

## Инновационная политика компаний в условиях обострения конкуренции

*А.К. Марков*

УДК 339.9+658.14/17  
ББК65.5+65.290-93  
М-268

### ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕ- ЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

Возрастание внимания к анализу роли инноваций в экономической политике компаний связано с модификацией теоретических концепций экономического развития. Хотя роль инноваций в межфирменной конкуренции достаточно высока, им принадлежит не менее важная роль и в обеспечении экономического роста. Обратимся, прежде всего, к разработке значения финансовых критериев в стратегии компании. Их значение вытекает из экономической теории, разработанной в 1970-е годы будущим лауреатом Нобелевской премии по экономике М. Фридманом.<sup>1</sup> По его мнению, в системе конкурентной рыночной экономики и частной собственности руководитель компании выступает в качестве агента, обслуживающего интересы собственников предприятия, которые сводятся к максимизации богатства в форме рыночной стоимости акционерного капитала компании (рыночной капитализации).

Публикация данной концепции фактически перевернула финансовую архитектуру компаний. До этого предприятия контролировали коммерческие банки и крупные акционеры, заинтересованные в их стабильности. Акционеры учитывали и совмещали интересы рынков труда, поставщиков, клиентов и т.д., зная, что рост капитализации создается в долгосрочной перспективе. В какой-то степени это была модель «партнерской стоимости».<sup>2</sup>

Акцент на финансовые критерии в деятельности предприятия (рыночная капитализация) приобрел доминирующее положение, рынки потребовали от предприятий ежегод-

<sup>1</sup> Friedman M., Schwartz A.J. A Monetary History of the United States, 1867-1960 [Paperback] 1971. - 888 p.

<sup>2</sup> Dechamps P.-M. Le capitalisme peut-il se racheter? // Problèmes économiques. – P., 2012. – N 3035. – P. 42–48.

ной общей доходности, превышающей предельную производительность капитала. Но превышение равновесного уровня доходности в 15% было возможно только за счет непрерывного внедрения инноваций.

Наиболее ярые сторонники теории рыночной акционерной стоимости первыми стали откращиваться от нее. Дж. Уэлч (J. Welch), бывший президент компании General Electric, который первым показал на практике «достоинства» этой теории и обогатился за счет бонусов и опционов своей компании, во время последнего кризиса назвал идею рыночной стоимости акционерного капитала «наиболее идиотской из возможных». Он объявил, что эта стоимость должна быть результатом деятельности предприятия, результатом внедрения инноваций. Примеру Дж. Уэлча последовали и другие руководители крупных предприятий, в частности Unilever и SAP.<sup>3</sup> Произошла смена приоритетов. Кризис высветил необходимость перехода от использования разнообразных инструментов финансовых операций, часто ведущих к образованию «мыльных пузырей», к необходимости использования реальных инновационных инструментов повышения результативности деятельности компаний – инноваций в научно-исследовательских работах, производстве и сбыте.

В этих условиях М. Портер, выступая на Давосском экономическом форуме, подверг резкой критике устаревшее и ограниченное, по его мнению, видение капитализма М. Фридмана. М. Портер отметил, что «акционерный террор» оставил за собой руины в виде ценовой конкуренции, сокращения реальных инноваций и замедления эндогенного роста, не создав очевидных конкурентных преимуществ. Свергнутого «идола», по его мнению, необходимо заменить только новой стратегией, основанной на устойчивом развитии и непрерывном внедрении инноваций.<sup>4</sup>

### УСКОРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Вклад инноваций и новых технологий в развитие экономики большинства развитых стран исключительно высок и постоянно возрастает. Инновации и новые технологии не только обеспечивают рост ВВП, но и его качественное, прогрессивное измерение. Важным направлением научно-технической политики должно стать и выравнивание региональных диспропорций, более последовательное и эффективное формирование локальных зон экономического роста, проведение ресурсно-инновационной стратегии, устраняющей сложившиеся структурно-технологические диспропорции на основе и при поддержке отечественной и мировой науки, международной кооперации.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Dechamps P.-M. Le capitalisme peut-il se racheter? // Problèmes économiques. – P., 2012, N 3035. P. 42–43.

