

## Проблемы повышения инновационной активности наукоемких компаний<sup>1</sup>

*О. В. Седова, А. В. Ларчиков, Ж. Ю. Смирнова*

*Национальный исследовательский университет «МИЭТ»*

Рассмотрены результаты диагностики состояния инновационного развития предприятий микро- и нанoeлектроники на территории технико-внедренческой зоны «Зеленоград». С целью выявить проблемы, подлежащие решению, составлен спектр вопросов с вариантами ответов. Обозначены задачи обеспечения финансовой поддержки инновационного развития и необходимости повышения маркетинговой активности наукоемких компаний для подготовки потребителей к использованию новшества. Систематизированы первоочередные проблемы разработки программ продвижения инноваций. Разъяснено формирование механизмов их решения.

*Ключевые слова:* инновационная активность; предприятие микроэлектроники; предприятие нанoeлектроники; маркетинговое исследование.

Построение инновационной экономики сопровождается множеством методологических и технологических проблем. В целях определения проблем повышения инновационной активности наукоемких компаний выполнена диагностика состояния инновационного развития предприятий микро- и нанoeлектроники на территории технико-внедренческой зоны (ТВЗ) «Зеленоград». На основе анализа источников [1–4] были определены возможные проблемы повышения инновационной активности наукоемких компаний. Составлена анкета для уточнения актуальности возможных проблем. Проведены маркетинговые исследования, предусматривающие сбор и анализ первичной информации посредством опроса целевой аудитории, включающей директоров и руководителей предприятий

микро- и нанoeлектроники. Среди опрошенных — представители компаний ОАО «НИИМЭ и Микрон», АО «ПКК Миландр», ООО «Децима», АО «ЗНТЦ» и др. Форма проведения опроса — самостоятельное письменное заполнение респондентом анкеты (переданной ему интервьюером или отправленной по электронной почте). В анкете использованы вопросы с выборочным ответом (нужный ответ отмечается определенным знаком). Всего было получено 20 заполненных анкет. Рейтинг опроса составил 80 %.

Предпосылкой проведения полевого маркетингового исследования стала выдвинутая в результате кабинетных исследований гипотеза о наличии ряда проблем повышения инновационной активности наукоемких компаний, что замедляет инновационное развитие

© Седова О. В., Ларчиков А. В., Смирнова Ж. Ю.

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ проекта № 15-02-00510.

экономики страны. Для подтверждения наличия либо отсутствия тех или иных проблем составлен спектр вопросов с вариантами ответов и обозначены условия доказательства: гипотеза считается доказанной, если наличие проблемы подтверждено более 50 % респондентов. В целях интерпретации результатов опроса определены: частота выбора респондентами каждого из ответов, мода и медиана (в процентах).

Результаты исследования показали следующее: более половины респондентов (60 %) отметили рост активности инновационного развития экономики страны, 25 % затруднились ответить на данный вопрос. На вопрос анкеты «Как Вы считаете, созданы ли на фирме достаточные условия для повышения инновационной активности?» 50 % респондентов дали положительный ответ, 40 % отметили недостаточность созданных условий и 10 % респондентов ответили, что необходимые условия только начинают создаваться.

Статистика ответов на вопрос анкеты «Удовлетворяет ли уровень используемой технологии, оборудования, приборов современным мировым требованиям для НИОКР и производства инноваций?» показала, что мода и медиана соответствуют положительному варианту ответа (55 % опрошенных), однако 40 % полагают, что уровень несколько ниже, и 5 % считают его низким.

Статистика ответов на вопрос анкеты «Есть ли необходимость пополнить персонал высокопрофессиональными научными сотрудниками и инженерно-техническими работниками?» показала, что мода и медиана соответствуют положительному варианту ответа (55 % опрошенных), 25 % отметили отсутствие острой необходимости и 20 % респондентов указали, что персонал удовлетворяет современным требованиям.

При длительности выполнения НИОКР на среднем уровне по отрасли (направлению) (80 % респондентов) и ниже среднего (20 % респондентов) отмечаются проблемы с регулярным финансированием этапов НИОКР и освоения инноваций (60 % респондентов).

При весьма высокой оценке новизны собственных разработок и инноваций (75 % респондентов считают, что они соответствуют мировым аналогам) ответы на вопрос анкеты «Возникают ли трудности продвижения инноваций на рынок сбыта, и если да, то как часто?» свидетельствуют о наличии трудностей у 90 % респондентов, из них трудности возникают всегда у 50 % респондентов, у 30 % — время от времени, у 10 % — иногда.

Вместе с тем если маркетинговые исследования для разработки программы продвижения инноваций на рынок проводят регулярно 50 % респондентов, не регулярно — 35 % респондентов и практически не проводят — 15 % респондентов, то статистика ответов на вопрос анкеты «Проводятся ли рекламные мероприятия для подготовки рынка к потреблению инноваций?» показывает, что мода и медиана соответствуют ответу «нерегулярно» (65 % опрошенных), такого рода мероприятия постоянно проводят только 25 % респондентов, 10 % респондентов — практически не проводят.

Трудности при экспорте инновационной продукции отметили 70 % респондентов.

