

**A.P. Taburchak, A.L. Zelezinsky, Ye.A. Kondrashova**  
**RESEARCH OF ESSENCE OF INNOVATION ACTIVITY**

**Aleksey Taburchak** – Head of the Department of Business Informatics, St. Petersburg State Institute of Technology (Technical University), Doctor of Economics, professor, St. Petersburg; **e-mail: frid4141@mail.ru**.

**Aleksey Zelezinsky** – senior lecturer, the Department of Management and Marketing, St. Petersburg State Institute of Technology (Technical University), PhD in Pedagogics, St. Petersburg; **e-mail: uchposob@yandex.ru**.

**Yelena Kondrashova** – professor, the Department of Management and Marketing, St. Petersburg State Institute of Technology (Technical University), Doctor of Economics, St. Petersburg; **e-mail: arkadievna2004@mail.ru**.

*We research the essence of "innovation" and "innovation activity". Theoretical aspects of innovation activity are considered. We analyze factors affecting the innovation activity of businesses and substantiate the criteria of innovations' assessment.*

**Keywords:** innovations; innovation activity; innovation potential; factors of innovation development; criteria-indicators of innovation development.

**А.П. Табурчак, А.Л. Зелезинский, Е.А. Кондрашова**  
**ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ**  
**ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Алексей Петрович Табурчак** – зав. кафедрой бизнес-информатики Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: frid4141@mail.ru**.

**Алексей Леонидович Зелезинский** – доцент кафедры менеджмента и маркетинга Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), кандидат педагогических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: uchposob@yandex.ru**.

**Елена Аркадьевна Кондрашова** – профессор кафедры менеджмента и маркетинга Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), доктор экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: arkadievna2004@mail.ru**.

*В статье исследована сущность понятий «инновация» и «инновационная деятельность». Рассматриваются теоретические аспекты инновационной деятельности. Представлен анализ факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий, обоснованы критерии оценки инноваций.*

**Ключевые слова:** инновации; инновационная деятельность; инновационный потенциал; факторы инновационного развития; критерии-индикаторы инновационного развития.

Экономика России представляет собой сложный комплекс, в котором взаимно увязываются сферы материального производства – промышленность, строительство, сельское хозяйство; сферы сервисного характера – транспорт, торговля, коммунально-бытовое обслуживание, здравоохранение; наука, образование, культура.

По мнению авторов, целью государственной политики должно стать обеспе-

чение такой траектории развития экономики, которая обеспечивала бы условия для постоянного повышения уровня и качества жизни населения, а также социально-экономическую и военно-политическую стабильность.

Решение этих задач невозможно без обеспечения экономической безопасности государства, и в такой ситуации инновации и инновационная деятельность требуют переосмысления с точки зрения их

роли в экономике, жизни государства, общества и личности, что подтверждает актуальность выбранной нами темы.

Переход на инновационный путь реформирования экономики страны в современных условиях требует поиска внутренних ресурсов. При этом основой для последующего развития экономики должны стать соответствующие условиям инновационной экономики системы управления предприятиями, основанные на использовании потенциала в сфере НИОКР, повсеместном внедрении новых технологий для создания, проектирования и производства конкурентоспособной продукции.

Ускоряющиеся изменения внешней среды, с одной стороны, постоянно создают условия для появления инноваций и, с другой стороны, требуют определенных усилий для их практической реализации. Так, например, демографические изменения, изменения уровня жизни и потребительского поведения населения формируют новые потребности. Например, популяризация здорового образа жизни стимулирует развитие технологий оздоровления организма человека и сферы услуг, соответствующей данным потребностям.

С другой стороны, эти изменения требуют появления новых, инновационных методов управления и принятия управленческих решений, удовлетворяющих существующие и вновь появляющиеся потребности. Благодаря организационным инновациям компании могут успешно конкурировать в условиях глобальной конкуренции и становиться лидерами как национальной, так и глобальной экономики.

По мнению авторов, именно на исследовании теоретических и методических основ обеспечения процесса управления инновациями и необходимо сконцентрировать особое внимание. Поскольку приобретение, приращение и применение научных знаний в области инноваций и управления инновационной деятельностью в России в настоящее время находится только на стадии развития.