<sup>4</sup> Ibid. 2012, N 3035, p.46.

<sup>5</sup> Быков А. Н. Инновационная политика в условиях глобализации. Актуальные проблемы развития мировой экономики: Сборник статей. М.: ГУУ. 2007, с. 32-50.



Отмечается значительное ускорение темпов инновационного процесса в настоящее время. Если в 1985 г. в каждой отрасли принципиально новый продукт появлялся в среднем через каждые 18 мес., то через 5 лет этот срок сократился до 6 мес. Сложившаяся тенденция затрагивает все области – промышленность среды обитания и досуга, торговлю, трудовую деятельность, продукцию и технологию. Произошло значительное сокращение продолжительности жизненных циклов бытовой электроники: здесь принципиально новое изделие появляется через каждые полгода. Одним из основных факторов развития инновационного процесса является конкуренция.

Традиционная теория международной экономики, созданная Шумпетером, пережила значительные изменения еще в 70-е годы в связи с обострением конкуренции. В частности, под влиянием усиления воздействия новейших изменений в теории мирового экономического роста и внутреннего технологического развития. Эти исследования были выполнены в виде разработки модели развития, созданной в 1991 г. Гроссманом и Хелпманом.<sup>6</sup> Они разработали концепцию, согласно которой при разработке фирменной стратегии необходимо учитывать использование имеющегося человеческого капитала и накопленного запаса знаний. Результатом проводимых фирмой исследований является изобретение (инновация) и производство промежуточных товаров (или разработка технологий), которые затем реализуются фирмам — производителям конечной продукции. Возможности создания новых изобретений подчиняются двум ограничениям. Во-первых, для проведения НИОКР необходимо определенное, ограниченное снизу, пороговое количество обученной рабочей силы, а во-вторых, рост выпуска новой продукции стимулирует вливание новых капиталов в отрасль, появление новых конкурентов и как результат – появление эффекта уменьшения отдачи от нововведений в результате дублирования усилий в сфере НИОКР по обходу опубликованных патентов на изобретения.

Как заявлял Й. Шумпетер, развитие капитализма само создает предпосылки для его разрушения, порождая так называемое «креативное разрушение», как двигатель изменений, происходящих в предпринимательской активности.<sup>7</sup>

Ограничения и запреты в ряде отраслей подавляют развитие инноваций и предпринимательской активности. Однако вместо того, чтобы бороться за экономическую свободу, многие деловые сообщества стремятся использовать правительство в своих собственных интересах, что способствует развитию коррупции, форми-

---

<sup>6</sup> Siebert H. A Schumpeterian model of growth in the world economy: Some notes on a new paradigm in international economics. *Weltwirtsch. Arch.* 1991. 127, N 4, P. 800-812; Gene M. Grossman & Elhanan Helpman. Trade, Knowledge Spillovers, and Growth, NBER Working Papers, National Bureau of Economic Research, Inc. 1991, № 3485; Grossman, Gene M. & Helpman, Elhanan, Trade, knowledge spillovers, and growth, *European Economic Review*, Elsevier, 1991. April. vol. 35(2-3), pages 517-526.

<sup>7</sup> Smith F.L. Countering the assault on capitalism // *Econ. affairs.* - Oxford, 2012. - Vol. 32, N 1. - P. 60-63.

рованию системы политического влияния на бизнес с целью преследования собственных интересов и подавлению конкуренции.<sup>8</sup>

### **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СООТНОШЕНИИ ПОЗИЦИЙ СТРАН НА МИРОВОМ РЫНКЕ**

Освоение инноваций играет ключевую роль в обеспечении темпов научно-технического прогресса, в укреплении позиций стран на мировом рынке. Согласно результатам исследования, проведенного Министерством внешней торговли и промышленности Японии по ряду ключевых промышленных отраслей в целях сравнительного анализа японских и американских компаний по уровню инновации процесса и продукта, 80% фирм США превосходили или соответствовали уровню японских фирм в области инновации продукта, а 80% японских фирм превосходили своих американских конкурентов в результативности инновационного процесса. Таким образом, японские фирмы имеют возможность поддерживать разрыв, обусловленный инновацией, через прямую (лицензии) или косвенную (ноу-хау) защиту более эффективно, чем иностранные партнеры, обеспечивая для себя конкурентные преимущества на продолжительный срок.<sup>9</sup> Для вывода американских и европейских компаний выдвигаются три варианта стратегий, основанных на повышении роли инноваций:

1. Разработка и реализация технологической стратегии, включающей:
  - совокупность мер, принимаемых фирмами в целях коммерциализации инноваций (новых радикальных решений) в области промышленных технологий;
  - формирование новых организационных структур, интегрирующих цели бизнеса и решение технических проблемы;
  - повышение эффективности управления технологией и технологические инновации;
  - разработка и реализация новых интерактивных процессов принятия решений, направленные на ускорение внедрения новых технологий;
  - формирование новых подходов к организации совместной деятельности предприятий.

2. Управление инновациями. Инновация рассматривается как основной фактор, обеспечивающий конкурентные преимущества компаний в рыночном соперничестве. В частности, для этого предлагается принять так называемую аналитическую модель затрат. Базируясь на эмпирически данных по новым инновационным фирмам, нетрудно выявить, что главными факторами успеха являются гибкость координации деятельности нескольких подразделений компании, занятых разработкой и освоением инноваций, снижение производственных затрат и др.

---

<sup>8</sup> Smith F.L. Countering the assault on capitalism // Econ. affairs. – Oxford, 2012. – Vol. 32, N 1. – P. 61.

<sup>9</sup> Management of technology and innovation . European Journal of Operation Researches 1990. 47, N 2, p. 139-261.



3. Разработка и управление реализацией производственной стратегии. Во многих фирмах разработана методология для установления соответствия корпоративной маркетинговой стратегии и производственной стратегии с использованием автоматизированных методов планирования. Такой подход основан на гипотезе Шумпетера о массовом характере инвестиций в технологические инновации.

При анализе рыночных позиций европейских фирм можно отметить, что, несмотря на то, что объемы их экспорта достаточно относительно высоки, многие из них не могут соперничать на равных с конкурентами. Для обеспечения устойчивых позиций на рынке необходим высокий уровень инновационности в сфере производства и сбыта, высокий уровень управления, обеспечивающий рост производства, владение современными методами международного маркетинга, умение продавать на территории других государств, так же, как и на своей. Анализ экспорта по категориям европейских компаний выявил новую тенденцию: усиление позиций на мировом рынке средних фирм наряду с крупными. Они более гибки, т. к. не связаны очень крупными инвестициями за рубежом, но в то же время их слабым местом является отсутствие разработки инновационных стратегий. Они реализуют рыночную политику, образно называемую «схватил и беги». К недостаткам их работы за рубежом относятся: длительные сроки поставки, сравнительно некачественная упаковка, неадекватные каналы распространения продукции, недостаточно высокое послепродажное обслуживание, неэффективная реклама и т. п. Поэтому многие средние европейские фирмы не выдерживают конкуренции. Однако эти показатели меняются с годами. Так, сравнительный анализ инвестиций иностранных компаний, например, в итальянскую экономику и итальянских – за рубеж выявил соотношение 1,8 к 1 в пользу итальянцев, что говорит о значительном прогрессе в повышении конкурентоспособности компаний, так как в начале 80-х годов соотношение было 1 к 3 в пользу США и других стран. Сдвиги в экономике произошли благодаря изменению направленности стратегии от «ориентации на экспорт» к «экспансии на мировой рынок». Традиционными нишами рынка многих европейских фирм ранее были текстиль и производство продовольственных товаров, но в последнее время эти компании стали занимать и ниши инновационных товаров, особенно средние фирмы с численностью персонала от 200 до 500 чел. Мелкие фирмы с численностью до 200 чел. почти не участвуют в международном бизнесе, их оборот экспорта составляет 2% от общего оборота. Анализ структуры экспорта выявил, что традиционный сектор преобладает в торговле с европейскими странами, а технологический – в торговле с арабскими странами. Такая «географическая специализация» должна насторожить руководителей европейских фирм, им необходимо принять меры по повышению конкурентоспособности.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Подробнее см. International by necessity. TM International. 1990. 20, N 3, p. 38-47.

