

УДК:[338:001.895]

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ НИЗКОЙ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ю.С. Пронузо

Отмечено, что, несмотря на четкое понимание необходимости инновационного развития национальной экономики, инновационная активность в республике остается по-прежнему достаточно низкой. Причиной этого выступает непонимание организациями самого понятия «инновация», «инновационная деятельность». Что они включают? Где граница между инновациями и «мнимыми инновациями»? В статье рассмотрены некоторые подходы к решению данного вопроса.

В Республике Беларусь проблеме инновационного развития уделяется большое внимание и за последние годы появилось множество публикаций на эту тему. Положительным моментом выступает то, что есть широкое признание государственной властью важности инноваций для будущего роста и конкурентоспособности национальной экономики.

С одной стороны, предпринимаются конкретные меры по активизации инновационной деятельности – разработаны законодательные основы, созданы субъекты инфраструктуры, разрабатываются и реализуются государственные программы и т. д. Мы по-прежнему убеждаем себя, что обладаем большим потенциалом в научно-исследовательской деятельности, имеем все условия для создания и внедрения инноваций. А на деле – должной отдачи нет. По данным за 2010 г., в промышленности всего 324 организации были признаны инновационно-активными (или 15,4 % всех организаций промышленности) [1]. А вопрос о том, насколько эти организации являются инновационными и можно ли их количество сопоставить с аналогичным показателем, применяемым в международной практике, остается открытым.

Впервые **в** экономику термин «инновация» был **введен** Й. Шумпетером в

работе «Теория экономического развития». Анализируя развитие предпринимательства и роль предпринимателя как **новатора**, он указал: «Задача предпринимателей – реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, **а в более** общем смысле – через использование новых технологий для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом...» [2].

Теория Й. Шумпетера лежит в основе сотен работ исследователей, занимающихся данной проблематикой, которые дают свою трактовку инноваций. Анализ многочисленных подходов к определению инноваций позволяет сделать следующий вывод: инновации – это не любые нововведения, а лишь те, которые при использовании в производственной (коммерческой) деятельности обеспечивают существенный социально-экономический эффект за счет новых потребительских качеств продукции или резкого роста производительности труда в производстве, либо благодаря тому и другому вместе.

Для стран Европейского союза был создан международный документ «Руководство Осло», где даны унифицированные трактовки терминов, связанных с инновационной деятельностью вообще и с понятием «инновация» в частности. В соответствии с данным документом «инновация – 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» [3].

Минимальным признаком инновации является требование, чтобы продукт, процесс, метод маркетинга или организации был новым (или значительно улучшенным) для практики данной организации. Это включает в категорию инноваций продукты, процессы и методы, которые организации создали первыми и (или) заимствованные от других организаций. Общим признаком инновации является то, что она должна быть внедрена.

Определение инноваций законодательно закреплено и в национальном законодательстве в Законе «Об основах государственной научно-технической политики». Согласно данному нормативному документу, «инновации (нововведения) – создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды товарной продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок [4]. Однако одного этого определения недостаточно, чтобы понять, что включают в себя деятельность, связанная с инновациями.

Производственные организации в Республике Беларусь должны предоставлять форму государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации». Раздел III данной формы содержит информацию об отгруженной инновационной продукции. Здесь, в частности, можно отметить, что указания по заполнению этого раздела относят к инновационной продукции «новую продукцию (работы, услуги) или продукцию (работы, услуги), которая в течение последних трех лет подвергалась

значительной степени технологическим изменениям». Причем, «новая продукция (работы, услуги) – это продукция (работы, услуги), не имеющая аналогов на территории Республики Беларусь или за ее пределами», а продукция (работы, услуги), которая в течение последних трех лет подвергалась значительной степени технологическим изменениям – это продукция (работы, услуги), уже существующая на территории Республики Беларусь, но получившая новое обозначение или определение (наименование), **в связи со значительной степенью усовершенствования или модификацией ее свойств, параметров, признаков или характеристик, а также измененной областью применения, новым или в значительной степени отличающимся, в сравнении с ранее выпускавшейся продукцией (работами, услугами), составом применяемых материалов или компонентов» [5].**