Исследованию инновационной деятельности и связанным с ней вопросы по-

священы работы многих как отечественных, так и зарубежных исследователей. Среди них следует особо выделить исследования, положения и гипотезы, представленные в научных трудах таких отечественных ученых, как Д.С. Львов, А.И. Анчишкин, Р.М. Нуреев, Н.И. Иванова, А.И. Пригожин, С.А. Курганский, А.Н. Авдулов, Д.Ю. Миропольский, С.Ю. Глазьев, А.М. Кулькин. Среди зарубежных исследователей особый вклад в развитие теории инноваций внесли работы Й. Шумпетера, Д. Мовери, Н. Розенберга, Д. Окимото, Р. Мэтьюза, Й. Шмуклера, Ч. Макмиллана и др. [7].

Несмотря на значительное число публикаций, мы считаем необходимым внести некоторые уточнения в понятия «инновации» и «инновационная деятельность».

Понятие «инновация» является более широким, чем «новая техника», т.к. последнее применяется только в отношении орудий труда, новых материалов и пр., используемых в основном в производстве. Понятие же инновации распространяется на новый продукт или услугу, способ их производства, новшество в организационной, научно-технической и других сферах, любое усовершенствование, обеспечивающее экономию затрат или создающее условия для такой экономии.

Данная трактовка инноваций не позволяет различать понятия новшества (изобретения) и инновации. Она исходит из того, что потребители нуждаются в новом, постоянно совершенствующемся продукте. Однако это не всегда так. В этом случае можно принять, что новшество (изобретение) – это новый продукт, а инновация – новая выгода.

Чтобы новшество становилось успешной инновацией, необходимо выполнение ряда условий:

- 1) новый продукт или услуга должны иметь значимые потребительские ценности;
- 2) потребительские ценности нового товара должны восприниматься как уникальные.

Очевидно, что для предприятия, стоящего на пути инновационного раз-

вития, для выполнения данных условий должна быть сформирована такая система стратегического планирования и управления, которая была бы нацелена на постоянное изучение потребителей, создание потребительских ценностей, развитие НИОКР и обеспечение соответствия требованиям общества в целом.

Исходя из вышесказанного, можно уточнить понятие инновации следующим образом: под инновацией понимается «новшество, появившееся из необходимости в нём». Такая трактовка связана с тем, что большинство действительно полезных и успешных инноваций не связаны с существенными изменениями в технологии, но оказываются очень эффективными с точки зрения удовлетворения потребностей. Данные таблицы наглядно демонстрируют, что из 10% по-настоящему новых инноваций, только 2% приходится на долю новых продуктов, связанных с технологическими изменениями.

Дальнейшее исследование сущности инноваций, по нашему мнению, должно проводиться в соответствии со следующими признаками:

- разработка адекватным условиям инновационной экономики признаков классификации для целей последующей разработки системы оценочных критериев оценки;
- разработка оценочных критериев (как количественных, так и качественных) для оценки инноваций.

По каждому из признаков должна

быть разработана соответствующая система классификации, которая и может быть положена в основу системы управления инновациями на предприятиях, значимость которой определяется тем, что компании, пренебрегающие инновационной деятельностью, утрачивают свои преимущества перед конкурентами.

Также необходимость развития инновационной деятельности на предприятиях стимулируется сокращением жизненного цикла товарных категорий и ухудшением рыночной конъюнктуры в целом.

По нашему мнению, трактовка понятия «инновационная деятельность», представленная в Федеральном законе «О науке и государственной научно-технической политике», не вполне подходит для целей нашего исследования.

Считаем, что для целей разработки теоретических и методических подходов к управлению инновационной деятельностью более применимо другое определение: «Инновационная деятельность – целенаправленный и регулярный процесс, целью которого является разработка, производство и реализация продукции, представляющей принципиально новую ценность для потребителя на основе постоянного процесса организации научно-исследовательских разработок на предприятии».

Итогом данного процесса и являются новшества или инновации.

На успешность или неуспешность инновационной деятельности предприятий влияют факторы как внешней, так и внут-

**Типы и значение инноваций**

	%
<b><i>Новое для данной компании</i></b>	
1. Усовершенствование изделия	25
2. Сокращение издержек	10
3. Репозиционирование	5
4. Расширение товарной линии	25
5. Новая производственная специализация	15
6. Проникновение на новые рынки	10
<b><i>Принципиально новое</i></b>	
1. Новый товар	2
2. Новый старый товар	2
3. Новый рынок	2
4. Новые способы ведения коммерческой деятельности	4

Источник: [11].