Традиционный аргумент, что мировая торговля выгодна, так как сокращает затраты на поиск товара, дополняется аргументом о создании рынка такого размера, при котором сокращение затрат обусловлено масштабными экономикой и на котором конкуренция еще больше усиливается. Соревнование высокотехнологичных производств принимает форму конкуренции в сфере НИОКР. По сравнению со стратегической торговой политикой, создание условий, содействующих изобретательству и инновации, является более эффективным политическим решением проблемы завоевания преимущества в мировом экономическом соревновании. Создание таких условий может быть достигнуто путем стимулирования фундаментальных исследований и изменения системы образования, включая профессиональную подготовку рабочих и служащих.

Важным решением является также временный патент, гарантирующий монопольное положение на рынке. Открытость рынков может быть обеспечена через ограничение срока действия такого патента, по истечении которого информация становится общедоступна. Позднее эта теория была доработана в трудах американского экономиста Дж. Кортрайта.<sup>11</sup>

### **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ**

На современном этапе развития можно смело говорить, что деятельность практически любой компании тесно связана с понятием инновационной активности. Инновационная активность фирмы – это комплексная характеристика ее инновационной деятельности, включающая степень интенсивности осуществляемых действий и их своевременность, способность мобилизовать потенциал необходимого количества и качества, способность обеспечить обоснованность применяемых методов, рациональность технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций. При этом особую проблему представляет собой измерение инновационной активности. Воспользуемся предложенным российским профессором В. П. Баранчевым «ромбом оценки уровня инновационной активности». Данный подход предполагает интегральную оценку по четырем комплексным факторам: «компетентность в создании интеллектуальной собственности», «технологическая оснащенность», «общение», «восприимчивость».<sup>12</sup> Компания, желающая быть прибыльной и лидером на рынке, должна ставить инновационную активность и инновационный маркетинг в основу своих конкурентных преимуществ. Выявляя направления, по которым многофакторная оценка инновацион-

---

<sup>11</sup> Cortright Joseph New Growth Theory, Technology and Learning: A Practitioner's Guide. US Economic Development Administration. Reviews of Economic Development Literature and Practice: No. 4 Impresa Inc. 2001. - 40p.; Глумсков В. Государево дело // <http://expert.ru/north-west/2012/34/gosudarevo-delo/>

<sup>12</sup> См. подробнее Баранчев, В. П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями : учебник для бакалавров / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2012. — 711 с.



ной активности максимальна, компания применяет соответствующие принципы горизонтального маркетинга, в основе которого лежит латеральное мышление. В качестве объекта приложения вышеизложенных идей выбран нетривиальный, развивающийся рынок – книжная торговля. Предложена модель, необходимость которой для российских компаний вызвана обостряющейся рыночной ситуацией. Рассматривая как единый блок инновационную активность (включая «ромб ее оценки») и латеральный маркетинг (с набором принципов и методов действия), можно говорить о важнейшем стратегическом активе компании – основе ее конкурентоспособного существования и развития.

Разумеется, эта модель должна быть защищена от влияния внешней среды (в первую очередь, конкурентов). Для этого необходимым является построение бизнес-модели, которая способна обеспечить выполнение всех стратегических операций – от поиска бизнес-идей до инновационного развития организации, гарантируя стратегическую защиту зоны прибыли компании.<sup>13</sup>

По общему мнению специалистов, чтобы добиться победы на рынках сбыта, необходимо внедрять нововведения. Основой стратегии должны быть наступательные действия. Нововведения становятся главным оружием в конкурентной борьбе, охватившей все области действия. Прекращение инновационной деятельности очень быстро может обернуться утратой позиций.

