

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ИСТОЧНИКОВ ИННОВАЦИЙ

О.В. Маркова¹, А.В. Романюк²

¹⁻²Тверской государственной университет, г.Тверь, Россия

Формирование и реализация эффективной инновационной стратегии является одним из факторов жизнеспособности и коммерческого успеха любой фирмы. В этой связи особого внимания заслуживает рассмотрение вопроса основных источников инноваций, которые актуальны для современной экономической ситуации, а также анализ их преимуществ и недостатков по отношению к крупному, среднему и малому бизнесу.

Ключевые слова: источники инноваций, разработка НИОКР, стартап.

В сегодняшней сложившейся экономической ситуации можно говорить о снижении конкуренции на российском внутреннем рынке. Это связано, прежде всего, с введением санкций США и Евросоюза в отношении РФ и ответными ее действиями. Российская экономика стала более закрытой для западных производителей, что дает отечественным компаниям определенные преимущества и позволяет завоевать освободившиеся рынки сбыта. В итоге многие руководители компаний решают отложить внедрение дорогостоящих технологических инноваций на своих предприятиях для получения прибыли за счет временного расширения рынков сбыта.

С другой стороны, не стоит забывать о сильной конкуренции во многих отраслях со стороны наших восточных партнеров, а также тот факт, что действие санкций в будущем закончится и взаимодействие с западными контрагентами восстановится. В результате у руководства отечественных компаний появился уникальный шанс повысить конкурентоспособность производимой ими продукции путем внедрения технологических инноваций, так как образовался некоторый запас времени по более свободному выведению товара и завоеванию доли рынка.

В современных условиях формирование и реализация эффективной инновационной стратегии является одним из факторов жизнеспособности и коммерческого успеха фирмы. При этом собственники предприятий сталкиваются с такой актуальной проблемой, как поиск источников инновации.

Известный специалист в области управления Питер Друкер выделяет семь основных источников инноваций [1]:

- Неожиданное событие (успех, неудача, событие во внешней среде);
- Несоответствие или несовпадение между реальностью и ее отражением в наших мнениях и оценках;

- Потребности производственного процесса;
- Изменение в структуре отрасли и рынка, «захватившее всех врасплох»;
- Демографические изменения;
- Изменения в восприятии и настроениях потребителей;
- Новое знание (научное и ненаучное).

Данный перечень определяет в первую очередь условия для появления инноваций, некие инновационные возможности, понимание значения которых и своевременная реализация в виде внедрения новшеств обеспечат успех в экономической деятельности.

В качестве реальных источников инноваций, т.е. готовых технологий, техники, оборудования, можно выделить следующие:

1. Разработка собственных инноваций;
2. Приобретение инновации в виде нового оборудования или технологий за рубежом;
3. Приобретение стартапов.

Разработка собственных инноваций отличается высокой стоимостью и трудоемкостью процедуры. Нет четких временных рамок, когда разработка будет готова, и нет гарантий того, что она будет пользоваться спросом у потребителей и обеспечит компании конкурентное преимущество. Большая часть отечественных компаний по тем или иным причинам предпочитают избегать долгосрочные инновационные проекты.

В частности, по итогам исследования Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, более половины опрошенных заявили о том, что длительность разработки и внедрения технологических инноваций должна составлять не более одного года. При этом большинство участников исследования (порядка 80%) признали этот срок оптимальным для разработки организационных и маркетинговых нововведений. «Доля предприятий, ориентированных на долгосрочный горизонт инновационных стратегий, крайне низка – менее 6%», – подчеркивают исследователи [4]. Поэтому все больше компаний, в том числе и в мире, склоняются к модели приобретения инноваций [3].

Покупка инноваций в виде нового оборудования или технологий за рубежом является самым простым, наименее рискованным и относительно дешевым источником по сравнению с остальными вариантами. Однако в данном случае можно говорить об «устаревшей инновации», так как компании лидеры в отрасли зачастую используют уникальные разработки, защищенные посредством коммерческой тайны. Приобретая новшество с конвейера, поставленного на поток, либо демонтируемое с передовых предприятий, компании заведомо отказываются от попытки завоевать лидирующие позиции в отрасли и обрекают себя на отставание.

В последнее время наибольшей популярностью среди крупных и средних компаний в качестве источников инноваций стали стартапы.

Стартап – это недавно созданная компания, находящаяся на стадии развития и строящая свой бизнес либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий. По мнению экспертов американского финансово-экономического журнала «Forbes» стартап как предприятие имеет следующие характеристики [5]:

- Основанные и приступившие к активной работе не более года назад;
- Представляющие собой инновационный бизнес, ломающий традиционные представления о развитии своего сектора;
- Коммерческие предприятия с реальным бизнес-планом;
- Приносящие доход, не превышающий уровень дохода стартапа;
- Не переросшие фазу стартапа, то есть не ставшие уже приобретенными компаниями и проектами, управляемыми частными фондами.

Базовая роль данных компаний – это создание новых образцов промышленных работающих экземпляров, возможность сделать некую мелкую серию, а в случае востребованности на рынке - возможность выхода на масштабное производство. Ключевыми факторами успешности стартапов является хорошая команда, нацеленная на результат, продукт (уникальная идея, мобильная в плане воплощения) и четкое определение рынков сбыта.

