

А. А. Заболотько, О. К. Платов

### Состав и структура инновационного сектора экономики

Состав и структура инновационного сектора экономики рассмотрена как объект, в котором происходит инновационное развитие. Необходимо формировать три формы инновационных рынков: 1) инноваций и инновационных технологий; 2) инновационного продукта (товара, услуги) и 3) инновационного менеджмента, инновационного маркетинга и инновационного сопровождения.

**Ключевые слова:** инновационное развитие, инновационный сектор экономики, инновации, инновационный рынок, инновационное производство, инновационный продукт, инновационная деятельность.

A. A. Zabolotko, O. K. Platov

### Composition and structure of innovative sector

Composition and structure of the innovation sector is considered as an object, in which the innovative development. Necessary to form the three forms of innovation markets: first, innovation, and innovation, the second, an innovative product (goods and services) and the third, innovative management, innovative marketing and innovative support.

**Keywords:** innovation development, innovative sector of the economy, innovation, innovative markets, innovative production, product innovation, innovation.

В теоретическом плане в существующей экономической литературе в настоящее время выделяются такие понятия, как «инновационное развитие», «инновационный сектор экономики», «инновационные процессы», «инновационная форма экономики». Как правило, под этими понятиями подразумевают выборочный набор показателей для регионов, а про инновационное производство вообще никто не вспоминает. Мы будем рассматривать сущность инновационного системного подхода. К этой терминологии научное сообщество уже привыкло, осталось только установить, как осуществляется процесс инновационного развития. Несмотря на трудности, Россия преобразуется, и «великое преобразование» России ставит множество проблем, не имеющих очевидного решения в рамках имеющихся экономических теорий... Этот беспрецедентный исторический эпизод приведет к тому, что все экономические теории полностью преобразуются или окончательно утратят свое значение» [3, с. 31]. Необходимо рассмотреть, как развивается инновационная форма экономики, какие тенденции позволяют двигаться вперед, какова единая картина динамики инновационного развития. Цель нашего исследования будет состоять в четкой характеристике инновационного сектора экономики, а задача заключается в определении данно-

го сектора, выявлении составляющих элементов, установлении взаимосвязей. «**Инновационная деятельность** – деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности» [6]. Это та деятельность, при помощи которой мы будем формировать инновационное развитие в «инновационном секторе экономики» – один из воспроизводственных секторов экономики, обладающий общими характеристиками, экономическими целями, функциями и поведением, что позволяет отделить его от других частей экономики в теоретических или практических целях. В этом секторе развивается и фиксируется инновационная деятельность. В свою очередь, он включает 3 подсектора: 1) инноваций и инновационных технологий; 2) инновационного производства; 3) управления, продвижения и сопровождения инновационного продукта, – определяющих три последовательных инновационных процесса в инновационной деятельности и вбирающих все то, что составляет инновационное развитие и определяет инновационную динамику.

В инновационном секторе экономики в результате инновационного процесса создаются

инновации (инновационные технологии). Это первый этап инновационной деятельности – «процесс инновационный», в результате которого мы получаем «инновацию» («инновационную технологию»). Причем инновация может включать в себя и сам предмет инновации («что» надо сделать) и инновационную технологию изготовления какого-то предмета («как» надо сделать), то есть на данном этапе не различается, что есть инновация, так как это еще не продукт спроса, это лишь «потенциальный (статичный) комплекс информации и знаний» о том, «что» и «как». Мы говорим только о том, что в результате инновационного процесса была получена инновация, готовая к внедрению. В дальнейшем, после того как инновация появилась в результате инновационного процесса, она перестает существовать в системе употребления в двух оставшихся этапах инновационного развития и как термин для других процессов. Можно только говорить, «использовали или внедрили инновацию», если она была внедрена в инновационное производство и получен инновационный продукт или «использовали или внедрили инновационную технологию», если это процесс модернизированного производства и получен модернизированный продукт. Относительно усовершенствованного продукта мы говорим не об использовании инновации или инновационной технологии, а просто об усовершенствовании самого товара или технологий. Модернизированное и стандартное производство не входит в инновационный сектор экономики, в этих формах экономики происходит диффузия и мультипликация инновационных технологий и инновационного продукта (товара, услуги). Данная точка зрения позволяет более предметно выделить инновацию, инновационную технологию и инновационное производство, что позволит определить, что есть «инновационный продукт» и «инновационное предприятие», а не судить, где меньше инноваций, где больше. Например, «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 связей» [5, п. 146, с. 30]. Это позволяет устранить заблуждение относительно того, кто занимается инновационной деятельностью, а кто – усовершенствованием или модернизацией.

