**

*In the new economic conditions the developed innovation cluster is in need in the enterprises. At the same time the state policy supporting the innovation activities and forming the efficient innovative climate in Russia is contradictory. The article is concerned with the innovation policy issues and approaches to development of the innovative business in Russia.*

**Keywords:**

*innovative potential, innovation climate, innovative strategic behavior, violent, patient, explerent, commutant.*

«По уровню инновационной активности, месту высокотехнологичной продукции в структуре производства и экспорта, объемам финансирования науки, развитию инновационной инфраструктуры Россия заметно отличается от ряда ведущих в этом секторе стран», – говорилось в докладе Минобрнауки России в январе 2004 г. [1]. Анализ современного состояния научно-технической и инновационной сферы в России свидетельствует о том, что, к сожалению, за 10 лет, которые прошли с момента создания данного доклада, ситуация осталась прежней. В то же время развитие инновационного потенциала российской экономики является одним из своеобразных фокусов промышленной политики Российской Федерации [2]. В последнее десятилетие приоритетное стимулирование инновационного климата российской экономики и поддержка инновационных предприятий и исследований, направленных на формирование принципиально новых технологических подходов к организации производства, созданию наукоемких продуктов и изменению самих организационных структур, постоянно фигурируют в федеральных программах развития российской экономики. Особое внимание уделяется и стимулированию инновационного потенциала общественного сектора российской экономики. Все эти проекты постепенно начинают приносить свои результаты и способствуют формированию адекватных для развития инновационной активности условий функционирования бизнес-среды.

**Инновационный климат и государственная политика.** Тенденции развития инновационного климата связаны со следующим:

1. Достаточно низким уровнем эффективности инновационной политики государства.

2. Наиболее успешным развитием по инновационному пути небольших наукоемких предприятий.

3. Низкие шансы продвижения на глобальный рынок российских инновационных продуктов из-за практического отсутствия поддержки со стороны государства.

4. Разобщенность инновационных предприятий.

5. Инновационные продукты выпускаются главным образом небольшими партиями и, как правило, под конкретный заказ (часто государственный).

6. Существуют серьезные ограничения доступности инновационных продуктов для широких слоев населения России.

7. Низкий уровень информированности российского общества и возможных иностранных потребителей и партнеров относительно наличия этой продукции.

Такая ситуация в инновационной сфере связана с тем, что, как это ни парадоксально звучит, инновационная политика государства сама не является инновационной. Ее скорее можно назвать инерционной, так как она основана на теориях и схемах прошлого века [3, с. 105]. Однако с тех пор произошли кардинальные изменения в экономической ситуации, что повлияло на ключевые факторы успеха инновационных предприятий. В Новой экономике меняются правила игры, изменяются формы конкуренции и монополизации рынков [4, с. 201]. «Новая экономика конкурентна совершенно иначе, так как товары разнообразны и часто практически несравнимы по комплексам своих характеристик» [5, с. 151]. Можно утверждать, что инновационное развитие российской экономики происходит, но мотивировано оно лишь деятельностью самих инновационных предприятий (которым в последнее десятилетие перестали активно мешать), а не инновационной политикой государства. Реальную государственную поддержку встречает лишь незначительное количество предприятий, и эта поддержка главным образом сводится только к предоставлению некоторых налоговых льгот и, возможно, упрощению условий кредитования. Целью же инновационной политики государства должно стать прежде всего формирование инновационного типа мышления, которое невозможно без повышения качества современного профессионального образования и высвобождения инновационной активности населения России. На практике же те изменения, которые происходят в российском образовании, скорее дезориентируют систему, вызывая серьезные конфликты интеграции образовательных структур различных уровней [6]. Это еще больше углубляет пропасть между образованием и бизнесом и тем самым препятствует развитию инновационной экономики России.

Инертная инновационная политика государства приводит и к тому, что в больших сложившихся структурах многих компаний инновационная активность развивается только на словах [7]. Тем самым происходит постепенная подмена реальной инновационной деятельности имитацией этой деятельности [8, с. 135–137]. Особенно это характерно для государственных организаций, где многолетние традиции бюрократизации очень сильны и при более жестком контроле государства сотрудники вынуждены демонстрировать инновационную активность.

