

11. Принципы корпоративного управления ОЭСР [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://oecd.ru/oecd\\_rf.html](http://oecd.ru/oecd_rf.html)
12. Российский институт директоров РИД [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://rid.ru/rid/o-rid>
13. Александрова А.В. Взаимодействие международных и национальных институтов в вопросах реализации концепции устойчивого развития // Труды Вольного экономического общества России, т. 137, Москва, 2010.
14. Клейнер Г.Б. Развитие теории экономических систем и ее применение в корпоративном и стратегическом управлении. Препринт # WP/2010/269/ М.: ЦЭМИ РАН, 2010.
15. Александрова А.В. Модель стратифицированного представления системы корпоративного управления устойчивым развитием организации // Труды Вольного экономического общества России, 2012, том 166.
16. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. СПб.: Питер, 2007.
17. Александрова А.В. Формирование стратегически ориентированной системы управления интегрированными корпоративными структурами (на примере машиностроительного комплекса) // Проблемы современной экономики. № 2 (38), 2011.

### **Оценка конкурентоспособности инноваций – исходный элемент для осуществления инновационной стратегии**

к.э.н. Бурлаков В.В.  
Университет машиностроения  
8 (926) 810-82-70, [bur@mail.ru](mailto:bur@mail.ru)

*Аннотация.* Успешная инновационная стратегия предприятия во многом зависит от эффективности и конкурентоспособности как отдельных инноваций, так инновационным процессом в целом. Для осуществления успешных инновационных проектов должна быть произведена точная и своевременная оценка конкурентоспособности инноваций. Для учета динамичности конкурентоспособности инноваций следует использовать дополнительные показатели

*Ключевые слова:* инновационная стратегия, инновации, конкурентоспособность инноваций, показатели конкурентоспособности инноваций

На сегодняшний день приходится констатировать, что характер развития национальной экономики не меняется. Как и прежде, состояние отечественной экономики находится в тесной зависимости от конъюнктуры мировых сырьевых рынков, инновационная активность крайне слаба, признаков повышения уровня технологичности реального сектора не наблюдается, поэтому следует говорить о том, что большинство отраслей и предприятий по-прежнему находятся в состоянии кризиса, а это значит, что в результате окончания фазы сырьевого цикла наша страна столкнется с экономической коррекцией, а по мере истощения природных запасов – возможен глубокий структурный кризис.

В связи с этим в данных условиях необходимо пересматривать политику дальнейшего развития. В настоящее время в первую очередь следует использовать достижения научно-технического развития, направленные на улучшение использования основного и оборотного капитала, живого труда и повышение эффективности производства. В рамках приоритетного направления развития экономики необходимо максимально стимулировать появление новой, опережающей мировой уровень продукции высокого качества, способствовать эффективному ее использованию.

Для успешного конкурентоспособного развития необходимы стратегические планы, ориентированные, прежде всего, на инновации. Только инновационная стратегия способна обеспечить эффективность и динамичность процесса воспроизводства, а также его конкурен-

тоспособность. На наш взгляд, инновация – это продукт реализации научной идеи, который обладает латентностью, создан с целью решения технических, экономических, социальных и других задач, а также позволяет обеспечить конкурентоспособность товара, который создан на его основе или с его использованием.

Стратегический аспект инновационной деятельности должен быть направлен прежде всего на запросы потребителя. Таким образом, решение инновационных задач внутри предприятия в определенной степени имеет подчиненный характер. Поэтому важной частью стратегии любого предприятия является ее инновационная составляющая, определяющая направленность и содержание нововведений, их адекватность потребностям и изменениям внешней среды, а в конечном итоге интересам потребителя [4].

Стратегическое управление инновациями позволяет решать вопросы планирования и реализации инновационных проектов, рассчитанных на количественный и качественный рост в развитии предприятия. В широком смысле стратегическое управление предприятием связано с поиском и реализацией крупномасштабных решений, которые обеспечивают его выживание и конкурентоспособность за счет выявления будущих факторов успеха. Инновационная стратегия предприятия предполагает внедрение новых материалов, технологий, видов продукции, организации и т.д.

Успешная инновационная стратегия предприятия зависит, прежде всего, от эффективности и конкурентоспособности как отдельных инноваций, так инновационных проектов в целом.

Инновации, по нашему мнению, можно разделить на конкурентоспособные и неконкурентоспособные. Под неконкурентоспособной инновацией мы понимаем нововведение, реализация которого принесет предприятию экономические потери. Конкурентоспособное нововведение – это создание и внедрение инновации, практическое использование которой будет охарактеризовано более высокой степенью удовлетворения тех или иных потребностей по сравнению с другим аналогичным нововведением. «Инновация будет конкурентоспособной, в случае наличия целесообразной новизны, - устойчивого спроса и экономической или социальной эффективности [5].