На этом этапе инновационного развития, если по причинам нерентабельности, неготовности рынка, отсутствия спроса инновация и иннова-

ционная технология не будет использована в инновационном производстве, включается система диффузии и мультипликации в модернизированное производство. «Структурный аспект совершенствования производительных сил в значительной мере определяется процессом распространения нововведений по сферам и отраслям их применения. В этом смысле научно-технический прогресс состоит в расширении масштабов и повышении удельного веса более совершенной (по сравнению со средним уровнем) техники» [1, с. 14]. Здесь необходимо сделать очень важный акцент на различиях между научно-техническим прогрессом и инновационным развитием, а именно: НТП предполагает внедрение инновационных технологий в производство, чтобы получить модернизированную продукцию, уже существующую на рынке, а потом, изменяя параметры, получить усовершенствованную продукцию, которая уже была модернизирована, и уже существующую на рынке, но измененную в лучшую сторону. Инновационное же развитие предполагает две принципиально различные позиции: 1) создание «состава и структуры рынка инноваций» для использования инноваций в дальнейшем инновационном производстве, в целях уменьшения производственных рисков и подготовки рынка к данным инновациям и 2) создание «инновационного производства» для использования инноваций и инновационных технологий для получения и создания «структуры рынка инновационного продукта (товара, услуги)», которого еще нет и который до этого момента не использовался в потреблении. Безусловно, принципы, формы и подходы НТП к формированию инновационных процессов необходимо использовать в экономической практике.

В результате первого этапа инновационной деятельности в инновационном секторе экономики мы получаем инновацию (инновационную технологию) и создаем первый из трех инновационных рынков инновационного сектора экономики – «состав и структуру рынка инноваций», тот первый из трех «китов», на котором держится инновационное развитие. Любой субъект институционального присутствия с такого рынка может выбирать, применять и получать то, что позволит решить вопрос ликвидности, спроса и предложения и ближе продвинуться к потребителю.

Вторым этапом инновационного развития в структуре инновационного сектора экономики является инновационное производство, то есть

создание инновационного продукта. Следует уделить особое внимание производству инновационной продукции, так как до настоящего момента предполагалось, что производство является сопутствующим условием получения определенного вида продукции и ему не уделялось особого внимания как экономическому фактору, который сам определяет сущность конечного продукта. Данный процесс рассматривается как приложение, причем обремененное большими издержками, немобильное, затратное, подверженное быстрому старению. На самом деле производство является единственной формой понимания того, как фирма себя позиционирует на рынке, с каким именно продуктом или услугой она предполагает работать: усовершенствованным, модернизированным или инновационным.

Цель инновационного производства состоит в постоянном насыщении рынка инновационными продуктами без затрат времени на разработку инноваций. Подразумевается, что инновации и инновационные технологии уже получены на первом этапе инновационной деятельности в инновационном процессе и их рынок уже сформирован. В результате этого инновационное производство выбирает, отбирает, внедряет и производит инновационное изделие. Чем больше и чаще это будет происходить, тем быстрее экономика будет расти и дифференцироваться на стандартную, модернизированную и инновационную, определяя свою динамику. При выборе и анализе использования инноваций и инновационных технологий в инновационном производстве «необходимо, конечно, учитывать взаимосвязь между товарными и технологическими нововведениями на предприятии, так как, по данным Д. Маркиза и С. Майерса, например, до 55 % нововведений влекут за собой изменения в применяемых производственных процессах, хотя лишь 25 % непосредственно ориентированы на изменение технологии» [7, с. 105–106].

Таким образом, инновационное производство – вторая важная часть инновационного развития. Только через инновационное производство происходит рывок экономики на другой уровень, через него формируются инновационные продукты и их распространение. Только оно формирует социально-экономическое развитие Общества и Государства.

