

## ИННОВАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

*Руцик Юлия Олеговна*

*Аспирант СПбАУиЭ,*

*Заместитель директора по логистике ЗАО «Первая помощь»*

*E-mail: [rutsik@mail.ru](mailto:rutsik@mail.ru)*

Современное развитие мирового сообщества характеризуется системной интеграцией экономик государств, международной концентрацией капитала, интеграцией мировых рынков и глобализацией хозяйственной деятельности компаний. Важнейшими его факторами становятся научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства. Экономическое и технологическое доминирование США, Японии и стран Европейского Содружества основано на наукоемких и высокотехнологичных отраслях промышленности и обеспечивает этим странам политическое господство в мире. Осознавая важность и исключительное значение инновационной сферы деятельности, правительства этих государств перешли к агрессивной инновационной политике посредством государственной поддержки и специальных государственных программ. Это позволит сделать мощный технологический рывок компаниям, имеющим место базирования в этих государствах, и обеспечит еще больший разрыв по всем макроэкономическим показателям в этих странах по сравнению с остальными.

В связи с этим стратегическое значение государственной политики приобретает инновационная деятельность компаний, содержанием которой является разработка и вывод на рынок новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, создание и применение новых знаний [2, с 267].

Значительные успехи в управлении инновационной деятельностью достигнуты рядом крупных зарубежных компаний. Изучение их практического опыта в области разрешения проблем управления инновационной деятельностью может оказаться весьма полезным и для российских компаний.

Современный метод планирования и прогнозирования деятельности компании, который называется роудмаппинг, рассмотрен в работах многих авторов. Термин роудмаппинг дословно означает в переводе с английского языка – движение по дорожной карте. Впервые он появился в конце XX столетия и рассматривался как изыски в управленческой деятельности. Однако в начале текущего столетия роудмаппинг был признан как самый эффективный метод планирования, прогнозирования и управления деятельностью глобальных корпораций.

Роудмаппинг предусматривает построение так называемых «дорожных карт» – маршрутов развития компании в будущем по основным сферам деятельности: рынок, продукты, технологии, конкуренты и т.п. В терминах теории управления роудмаппинг представляется как взаимосвязанное конкретное долгосрочное планирование наиболее важных сфер деятельности, направленное на повышение эффективности управления, как отдельных сторон ее деятельности, так и компании в целом. Основной акцент роудмаппинга – это инновации и новые технологии.

Глобальная организация НИОКР становится чрезвычайно актуальной задачей, так как компании организуют свои исследовательские лаборатории в различных странах и на различных континентах, распределяя между ними выполнение отдельных проектов НИОКР. Рассмотрим несколько зарубежных примеров.

Microsoft использует стратегию, при которой параллельное выполнение чего-то происходит с частичной синхронизацией. Целью при этом является дисциплина в процессе разработки без непрерывного контроля каждый день. Большие проекты проще в планировании и управлении, если они выполняются четко определенными функциональными группами, по точным правилам и под контролем. Этот подход, однако, не способствует инновациям и переоценивает

важность синхронизации. Это заставляет Microsoft делать то, что делается в малых компаниях и при индивидуальных исполнителях – обеспечивать свободную работу в параллель. Подход Microsoft «синхронизация – стабилизация» дает ценные уроки в том, как управлять большими командами по проекту и как интегрировать работу многих подкоманд или отдельных лиц.

У фирмы Sony имеется две основные причины глобализации НИОКР в конце 70-х годов. Первая касается возможностей модификации экспортной продукции для локальных рынков, импорта продвинутых зарубежных технологий и технической поддержки местного производства. Вторая причина состоит в том, что корпоративная история и культура Sony предполагает глобализацию НИОКР. Лозунг компании звучал так: «Думать и производить с глобальной перспективой и предпринимать шаги для экспорта своей продукции». До начала 80-х годов компания Sony практиковала децентрализованный подход к управлению зарубежными НИОКР, а затем наметился переход к смешанной форме управления. Одно из иностранных подразделений компании (в США) имело две собственных лаборатории. Сходным образом, из европейских подразделений одно стало головным для европейских лабораторий. В дальнейшем было решено ввести централизованный подход. В 1983 году Sony перешла к следующему этапу реорганизации и передавала ответственность за деятельность каждой из зарубежных лабораторий тому или иному отделению фирмы в Японии. Корпорация установила «зональную систему менеджмента». В этой системе мировой рынок Sony был разделен на четыре ареала: Япония, Америка, Европа и Юго-восточная Азия. В каждом ареале были созданы штаб-квартиры фирмы.

