УДК 330.101

МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Пржедецкая Наталия Витовна доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономическая теория», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69). E-mail: nvpr@bk.ru

Шевелева Вероника Владимировна кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая теория», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69). E-mail: beloveronika @yandex.ru

Кулькова Елена Петровна кандидат философских наук, доцент кафедры «Коммерция и логистика», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69). E-mail: kylkova_elena @mail.ru

Аннотация

В современных условиях развитие государства, всех его сфер невозможно представить себе без разработки и внедрения инновационной среды. Инновации становятся необходимым условием и фактором успешного и эффективного функционирования общества. В целях формирования и стабилизации в России работоспособной национальной инновационной системы необходимо наладить стабильную систему связей в сферах: наука – бизнес – государство – регион, что позволит интегрировать научно-технические, экономические, финансовые и организационные факторы создания и внедрения новых технологий.

Ключевые слова: *инновации, интеллектуальная собственность, этапы продвижения инноваций, информационно-технологические центры, институты защиты прав интеллектуальной собственности, венчурный бизнес, венчурное инвестирование.*

В современной глобальной конкуренции только те страны будут обладать неоспоримыми преимуществами, которые создали благоприятные условия для развития инновационного сектора экономики, для проектирования и создания научно-технических разработок и их внедрения в производство. При этом страны, которые не способны поддерживать свои позиции собственной инновационной базы и инновационной деятельности в ближайшем будущем столкнутся или уже столкнулись с проблемой утраты технологической независимости и конкурентоспособности национальных экономик.

Процесс создания и продвижения инновации в данный период времени характеризуется отсутствием системного подхода, что в результате приводит к изменению концепции планирования и контроля, к изменениям в четко определенной последовательности этапов создания и продвижения нововведений, к выпадению некоторых этапов линейной модели [1; 2; 4].

Особую роль в процессе разработки, выведения и использования инноваций играет сбалансированная система, в которую включены бизнес-структуры, органы государственной и региональной власти. Только совместные усилия дадут толчок для развития инновационного процесса. Как показывает ряд исследований зарубежных специалистов зачастую наибольший коммерческий эффект от внедрения новых технологий получают именно те страны, в которых реализуется сбалансированная политика, позволяющая эффективно решать задачи устойчивого экономического развития [7].

Поскольку именно органы государственной и региональной власти ответственны за разработку и реализацию концепции инновационного развития страны и региона и именно от их усилий и сформированного благоприятного инвестиционно-инновационного климата будет зависеть, дойдет ли новшество до этапа продвижения на рынке интеллектуальной собственности.

Для развития инновационного процесса значение имеют не только инвестиционные ресурсы, не только возможность создавать новшества, но и доводить их до этапа коммерциализации и продвижения.

Итак, продвижение инноваций на рынок интеллектуальной собственности является важнейшим этапом инновационного процесса. Начальным моментом данного этапа выступает внедрение инновации, т.е. первое появление на рынке интеллектуальной собственности и доведение до проектной мощности новой технологии или процесса производства нового продукта. Первичное освоение инновации включает экспериментальные работы на опытной базе науки, которая представляет собой совокупность опытных производств. Опытные производства могут быть как структурными подразделением научно-исследовательских и инжиниринговых организаций, так и опытно-экспериментальными подразделениями производственных предприятий.

Этап продвижения инноваций на рынок интеллектуальной собственности не прерывается и после внедрения. В процессе внедрения инновации происходит ее совершенствование, отработка деталей, она делается более эффективной, приобретает ранее неизвестные потребительские свойства. Все это способствует формированию новых областей применения данной инновации и повышению ее инвестиционной привлекательности. Инновация находит новых потребителей, которые воспринимают ее как новую именно для себя. Появляются желающие выкупить право на использование инновации, что обусловливает второй этап коммерциализации новшества, лежащего в основе данной инновации.

Продвижение инноваций на рынок интеллектуальной собственности начинается от источника инноваций. В качестве источников инноваций выступают:

– научно-исследовательские организации, осуществляющие прикладные научные исследования и опытно-конструкторские разработки;

– инжиниринговые компании, занимающиеся преимущественно опытно-конструкторскими разработками, а также частично научными исследованиями прикладного характера;

– высшие учебные заведения, осуществляющие как фундаментальные исследования, так и прикладные научные разработки;

– предприятия, самостоятельно занимающиеся научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками;

– и другие.