Инновационное развитие в экономике предполагает поступательное движение результата процессов в структуре инновационного сектора экономики во времени и в пространстве. Если

рассуждать об «инновационности» развития экономики, включая и инновационное производство, то об этом в какой-то мере говорил еще Й. Шумпетер, предполагая, что «производить – значит комбинировать имеющиеся в нашей сфере вещи и силы. Производить нечто иное или иначе – значит создавать другие комбинации из этих вещей и сил» [8, с. 158]. Однако здесь он предполагал и совершенствование, и модернизацию, что нами рассматривается как разные по динамике инновационного развития и формату экономики вещи. Они включаются в инновационное развитие косвенно, только через модернизацию, которая берет на себя функцию диффузии и мультипликации новых технологий и инновационных продуктов. Тем не менее, Й. Шумпетер, в конечном итоге, совершенно правильно определил и точно подметил «осуществление новых комбинаций» [8, с. 159].

В результате второго этапа инновационной деятельности в инновационном секторе экономики, а именно в процессе инновационного производства, мы получаем инновационный продукт, создаем второй из трех инновационных рынков, результативный и практичный – «состав и структуру рынка инновационного продукта» через инновационное производство. Это второй из трех «китов», на которых держится инновационное развитие, так как через него происходит овеществление инноваций и инновационных технологий посредством реально потребляемого инновационного продукта. И тогда мы сможем преодолеть «разрыв между крупными научными открытиями и их реализацией в форме объектов интеллектуальной, промышленной собственности. Данную проблему можно также определить как сохранение низкого уровня капитализации интеллектуального капитала страны... Получается так, что на пути радикального научного изобретения до реальной инновации возникает разрыв, который исследователи проблем инноваций определяют как «долину смерти» [2, с. 3].

Необходимо отметить повсеместное заблуждение относительно того, что, расширяя спектр предложения инновационной продукции рынку, экономика получит кризис или спад производства или что данная продукция будет не востребована и возникнет дефицит оборотных средств для предприятия и проблема ликвидности для устойчивого развития. В этом случае предприятие, соответственно, разорится или уйдет с рынка в стандартную форму экономики, так как не смогло диверсифицировать свою хозяйственную дея-

тельность. Для того чтобы этого не произошло, теория инновационного развития предполагает формирование третьего рынка. Это третий этап инновационного развития в инновационном секторе экономики, в котором осуществляется управление, продвижение и использование инновационного продукта.

Мы можем управлять инновацией только на этапе инновационного процесса и только в рамках ее создания. Часто в этом нет необходимости, так как пути получения инновации различны и не всегда сложны. Это может быть даже озарение. Когда мы получаем именно инновацию и внедряем ее, она превращается в другой тип продукта, отличного от инновации, и мы уже не можем управлять им как инновацией, так как это уже другой продукт. Если посмотреть на процесс инновационного производства, то мы можем управлять им только в части его организации, которое и так это подразумевает, так как имеет в активе, помимо инновации, и инновационную технологию, в которой заключен также формат организации такого производства. Наиболее полно мы можем управлять инновационным продуктом на третьем этапе, где осуществляются инновационный менеджмент, инновационный маркетинг и инновационное сопровождение инновационного продукта у потребителя.

Управление, продвижение и использование инновационного продукта осуществляется, как правило, благодаря системе мотивации. Нет нужды говорить о том, что управление, продвижение и использование инновационного продукта само по себе инновационно. Продукт, которого до этого не было на рынке и который недавно появился, предполагает применение к нему инновационного подхода.

В результате третьего этапа инновационной деятельности в инновационном секторе экономики создается третий из трех инновационных рынков – «состав и структура рынка инновационного менеджмента, инновационного маркетинга и инновационного сопровождения». Это третий из трех «китов», на которых держится инновационное развитие, поскольку только он позволяет донести до конечного потребителя инновационный продукт, показывая, как он работает, где применяется и зачем нужен. Он формирует потребность приобретать и пользоваться, помогая сопровождать данный продукт на протяжении всего его жизненного цикла. Через пользование, понимание и, порой, необходимость мы производим адаптацию инновационного продукта на

рынке, позволяя ему проникать и распространяться в другие формы экономик и виды производств.

