

ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ*

УДК 330

Валентина Федоровна Максимова,
к.э.н., профессор, зав. кафедрой экономической теории и инвестирования МЭСИ
Тел. [^] (495) 442-63-44
Эл. почта: VMaksimova@mesi.ru

Виктор Михайлович Аскинадзи,
к.э.н., доцент кафедры экономической теории и инвестирования МЭСИ
Тел.: (495) 442-63-44
Эл. почта: VMAskinadzi@mesi.ru

В статье раскрываются категории инноваций и инновационных компаний, рассматривается классификация инновационных компаний, анализируются существующие подходы к оценке инновационной активности компаний с использованием инновационной премии.

Ключевые слова: инновации; продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные инновации; инновационные компании; инновационная премия.

Valentina F. Maksimova,
PhD in Economics, Professor, Head of the Economic Theory and Investment Department, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI).
Tel.: (495) 442-63-44
E-mail: VMaksimova@mesi.ru

Viktor M. Askinadzi,
PhD in Economics, Associate Professor, the Department of Economic Theory and Investment Department, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI).
Tel.: (495) 442-63-44
E-mail: VMAskinadzi@mesi.ru

THE INNOVATIVE COMPANIES IN MODERN ECONOMY

The article is devoted to innovations, innovative companies and the classification of innovative companies. The paper examines approaches to the ranking of innovative companies with regard to innovation premium.

Keywords: innovations, product innovations, process innovations, marketing innovations, organizational innovations, innovative companies, innovation premium.

1. Введение

Современный этап развития экономики характеризуется трансформацией всех конституирующих элементов экономической системы, включая структурные и технологические компоненты. В настоящее время происходит стремительный переход от одного системного уровня к другому с качественным изменением их функционального назначения, вектора развития и основы воспроизводственных процессов. В результате такого прогрессивного движения формируются новые экономические отношения, предопределяющие принципиально новое использование имеющихся производственных ресурсов и достижение результирующего динамического роста. В теоретическом и практическом плане большое значение имеет разработка и совершенствование методов оценки роли инновационных компаний в развитии экономики страны.

2. Инновации: сущность и классификация

Одним из ключевых факторов, обусловивших коренные изменения в экономике и обеспечивающих должную конкурентоспособность, а также устойчивый экономический рост, выступают инновации.

Первым к раскрытию содержания термина «инновации» подошел австрийский и американский экономист, социолог и историк экономической мысли Й.А. Шумпетер еще в начале 20 века. В своих работах Й. Шумпетер акцентировал внимание на проблемах динамического развития рыночной системы, исследовал факторы, обуславливающие экономический рост. В отличие от представителей неоклассического направления, которые в целом рассматривали экономические явления в статике, он обосновал значимость экономической динамики в исследовании рыночной экономики. [1] Как полагал Й. Шумпетер, основой экономической динамики является распространение нововведений – инноваций в различных сферах хозяйственной деятельности. Й. Шумпетер предложил перечень пяти типов инноваций:

- 1) введение в обращение новых продуктов,
- 2) введение в обращение новых методов производства,
- 3) открытие новых рынков,
- 4) освоение новых источников снабжения сырьем или другими ресурсами,
- 5) создание новых рыночных структур для той или иной отрасли промышленности.

В дальнейшем термин «инновации» уточнялся, наполнялся новым содержанием. В настоящее время в научной литературе встречается большое количество определений термина «инновация», обобщенные данные по которым приведены в таблице 1. [2]

Как следует из представленных в таблице определений, под «инновацией» понимается либо конечный результат, либо процесс, что фактически отражает противоположные точки зрения. Первой точки зрения придерживаются И.Т. Балабанов, О.Н. Быкова, В.И. Винокуров, Т.И. Волкова, П. Друкер, Е.Н. Замирович, А.Н. Коровина, И.А. Усольцев, Р.А. Фатхутдинов, второй – В.М. Аньшин, В.Ф. Гринев, А.А. Дагаев, А.А. Румянцев, Б. Санто, О.М. Хотяшева, Й. Шумпетер.

Следует отметить, что в экономической теории и практике чаще используется определение инноваций, представленное Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в «Руководстве Осло». В данном документе утверждается, что «инновация есть введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях». [2]

В «Руководстве Осло» инновации разграничиваются на четыре типа: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные.