Иначе говоря, конкурентоспособной будет та инновация, для которой характерно соответствие следующим требованиям:

- обладание целесообразной новизной;
- инновация будет активной;
- возможность получения экономического или социального эффекта;
- пользуется устойчивым спросом.

Стратегия предприятия, ориентированная на инновации, может быть успешной и эффективной только при наличии конкурентоспособности самих инноваций, будь они собственные или приобретенные.

Для того чтобы осуществление инновационных проектов было успешным, необходима своевременная и как можно более точная оценка будущей конкурентоспособности нововведений. Для достижения вышесказанного возможно использование и применение на практике следующих выводов и предложений.

1. За последние десять лет новые производства, которые появились, относятся к сферам инфраструктуры, а отнюдь не промышленности. Единственным реальным ресурсом для развития промышленности и повышения ее конкурентоспособности является инновационный потенциал, практически не задействованный в последние годы.
2. Проанализировав существующие подходы к определению содержания и сущности понятия «инновация» и нововведение, мы предлагаем определять инновацию как «продукт научного знания, позволяющий обеспечить конкурентоспособность товара, созданного на его основе или с его использованием».
3. Для успешного осуществления инновационной стратегии необходима оценка конкурен-

тоспособности нововведения, которая будет являться исходным элементом для успешности всей инновационной стратегии. «Конкурентоспособность инновации – это способность наиболее полного удовлетворения конкретных потребностей по сравнению с другими аналогичными инновациями или традиционными товарами в течение определенного, достаточного для достижения эффективности затрат на ее создание периода времени на рассматриваемом сегменте рынка (рынков), в том числе с учетом территории, части социальной системы, потребителей и т.д.»

Процесс изучения и оценки конкурентоспособности нововведений должен производиться непрерывно и систематически на всех этапах жизненного цикла инновации, от момента ее зарождения до утилизации.

4. При инновационной стратегии, основанной на так называемых инновациях высших порядков, присутствует значительный лаг времени от момента начала зарождения идеи до ее воплощения на практике. В связи с вышесказанным возникают следующие сложные и важные задачи:

- установление еще на предпроектной стадии показателей создаваемого нововведения, которые будут обеспечивать конкурентоспособность инновации и по которым будет производиться оценка конкурентоспособности;
- определение конкурентоспособности инновации на определенный промежуток времени, используя анализа состояния и тенденции развития научно-технического прогресса;
- установление направлений совершенствования инновации на основе получения максимума экономического, социального и других видов эффекта.

Одной из наиболее сложных проблем является прогнозирование показателей конкурентоспособности нововведения на протяжении длительности всего жизненного цикла. Особенно это касается базисных инноваций, которые реализуют крупные изобретения. При решении этой задачи появляется возможность создать механизм управления конкурентоспособностью нововведением. Поэтому функция прогнозирования является одной из самых важных при создании и управлении конкурентоспособностью инноваций [2, 4].

По нашему мнению, прогнозирование конкурентоспособности инноваций необходимо осуществлять на продолжительный период времени, в течение которого должен быть обеспечен уровень конкурентоспособности нововведения в любой период его жизненного цикла.

Прогнозирование конкурентоспособности инноваций имеет очень важное значение, так как нововведение вполне способно стать товаром даже на стадии опытно-конструкторских работ.

Поэтому от достоверности и точности прогнозирования характеристик нововведения зависит ее дальнейшая коммерческая судьба, а в условиях лицензионной торговли слаженность и эффективность работы партнеров, участвующих в сделке.

По нашему мнению, прогнозирование конкурентоспособности базисных инноваций, так называемых инноваций высших порядков, должно привести к разработке новых методов прогнозирования и прежде всего качественного характера, что лишь дополнит использование существующих в настоящее время методов и подходов.

5. Отличительным признаком конкурентоспособности инновации от традиционных продуктов является латентность инновации, а также свойства и факторы, влияющие на ее проявление. Под латентностью инноваций мы предлагаем понимать отдельные свойства нововведения, их сочетание или совокупность, которые могут проявиться в какой-либо период времени при сложившихся условиях и обстоятельствах. В свою очередь, латентность инновации можно разделить на тактическую и стратегическую. Если подробнее, то суть тактической латентности будет состоять в том, что неявные свойства нововведения могут быть реализованы в достаточно краткосрочном временном периоде и их конкретная востребованность может быть спрогнозирована с весьма большой вероятностью. Суть же стратегической латентности нововведения может быть охарактеризована тем, что неяв-

ные свойства и характеристики может быть найдут свое использование и применение через достаточно длительный временной период при возможной реализации ряда дополнительных факторов и условий.