Тем самым реальной инновационной активностью в России обладают малые инновационные фирмы, созданные, как правило, на базе советских научных институтов или группой единомышленников, разработавших свою уникальную технологию. Малым предприятиям легче поддерживать инновационную организационную структуру, легче избежать бюрократических процессов и появления излишних, с точки зрения эффективности, бизнес-процессов. Именно для этих предприятий инновации становятся основой их конкурентоспособности.

Крупные и устойчивые предприятия имеют, как правило, чрезмерно усложненную и избыточную с точки зрения эффективности структуру, что порождает усиление бюрократических механизмов, осложняющих проникновение инноваций и способствующих затормаживанию инновационных процессов, протекающих в отдельных ее подразделениях или, по крайней мере, тормозящих их результативность в масштабах предприятия. Поэтому, если во многих странах с высоким инновационным потенциалом инновации развиваются главным образом на крупных, часто глобальных предприятиях, то в России – скорее на мелких.

Очень различается инновационный климат России и по регионам [9]. Это связано с тем, что регионы России сильно различаются по уровню концентрации научных исследовательских организаций, уровню образования и уровню концентрации кадров, обладающих инновационным типом мышления. В лучшем положении с этой точки зрения находятся несколько крупнейших научных центров, главным образом: Москва, Санкт-Петербург и Новосибирск. Хотя в России существуют и локальные центры инновационной активности, сконцентрированные вокруг отдельных производственных или научных структур. При этом, например, Санкт-Петербург и в целом Северо-Запад России находятся даже в несколько лучшем положении с точки зрения инновационной активности по сравнению, например, с регионом Москвы и Московской области. Это связано с тем, что финансирование предприятий Москвы в целом выше, чем по Санкт-Петербургу и тем более в целом по Северо-Западу, что позволяет многим предприятиям не использовать инновации как критический фактор выживания.

В большинстве случаев инновационный тип деятельности свойствен прежде всего молодым предприятиям, которые формировались как раз на основе инновационных идей и технологий, предложенных коллективом единомышленников, являющихся создателями фирмы. Устойчивым старым фирмам гораздо труднее перейти к инновационному типу работы. Опыт многих производственных предприятий, созданных еще в советский период, в частности АвтоВАЗа, показывает, что финансовая помощь государства не способствует инновационному развитию и повышению конкурентоспособности. Финансовая поддержка умирающих (или неэффективных) предприятий только оттягивает неизбежный конец. В то же время ряд устойчивых предприятий, не испытывающих острой нужды в переходе к новым формам управления и широкому применению инноваций, склонны к инновационной деятельности.

В целом необходимо сделать вывод о наличии определенной инновационной активности в России, которая, к сожалению, неадекватно поддерживается усилиями государственной политики. Меры государственного влияния в области развития инновационного климата сводятся главным образом к «производству» призывов к предприятиям различных сфер экономической деятельности, более всего похожим на обыкновенные лозунги, не содержащие в себе реальных механизмов и инструментов развития инновационной активности. Действительная поддержка осуществляется только по узкому кругу технологий и продуктов, имеющих приоритетное народно-хозяйственное значение. Хотя даже некоторые очень важные социально ориентированные технологии не всегда получают такую поддержку.

Так, например, открытие в 2009 г. в Санкт-Петербурге производства препарата искусственной кожи для ожоговых больных, нуждающихся в пересадке большой доли кожных покровов, требовало инвестиций в объеме около 8 млн руб., которые не были предоставлены, хотя дело все же сдвинулось с «мертвой точки» в 2013 г. И в то же время на празднование дня города в 2009 г. был израсходован примерно 71 млн руб. (в 2008 г. –

58,7 млн руб.). Приходится сделать вывод о недостаточных усилиях государства по развитию инновационного климата в России.