Продуктовая инновация определяется как введение в употребление (внедрение) товара или услуги, являющихся новыми или значительно улучшенными по

* Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение 14.В37.21.0508

Определения термина «инновация»

Определение	Автор
Первое практическое применение нового научно-технического (технологического), организационно-экономического, производственного или иного решения.	Аньшин В.М., Дагаев А.А.
Материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства, труда, обслуживания и управления, включая новые формы контроля, учета, методы планирования, приемы анализа и т.п.	Балабанов И.Т.
Любая ценность, рассматриваемая как новация, неизвестная до сих пор в обществе, в его пространственно-временных пределах, основанная на достижениях науки и передового опыта, обеспеченная надлежащей правовой охраной, направленная на удовлетворение общественных потребностей, внедренная в практическую деятельность и приводящая к созданию дополнительного научного, социального или экономического эффекта	Быкова О.Н., Замирович Е.Н.
Результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового продукта, услуги, технологии.	Винокуров В.И.
Конечный результат инновационного цикла	Волкова Т.И., Усольцев И.А.
Использование в той или иной сфере общественной деятельности (производстве, экономических, правовых и социальных отношениях, науке, культуре, образовании и т. д.) результатов интеллектуального труда, технологических разработок, направленных на совершенствование социально-экономической деятельности.	Гринев В.Ф.
Изменения на рынке или в обществе.	Друкер П.
Конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, не производившегося ранее в мире или в данной стране, или в данной фирме; нововведения или усовершенствования в сфере организации или экономики производства, или реализации продукции; нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности (в том числе заимствование производственных процессов, повышающих эффективность компаний их приобретающих), либо в новом подходе к окончанию рыночных и социальных услуг.	Коровина А.Н.
Применение новшества, изменяющего экономическую, социальную, другие сферы и среды жизнедеятельности людей.	Румянцев А.А.
Общественный-технический-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий.	Санто Б.
Конечный результат внедрению новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.	Фатхутдинов Р.А.
Целенаправленно производимое изменение во всех сферах хозяйственной деятельности компании для адаптации к внешней среде с целью достижения долгосрочной эффективности функционирования компании.	Хотяшева О.М.
Изготовление нового, внедрение нового, освоение нового рынка сбыта, получение нового источника сырья или полуфабрикатов, проведение реорганизации.	Шумпетер Й.

части их свойств или способов использования. Такой тип инновации связан со значительными усовершенствованиями технических характеристик, компонент и материалов, программного обеспечения, иных функциональных параметров. Иными словами, понятие продуктовых инноваций включает в себя введение в употребление как новых товаров и услуг, так и осуществление значительных усовершенствований в функциональных или потребительских характеристиках уже существовавших товаров и услуг. Как подчеркивается в «Руководстве Осло», продуктовые инновации *в сфере услуг* могут заключаться, например, в существенном совершенствовании способов оказания услуг (повышение их эффективности и скорости предоставления), дополнение уже существующих услуг новыми функциями или характери-

стиками или внедрение принципиально новых услуг.

Процессная инновация в «Руководстве Осло» определяется как внедрение нового или значительно улучшенного способа производства или доставки продукта, что подразумевает значительные изменения в технологии, производственном оборудовании и/или программном обеспечении. Процессные инновации могут быть нацелены на снижение себестоимости производства товаров и услуг, сокращение затрат по доставке продукции, повышение качества выпускаемой продукции, а также на производство или доставку новой или значительно улучшенной продукции. Процессные инновации подразумевают значительные качественные изменения в оборудовании и программном обеспечении, совершенствование процедур и спо-

собов доставки услуги потребителю, внедрение новой или значительно усовершенствованной информационно-коммуникационной технологии (ИКТ), если они нацелены на повышение эффективности работы предприятия.

Под *маркетинговой инновацией* понимается внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, его размещении, продвижении на рынок или в назначении цены. Маркетинговая инновация обязательно должна сопровождаться внедрением нового метода маркетинга, который ранее не использовался данным предприятием.

Организационные инновации в «Руководстве Осло» рассматриваются как внедрение нового организационного метода в деловой практике предприятия, в организации рабочих мест или

внешних связей. Организационную инновацию от прочих организационных изменений на данном предприятии отличает внедрение в деловую практику, в организацию рабочих мест или во внешние связи такого организационного метода, который ранее не использовался предприятием и является результатом реализации стратегических решений руководства. В практике предприятий организационные инновации связаны с внедрением новых методов в организацию повседневной деятельности и порядок выполнения работ.

