

---

© 2005 М.В. Кутеева

УДК 332.1

ББК 65.049

К 95

## Проблемы инновационного менеджмента в России на переходном этапе

### *Аннотация:*

Современное производство – это постоянно развивающийся механизм, в котором инновации являются одним из факторов (основополагающих) способствующих быстрому становлению, а в последующем и развитию данного предприятия. Современная жизнь и особенно условия сложившейся жесточайшей конкуренции заставляют предпринимателей и руководителей крупных организаций активно разрабатывать и внедрять инновации в производство.

### *Ключевые слова:*

Инновация, социальная политика, рыночные отношения, экономические взаимоотношения, нововведение, адаптация, регион.

### *Значимость.*

Значимость инновационного менеджмента трудно недооценить, Россия сейчас находится на очень серьезном этапе своего развития – переходном, этот этап сложен тем, что гражданам России необходимо не только менять устои своей жизни, но и главное изменять принципы производства. Как известно, ещё совсем недавно СССР была страной с тоталитарным режимом и командно-административной экономикой. Поэтому главной задачей нашей страны на данном этапе является избавление от той идеологической установки, которую дала нам командно-административная экономика и постараться перейти на путь рыночных взаимоотношений.

### *Нововведения как объект инновационного менеджмента.*

Инновационный менеджмент сравнительно новое понятие для научной общественности и предпринимательских кругов России. Именно в настоящее время Россия переживает бум новаторства. На смену одним формам и методам управления экономикой приходят другие. В этих условиях инновационной деятельностью буквально вынуждены заниматься все организации, все субъекты хозяйствования от государственного уровня управления до вновь созданного общества с ограниченной ответственностью в сфере малого бизнеса.

В специальной литературе и официальных документах чаще всего использовались понятия управление научно-техническим прогрессом, внедрение достижений науки и техники в производство и т.п., что характерно для централизованно управляемой экономики. В рыночных условиях хозяйствования, где коммерческие организации имеют полную юридическую и экономическую самостоятельность, ни о каком внедрении чего-либо не может быть и речи. Этим принципиальным отличием объясняется различие в содержании отдельных понятий в области инновационного менеджмента.

Таким образом, с момента принятия к распространению новшества приобретает новое качество – становится нововведением (инновацией). Процесс

введения новшества на рынок принято называть процессом коммерциализации. Период времени между появлением новшества и воплощением его в нововведение (инновацию) называется инновационным лагом.

В повседневной практике, как правило, отождествляют понятие новшество, новация, нововведение, инновация, что вполне объяснимо. Любые изобретения, новые явления, виды услуг или методы только тогда получают общественное признание, когда будут приняты к распространению (коммерциализации), и уже в новом качестве они выступают как нововведения (инновации).

Общеизвестно, что переход от одного качества к другому требует затрат ресурсов (энергии, времени, финансов и т.п.). Процесс перевода новшества (новации) в нововведение (инновации) также требует затрат различных ресурсов, основными из которых являются инвестиции и время. В условиях рынка как система экономических отношений купли – продажи товаров, в рамках которой формируются спрос, предложение и цена, основными компонентами инновационной деятельности выступают новшества, инвестиции и нововведения. Новшества формируют рынок новшеств (новаций), инвестиции рынок капитала (инвестиций), нововведения (инновации) рынок чистой конкуренции нововведений. Эти три основных компонента и образуют сферу инновационной деятельности

Под инновациями в широком смысле понимается прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера. Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его использования принято называть жизненным циклом инновации. С учетом последовательности проведения работ жизненный цикл инновации рассматривается как инновационный процесс.

### *Проблема инновационной деятельности в России.*

Как известно сейчас в России активно происходит внедрение рыночных технологий в отечественную экономику. Поэтому основным вопросом становится то, кто должен приводить в жизнь все механизмы рыночных взаимоотношений. Говоря об инновациях в РФ нельзя не заметить следующего факта: в России инновациями в первую очередь занимается предприятие, а не государство причем государство в это время, вместо того чтобы принять соответствующие меры по поддержке предпринимателей в этом начинании старается скорее задушить на корню все эти начинания. Отсюда рождается вопрос, если государство в лице своего правительства проводит столь агрессивную политику по отношению к новаторской деятельности то, за какие интересы оно борется. Характерным примером может являться, например то в каком объеме наше государство финансирует наше отечественное образование. Для примера можно сказать, что 99% государств ЕС, а также США, Канада, Япония, давно осознав необходимость вкладывать в науку, тратят на её развитие огромные деньги, в то время как наше правительство говорит о том, что нужно развивать образование и науку, но фактически все действия происходят только на бумаге.