Фирмы, действующие здесь слишком медленно (или чрезмерно активно), увеличивают риск потери доли на рынке сбыта на 25-40%. Особенно мировую конкуренцию обостряют японские предприятия, а также фирмы новых индустриальных стран – Южной Кореи, Тайваня, Сянган (Гонконга), Сингапура. Примером успешной инновационной деятельности может служить опыт японской фирмы Toyota, которая решила выйти на рынок автомобилей высокого класса и создать машину типа «Мерседес», причем лучше ее и дешевле. Работы были начаты в 1987 г. В 1990 г. вновь созданный автомобиль Lexus были представленным в США и добился огромного коммерческого успеха, за 6 мес. оттеснив «Мерседес» с первого места на рынке высокочеловеческих машин.<sup>14</sup>

Фирме потребовалось 3 года, чтобы разработать модель, опробовать на рынке ее опытные образцы, развернуть первые элементы сборочной линии, продолжить рыночное тестирование машин первых серий продукции, установить роботизированную производственную линию, насытить сеть сбыта и завоевать интерес покупателей, что является небывалым рекордом. Параллельно фирма внесла многочисленные усовершенствования в производственный процесс, подготовила основу для различных нововведений. В целом японцам удалось сформировать климат,

---

<sup>13</sup> Клейменов Д. О. Инновационная активность на рынке интеллектуальных услуг. 4 Межвузовская научно-практическая конференция молодых ученых по актуальным вопросам менеджмента и бизнеса, Москва, 23 нояб., 2004: Тезисы докладов аспирантов, студентов и преподавателей. Т. 2. М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса. 2005. 350-354 с.

<sup>14</sup> Innover ou disparaître. Sci. et avenir. 1991, Hors ser., p. 12-15.

благоприятный для инновационной деятельности благодаря активной позиции руководителей предприятий и некоторых гос. организаций, Министерства внешней торговли и промышленности, а также определенная культура предпринимательства. Удалось создать такой климат и в других странах, хотя средства и методы были использованы иные.

Во многих отраслях внедрение и освоение инноваций имеет важное значение для формирования позиций компаний в рыночном соперничестве. Исключительную роль этот процесс имеет в производстве и сбыте фармацевтических товаров. Хотя лекарства остаются основным средством решения проблем здоровья и лечения болезней, требования к разработке новых лекарств и к их характеристикам ужесточаются (в перспективе предполагается создание лекарств для лечения любой патологии и конкретного пациента). В то же время неудовлетворенные или недостаточно удовлетворенные потребности медицины весьма значительны, особенно в отношении лечения болезни Альцгеймера, аутоиммунных и инфекционных заболеваний. Потребность в новых лекарствах стимулирует разработку инновационных технологий, которые фармацевтические предприятия стремятся трансформировать в конкретные результаты для пациентов. Но для этого им необходимо пересмотреть методы исследований и повысить качество взаимодействия представителей различных научных дисциплин, занятых в фармацевтической промышленности. В настоящее время инновации касаются не только исследований и поиска «массовых» лекарств, называемых блокбастерами, но и создания лекарств направленного и специфического действия.<sup>15</sup>

Ошибочность сведения мотивации хозяйствующих субъектов к максимизации прибыли и других постулатов неоклассической теории, подвергли сомнению рациональность поведения хозяйствующих субъектов на рынке, возможность достижения экономического равновесия в результате принимаемых ими решений. В этой теории не нашли отражения многие свойства экономической реальности, в частности, принципиальная неопределенность множества производственных возможностей, экономическая эффективность новых технологий, различия в способности к усвоению нововведений и использованию рыночной информации. Наиболее крупными аномальными для неоклассической парадигмы фактами стали, по мнению автора, переход к экономике знаний и превращение научно-технический прогресс в главный фактор экономического роста. По разным оценкам, в настоящее время на долю влияния научно-технического прогресса приходится от 70 до 95% прироста ВВП развитых стран.<sup>16</sup>

Ключевую роль в формировании научно-технического потенциала играют интеллектуальный потенциал общества, институты поддержания инновационной ак-

---

<sup>15</sup> Подробнее см. Lajoux Kr. *L'économie du médicament dans le monde // Problèmes économiques* – P., 2012. – N 3039. – P. 59–63.

<sup>16</sup> Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». – М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011. – с.185.



тивности, государственная научно-техническая и инновационная политика. Под влиянием научно-технической и информационной революций возникла принципиально другая экономика, в создании которой решающую роль стали играть не материальные факторы, а знания, информация, инновационный тип мышления и поведения творческого человека. Для накопления интеллектуального потенциала важно наличие институтов, обеспечивающих материализацию знаний в новых технологиях, а также социально-экономической среды, благоприятствующей инновационной активности.

