

Для цитирования: Доржиева Э.Л. Совершенствование методов оценки эффективности инновационного развития российских корпораций. Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2016;43 (4):184-196.DOI:10.21822/2073-6185-2016-43-4-184-196

For citation: Dorzhieva E.L. Improved methods for evaluating the effectiveness of innovation development in russian corporations. Herald of Dagestan State Technical University. Technical Sciences. 2016;43 (4): 184-196. (In Russ.) DOI:10.21822/2073-6185-2016-43-4-184-196

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338

DOI:10.21822/2073-6185-2016-43-4-184-196

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ КОРПОРАЦИЙ

Доржиева Э.Л.

Иркутский национальный исследовательский технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83,
e-mail: delh@rambler.ru

Резюме: *Цель.* Инновационная деятельность становится одним из ключевых факторов эффективного развития и роста конкурентоспособности экономики России. Важная роль в этом процессе отводится промышленным корпорациям. В этой связи возрастает необходимость совершенствования методов оценки эффективности инновационного развития российских корпораций. **Метод.** В работе использованы методы формальной логики, а также системный анализ, позволяющие рассматривать корпорацию как систему, включающую различные направления (составляющие) инновационной деятельности. **Результат.** Рассмотрены различные подходы к определению основных дефиниций инноватики, предложена авторская классификация инноваций. Выделены признаки инновационно активной промышленной корпорации, а также показаны возможные причины разной инновационной активности корпораций; выделены составляющие системы показателей инновационной деятельности: финансовая; потребительская; процессная; развития и обучения; рисковая. Обоснована необходимость включения в состав системы показателей инновационной деятельности рискованной составляющей. Показаны способы достижения целей по каждому направлению инновационной деятельности, а также предложен методический подход, позволяющий осуществлять постоянный контроль над реализацией инновационной стратегии развития. Представлен алгоритм оценки реализации инновационной стратегии развития промышленной корпорации. **Вывод.** Теоретико-методологические разработки позволяют не только ориентироваться в многообразии инноваций, но определять и устанавливать взаимосвязи и взаимозависимости между различными инновациями, осуществлять анализ, оценку и прогнозирование для эффективного развития инновационной деятельности российских корпораций.

Ключевые слова: инновации, классификация инноваций, инновационная активность, корпорации

ECONOMIC SCIENCE

IMPROVED METHODS FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF INNOVATION DEVELOPMENT IN RUSSIAN CORPORATIONS

Erzhena L. Dorzhieva

Irkutsk National Research Technical University,

83 Lermontova Str., Irkutsk 664074, Russia,

e-mail:delh@rambler.ru

Abstract: Objectives. Innovative activity is a key factor in the effective development and growth of competitiveness in the Russian economy. An important role in this process is played by industrial corporations. Against this background, there is an increased need for improving the effectiveness of methods for evaluating the innovation development of Russian corporations. **Methods.** Formal logic as well as system analysis methods were used in the research, allowing us to consider the corporation as a system that includes a variety of innovational directions (elements). **Results.** The article discusses various approaches to the determination of the basic definitions of innovation; a classification of innovation is proposed. The attributes of innovative activity of industrial corporations are distinguished together with an outline of the possible causes of various innovative corporate activities; components of the system of indicators of innovation activity are isolated: financial; consumer; process; development and training; risk management. The need for the indices of the innovation activity of the risk component to be included in the composition of the system is substantiated. It is shown how the objectives for each area of innovation may be achieved in tandem with a methodological approach that allows continuous monitoring of the implementation of innovative development strategies. An algorithm for evaluating the implementation of innovative strategies contributing to the development of industrial corporations is presented. **Conclusion.** Theoretical and methodological development can be used not only to navigate the variety of innovations but also to determine and establish the relationship and interdependence between the various innovations as well as carry out analysis, assessment and forecasting for the effective development of innovative activity of Russian corporations.

Keywords: innovation, classification of innovations, innovation activity, corporations

Введение. Повышение экономической роли инноваций и инновационной деятельности, изменение темпов, направлений и механизмов развития инновационных процессов являются ключевыми факторами, определяющими стратегию развития большинства стран мира. В современных условиях важнейшими задачами российской экономики является переход на инновационный путь развития, диверсификация экономики и создания условий для реализации инновационного потенциала. Достижение поставленных задач в значительной степени зависит от инновационной деятельности российских промышленных корпораций.