Таким образом, латентность является важнейшей характеристикой конкурентоспособности инноваций. Отметим, что чем выше порядок инновации, то есть чем она радикальнее, тем больше ее латентность, потому что потенциал преобразований в ней заложен гораздо выше.

6. Требования к конкурентоспособности инновации могут быть сформированы в результате построения древовидной структуры, а выполнение этих требований обеспечит конкурентоспособность инноваций. «Древовидная структура конкурентоспособности инноваций представляет собой совокупность подцелей, достижение которых обеспечивает желаемые состояния нововведения в определенном, заданном периоде» [5].

7. Стоит отметить, что для традиционного товара ситуация на рынке выглядит в определенной степени предсказуемой и стабильной, чего нельзя сказать об инновации или продукте, произведенном на ее основе. Для учета динамичности конкурентоспособности инновации мы предлагаем использовать дополнительные показатели.

К числу таких дополнительных показателей, которые позволят оценить конкурентоспособность нововведения, следует отнести коэффициент достаточности конкурентоспособности, ввиду того что конкурентоспособность инновации в какой-то конкретный период и момент времени не будет являться достаточным условием для ее будущей практической реализации. Получение дополнительного по отношению к другим нововведениям эффекта и достижение им достаточной суммарной величины для окупаемости инвестиций в разработку или приобретение и последующее внедрение и использование позволит говорить о конкурентоспособности инновации. В указанном показателе необходимо учесть также возможность реализации латентных преимуществ инноваций (с более низким уровнем вероятности). Следует отметить, что базой для сравнения на протяжении всего жизненного цикла могут служить в отдельные моменты времени разные присутствующие на рынке товары. В общем виде показатель достаточности конкурентоспособности инноваций может быть рассчитан по формуле:

$$\text{Эк} = \frac{\sum_{i=1}^n \Delta\Pi_i}{\sum_{i=1}^n \Delta K_i \times (T_2 - T_1)} \quad (1)$$

или

$$\text{Эк} = \frac{\sum_{i=1}^n [(C_{i1} - C_{i2}) \times V_{i1} \times p_1 - (C_{i2} - C_{i1}) \times V_{i2} \times p_2]}{\sum_{i=1}^n \Delta K_i \times (T_2 - T_1)}, \quad (2)$$

где:  $\Delta\Pi_i$  – превышение (недостаток) дополнительной прибыли по сравнению с конкурентами в  $i$ -ый период времени, в результате реализации инновации;

$C_{i1}$ ,  $C_{i2}$  – цена единицы продукции в  $i$ -ый промежуток времени по рассматриваемому и базовому вариантам;

$C_{i1}$ ,  $C_{i2}$  – себестоимость единицы продукции в  $i$ -ый промежуток времени по рассматриваемому и базовому вариантам;

$V_{i1}$ ,  $V_{i2}$  – выпуск продукции в  $i$ -ый промежуток времени по рассматриваемому и базовому вариантам;

$p_1$ ,  $p_2$  – вероятность реализации характеристик по рассматриваемому и базовому вариантам;

$T_2, T_1$  – окончание и начало рассматриваемого периода времени;

$n$  – количество промежутков в периоде от  $T_2$  до  $T_1$

$\Delta K_i$  – дополнительные капитальные вложения в  $i$ -ый промежуток времени, необходимые для разработки и внедрения инновации.

Условием достаточности конкурентоспособности является неравенство:

$$\mathcal{E}_k \geq \mathcal{E}_{\text{нсп}}, \quad (3)$$

где:  $\mathcal{E}_{\text{нсп}}$  – средняя за период ( $T_2-T_1$ ) величина нормативного коэффициента эффективности.

$$\mathcal{E}_{\text{нсп}} = \frac{\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_{Hi} \times T_i}{\sum_{i=1}^n T_i}. \quad (4)$$

Варьирование показателей формулы (2) позволяет с учетом условия (3) определить момент времени  $T_1$  и  $T_2$ , так как от времени внедрения инновации и окончания жизненного цикла зависит эффективность реализации последней.

Показатель  $\mathcal{E}_k$  будет, по нашему мнению, обобщающим показателем конкурентоспособности. Учитывая динамичность конкурентоспособности инноваций и составляющих ее параметров, необходимо анализировать изменение первой во времени. На наш взгляд, дополнительную информацию для анализа может дать использование следующих показателей:

1. Коэффициент перманентности конкурентоспособности, который характеризует удельный вес времени, в течение которого происходит превышение показателя конкурентоспособности нововведения над такими же показателями аналогичных товаров-инноваций за всю продолжительность анализируемого периода.

$$K_{\text{перм.}} = \frac{\sum_{i=1}^n T_{\text{инп}}}{T_2 - T_i}, \quad (5)$$

где:  $T_{\text{инп}}$  – продолжительность  $i$ -го промежутка времени, в течение которого конкурентоспособность инновации больше конкурентоспособности аналогичных товаров.