Свойства инновационной экономики, основанной на знаниях и использовании достижений научно-технического прогресса в качестве ведущего фактора экономического роста, отличают ее от традиционных представлений неоклассической парадигмы. С этим важнейшим итогом постиндустриальной революции связано и коренное изменение регулирующей роли государства, «обретение им нового качества – информационно-аналитического, прогнозирующе-стратегического, а потому социального и демократического».<sup>17</sup> Оно открывает содержание и подчеркивает значение активной научно-технической, институциональной, финансовой, информационной и структурной политики государства. Научно-техническая политика включает выбор приоритетов, разработку и реализацию целевых программ по их достижению. Институциональная политика заключается в создании необходимых правовых, организационных и ценностных структур, поддерживающих инновационную активность и обеспечивающих благоприятную среду для широкомасштабных нововведений.

Для обеспечения разработок и освоения инноваций в рамках компаний важное значение имеет совершенствование информационного обеспечения предприятий, в частности надежная защита интеллектуальной собственности в области новых электронных информационных средств, разработка законодательных норм в этой области. Основными тенденциями в развитии информационного обеспечения являются: глобализация и одновременное широкое использование распределенных средств и открытых информационных систем, применение мультимедиа. Успешная разработка инноваций требует отработки упорядоченных структур организации разработок и широкого использования творческих возможностей кадров, а также борьба с устаревшими научными догмами.

Доказано, что для реализации стратегии разработки инноваций важен учет всех факторов на основе кибернетического коммуникационного подхода.<sup>18</sup> В этой об-

---

<sup>17</sup> Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». – М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011. – с. 453.

<sup>18</sup> Meier B. Strukturwandel und Innovationsbedarf. Beitr. Wirt.- und Sozialpolit./ Inst. dtsh. Wirt. Koln. 1995, N 221, P. 1-48.

ласти серьезные результаты были достигнуты в Германии специалистами под руководством М. Бангеманна.<sup>19</sup>

Рыночная конкуренция компаний, занятых производством высокотехнологичных изделий, принимает форму конкуренции в сфере НИОКР. По сравнению со стратегической торговой политикой, создание условий, содействующих изобретательству и инновации, является более эффективным политическим решением проблемы завоевания преимущества в мировом экономическом соревновании. Создание таких условий может быть достигнуто путем стимулирования фундаментальных исследований и изменения системы образования, включая профессиональную подготовку. Важным решением является также временный патент, гарантирующий монопольное положение на рынке на определенный, относительно короткий период времени. Открытость рынков может быть обеспечена через ограничение срока действия такого патента, по истечении которого информация становится общедоступна.

### **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСПЕШНОСТИ МЕЖФИРМЕННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Высокая роль принадлежит инновациям при оценке поведения компаний на рынке. Конкуренты, покупатели и поставщики заключают между собой союзы, их поведение из враждебного становится партнерским. Однако, заключая стратегические союзы, компании должны все время четко представлять конечную цель и быть готовыми к эволюции. Исследование 49 союзов в США, Европе и Азии выявило, что только незначительное их число преуспевает. Как показывает практика, союзы между слабым и сильным партнером никогда не бывают успешными, поэтому очень важно оценить свои силы и партнера, прежде, чем заключать союз. Дело не только в том, что сильный подавляет слабого, но и слабый не принесет добавленную стоимость к разочарованию сильной компании. Примером удачного союза считается выпуск охлажденного чая компаниями Pepsico и Lipton.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Бангеманн, М. – немецкий политик. В период с 1995 по 1999 гг. был Комиссаром по делам промышленности, информационных и телекоммуникационных технологий Европейской Комиссии. В 1994 г. экспертной группой высокого уровня по информационному обществу под руководством М. Бангеманна был подготовлен ставший историческим документ – доклад «Европа и глобальное информационное общество», известный как Доклад Бангеманна. В нем содержалась ключевая фраза: «Информационное общество – это средство, с помощью которого Европейский Союз может достичь столь многих своих целей. Нам нужно как следует воспользоваться этим средством, причем воспользоваться без промедления». Именем М. Бангеманна был назван первый конкурс лучших проектов в сфере использования ИКТ для развития – «Вызов Бангеманна» (Bangemann Challenge), позднее преобразованный в «Стокгольмский вызов» (Stockholm Challenge) // <http://wiki.iis.ru/wiki/>

<sup>20</sup> Parkinson S. Integrated marketing value. Manag. Update. 1995. 6, N 4, p. 13-22.