Послевоенный период развития науки и техники в СССР был, прежде всего, ориентирован на обеспечение военно-политического равновесия с США и реализацию ряда мирных научно-технических программ, имеющих мощный

демонстрационный эффект – прежде всего космические программы. Политические и экономические преобразования 1991–1996 годов нанесли научному комплексу России огромный ущерб. Масштабы и глубина кризиса этого сектора превосходят показатели общеэкономического спада. Резко сократился объем проводимых исследований и разработок.

Особую роль в обеспечении инновационного роста страны должна сыграть стратегия Российской Федерации в области развития науки и инноваций. Цель стратегии в области развития науки и инноваций состоит в разрешении следующего системного противоречия: темпы развития и структура российского сектора исследований и разработок не отвечают потребностям системы обеспечения национальной безопасности и растущему спросу со стороны ряда сегментов предпринимательского сектора на передовые технологии; при этом предлагаемые российским сектором исследований и разработок отдельные научные результаты мирового уровня не находят применения в российской экономике ввиду несбалансированности национальной инновационной системы, а также вследствие общей низкой восприимчивости к инновациям российского предпринимательского сектора.

На современном этапе Государственная инновационная политика России заключается в формировании таких нормативно-правовых и экономических условий, которые всемерно стимулировали бы субъектов экономической деятельности к проведению исследований, разработок, НИОКР, приобретению новых знаний и технологий, выпуску новых высококонкурентоспособных товаров и освоению производств. Инновационная политика РФ сводится к реализации следующих задач:

1. Создание законодательной базы, стимулирующей и поддерживающей инновации и инновационную деятельность, к которой в первую очередь относятся законы: об общих принципах организации

инновационной деятельности и проведения исследований и разработок; о защите интеллектуальных прав на объекты научных исследований и разработок; о льготном налогообложении и налоговом стимулировании субъектов инновационной деятельности; о создании особых экономических зон и ином стимулировании субъектов инновационной деятельности;

2. Создание в РФ развитой и эффективной инновационной инфраструктуры, которая заключается: в государственном финансировании фундаментальных и прикладных исследований, осуществляемых высшими учебными заведениями, исследовательскими институтами и прочими субъектами инновационной деятельности, имеющих стратегическое национальное значение; создание и поддержка технопарков, инновационных инкубаторов, наукоградов и т.д. при финансовой поддержке высшего и профессионального образования для подготовки специалистов по управлению инновационной деятельностью.

3. Прямое финансирование отдельных стратегических национальных программ НИОКР, в том числе с привлечением частного инвестиционного капитала.

Сформированная таким образом государственная инновационная политика и инновационная система России вполне может содействовать трансформации опыта зарубежных компаний.

В настоящее время в России действует ряд финансовых институтов, созданных с участием государства и призванных стимулировать процессы коммерциализации. К ним, например, относятся Российский фонд технологического развития (РФТР), Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия), Венчурный инновационный фонд (ВИФ). Планируется создание близ Москвы

ультрасовременного научно-технологического комплекса по разработке и коммерциализации новых технологий инновационного центра «Сколково».

Современное экономическое развитие характеризуется ведущим значением научно-технического прогресса и интеллектуализацией основных факторов производства. На долю новых знаний, воплощаемых в технологиях, оборудовании, образовании кадров, организации производства в развитых странах приходится от 80 до 95 % прироста ВВП. Внедрение новых технологий стало ключевым фактором успеха в рыночной конкуренции, основным средством повышения эффективности производства и улучшения качества товаров и услуг. Нововведения являются необходимым условием успеха в конкурентной борьбе, позволяя передовым фирмам добиваться сверхприбылей за счет монопольного присвоения интеллектуальной ренты, образующейся при освоении новых продуктов и технологий.

В XXI веке, как считает С. Глазьев [1, с. 83], глобальная конкуренция будет вестись не столько между странами, сколько между транснациональными воспроизводственными системами, каждая из которых объединяет национальные системы образования населения, накопления капитала, организации науки и производственно-предпринимательские структуры, работающие в масштабах мирового рынка. Мировую экономику будет формировать несколько таких систем, тесно связанных друг с другом и определяющих глобальное экономическое развитие.

#### **Список литературы:**

1. Глазьев С., «Сравнительные преимущества и перспективы развития России в XXI веке». Тезисы доклада на Всероссийской научной конференции Россия – XXI век. – М: 1999

2. Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2002.