Таким образом, воспользоваться таким источником инноваций, как разработка НИОКР собственными силами, могут только крупные компании в связи с их высокими затратами, что подтверждается данными статистики. В 2010-м году разработку и внедрение технологических инноваций осуществляли 9,3% от общего числа предприятий отечественной промышленности. Это значительно ниже значений, характерных для Германии (71,8%), Бельгии (53,6%), Эстонии (52,8%), Финляндии (52,5%), Швеции (49,6%) [2]. С одной стороны, достаточно низкий показатель инновационной активности отечественных предприятий, ведущих разработку собственных НИОКР, можно оценить отрицательно, но не стоит забывать, что существуют и другие источники технологических инноваций, эффективность которых в ряде случаев может быть выше.

Приобретать инновации в виде оборудования, демонтируемого с передовых предприятий, либо оборудования или технологий с конвейера, могут представители как крупного, так и среднего и мелкого бизнеса. Крупные компании интересуются этим в меньшей степени, так как данный источник инноваций обрекает на отставание от лидеров в отрасли. Наиболее актуальными в настоящее время становятся стартапы, т. е. готовые уникальные проекты, доступные любой компании, не требующие временных и финансовых затрат со стороны предприятий на их разработку.

В то же время стоит отметить, что стартапы представляют собой высокорискованные проекты. По статистике более 95% среди них являются провальными и приносят только убыток [3]. Часто это связано с тем, что при разработке бизнес-планов проектов уделяется недостаточно внимания таким факторам, как востребованность продукта на рынке, выбор целевого сегмента рынка и выявление конкурентов. Большинство молодых стартаперов максимально концентрируются на продукте, и, очарованные своей идеей, либо не анализируют рынок сбыта и конкуренцию, либо проводят оценку поверхностно. А определение того, будет ли нуждаться в их продукте потребитель, насколько данная потребность будет сильна, и какой будет величина спроса на их новшество, является неотъемлемой частью разработки стартапов. Очень часто стартапы разрабатывают продукты под себя, а не для широкого рынка. Они слишком сильно беспокоятся о своих разработках вместо того, чтобы привлечь потребителей к тестированию на ранних стадиях, еще до создания первого прототипа. В результате их продукт очень далек от реальных потребностей рынка.

Еще одной причиной провала большого количества проектов стартап можно назвать превышение стоимости привлечения клиентов над доходом с клиента. На стадии разработки проекта молодым предпринимателям следует проводить измерение данных показателей, тем более, что они могут быть легко измерены и принести существенную пользу. Для вычисления стоимости привлечения клиентов необходимо суммировать все расходы, связанные с продажами и маркетингом за определенный период, включая зарплаты и другие расходы, связанные с персоналом, и разделить на количество привлеченных клиентов. Чтобы оценить потенциальный доход с клиента необходимо посчитать общий доход, который планируется получить с этого клиента. Соответственно, чем выше доходность клиента по сравнению с затратами на его привлечение, тем более привлекательным является проект.

Таким образом руководству организаций следует очень критично оценивать данные проекты, прежде чем инвестировать в них. А выбор источника инноваций проводить в соответствии со стратегией предприятия и его ресурсными возможностями.

Список литературы:

1. Бовин А. А. Откуда придет ваша новая большая идея: семь источников инноваций. URL: http://www.elitarium.ru/2013/07/26/bolshaja_ideja_sem_istochnikov_innovacij.html (дата обращения: 25.03.2015)
2. Гаврилова Н. М. Состояние инновационной активности российских предприятий: реалии и перспективы. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/24905/> (дата обращения: 25.03.2015)

3. Гиваргизов М. Е. Время покупать и продавать инновации. URL: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=223&d_no=22657#.VPm-JmD6nZt
4. Инновации не дают российскому бизнесу конкурентных преимуществ. URL: <http://oprec.ru/1727064.html> (дата обращения: 25.03.2015)
5. [Иншаков М. О., Орлова А. А. Инновационные стартапы в России: проблемы создания и маркетингового продвижения// Вестник Волгоградского государственного университета. - 2014. - №1 \(24\). – С. 66-75.](#)

THE PROBLEM OF CHOICE SOURCE INNOVATION

O.V. Markova¹, A.V. Romanjuk²

¹⁻²Tver State University, Tver, Russia

Formation and implementation of effective innovation strategy is one of the factors of viability and commercial success of any company. In this regard, special attention should be consideration of the main sources of innovation that are relevant to the current economic situation, as well as an analysis of their strengths and weaknesses in relation to large, medium and small businesses.

Keywords: sources of innovation, the development of R & D startup

Об авторах:

МАРКОВА Ольга Владимировна – магистрант 2 курса направления «Экономика» Тверского государственного университета (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: vaitenkova@mail.ru

РОМАНЮК Александр Владимирович – кандидат экономических наук, доцент кафедры национальной экономики Тверского государственного университета (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: romanjuk_a_v@list.ru

About the authors:

MARKOVA Olga Vladimirovna - Undergraduate 2nd year direction «Economy», Tver State University (33, Zhelaybova St., Tver, 170000), e-mail: vaitenkova@mail.ru

ROMANYUK Aleksandr Vladimirovich - Philosophy Doctor in Economics, Associate Professor, Department of National Economy, Tver State University (33, Zhelaybova St., Tver, 170000), e-mail: romanjuk_a_v@list.ru