Часто предлагается и другая форма межфирменного сотрудничества – партнерские союзы между поставщиками и представителями розничной торговли, эти союзы выгодны обеим сторонам, создавая условия для инноваций и снижения затрат. На примере автомобильной промышленности рассматриваются вертикальные партнерские отношения между поставщиками и заводами-изготовителями. С изменением внешних условий изменяется роль управляющего маркетингом, раньше он управлял программами, а в будущем ему придется управлять отношениями между участниками рынка.

#### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В РОССИИ**

Изучение и учет опыта промышленно развитых стран в формировании инновационной среды и стимулирования инновационной активности может послужить подспорьем при выработке программ инновационного развития России и формировании оптимального варианта инновационной стратегии страны. Особого внимания, на наш взгляд, заслуживают такие аспекты опыта развитых стран по стимулированию инновационного процесса, как: а) концентрация ресурсов и средств на приоритетных инновационных проектах конкурентоспособных технологий в избранных отраслях; б) формирование кластера инновационных технологий (взаимосвязанных и взаимозависимых предприятий, производств, технологий), обеспечивающих формирование конкурентоспособных наукоемких отраслей. Эти два направления, апробированные в промышленной политике многих развитых государств, имеют принципиальное значение для России, перед которой стоят задачи модернизации хозяйства и его более эффективного включения в мировую экономику. Такие структурные приоритеты отвечают устойчивым долговременным тенденциям в международном разделении труда и международной торговле, в мировой науке и технологическом прогрессе.<sup>21</sup>

В системе государственного регулирования экономики ведущее значение придается подсистеме развития, что связано с ключевой ролью научно-технического прогресса в обеспечении современного экономического роста. Политика развития включает: определение приоритетов долгосрочного социального и технико-экономического развития, сохранение и развитие научно-производственного потенциала страны, формирование на этой основе промышленной, научно-технической и финансовой политики. Система стратегического планирования должна определять содержание бюджетной, внешнеторговой, промышленной и других составляющих экономической политики государства, которые необходимо увязывать посредством прогнозирования, программирования и индикативного планирования развития экономики страны.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Клавдиенко В. Стимулирование инновационной активности: мировые тенденции и Россия. Общество и экономика. 2006, N 7-8, с. 130-147.

<sup>22</sup> Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». – М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011. – с. 510.

Для нормального воспроизводства научного и интеллектуально-образовательного потенциала России необходимо утроение расходов на эти цели. Затраты на НИОКР должны быть доведены в ближайшие годы как минимум до 2%, а в перспективе до 4–5% ВВП. Только в этом случае Россия сможет вернуться в число научных сверхдержав.<sup>23</sup>

### БИБЛИОГРАФИЯ:

Баранчев В. П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями : учебник для бакалавров / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2012. — 711 с. (Barancheev V. P., Maslennikova N.P., Mishin V.M. Upravlenie innovacijami : uchebnik dlja bakalavrov / V. P. Barancheev, N. P. Maslennikova, V. M. Mishin. — 2-e izd., pererab. i dop. — M. : Izdatel'stvo Jurajt; ID Jurajt, 2012. — 711 s.)

Быков А. Н. Инновационная политика в условиях глобализации. // Актуальные проблемы развития мировой экономики: Сборник статей. М.: ГУУ. 2007, с. 32-50. (Bykov A. N. Innovacionnaja politika v uslovijah globalizacii. // Aktual'nye problemy razvitija mirovoj jekonomiki: Sbornik statej. M.: GUU. 2007, s. 32-50.)

Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». — М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011. — 575 с. (Glaz'ev S.Ju. Uroki ocherednoj rossijskoj revoljucii: krah liberal'noj utopii i shans na «jekonomicheskoe chudo». — M.: Izd. dom «Jekonomicheskaja gazeta», 2011. — 575 s.)