ренной среды.

К факторам внешней среды относятся: недостаток собственных финансовых средств; неразвитость инновационной инфраструктуры; проблемы поиска источников финансирования; возможность низкого спроса на инновационные товары, работы, услуги; высокий уровень неопределенности и риска; проблема четкой спецификации прав интеллектуальной собственности.

К факторам внутренней среды можно отнести: низкий уровень инновационного потенциала организации; отсутствие квалифицированных кадров; рост затрат на развитие новых продуктов; невозможность доступа к новым технологиям; отсутствие достоверной информации о потенциальных рынках сбыта; отсутствие возможности налаживания кооперационных связей.

К наиболее значимым, влияющим на результативность инновационной деятельности, по нашему мнению, следует отнести инновационный потенциал предприятия. Это связано с тем, что именно от качества реализации инновационного потенциала посредством эффективного управления инновационной деятельностью во многом зависят перспективы развития предприятия.

В общем виде под инновационным потенциалом предприятия понимается совокупность различных видов ресурсов, включая материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности [4].

В научной литературе оценку эффективности инновационной деятельности предлагается осуществлять:

- через оценку эффективности инвестиций в инновационную деятельность;
- через оценку эффекта, который достигается в итоге освоения инноваций;
- через оценку эффективности инновационных процессов по различным этапам и направлениям его реализации [6].

Существует также точка зрения, предполагающая, что эффективность инновационной деятельности организаций и

предприятий целесообразно оценивать в целом, как результат реализации всех мероприятий в рамках инновационной деятельности. На наш взгляд, подобный подход является слишком обобщающим, поскольку с его помощью вряд ли возможно достоверно оценить результаты инновационной деятельности предприятий.

При оценивании эффективности инновационной деятельности предприятий, по мнению авторов, необходимо разрабатывать на основе уже отмеченных выше направлений классификации инноваций критерии-индикаторы, соответствующие условиям деятельности предприятия и предоставляющие возможность наиболее достоверно оценить результаты инновационной деятельности по следующим направлениям:

- 1) функционал;
- 2) экономика;
- 3) социальная сфера;
- 4) информация.

Подобный подход позволит снизить вероятность неудач нововведения, поскольку позволит обеспечить тщательное планирование процесса разработки нового товара, проведение анализа причин и последствий неудач новых продуктов и избежать многих проблем в инновационной деятельности и реализации инновационного потенциала предприятий в будущем.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон Российской Федерации «О науке и государственной научно-технической политике» (принят Гос. Думой 12 июля 1996 года; одобрен Советом Федерации 7 августа 1996 г.). М.: Российская газета, 1996. 32 с.

2. Баранчев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2012. 711 с.

3. Городникова Н.В. Индикаторы инновационной деятельности: 2012 // Статистический сборник: сб. ст. / сост. Л.М. Гохберг. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 472 с.

4. Комилов С.Д. Оценка инновационного потенциала социально-экономического развития региона // Проблемы совре-

менной экономики. 2013. № 3. С. 369–373.

5. *Максимов Н.Н.* Теоретические основы инновационной деятельности // Молодой учёный. 2013. № 10. С. 340–343.

6. Методический подход к комплексной оценке инновационной деятельности организации // Белорусский государственный университет: [сайт]. URL: <http://www.bsu.by/Cache/pdf/126143.pdf> (дата обращения: 18.09.2018).

7. *Никифоров И.К.* Инновационная деятельность как фактор развития экономических систем: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Вост.-Сиб. техн. ин-т. Улан-Удэ, 2004. 18 с.

8. *Степанов И.А., Ковалев А.М.* Критерии-индикаторы эффективности инновационной деятельности предприятий //

Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». 2014. № 11. URL: <http://uecs.ru/uecs71-712014/item/3177-2014-11-25-07-06-45> (дата обращения: 18.09.2018).

9. *Харин А.А., Коленский И.Л., Харин-мл. А.А.* Управление инновационными процессами: учебник для образовательных организаций высшего образования. М.–Берлин: Директ-Медиа, 2016. 472 с.

10. *Чабанюк О.В.* Теоретические аспекты определения дефиниций «инновация» и «инновационная деятельность» // Вестник академии знаний. 2013. № 2. С. 70–74.

11. *New Product Management for 1980s.* Hamilton, NY: Booz Allen & Hamilton, 1982.