Приоритетная роль в формировании инновационной инфраструктуры должна принадлежать органам региональной власти.

Например, в Ростовской области Стратегией социально-экономического развития до 2020 г. предусмотрено формирование инновационной инфраструктуры, которая создаст необходимые условия инновационного развития – от фундаментальных научных исследований до внедрения технологий и реализации готовой наукоемкой продукции.

Инновационная инфраструктура Ростовской области включает:

– Некоммерческое партнерство «Единый региональный центр инновационного развития Ростовской области» – ключевой объект региональной инновационной инфраструктуры;

– 11 инновационно-ориентированных региональных высших учебных заведения;

– 10 инновационно-технологических центров: некоммерческое партнерство «Инновационно-технологический центр «ИнТехДон» (г. Новочеркасск), Некоммерческое

партнерство «Южный лазерный инновационно-технологический центр» (г. Таганрог) и 8 центров, созданных при ЮФУ;

– 20 центров коллективного пользования (при высших учебных заведениях), обеспечивающих доступ к высокотехнологичному, современному оборудованию для разработки опытных образцов и мелкосерийного производства новой продукции (14 – на базе ЮФУ, 3 – на базе ДГТУ, 2 – ЮРГПУ, 1 – РостГМУ);

– ОАО «Региональная корпорация развития»;

– IT-инкубатор «Южный IT-парк», основанный на базе ОАО «Региональная корпорация развития»;

– представительство Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере в Ростовской области.

Именно поэтому, особое внимание надо уделять процессу сотрудничества между органами государственной, региональной власти, частным бизнесом и представителями научного сообщества. Именно взаимодействие этих субъектов, сочетание их интересов – залог будущего успеха в области инвестиционного и инновационного развития, как отдельного региона, так и всей модели новой экономики [9].

Потребность в продвижении инноваций на рынок интеллектуальной собственности у каждого источника инноваций разная. В частности, предприятия, самостоятельно занимающиеся научными исследованиями и опытно-конструкторскими разработками, не нуждаются в первичном внедрении инноваций на рынок, поскольку имеют собственную опытную научную базу. Кроме того, они стремятся самостоятельно «снять сливки» с рынка и реализовать преимущества «первопроходцев». По мере насыщения рынка новыми продуктами, созданными на базе разработанной инновации, формируется спрос на данную инновацию у других субъектов рынка. На этом этапе предприятие может заняться продвижением инновации на рынок. Речь идет о заключении лицензионных контрактов, продаже прав использования инновации и других формах продвижения [6].

Инжиниринговые компании, как правило, самостоятельно продвигают свои инновации на рынок. Для этих целей в их составе функционируют службы маркетинга. Продвижение инноваций инжиниринговыми компаниями осуществляется как первичное, т.е. на этапе первичного внедрения инновации на рынок, так и вторичное – после успешной апробации на этапе опытного производства.

Первичное и вторичное продвижение инноваций на рынок интеллектуальной собственности осуществляют и следующие два источника инноваций: научно-исследовательские организации и высшие учебные заведения.

Научно-исследовательские организации менее подвержены коммерциализации деятельности, равно, как и высшие учебные заведения. Эти источники инноваций нуждаются в помощи посредников по продвижению, таких например, как венчурные фирмы. Венчурные фирмы создают, как правило, ученые, инженеры, изобретатели, покинувшие крупные компании, научные учреждения, или университеты и желающие основать свое дело. Они имеют определенные научные и инженерные идеи (как собственные, так и отобранные на рынке инновационной продукции), практической реализации которых собираются заняться в рамках венчурной фирмы.

Если мы проанализируем современное состояние российской экономики и активности венчурного инвестирования, то увидим, что начиная с 2016г. данная сфера характеризуется общим спадом деловой активности, неопределенностью относительно прогнозов ключевых макроэкономических показателей и обесценением рубля, что оказывало существенное давление на российскую венчурную индустрию.

Снижение среднего размера сделки может быть объяснено несколькими факторами: 1) повышением осторожности инвесторов касательно венчурных активов; 2) желанием диверсифицировать портфель инвестиций за счет большего количества

небольших инвестиций; 3) переходу от самостоятельного инвестирования к инвестированию в консорциумах.

В 2016 г. сохранился высокий интерес инвесторов к проектам на более поздних стадиях развития. В 2016 году 66% (104 сделки) пришлось на раннюю стадию и стадию расширения, в 2015 году – 70% (105 сделок) [3].