В современных условиях качество инновационного процесса или результативность инновационной деятельности будет зависеть от готовности отдельных организаций и экономических институтов к внедрению инноваций. Чем меньшим уровнем гибкости и креативности мышления будет обладать персонал этих структур, тем меньше он будет готов участвовать в инновационных процессах, даже при наличии мотивирующих факторов. Особенно существенно данное обстоятельство при внедрении новых организационных структур, идеально подходящих для исследовательской деятельности [10]. Более того, неправильная мотивация, особенно в финансовой сфере, приведет к активной имитации участия в инновационных процессах, хотя по сути изменение деятельности на местах произойдет только в ее внешних признаках [11]. Следовательно, если заранее не подготавливать среду для внедрения инноваций, не осуществлять мероприятия по развитию креативности мышления исполнителей, нечетко ставить инновационные цели, то исполнители на местах будут противиться инновационной активности и риски будут чрезвычайно велики.

Неготовность систем и институтов к внедрению инноваций и неспособность руководящих органов взять на себя роль управляющего инноваций, а также высокий уровень бюрократизма и коррупции – это три основные причины неадекватного инновационного климата в России на современном этапе. И эти же причины влияют на наибольшую инновационную активность малых инновационных фирм, по отношению к крупным старым предприятиям. Это связано с тем, что малые инновационные фирмы имеют наиболее перспективную с точки зрения скорости и качества течения инновационного процесса структуру и персонал, готовый к активному участию в инновационных процессах.

**Стратегическое инновационное поведение предприятия.** Тип стратегического инновационного поведения предприятия прямо влияет на эффективность реализуемой им стратегии, качество развития его инновационного потенциала и конкурентоспособность этих компаний в новых экономических условиях. Существует несколько типов стратегического инновационного поведения [12, § 1.3]:

1. Виоленты – крупные и сверхкрупные компании, которые осуществляют массовый выпуск инновационной продукции, имеют развитую инфраструктуру и значительную научно-исследовательскую базу.

2. Пациенты – компании, специализирующиеся на выпуске уникальных новинок, как правило, сфокусированные на относительно небольшой рыночной нише и / или обслуживающие нестандартных потребителей.

3. Эксплеренты – компании-инноваторы, разработчики экспериментальных партий новых товаров (услуг), основанных на «радикальных новшествах» (как правило, малые инновационные фирмы).

4. Коммутанты – фирмы, имитирующие новинки или предлагающие новые виды услуг на базе новой продукции.

Большинство российских инновационных фирм – это пациенты, реже эксплеренты. Встречаются и эффективные коммутанты, хотя они и менее распространены. Правда, на российском рынке реализуются наиболее неприглядные варианты коммутантов – это фирмы, которые занимаются производством контрафактной продукции и компьютерным пиратством. Виоленты среди российских производителей практически не представлены, поэтому чаще российские предприятия становятся пациентами и коммутантами для крупных иностранных виолентов, пришедшим на российский рынок, или вступают с ними в партнерские отношения. В большинстве случаев иностранные виоленты используют рос-

сийские дилерские или дистрибьюторские сети, привлекают российских производителей к изготовлению своих товаров или выполнению отдельных технологических операций в рамках глобальной логистической системы.

**Российские инновационные фирмы: пример НПП «Системные технологии».** Некоторые российские компании, начинающие свое развитие как эксплореры, далее осуществляют технологический трансферт (перенос технологий) на своих стратегических партнеров, в результате привлекая их в инновационную сферу. Например, в Санкт-Петербурге с 1987 г. работает ЗАО «НПП «Системные технологии», которое предлагает технологию обеспечения безопасности транспортного процесса на базе своего аппаратно-программного комплекса, регистрирующего динамические показатели пульса и артериального давления человека. Разработанная компанией технология предполагает многократный предрейсовый контроль индивидуальных показателей пульса и давления машиниста (летчика), расчет его индивидуальных норм и текущих показателей заторможенности или возбужденности нервной системы, чтобы определить степень внимания машиниста. В результате можно определить потенциальную опасность отключения сознания и снижения внимания машиниста в процессе движения, которые могут привести к серьезным транспортным авариям и катастрофам. Данная технология позволяет выявить динамическую «группу повышенного риска» среди машинистов, которых можно своевременно направить на лечение (в случае необходимости, так как технология позволяет выявить на ранней стадии ряд тяжелых заболеваний) или просто на отдых, временно отстранив от работы [13].