Эффективная система стратегического управления инновационной деятельностью позволит российским промышленным корпорациям преодолеть технологическое отставание и стать конкурентоспособными на мировом рынке. Так, Н. Розенберг и Л.Е. Бирдцелл связывают экономическое развитие стран Запада с осуществлением непрерывного поиска возможностей и адаптации изменений, благоприятных для дальнейшего роста, то есть с инновациями [1]. Выбор и реализация инновационной стратегии развития корпорации предполагают оценку всех форм инновационной деятельности, проявляющихся в инновациях различного типа, и охватывают все стороны хозяйственной деятельности.

Постановка задачи. Для решения проблемы перехода российских корпораций на путь инновационного развития необходимо исследовать теоретические аспекты инновационной экономики. Исследование теории инновационного развития требует, прежде всего, изучения таких ключевых понятий, как инновации и их классификация, инновационный процесс и инновационная деятельность.

Следует заметить, что формирование теоретических основ изучения инноваций началось еще в начале XX века. Йозеф Шумпетер – один из основоположников инновационной теории.

Несмотря на широкое применение термина «инновация», основой всех трактовок являются новизна, социально-экономическая эффективность, результативность, производственная востребованность и применимость. В качестве организационных инноваций рассматривал укрупнение фирмы, позволяющее получать экономию от масштаба. Он разработал концепцию «предпринимательской фирмы» – особого экономического агента, действующего через конкуренцию со стороны новых товаров, новых технологий, новых источников сырья или новых типов организации. Целью предпринимательской фирмы является не максимизация прибыли через минимизацию издержек, а поиски стратегического преимущества на основе продуктовых, технологических или организационных инноваций [2].

Как показало проведенное исследование, до сих пор в экономической литературе нет единого подхода к определению понятия «инновация». Инновацию характеризуют как процесс, результат, метод, объект. Например, Б. Санто рассматривает инновацию как «общественный, технический и экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентируется на экономическую выгоду, на прибыль, ее появления на рынке может принести добавочный доход...» [3]. Б. Твисс также под инновацией понимает процесс, «... в котором идея или изобретение приобретает экономический смысл» [4]. П.Друкер характеризовал инновации как «особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они стремятся осуществить новый вид бизнеса или услуг» [5]. Несмотря на широкое применение термина «инновация», основой всех трактовок являются новизна, социально-экономическая эффективность, результативность, производственная востребованность и применимость.

В проекте стратегии Минэкономразвития РФ «Инновационная Россия-2020» инновация определяется как «вывод на рынок нового товара или услуги, внедрение нового процесса производства, освоение новой бизнес-модели, создание новых рынков» [6]. В рекомендациях Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по сбору и анализу данных по инновациям дано следующее определение понятия: «Инновация – это внедрение нового или существенно улучшенного продукта или процесса, нового маркетингового или организационного метода организации производства».

Необходимым условием инновации является то, что продукт, процесс или метод должны быть новыми или существенно улучшенными, когда компания разработала и внедрила инновацию быстрее других. Таким образом, инновация – важное конкурентное преимущество корпорации, в осуществлении которой корпорация видит потенциально высокую прибыль и/или другие положительные характеристики.

Экономическая эффективность инноваций проявляется в изменении таких показателей, как рост производительности труда, снижение издержек производства и транзакционных издержек, энергоемкости, увеличение производства продукции. То есть реализация инновационной стратегии должна отражать эффективность инновационной деятельности, которая определяется ее способностью достигать максимальных результатов с наименьшими затратами трудовых, материальных, финансовых ресурсов и времени на единицу продукции. Сложившаяся в настоящее время практика оценки эффективности деятельности корпораций, главным образом по объему реализации или уровню рентабельности, в условиях активных инфляционных процессов не позволяет говорить об объективной оценке результатов инновационной деятельности. Следовательно, необходим методический подход к оценке эффективности инновационной деятельности, отражающий выбор и реализацию инновационной стратегии корпорации в целом или отдельных составляющих.

Методы исследования. Для понимания способов управления инновациями необходимо изучить разнообразные сферы и способы их применения, рассмотреть классификацию

инноваций. Классификация представляет собой познавательный и практический процесс с целью определения структуры и систематизации инноваций по различным признакам. Классификация позволяет не только ориентироваться в многообразии инноваций, но и определять и устанавливать взаимосвязи и взаимозависимости между различными инновациями; осуществлять анализ, оценку и прогнозирование.