В таблице 1 приведены сведения о распределении венчурных инвестиций по стадиям развития компаний. И на основании представленных данных можно сделать вывод о том, что основной фокус инвесторов смещен не только на стадию продвижения уже выведенной на рынок инновации, но и сконцентрирован, в основном, на компаниях, находящихся на стадии расширения. Это связано, прежде всего, с высокой степенью риска венчурных инвестиций, особенно в сложных экономических условиях.

Таблица 1

Распределение венчурных инвестиций по стадиям развития компаний [3]

	2015г.	2016г.	2015г.	2016г.	2015г.	2016г.	2015г.	2016г.
	Посевная стадия		Стадия стартапа		Ранняя стадия		Стадия расширения	
Сумма сделок, млн. долл. США	7,1	9,2	13,8	8,4	64,5	60,4	147,2	87,2
Количество сделок	27	28	19	15	77	73	28	31
Средний размер сделки, млн. долл. США	0,3	0,2	0,7	0,6	0,8	0,8	5,3	2,8

Кроме венчурных организаций посредниками по продвижению инноваций на рынок интеллектуальной собственности могут выступать консалтинговые фирмы, маркетинговые агентства. Однако данные посредники не инвестируют средства в инновации, они лишь помогают производителям инноваций найти своих потребителей, используя различный инструментарий продвижения.

Можно выделить следующие организационные формы продвижения инноваций на рынок интеллектуальной собственности для создателей новшеств: самостоятельное продвижение, через венчурные фирмы, через инжиниринговые компании, через консалтинговые компании и маркетинговые агентства.

Каждая из выделенных организационных форм имеет свои преимущества и недостатки, обусловливающие ее приоритетность для создателя инновации.

Рассмотрим инструментарную часть продвижения инноваций на рынок интеллектуальной собственности. Особенности инновации как товара определяет поиск соответствующих средств продвижения.

Инновации относятся к крайне сложным, специфическим товарам, требующим большого объема информационно-разъяснительной работы при их продвижении на рынок, особенно на этапе первичного внедрения [5; 7; 8].

На выбор средств продвижения инновации влияет не только характер инновации как товара, но и особенность ее потребителей, в качестве которых выступают корпоративные клиенты: производственные предприятия, внедренческие организации. Следовательно, рынок инноваций – это рынок корпоративных клиентов, т.е. с относительно небольшим числом субъектов рынка. Это обстоятельство позволяет выбирать такие средства продвижения, которые обеспечат непосредственные личный контакт с потребителем. Появляется возможность более детально объяснить клиенту преимущества и потенциальные возможности коммерциализации новшества.

В коммерческом обращении к клиенту при продвижении инновации на рынок интеллектуальной собственности следует отразить технические аспекты инновации,

основные преимущества перед аналогами, показатели экономической эффективности при внедрении, показатели социальной эффективности, экологические показатели, основные преимущества для региона и страны в целом (при крупномасштабных инновациях) и т.п.

Основным элементом комплекса маркетинговых коммуникаций при продвижении инноваций на рынок интеллектуальной собственности, по нашему мнению, должны стать личные продажи. При этом необходимо использовать все преимущества концепции «маркетинг отношений». Усилить воздействие на целевую аудиторию можно, размещая рекламу в тематических специализированных отраслевых или научных журналах. Учитывая все возрастающее значение среды Интернет для проведения предприятиями маркетинговых исследований, возможно использование Интернет-рекламы, предусматривающей размещение рекламной информации на тематических Интернет-сайтах и баннеры-ссылки из поисковых систем.

Однако вся инфраструктура по внедрению и продвижению инноваций должна быть создана в рамках единой инновационной парадигмы, которая должна стать основополагающей для РФ и ее регионов. И здесь мы опять возвращаемся к последовательным и совместным усилиям государства, региона, научных организаций и бизнеса.

Ведь роль инноваций состоит не только в технологическом развитии страны и региона, они способствуют, прежде всего, формированию более совершенной системы управления социально-экономическими процессами, созданию современных социальных институтов. Поэтому усилия всех субъектов, включенных в процесс создания и продвижения инноваций должны базироваться на стратегическом подходе.

Интенсивность инновационно-инвестиционных процессов ведет к изменению в развитии других сфер, которые связаны с ним прямо либо косвенно. В связи с этим, можно сделать вывод о том, что результатом эффективного управления инновационно-инвестиционным процессом будет ускорение развития национальной экономики в целом.