3. Оценка деятельности инновационных предприятий

Классификация инноваций на указанные четыре типа позволяет проводить ранжирование инновационных компаний (предприятий). В общем случае *инновационное предприятие* – это предприятие, которое внедрило некую инновацию в течение периода наблюдения. Строго говоря, все инновационные предприятия можно условно разделить на два вида:

- предприятия, которые разрабатывали инновации главным образом своими силами или в сотрудничестве с другими предприятиями или государственными исследовательскими организациями;
- предприятия, инновационная деятельность которых в основном была связана с заимствованием чужих инноваций, разработанных другими предприятиями.

Национальный научный фонд США (National Science Foundation) провел анализ деятельности около 1,5 миллионов коммерческих компаний Америки в целях оценки степени внедрения ими различных типов инноваций. Исследование показало, что в 2008г. приблизительно 22% предприятий обрабатывающего сектора экономики США внедряли продуктовые инновации, и такая же доля предприятий, которые применили процессные инновации (совершенствование логистики, доставка продукции и т.п.). Что же касается компаний других секторов экономики США, то лишь 8% из них внедряли продуктовые инновации и столько же – процессные инновации. [4]

Следует отметить, что предприятия обрабатывающего сектора экономики, в свою очередь, можно подразделить на несколько групп с точки зрения объемов и типов внедряемых иннова-

ций. Так, например, среди компаний, занимающихся выпуском электронного оборудования и компьютеров около 45% активно внедряли продуктовые инновации, а 33% использовали процессные инновации. Приблизительно такие же показатели наблюдаются и на предприятиях химической промышленности – 41% внедряют продуктовые инновации и 34% используют процессные инновации. Среди предприятий электро-технической промышленности 37% обращаются к продуктовым инновациям и 28% внедряют процессные инновации.

Иные данные были получены в ходе исследования предприятий других секторов экономики США, где и продуктовые, и процессные инновации внедряли лишь около 8% компаний. Отдельно следует отметить информационный сектор экономики, где 30% предприятий внедряли продуктовые инновации и 20% – процессные инновации. Самый высокий уровень внедрения инноваций демонстрируют предприятия, занимающиеся разработкой программного обеспечения: в 77% из них использовались продуктовые инновации, а в 53% – процессные инновации.

Интересные данные были получены при исследовании инновационной активности предприятий, которые результативно проводили научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) и в которых подобная активность была низкой. Как

было установлено, лишь 47 тысяч из 1,5 миллионов обследованных компаний (около 3%) осуществляли НИОКР. Около 66% таких компаний внедряли продуктовые инновации, а 51% – процессные инновации.

Объемы использованных инноваций в компаниях, активно участвующих в НИОКР, во многом зависят от уровня финансирования исследовательских разработок. Так, выявлено, что из числа компаний, где затраты на НИОКР были в диапазоне 50–100 млн. долл. США, 76% привлекали продуктовые инновации и 69% использовали процессные инновации. Среди компаний, уровень затрат которых на НИОКР превышал 100 млн. долл. США, подобные данные соответствовали 81% продуктовым инновациям и 71% процессным инновациям.

Другой подход к классификации инновационных компаний представлен в работе специалистов Гарвардской бизнес-школы К. Кристенсена, Дж. Дайера и Х. Грегерсена (С. Christensen, J. Dyer, H. Gregersen). [5] Они в течение последних восьми лет изучали деятельность наиболее инновационных компаний мира. С их точки зрения, оценивать такие компании необходимо с учетом их вклада в разработку новых идей и их воплощения в конкурентоспособную продукцию. Критерием классификации инновационных компаний в предложенном подходе служит так называемая «инновационная премия». Оценка подобной

Таблица 2.