Результаты исследования подтвердили, что, несмотря на зафиксированное большинством респондентов наличие достаточных условий для повышения инновационной активности, существуют актуальные проблемы с кадровым обеспечением, что может оказывать влияние на уровень интеллектуальной активности компаний.

Установлено наличие проблем регулярного обеспечения финансовой поддержки инновационного развития.

Период развития наукоемких компаний характеризуется большим объемом инвестиций, привлекаемых для обновления технологической платформы производства на основе высокотехнологичного оборудования и для реализации инновационных проектов.

Большой поток инвестиций приводит к росту долговых обязательств и ухудшению финансового состояния компании в переходный период развития. Следовательно, необходимо определить допустимый объем инвестиций при формировании программы развития либо создать «подушку финансовой безопасности» для сохранения финансовой устойчивости.

Данные опроса целевой аудитории показали, что, несмотря на довольно высокий уровень новизны разработок и инноваций, наблюдается недостаточная маркетинговая активность наукоемких компаний. Это приводит к отсутствию готовности потребителей к использованию новшества, что тормозит рост объемов производства новой продукции и снижение ее себестоимости.

В целях эффективного управления инновационным развитием необходимо сформировать механизмы решения следующих комплексов проблем, выявленных в процессе исследования:

*1) организационно-правовые:*

– отсутствие правового обеспечения для создания мобильных формований (кластеры, сетевые интернет-организации и т. д.),

– необходимость адаптации таможенных правил к требованиям инновационной экономики,

– недостаточный уровень правового обеспечения инновационной деятельности;

*2) инвестиционно-финансовые:*

– необходимость создания условий регулярного получения инвестиций из различных источников на длительный период для проведения НИОКР и освоения инноваций,

– необходимость развития фондового рынка,

– недостаточный уровень развития современных финансовых инструментов,

– неподготовленность предприятий к использованию современных финансовых инструментов привлечения инвестиций;

*3) организационно-экономические:*

– неоднозначность комплексной оценки инновационного потенциала компаний;

– неразвитость механизма управления взаимодействием фирм — участниц инновационных программ,

– недостаточный уровень готовности предприятий к созданию и реализации инноваций,

– необходимость обеспечения комплексности взаимодействия участников инновационных циклов по созданию элементной базы, приборов, систем, а также эффективного использования ресурсов,

– нарушение пропорций между текущей и стратегической инновационной деятельностью,

– отсутствие эффективного механизма коммерциализации инноваций в условиях активизации инновационной деятельности,

– отсутствие мотивированного спроса на новую наукоемкую продукцию из-за неподготовленности рынка и низкой активности госзаказов,

— необходимость создания механизма управления инновационным потенциалом наукоемких компаний;

4) *технико-технологические:*

— потребность в развитии способности работать на граничных условиях используемых ресурсов,

— необходимость роста активности освоения новых технологических методов реализации инноваций,

— необходимость разработки новых технических решений в инновационных проектах,

— недостаточная готовность предприятий к повышению интенсивности обновления продукции;

— необходимость обеспечения доступа к уникальному лабораторному оборудованию и дефицитным ресурсам для НИОКР и производства инноваций,

— потребность в повышении фоновой готовности исследователей;

5) *кадровые:*

— неотработанность механизма управления интеллектуальной активностью наукоемких компаний,

— потребность в подготовке специалистов с высоким интеллектуальным потенциалом для реализации динамично изменяющихся требований к инновационной продукции микро- и нанoeлектроники,

— необходимость создания способов формирования кадрового состава для программ развития.

В основе многих из перечисленных проблем лежат объективные причины методического характера. Разработка

организационно-экономического механизма управления инновационным потенциалом наукоемких компаний позволит создать основу для решения ключевых проблем инновационного развития экономики.

### *Литература*

1. Трансформация бизнеса в условиях рыночной нестабильности: монография / Н. К. Моисеева, Т. Н. Гончарова, О. А. Марина, О. В. Седова; под ред. Н. К. Моисеевой. М.: КУРС: ИНФРА-М, 2015. 407 с.: табл., рис. (Наука).

2. Корпоративное управление инновационным развитием: монография / Ю. П. Анискин, Т. А. Аллавердиев, А. В. Быков, С. А. Лукичев, Д. Б. Рыгалин; под ред. Ю. П. Анискина. М.: Омега-Л, 2007. 411 с. (Деловая активность).

3. Экономические проблемы развития революционных технологий: нанотехнологии: монография / Рук. авт. кол-ва В. Л. Макаров, А. Е. Варшавский. М.: Наука, 2012. 404 с.: ил.

4. *Якунин А. С.* Основные итоги деятельности радиоэлектронной промышленности в 2012 году и задачи на 2013 год // *Электронная промышленность*. 2013. № 1. С. 3–10.

*Седова Ольга Валерьевна* — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и управления проектами (МиУП) МИЭТ, заместитель начальника Центра коммерциализации и трансфера технологий (ЦКТТ) МИЭТ.

**E-mail: sedova@unicm.ru**

*Ларчиков Александр Викторович* — кандидат физико-математических наук, заместитель начальника ЦКТТ МИЭТ.

**E-mail: lartchikov@unicm.ru**

*Смирнова Жанна Юрьевна* — соискатель МИЭТ, заместитель начальника ЦКТТ МИЭТ. **E-mail: zhsmirnova@unicm.ru**