Компания первоначально работала по государственному заказу на узком сегменте рынка. В настоящее время компания обеспечила своей технологией Санкт-Петербургский и Московский метрополитен и железные дороги России, экспортирует свою технологию в Италию и предполагает выйти на новый рынок портативных приборов, регистрирующих фазу предсна, направленных на водителей автотранспорта. В ходе взаимодействия с партнерами компания осуществляла трансферт технологий, способствуя осуществлению реинжиниринга бизнес-процессов и изменению корпоративной культуры своих партнеров. В результате партнеры включались в инновационные процессы и начинали реализовывать новые более безопасные виды транспортных услуг населению, снижающие социальную напряженность.

Наиболее сложной для таких предприятий становится ранняя фаза деятельности, так называемая *start-up* – начальная стадия развития малой инновационной (научно-технологической, высокотехнологической) компании, обладающей опытными образцами, пытающейся организовать производство и выход продукции на рынок. Это связано с тем, что их продукция вызывает недоверие со стороны потенциальных потребителей, а своих средств на развитие бизнеса у них нет. Многие фирмы так и не выходят за рамки опытных производств, если не находят свою рыночную нишу и своих бизнес-ангелов – частных инвесторов, финансирующих инновационные проекты ранних стадий. К сожалению, в связи с неадекватным инновационным климатом в России, частные инвестиции инновационной деятельности, особенно на ранней стадии, осуществляются крайне редко. Наилучшим вариантом для инновационной фирмы является работа под государственный заказ по приоритетной наукоемкой технологии. Но если деятельность фирмы не вписывается в комплекс приоритетных технологий, то с поиском финансирования могут возникнуть серьезные трудности. Многие *no-u-hau* продаются в силу отсутствия средств на их доведение и массовый выпуск.

Некоторое преимущество могут получить инноваторы, которые обладают выгодным расположением и размещением промышленных предприятий, т. е. реализуют стратегию

штандорта (или кластера, по Майклу Портеру [14]). За счет использования подобного подхода они могут сократить свои расходы на стадии старт-ап, однако в целом таких предприятий в России очень мало.

Таким образом, для развития эффективного инновационного климата в России необходимо не только оповат на деятельность отдельных компаний, но и создавать такие социально-экономические условия, которые будут способствовать повсеместному внедрению инноваций. Тем самым в новых экономических условиях, характеризующихся высоким уровнем глобализационных рисков и динамичностью конкурентной среды, эффективное развитие инновационного климата и поддержка инновационных предприятий становятся важнейшими факторами повышения конкурентоспособности российской экономики. Как показал анализ инновационной ситуации в России, именно предприятия с высоким инновационным потенциалом в целях обеспечения своей конкурентоспособности стремятся поддерживать гибкую организационную структуру, готовы ориентироваться на человеческий и социальный капитал, стремятся развивать свои нематериальные активы, что и определяет применение ими функциональных характеристик новой экономической среды. Следовательно, при ориентации российской экономики на инновационное развитие необходимо обращаться именно к опыту этих компаний.