Клавдиенко В. Стимулирование инновационной активности: мировые тенденции и Россия// Общество и экономика.. 2006, N 7-8, с. 130-147. Рус. (Klavdienko V. Stimulirovanie innovacionnoj aktivnosti: mirovye tendencii i Rossija// Obshhestvo i jekonomika.. 2006, N 7-8, s. 130-147. Rus.)

Клейменов Д. О. Инновационная активность на рынке интеллектуальных услуг// 4 Межвузовская научно-практическая конференция молодых ученых по актуальным вопросам менеджмента и бизнеса, Москва, 23 нояб., 2004: Тезисы докладов аспирантов, студентов и преподавателей. Т. 2. М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса. 2005, с. 350-354. (Klejmenov D. O. Innovacionnaja aktivnost' na rynke intellektual'nyh uslug// 4 Mezhvuzovskaja nauchno-prakticheskaja konferencija molodyh uchenyh po aktual'nyh voprosam menedzhmenta i biznesa, Moskva, 23 nojab., 2004: Tezisy dokladov aspirantov, studentov i prepodavatelej. T. 2. M.: Izd-vo Nac. in-ta biznesa. 2005, s. 350-354.)

Паукова Д. В. Анализ инновационной активности российских участников внешнеэкономической деятельности. Экономика и финансы. 2006, N 2, с. 36-42. (Paukova D. V. Analiz innovacionnoj aktivnosti rossijskih uchastnikov vshnejeekonomicheskoi dejatel'nosti. Jekonomika i finansy. 2006, N 2, s. 36-42.)

Трушин А. В. Мировой опыт реализации инновационных стратегий и пути его адаптации в РФ: Автореф. дис. на соиск. уч. степ.. канд. экон. наук. Рос. экон. акад. М.: Рос-

---

<sup>23</sup> Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». — М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011. — с. 452, 514.



сийская экономическая академия им. Г. В. Плеханова, 2007, 24 с. (Trushin A. V. Mirovoj opyt realizacii innovacionnyh strategij i puti ego adaptacii v RF: Avtoref. dis. na soisk. uch. step.. kand. jekon. nauk. Ros. jekon. akad. M.: Rossijskaja jekonomicheskaja akademija im. G. V. Plehanova, 2007, 24 s.)

Учебник для бакалавров / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2012. — 711 с. — Серия : Бакалавр. (Uchebnik dlja bakalavrov / V. P. Barancheev, N. P. Maslennikova, V. M. Mishin. — 2-e izd., pererab. i dop. — M. : Izdatel'stvo Jurajt ; ID Jurajt, 2012. — 711 s. — Serija : Bakalavr.)

Aglietta M. Les trois piliers de la valeur partenariale // Problèmes économiques. — P., 2012. — N 3035. — P. 43.

Gomes P.-Y. Ecologie et social peuvent changer le rapport de forces // Problèmes économiques. — P., 2012. — N 3035. — P. 44.

Dechamps P.-M. Le capitalisme peut-il se racheter? // Problèmes économiques. — P., 2012. — N 3035. — P. 42–48.

Schumpeter J. Capitalism, socialism and democracy. - N.Y., 1942. - 381 p. (Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия / Пер. с англ. - М.: Экономика, 1995. - 540 с.)

Lajoux Kr. L'économie du médicament dans le monde // Problèmes économiques — P., 2012. — N 3039. — P. 59–63.

Siebert H. A Schumpeterian model of growth in the world economy: Some notes on a new paradigm in international economics. *Weltwirtsch. Arch.*. 1991. 127, N 4, P. 800-812

Smith F.L. Countering the assault on capitalism // *Econ. affairs.* - Oxford, 2012. - Vol. 32, N 1. - P. 60-63.

Innovate or disappear. *Science et avenir.* 1991, Hors serie, P. 12-15.

Grossman, Gene M. & Helpman, Elhanan. Trade, knowledge spillovers, and growth. *European Economic Review*, Elsevier, 1991. April. vol. 35(2-3), P. 517-526.