2. Коэффициент устойчивости конкурентоспособности, который характеризует максимальное расхождение в уровне конкурентоспособности инновации за анализируемый период времени.

$$K_{\text{уст}} = \frac{K_{\text{max}}}{K_{\text{min}}}, \quad (6)$$

где:  $K_{\text{max}}, K_{\text{min}}$  – соответственно максимальная и минимальная величины конкурентоспособности инновации.

3. Средняя величина конкурентоспособности за анализируемый период времени.

$$K_{\text{ср}} = \frac{\sum_{i=1}^n K_{\text{конки}} \times T_i}{T_2 - T_i}, \quad (7)$$

где:  $K_{\text{конки}}$  – величина показателя конкурентоспособности, стабильная в  $i$ -ый период времени.

С учетом латентных характеристик формула (2) может быть трансформирована следующим образом:

$$\mathcal{E}_k = \frac{\sum_{i=1}^n \Delta \Pi_i + \sum_{i=1}^n \Delta \Pi_{i/лрз}}{\sum_{i=1}^n (\Delta K_i + \Delta K_{i/л}) \times (T_2 - T_1)}, \quad (8)$$

где:  $\Delta \Pi_{i/л}$  – дополнительная прибыль (убыток) по сравнению с конкурентами, получаемая в

результате реализации латентных характеристик в  $i$ -ый период времени;

$K_{il}$  – капитальные вложения, необходимые для реализации латентных характеристик инновации в  $i$ -ый период времени;

$p_3$  – коэффициент вероятности реализации латентных преимуществ инновации.

Конечная цель инновационного проекта – это улучшение экономического и финансового состояния предприятия. Стадия выбора и оценки инновации будет являться основой для принятия решения реализации инновационного проекта. В результате этой оценки будет произведен выбор конкурентоспособной инновации и проведение дальнейших работ по реализации всего инновационного проекта.

Выбор нововведения мы предлагаем осуществлять в результате сопоставления вариантов, использующих показатели удельного технического уровня. При этом должны быть выбраны инновации, у которых прогнозируемые показатели конкурентоспособности будут иметь более высокий удельный технический уровень. Отметим, что в результате взаимосвязанного рассмотрения факторов латентности нововведения появляется возможность спрогнозировать экономическую эффективность осуществления всего инновационного процесса.

#### **Выводы**

Дальнейшее совершенствование процесса оценки конкурентоспособности инноваций, на наш взгляд, лежит в области разработки метода прогнозирования конкурентоспособности базисных инноваций высших порядков, а также в уточнении факторов, которые будут определять латентность инновации и периоды ее конкурентоспособности на рынке.

#### **Литература**

1. Аленина Е.Э., Тришкин А.Г. Применение инновационных методов управления предприятиями промышленности с целью повышения их конкурентоспособности. Научный рецензируемый журнал Известия МГТУ «МАМИ». М., МГТУ «МАМИ», № 1(15), 2013.
2. Рожнова О.В., Игумнов В.М., Гончарова А.А. Информационная составляющая повышения конкурентоспособности малых и средних российских предприятий. Известия МГТУ «МАМИ», № 1, 2010, с. 210-214.
3. Рожнова О.В., Игумнов В.М., Счастликов А.С. Формирование и оценка прозрачности (рейтинг инвестиционной надежности). Известия МГТУ «МАМИ». 2011. № 1. с. 262-266.
4. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 238 с.
5. Секерин В.Д., Бурлаков В.В., Дзюрдзя О.А. Факторы, обеспечивающие конкурентоспособность инноваций. Их древовидная структура. – Известия МГТУ «МАМИ», 2013, № 1(15), т. 5.
6. Секерин В.Д., Горохова А.Е. Оценка инвестиций: Монография. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2013. – 152 с.

### **Социально ориентированная рыночная экономика: прошлое, настоящее и будущее**

д.э.н. проф. Филякин Ю.П.  
Университет машиностроения  
[kafedra-ekonomika@yandex.ru](mailto:kafedra-ekonomika@yandex.ru)

*Аннотация.* В статье рассматриваются политические предпосылки становления в России социально ориентированной рыночной экономики, выясняется, почему РФ за двадцать лет так и не смогла пойти по пути свободы, солидарности и демократического развития.

*Ключевые слова:* реформа политической системы; социально ориентированная рыночная экономика; принципы социального либерализма; свобода, частная собственность, труд, солидарность, правовое государство, патриотизм; кон-