Сказанное выше может говорить о следующем: Несомненно, инновационной деятельностью должно заниматься в первую очередь государство, т.е. оно должно элементарно вкладывать финансовые средства в развитие науки (школа, университеты и т.д.), а также проводить инвестирование инновационных проектов которые могли бы дать желаемый результат. Россия на данном этапе развитие только приходит к осознанию того, что необходимо развивать науку для развития производства. Это процесс неизбежен т.к. до 1991 года Россия была плановым государством, в котором предприятия не волновали вопросы НИОКР просто потому, что они имели строгий план выпуска продукции и при этом качество продукции зачастую их волновало в последнюю очередь. Сейчас же когда на наш рынок пришли зарубежные товары, то стало очевидно наша отсталость не только в качестве продукции, но и главное в области НИОКР. Характерным примером здесь может служить сравнение ЛОГОВАЗа и FORDa здесь очевидна огромная пропасть в понимании рынка инноваций и внедрения их в производство. Поэтому возникает проблема вступления России в ВТО ведь если РФ станет равным членом этой организации она безусловно сможет отстаивать интересы своих поставщиков за рубежом, но ведь при этом её придется впустить на свой рынок иностранных производителей причем без заградительных пошлин. Далее эффект очевиден, нашего производства просто не станет, т.к. оно просто не сможет обеспечить тот уровень качества продукции который будет иметь иностранный товар. Сейчас это уже явно проявляется: Ответьте себе на вопрос (честно), если у вас будут достаточные деньги для приобретения автомобиля, какой автомобиль вы приобретёте: российского производства (Москвич, ВАЗ, ВОЛГА) или немного поддержанную иномарку (FORD, OPEL, MERCEDES BENZ и т.д.), ответ, скорее всего, очевиден!

Исходя из этих простых рассуждений, можно сделать простой вывод о том, что пока наше правительство не поймет той проблемы, о которой я говорил выше, мы

просто не сможем даже думать о вступлении в какие-то либо иностранные международные организации.

Основной проблемой России в области инновационного менеджмента я считаю в первую очередь: Степень понимания нами этой проблемы. Ведь большинство из наших соотечественников самоустраняются от этой проблемы ссылаясь на то, что инновационная деятельность это проблема предприятия и потому вникать в неё или хотя элементарно понять её нет никакого смысла. Нет, я не призываю вникать в инновационные дела каждого предприятия, я призываю каждого из нас оглянуться на ту политику, которую ведет наше правительство. Ведь фактически любая инновация, так или иначе, отражается на нас в форме цены, качества покупаемой продукции и т.д. Разговор о том, что мы простые «смертные» никак не можем повлиять на эти процессы, беспочвенны, т.к. мы все являемся потенциальными избирателями депутатов законодательного собрания, Думы и президента то мы автоматически являемся создателями той политики, которую будет вести, то правительство, которое мы избрали. Поэтому Россия станет конкурентоспособной на мировом рынке НИОКР только в том случае, если большинство наших сограждан поймут это и будут активно участвовать в создании политики государства. На данном же этапе главное: осознание того, что инновации необходимы и их проведение в первую очередь лежит на государстве, которое должно нести основную нагрузку в продвижении и реализации в форме поддержки не только предприятий, но и главное отечественного образования!

Также надо сказать об экономической стороне восприятия инноваций. Здесь также отражается наше коммунистическое прошлое, большинство руководителей организаций сейчас считают инновацию необходимостью которая на их взгляд работает скорее для «птички» в плане работы, а не планомерным и хорошо разработанным мероприятием по развитию как самого предприятия, так и повышения качества продукции. Проблема «закостенелости» понимания некоторых руководителей ставит дополнительные преграды для развития как его собственного предприятия так и всей страны в целом. Хорошим примером в данном случае может служить отечественные машиностроительные предприятия особенно это касается ВАЗа. Так к примеру можно привести тот факт, что на ВАЗе уже несколько лет подряд (порядка 5) не было элементарного обновления номенклатуры производства, т.е. здесь я имею в виду не модификацию выпускаемых моделей, а разработка новых моделей. И теперь можно оглянуться например на тот - же General Motors который проводит качественное изменение номенклатуры ежегодно (иногда даже чаще) это говорит именно о той «закостенелости» сознания отечественных руководителей, которые привыкли к выполнению плана без оглядки на конкурентоспособность товара и потребности рынка в их товаре. Недавно на одном из Российских машиностроительных заводов сложилась именно такая ситуация когда выпущенная продукция (машины) стояли на стоянке предприятия, т.к. фактического спроса на них не было но однако их произвели, вследствие этого инцидента предприятие даже было вынуждено приостановить производство.

В совокупности эти проблемы и дают ту ситуацию, которую мы имеем. Поэтому сейчас главное для России и

первую очередь осознать тот факт, что мы уже не страна с  
плановой экономикой, но ещё и не страна с рыночной  
экономикой. Т.е. нам необходимо учитывая опыт  
прошлого и учитывая ошибки совершенные уже нами  
двигаться к рыночной экономике, но не через революцию,  
а через планомерные преобразования.