Что касается новой продукции, то здесь все ясно. Однако, по нашему мнению, на территории республики не так много промышленных организаций, производящих продукцию, не имеющую аналогов в мире (даже исходя из степени инновационной активности промышленных организаций). Что же касается «новой продукции», то не совсем ясно, что относится к «значительной степени усовершенствованиям и модификации», или продукция «получившая новое наименование». Каковы критерия отнесения продукции к инновационной? Какова должна быть степень усовершенствований, чтобы продукцию можно было отнести к этой категории?

Все это дает возможность промышленным организациям отчитываться по доведенным показателям и приравнивать к инновационной продукции все, что можно, а только не инновационную продукцию (в мировом понимании). И это следствие того, что нет четкого определения, когда продукцию

можно считать инновационной, а когда нет. Это в свою очередь влияет на общий показатель инновационной продукции в республике, который реально нельзя сопоставить с аналогичным мировым показателем.

Белорусская система статистики инноваций достаточно сильно отличается от международной методики. В Республике Беларусь рассчитываются лишь отдельные частные показатели по инновациям (доля инновационных организаций, доля инновационной продукции, затраты на инновации и др.). Показатели инноваций в стране характеризуют в основном затраты и крайне слабо отражают результаты инновационной деятельности. Они не дают представления о том, насколько современны и значительны инновации, имеют ли они целевую направленность, какова их глубина, масштаб и долговременность действия. На основании анализа упомянутых статистических показателей нельзя делать заключение о недостаточности финансирования научных исследований. Целесообразно их соизмерение с достигнутым или потенциальным экономическим эффектом, как это делается во всем мире. Не отвечает требованиям экономических расчетов суммирование текущих и единовременных (капитальных) затрат на науку, практикуемое нашей статистикой. Ни в одной отрасли это не делается, то есть не складывается себестоимость (затраты) на производство товаров и капитальные вложения.

Отсутствие статистических данных по многим важным показателям, характеризующим инновационную деятельность в национальной экономике, свидетельствует не только о несоответствии методик учета данных, но и в большей степени о недостаточном развитии этих процессов или их отсутствии.

Отметим также, что в соответствии с указаниями по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-нт, инновации можно дифференцировать

на технологические (продуктовые и процессные), организационные и маркетинговые инновации.

Технологические инновации подразделяются на продуктовые и процессные. Продуктовая инновация предполагает внедрение продукции или услуги, являющиеся новыми или значительно улучшенными по части их свойств или способов использования. Процессная инновация заключается во внедрении нового или значительно улучшенного способа производства (оказания услуги). Организационной инновацией является внедрение нового организационного метода в деловой практике организации (не использовавшегося ею), в формировании рабочих мест и внешних связей. Маркетинговой инновацией является внедрение нового метода маркетинга (который не использовался в данной организации ранее), включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, продвижении его на рынок, в использовании новых стратегий ценообразования [5].

Важно отметить, что данная классификация инноваций приведена в национальном законодательстве только в указаниях по заполнению формы государственной статистической отчетности. То есть по своей роли она предназначена для того, чтобы организация «по факту» своей деятельности имела возможность разграничить реализованные ей инновации (если таковые были).

А теперь посмотрим с другой стороны. Предположим, производственная организация имеет возможность и желание реализовывать инновации, но не знает, по какому пути пойти. Она еще не думает по ним отчитываться (в указаниях есть хотя бы направления – продуктовые, процессные и т. д.), а хочет узнать – с чего начать? И тут действительно возникает проблема. *В национальном законодательстве нет четкого*

«руководства к действию» по инновациям. А стержень данного «руководства» должен содержать детальную классификацию инноваций и направления деятельности организации, которые необходимо задействовать, чтобы получить осязаемый конкретный результат в виде желаемой инновации.