#### **Ссылки и примечания:**

1. О стимулировании инновационной деятельности и внедрения в производство наукоемких технологий : доклад Минобрнауки России на заседании Правительства РФ 22.01.04 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.innovbusiness.ru> (дата обращения: 07.01.2014).
2. Рыбаков Ф.Ф. Промышленная политика: инновационная и инвестиционная составляющие // *Инновации*. 2011. № 2. С. 77–82.
3. Пашкус В.Ю., Петрова М.А. Современные подходы к моделированию принятия решений в условиях Новой экономики // *Проблемы современной экономики*. Евразийский экономический журнал. 2010. № 1. С. 105–108.
4. Коцофана Т.В. Информационная экономика: особенности и проблемы монополизации // *Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием*. Т. 8. 2013. № 3. С. 197–211.
5. Булина А.О. Трансформация институтов в Новой экономике // *Там же*. Т. 8. 2013. № 3. С. 148–166.
6. Бончукова Д.А., Старобинская Н.М. Стратегический маркетинг и конкурентоспособность вуза // *Там же*. Т. 7. 2013. № 2. С. 38–56.
7. Лякин А.Н. Структурные сдвиги в российской экономике и промышленная политика // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика*. 2013. № 1. С. 39–52.
8. Ермаков Ю.В., Кирилловская А.А. Развитие инновационного потенциала: Государственная поддержка и псевдоинновации // *Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием*. Т. 7. 2013. № 2. С. 127–141.
9. Шувалова О.Р. Индикаторы инновационного климата в России (по итогам массовых опросов населения) // *Форсайт*. 2010. Т. 4. № 1. С. 38–52.
10. Красникова Т.С. Адхократические организационные формы в инновационном развитии экономики : дис. ... канд. экон. наук. Барнаул, 2007. 146 с.
11. Некоторые фирмы проявляют удивительную находчивость в имитации инноваций. Так, например, получило распространение внедрение вместо инновационных комплектующих так называемых «инновационных» винтиков и гаечек, за счет которых доля инновационных комплектующих достаточна для объявления продукции инновационной.
12. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7 / Гунин В.Н. и др. М., 2000. 272 с.
13. Pashkus N., Tuminas K. The Security and Consistency of Transport Enterprises // *Economics & Management – 2003: Anilities and Methodology : The Articles of International Conference*. Vol. 1. Kaunas, 2003.
14. Porter M. Clusters and the new economics of competition // *Harvard Business Review*. 1998. November-December. P. 78–90.

#### **References and notes:**

1. *On stimulating the innovation and introduction of high technology: report on the Russian Ministry of Government meeting 22.01.04 2004*, retrieved 07 January 2014, <<http://www.innovbusiness.ru>>.
2. Rybakov, FF 2011, 'Industrial policy: innovation and investment components', *Innovations*, no. 2, p. 77-82.
3. Pashkus, VY & Petrova, MA 2010, 'Modern approaches to modeling decision-making in the new economy', *Problems of the modern economy. Eurasian Economic Journal*, no. 1, p. 105-108.

4. Cotsofana, TV 2013, 'Information Economy: features and problems of monopolization', *Marketing MBA. Marketing management company*, vol. 8, no. 3, p. 197-211.
5. Bulina, AO 2013, 'Transformation of institutions in the new economy', *Marketing MBA. Marketing management company*, vol. 8, no. 3, p. 148-166.
6. Bonchukova, DA & Starobinskaya, NM 2013, 'Strategic marketing and competitiveness of the university', *Marketing MBA. Marketing management company*, vol. 7, no. 2, p. 38-56.
7. Lyakin, AN 2013, 'Structural changes in the Russian economy and industrial policy', *Vestnik of St. Petersburg University. Episode 5: The Economy*, no. 1, p. 39-52.
8. Ermakov, YV & Kirillovskaya, AA 2013, 'Development of innovative capacity: State support and quasi innovations', *Marketing MBA. Marketing management company*, vol. 7, no. 2, p. 127-141.
9. Shuvalova, OR 2010, 'Indicators of innovation climate in Russia (based on mass population survey)', *Forsite*, vol. 4, no. 1, p. 38-52.
10. Krasnikova, TS 2007, *Adhocratic organizational forms in the innovative development of the economy*, PhD thesis, Barnaul, 146 p.
11. Some firms show a remarkable resourcefulness in imitation innovation. For example, instead became widespread introduction of innovative components of so-called "innovative" cogs and gaechek, due to which the share of innovative components is sufficient to declare the product innovation.
12. Gunin, VN 2000, *Managing Innovation: 17-module program for managers "Management of organization" Module 7*, Moscow, 272 p.
13. Pashkus, N & Tuminas, K 2003, 'The Security and Consistency of Transport Enterprises', *Economics & Management – 2003: Anilities and Methodology: Animals in Articles of International Conference*, vol. 1, Kaunas.
14. Porter, M 1998, 'Clusters and the new economics of competition', *Harvard Business Review*, November-December, p. 78-90.