Литература

1. *Абрамовских Л., Бабенко А.* К поиску новой модели экономического развития // Экономист. 2016. № 10. С. 34-43.
2. *Игнатова Т.В.* Специфика инновационной деятельности в сфере предпринимательства и ее государственная поддержка // Российское предпринимательство. 2007. № 8. Вып. 1.
3. *Кардаш А.* MoneyTree. Навигатор венчурного рынка обзор венчурной индустрии России за 2016 год.//https://www.pwc.ru/ru/publications/MoneyTree2016/money-tree-2016_presentation_FINAL.pdf
4. *Земцов С., Баринова В.* Смена парадигмы региональной инновационной политики в России: от выравнивания к «умной специализации» // Вопросы экономики. 2016. № 10. С. 50–57.
5. *Маневич В.* Долговременные макроэкономические процессы и условия роста российской экономики // Вопросы экономики. 2017. № 1. – С. 33-37.
6. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации // Инвестиционный портал Ростовской области //http://invest-don.com/ru
7. *Пржедецкая Н.В., Шевелева В.В., Кулькова Е.П.* Инвестиционная политика российского региона на современном этапе // Фундаментальные исследования. 2016. № 6 (часть 2). С. 449–453.
8. *Пржедецкая Н.В., Шевелева В.В.* Инвестиционный потенциал территории опережающего развития // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2016. № 3. С. 134–136.
9. *Пржедецкая Н.В., Шевелева В.В., Шевелев И.В.* Инвестиционная основа формирования новой экономики // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ». Ростов н/Д: РГЭУ (РИНХ). 2017. № 2.

Przhedetskaya Natalia Vitovna, Doctor of Economics, professor of Economic Theory department; Rostov state economic university (RINH) (69, B. Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: nvpr@bk.ru
Shevelyova Veronika Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, associate professor "The economic theory"; Rostov state economic university (RINH) (69, B. Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: beloveronika @yandex.ru
Kulkova Elena Petrovna, candidate of philosophical sciences, associate professor "Commerce and logistics"; Rostov state economic university (RINH) (69, B. Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: kylkova_elena @mail.ru

MECHANISMS OF STATE SUPPORT OF INNOVATIONS PROMOTION TO THE MARKET OF INTELLECTUAL PROPERTY: REGIONAL ASPECT

Abstract

In modern conditions, the development of the state and all its spheres is impossible to imagine without the development and implementation of an innovative environment. Innovation is becoming a prerequisite and a factor for the successful and efficient functioning of society. In order to form and stabilize a functioning national innovation system in Russia, it is necessary to establish a stable system of relations in the following spheres: science – business – state – region, which will allow integrating scientific-technical, economic, financial and organizational factors of creating and implementing new technologies.

Keywords: *innovation, intellectual property, stages of innovation promotion, information technology centers, institutions for the protection of intellectual property rights, venture capital industry, venture capital investment.*

УДК 336

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РОССИИ: МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПРОБЛЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ

Солонина Светлана Викторовна	кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической безопасности, Кубанский государственный технологический университет (350072, Россия, г. Краснодар, ул. Московская, 2). E-mail: svevic@mail.ru
Болдырева Любовь Валентиновна	кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал) (350051, Россия, г. Краснодар, ул. Шоссе Нефтяников/ ул. им. Федора Лузана, 32/34). E-mail: blw75@mail.ru
Ануфриева Анна Петровна	старший преподаватель кафедры экономической безопасности, Кубанский государственный технологический университет (350072, Россия, г. Краснодар, ул. Московская, 2). E-mail: gubskaya-a@mail.ru

Аннотация

В настоящее время инвестиционный климат России не благоприятствует притоку инвестиций. Существующие методики оценки всесторонне отражают факторы положительно и отрицательно влияющие на привлечение инвестиций. В статье рассмотрены некоторые из них. На основе анализа статистических данных сделаны выводы о состоянии инвестиционного климата России и рассмотрены пути его улучшения.

Ключевые слова: *инвестиционный климат, иностранные инвестиции, риски инвестора, методы оценки инвестиционного климата.*

Привлечение инвестиций на внешний и внутренний рынок является важным условием эффективности ведения национальной экономики. Россия также нуждается в укреплении инвестиционной базы для активации инновационной деятельности и укрепления экономического потенциала национальной экономики.