Организация должна знать, какие именно виды деятельности она может развивать (над чем работать) и какие, в конечном итоге, она может получить инновации (цель деятельности). Конкретные виды инновационной деятельности, реализуемые организацией, могут включать:

1. Исследования и разработки – фундаментальные и прикладные исследования, направленные непосредственно на конкретные изобретения или модификацию уже существующих технических приемов.

2. Деятельность в области продуктовых и процессных инноваций:

- приобретение технологий и ноу-хау из внешних источников;
- приобретение машин и оборудования, компьютерного программного обеспечения;
- замена исходных материалов материалами с улучшенными характеристиками (например, воздухопроницаемые ткани, легкие, но прочные композиты, экологически безопасные пластмассы и т. п.);
- производство продукции со значительно сниженным энергопотреблением;
- существенные изменения в продукции для достижения соответствия стандартам защиты окружающей среды и др.

3. Деятельность в области маркетинговых инноваций, которая охватывает любой вид маркетинга (дизайн и упаковка продукции, ее размещение, назначение цены, продвижение), ранее не использовавшихся организацией.

4. Деятельность в области организационных инноваций:

- новая организация деловой практики (новая база данных);
- организации рабочих мест;
- первое внедрение стандартов контроля качества для поставщиков;
- первое использование «аутсорсинга» в исследованиях или производстве;
- первое вступление в научно-техническое сотрудничество с университетами или другими исследовательскими организациями и др.

Безусловно, виды инновационной деятельности могут быть классифицированы с позиции типов инноваций (как это было рассмотрено выше), или же по другому критерию. Например, по объекту, на который воздействуют с целью получения инновации, можно выделить: научные исследования и разработки; систему менеджмента; кадровое обеспечение; используемое оборудование и технологии; готовую продукцию; сырье и материалы; экономичность и энергоэффективность и т. д.

Важно понять, почему организации занимаются инновациями. Неоспоримой причиной здесь является стремление повысить эффективность – за счет, скажем, увеличения спроса или снижения затрат. Новый продукт или процесс может стать для инноватора источником конкурентного преимущества. Таким образом, а priori, каждая организация должна иметь желание реализовывать инновации с целью удержания своих позиций и дальнейшего развития. А задача государства должна заключаться в правильном разъяснении, каким образом можно реализовать эти, так необходимые нам сегодня, инновации.

Таким образом, по-нашему мнению, на сегодняшний день *весьма важно донести содержание инновационной деятельности до каждой организации*, а сделать это можно лишь систематизировав конкретные виды работ и желаемый результат от них (инновации). Данная работа предполагает *разработку четкой классификации видов инновационной деятельности и закрепление ее в*

нормативном документе, например, в виде рекомендаций субъектам хозяйствования, осуществляющим инновационную деятельность. И сделать это необходимо

не для того, чтобы упростить процедуру заполнения статистической отчетности, а с целью вступления организации на «тернистый» инновационный путь.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] www.belstat.gov.by.
2. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер. – М. : Эксмо, 2008. – 864 с.
3. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям (Guidelines for collecting and interpreting innovation data – Oslo Manual). – 3-е изд. – М.: ОЭСР, 2006. (Совместная публикация ОЭСР и Евростата.)
4. Об основах государственной научно-технической политики : Закон Респ. Беларусь от 19 янв. 1993 г. № 2105-ХП / Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 110, 2/1667.
5. Указания по заполнению формы государственной статистической отчетности 1-нт (инновация) «Отчет об инновационной деятельности организации»: Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь 20.12.2010 № 270.

Despite accurate understanding of necessity of innovative development of national economy, innovative activity in republic remains still enough low. As the reason of it misunderstanding by the organizations of the concept "innovation", «innovative activity», frequently, acts. What do they include? Where is the border between innovations and «imaginary innovations»? In given article some approaches to the decision of this question are considered.

Поступила в редакцию 22.04.201