Необходимо исследование изучаемых проблем и явлений инновационного развития, происходящих в инновационном секторе экономики. Для понимания того, как формируются начальные инновационные формы, следует анализировать, обобщать и творчески подходить к формированию навыков управления инновационными процессами.

Российской экономике, особенно в производственной ее части, необходимо формировать свой инновационный продукт и свое инновационное производство, так как «обращение только к зарубежным технологическим заимствованиям, их “усовершенствование” – это создание виртуальной инновационной схемы, в основе которой конструкция «догоняющего развития» [4, с. 20].

**Теоретическая (предметная) ценность** формирования состава и структуры инновационного сектора экономики предполагает:

1. Внедрение понятия «инновационный сектор экономики» в воспроизводственные секторы экономики с расшифровкой его подсекторов; определение последовательности и места инновационных процессов, их статистической оценки и методологического анализа.

2. Понимание необходимости формировать три уровня структур инновационных рынков, которые характеризуют инновационное развитие, что упорядочивает получение и применение результатов от инновационной деятельности.

3. Выделение одного из трех процессов инновационного развития как «процесса инновационного производства» с подчеркиванием его важности, поскольку в процессе производства мы получаем одну из форм инновационного результата – инновационный продукт (товар, услугу).

4. Формирование потребности у населения создавать и потреблять окончательные продукты инновационной деятельности, повышая predisposition страны к инновационному развитию, а общества – к благосостоянию.

5. Выявление процесса диффузии и мультипликации в другие секторы и формы экономик, особенно модернизированной, результатов инновационной деятельности, что позволяет проанализировать развитие и динамику такой деятельности.

**Практическая ценность** данного подхода позволит:

1. Сформировать три совершенно независимых инновационных структуры рынка инновационной деятельности в инновационном секторе экономики, то есть три ее окончательные формы: 1) инновации (инновационные технологии), 2) инновационный продукт (товар, услуга) и 3) инновационный менеджмент, инновационный маркетинг и инновационное сопровождение.

2. Организовать для промышленных предприятий инновационное производство и параллельно с усовершенствованной и модернизированной продукцией выпускать инновационный продукт (товар, услугу), что позволит снизить риски по предприятию и повысить его финансовую устойчивость.

3. Увеличить емкость рынка в конечном инновационном продукте (товаре, услуге) как в финансовом, так и в товарном исчислении.

#### Примечания

1. Анчишкин, А. И. Наука – техника – экономика [Текст] / А. И. Анчишкин. 2-е изд. – М.: Экономика, 1989. – 383 с. – С. 14.

2. Бекетов, Н. Факторы инновационной конкурентоспособности развития экономики России [Текст] / Н. Бекетов // Информационные ресурсы России. – 2008. – № 3. – С. 3.

3. Буайе, Р. Теория регуляции [Текст] / Р. Буайе. – М.: Москва: Наука для общества, 1997. – 213 с. – С. 31.

4. Митин, А. Н. Современные проблемы социально-психологического восприятия модели инновационной экономики в России [Текст] / А. Н. Митин // Управленец № 1–2 (5–6). Инновационный климат, инновационный потенциал и инновационная культура: микро- и макроуровень. – УГЮА г. Екатеринбург. – 2010. – С. 20.

5. Руководство Осло, 3-е изд., ОЭСР и Евростат. «Организация экономического сотрудничества и развития» [Текст]. – М.: 2010. – С. 104.

6. ФЗ РФ № 127-ФЗ от 23.09.96 г. «О науке и государственной научно-технической политике» [Текст] / ФЗ РФ (в редакции от 06.11.11 г. № 291-ФЗ). Гл. 1. ст. 2. Часть двенадцатая введена Федеральным законом от 21.07.2011 № 254-ФЗ.

7. Хартман, В. Д. Критический анализ буржуазных теорий и практики управления промышленными исследованиями и разработками [Текст] / В. Д. Хартман; пер. М. З. Штернгарца. – М.: Прогресс, 1979. – 407 с. – С. 105–106.

8. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) [Текст] / Й. Шумпетер; пер. В. С. Автономова, М. С. Любского, А. Ю. Чепуренко. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с. – С. 158, 159.