

*С.С. Корчемкин*

## СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕГИОНАХ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

*Обосновывается необходимость постановки и исследования научной проблемы построения стратегий стимулирования инновационной активности предприятий в российских регионах. Анализируются существующие подходы к классификациям инноваций в современной экономической литературе.*

**Ключевые слова:** инновации; инновационная активность; виды инноваций; классификация инноваций; стимулирование инновационной активности.

*We substantiate the need to state and research the scientific problem of building a strategy of encouraging innovation activity of business in Russian regions. Current approaches to the classification of innovations in modern economic literature are analyzed.*

**Keywords:** innovations; innovation activity; kinds of innovations; classification of innovations; encouragement of innovation activity.

Актуальность темы данной статьи обоснована нарастающим ростом значимости развития инновационных технологий для экономики РФ в последние годы. Это, в первую очередь, связано с важностью вопроса о переходе от экономики, построенной на экспорте внутренних минеральных сырьевых запасов, к инновационной экономике, ставящей более стратегически конкурентоспособные цели по увеличению уровня высоких технологий и человеческого интеллектуального капитала.

Российская Федерация отстаёт от большинства стран по уровню инновационной активности и технологического развития, при этом основное финансирование на стимулирование инновационной деятельности поступает из государственного бюджета. Уровень частных инвестиций в развитие инноваций примерно в 9 раз ниже, чем в США, и в 15 раз ниже, чем в Китае.

Необходимость разработки теоретических основ развития инновационной активности региональных предприятий и производств обусловлена, по нашему мнению, рядом причин.

Во-первых, относительной новизной данной проблемы, «возраст» которой для российских регионов ограничивается максимум двумя десятилетиями построения и развития рынка в нашей стране. За это время стало очевидно, что, несмотря на все достижения и значимость фундаментальных отечественных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), Россия значительно отстаёт от Запада в решении вопроса о внедрении научных открытий и новых конструкторских изобретений в массовое произ-

водство.

Во-вторых, фактическим отсутствием на большинстве предприятий компетентных в этой сфере руководителей и специалистов по инновационному менеджменту, владеющих технологиями выявления и продвижения инноваций на региональных рынках товаров и услуг.

В-третьих – отсутствием на этих предприятиях стимулирующих механизмов для целенаправленного выделения средств на переобучение кадров и организацию новых технологий производства на основе применения научных открытий и изобретений в соответствующих областях индустрии.

В-четвёртых, теоретической неразработанностью проблемы, что связано в том числе с отсутствием единого систематизированного понятийного аппарата и отсутствием методологии исследования инновационной активности организаций и производственных предприятий в региональной экономике.

Изучение процессов стимулирования инновационной активности предприятий требует, прежде всего, осмысления самой сущности понятия «инновационная активность», что, очевидно, невозможно без учёта современных подходов к классификации инноваций и понимания сути инновационной деятельности.

Начнём с анализа литературы и рассмотрим подходы к данной проблеме в экономической науке и в менеджменте.

В настоящее время у разных авторов существуют различные варианты классификации инноваций. По нашему мнению, это связано с тем, что до сих пор нет единых критериев, чётко определяющих различия между

инновационной, проектно-конструкторской, научно-инновационной и другими видами деятельности по изобретению и использованию различных новшеств.

Одну из первых базовых классификаций инноваций предложил Й. Шумпетер ещё в 1989 году [5. С. 159–160]. Эта классификация включала в себя следующие виды инноваций:

- изготовление или создание нового, ранее никому неизвестного блага, что возможно только на основе научного открытия или изобретения;

- внедрение нового, ранее неизвестного способа (метода) производства или способа использования какого-нибудь товара (вещества, предмета и др.), что возможно и без научных открытий – *технологическая инновация*;

- освоение нового рынка сбыта, на котором ранее данный товар, никогда не был представлен – *инновация в области сбыта*;

- получение или использование нового источника сырья – *сырьевая инновация*;

- проведение реорганизации предприятия, в том числе создание каких-либо трестов или дочерних фирм – *управленческая инновация*.

В 2003 году отечественные экономисты А.А. Харин и И.Л. Коленский предложили классифицировать инновации по критерию «уровень новизны», разделяя их соответственно на новые, усовершенствованные, улучшающие, ординарные, псевдоинновации и др. [4. С. 36].

В том же году А.В. Васильев и П.Н. Завлин, исследуя проблему эффективности инноваций, классифицировали их по целому ряду характеристик: по области применения (промышленные, социальные, управленческие и пр.), по характеру эффективности (экономические, экологические, социальные, интегральные), по характеру открытия, на базе которого создана инновация (научные, технологические, технические и др.), по интенсивности внедрения (слабые, массовые, «бум» и пр.), по масштабам использования (транснациональные, региональные и т.п.) и др. [2. С. 22–23].

В современных исследованиях по региональной экономике при анализе инновационной деятельности предприятий чаще всего выделяют технологические, маркетинговые, организационные (управленческие) и экологические инновации [1. С. 17]. При этом под маркетинговыми инновациями понимают внедрение любых новшеств в методах продвижения товаров на рынке (в рекламе, дизайне и пр.), под технологическими – применение любых открытий и новшеств в усовершенствование самого процесса производства товаров и предоставления услуг. К экологиче-

ским инновациям относят любые новшества и усовершенствования, увеличивающие экологическую безопасность товаров (услуг) и их производства. К организационным (управленческим) инновациям относят внедрение новых методов, значительно улучшающих и оптимизирующих бизнес-процессы и качество управления (создание новых внутренних структур, дочерних фирм, развитие выгодных внешних связей и пр.) [1. С. 17–18].

Подходы к возможностям развития инновационного сектора в регионах различные авторы тоже видят по-разному: через реализацию инновационного потенциала предприятий [3. С. 178], через развитие общей инновационной среды региона [1].

Проведённый нами анализ исследований сложившейся ситуации в экономике показывает, что развитие инновационного сектора российских регионов сталкивается с многочисленными проблемами, например:

- низкая готовность многих предприятий к внедрению большинства инновационных разработок;

- недостаток мотивации руководства в сферах с низкой конкуренцией (особенно в промышленности);

- недостаточная разработанность базовых методических и методологических вопросов стимулирования и моделирования стратегий инновационной активности и т.д.

Поэтому в современной региональной экономике остро стоит проблема построения экономически грамотных моделей по стимулированию инновационной активности предприятий, которые могут быть применены в различных регионах страны с учётом разницы экономической ситуации и сложившихся в них бизнес-традиций.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Заборовская О.В., Ниязова С.Р. Проблемы и перспективы инновационной среды в России // Вестник Российской академии естественных наук. 2013. Вып. 17. № 4. С. 16–20.

2. Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций. СПб.: Бизнес-Пресс, 2003.

3. Рогова И.Н., Щанович А.В. Инновационный потенциал хозяйствующих субъектов – перспектива развития регионов // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 4. С. 178–179.

4. Харин А.А., Коленский И.Л. Управление инновациями. М.: Высшая школа, 2003. Т. 1.

5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1989.