Рейтинг инновационных компаний

Компания	Страна	Рейтинг		Инновационная премия	
		2011 г.	2013 г.	2011 г.	2013 г.
Salesforce.com	США	1	1	75,1	72,8
Amazon.com	США	2	7	58,9	60,2
Intuitive Surgical	США	3	8	57,6	53,9
Tencent Holdings	Китай	4	18	52,3	40,7
Apple	США	5	79	48,2	22,3
Hindustan Unilever	Индия	6	–	47,7	–
Google	США	7	47	44,9	30,9
Natura Cosméticos	Бразилия	8	10	44,5	48,5
Bharat Heavy Electricals	Индия	9	–	43,6	–
Monsanto	США	10	34	42,6	34,3
Alexion Pharmaceuticals	США	–	2	–	72,3
VMware	США	–	3	–	63,7
Regeneron Pharmaceuticals	США	–	4	–	63,1
ARM Holdings	Англия	–	5	–	61,2
Baidu	Китай	–	6	–	60,6
Rakuten	Япония	–	9	–	50,7

Составлено на основе: <http://www.forbes.com/special-features/innovative-companies-list>

премии происходит следующим образом: с использованием разработанной методики определяются потоки доходов компании от действующего производства плюс ожидаемые доходы за счет расширения бизнеса. После этого рассчитывается чистая приведенная стоимость (NPV) этих денежных потоков, которая сравнивается с текущей рыночной капитализацией компании. Если величина NPV меньше текущей рыночной капитализации, то компания имеет «инновационную премию», что свидетельствует о более высоком уровне внедрения инноваций различного типа. Инновационная премия характеризует, на сколько процентов выше её текущей рыночной стоимости оценивают инвесторы стоимость акции компании с учетом ожидаемых доходов от внедрения инноваций (за счет появления новых товаров, услуг, совершенствования рыночных взаимодействий).

На основании величины инновационной премии компания Forbes проводит ранжирование инновационных компаний. При этом в список ранжируемых включают только компании, удовлетворяющие трем условиям: рыночная капитализация превышает 10 млрд. долл., затраты на НИОКР составляют не менее 1% от стоимости активов, открытые данные о своей деятельности предоставляются в течение более 7 лет.

Обобщенные данные о рейтинге инновационных компаний на основе инновационной премии, составленном компанией Forbes, представлены в таблице 2.

Как следует из таблицы 2, рейтинг инновационных компаний подвержен

серьезной динамике, и отдельные компании либо существенно снизили свой рейтинг за два года (Apple, Google, Monsanto), либо вообще выпали из листа 100 ранжируемых компаний (Hindustan Unilever, Bharat Heavy Electricals). С другой стороны, на рынке появились новые инновационные компании (Alexion Pharmaceuticals, VMware, Regeneron Pharmaceuticals, ARM Holdings, Baidu, Rakuten), рейтинг которых превысил значения многих известных инновационных компаний.

4. Заключение

Приведенный в статье материал подтверждает значительную роль инновационных компаний в развитии экономики страны и доказывает необходимость использования как имеющихся методик оценки инновационной активности предприятий, так и разработки новых подходов к проведению подобной оценки.

Литература

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко. – М.: Прогресс, 1982. – 446с.
2. Жданова О.А. Финансирование инновационной деятельности с использованием инструментов коллективного инвестирования. Диссертация, 2012г., с. 12–13.
3. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – М.: ЦИСН, 2010. – С.31
4. Boroush M. NSF Releases New Statistics on Business Innovation. NSF 11-300, October 2010. <http://www.nsf.gov/statistics/survey>

5. Post T. The Most Innovative Companies Today and Tomorrow. <http://www.forbes.com/sites/tompost/2011/07/20/the-most-innovative-companies-today-and-tomorrow/>

6. The World Most Innovative Companies. Forbes, 2011.

<http://www.forbes.com/special-features/innovative-companies-list>

7. The World Most Innovative Companies. Forbes, 2013.

<http://www.forbes.com/special-features/innovative-companies-list>

References

1. Shumpeter J. The Theory of Economic Development. – М.: Progress, 1982.
2. Zhdanova O.A. Financing of Innovative Activity with the collective investment instruments. Dissertation, 2012, p. 12–13.
3. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. Third Edition. 2010, p.31.
4. Boroush M. NSF Releases New Statistics on Business Innovation. NSF 11-300, October 2010. <http://www.nsf.gov/statistics/survey>
5. Post T. The Most Innovative Companies Today and Tomorrow. <http://www.forbes.com/sites/tompost/2011/07/20/the-most-innovative-companies-today-and-tomorrow/>
6. The World Most Innovative Companies. Forbes, 2011.
7. The World Most Innovative Companies. Forbes, 2013.
- <http://www.forbes.com/special-features/innovative-companies-list>