Существует множество подходов к классификации инноваций по различным признакам. Классификационный признак представляет собой отличительное свойство данной группы инноваций, ее главную особенность. Инновации разных типов могут быть связаны с различными фазами социально-экономического и научно-технического развития.

Г. Менш выделил базисные инновации, они способствуют появлению новых отраслей и новых рынков, улучшающие инновации (повышают эффективность использования базисных инноваций или расширяют для них рынок) и «псевдоинновации» (улучшают качество предмета или незначительно изменяют элементы технологического процесса). Критерием классификации технологических инноваций по Г. Меншу является степень радикальности инновации.

Базисные или радикальные (прорывные) инновации ведут к значительному повышению функциональности по сравнению с существующими аналогами. Такие инновации обычно создаются в отделах НИОКР, при этом исследования, как правило, изначально не ориентированы на определенную рыночную потребность.

Улучшающие инновации, или инкрементальные (пошаговые) инновации, – это постоянное совершенствование продукта или бизнес-процесса, что часто служит ответом на определенную потребность рынка. Эффективные пошаговые инновации являются следствием ориентации компании на потребителя.

Так же, как Г. Менш, Ю.В. Яковец различает инновации по степени радикальности и предлагает выделять следующие типы инноваций:

1) базисные инновации, которые реализуют крупнейшие изобретения и становятся базой для революционных переворотов в технике;

2) улучшающие инновации, предусматривающие реализацию изобретений среднего уровня и служащие основой для создания новых моделей и модификаций данного поколения техники или технологии, заменяющих устаревшие модели более эффективными либо расширяющих сферу применения этого поколения, а также существенно видоизменяющих используемые технологии;

3) микроинновации, улучшающие отдельные производственные или потребительские параметры выпускаемых моделей техники и применяемых технологий на основе использования мелких изобретений, что способствует более эффективному производству этих моделей либо повышению эффективности их использования;

4) псевдоинновации [7].

Применительно к деятельности корпорации российские ученые И.Б. Гурков и В.С. Тубалов предлагают следующую классификацию инноваций [8]: продуктовые; процессные; технические; управленческие технологии; организационные внутрифирменные; организационные межфирменные.

Продуктовые инновации – изменение в товарах и услугах. Продуктовые инновации представляют собой усовершенствованные варианты существующих товаров (расширяют рынки существующих отраслей) или абсолютно новые товары (формируют новые рынки и отрасли).

Технологические инновации направлены на улучшение технологии производства товаров. Однако то, что в одной отрасли может считаться технологической инновацией, в другой отрасли в то же время может рассматриваться как инновационный продукт. Для гибкого автоматизированного производства новый тип промышленного оборудования является инновационным продуктом. То же оборудование для его покупателя будет считаться инновационной технологией, если станет составным элементом нового процесса производства.

Процессные инновации - изменение того, как это делается. Технические инновации включают продукты, процессы и технологии, применяемые для производства товаров или оказания услуг. Административные инновации относятся к изменениям в организационных структурах и административных процессах и, как правило, напрямую связаны с управлением корпораций.

Организационные инновации часто служат необходимой предпосылкой технологических инноваций и в значительной степени определяют эффективность деятельности корпорации.

Согласно О. Уильямсону, современную корпорацию следует в основном понимать как продукт серии организационных инноваций, целью и результатом которых является минимизация трансакционных издержек (необходимые затраты на институциональное, организационное и информационное обеспечение любой деятельности) [9]. О. Уильямсон говорит о том, что если договориться о совместной разработке и передаче знаний сложно и дорого (т.е. рыночные трансакционные издержки велики), то тогда координация в рамках интегрированной структуры более привлекательна, чем рыночная.

С другой стороны, одной из главных целей создания промышленной корпорации выступает повышение эффективности производства. В ходе производственной интеграции создается возможность инновационной синергии, заключающейся в концентрации ресурсов на разработке и освоении ключевых, радикальных инноваций.

Инновационная синергия повышает технологические компетенции всей корпорации и способствует достижению низких издержек и лучшему качеству продукции в корпоративных бизнесах [9]. Согласно рекомендациям «Руководство Осло» по сбору и анализу данных по инновациям, различают следующие типы базовых инноваций: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные (табл.1).

Таблица 1. Базовые типы инноваций
Table 1. Basic types of innovation

Продуктовые	Процессные	Маркетинговые	Организационные
Появление на рынке новых товаров и услуг либо значительное усовершенствование существующих. Значительное улучшение подразумевает использование новых компонентов, материалов, способа предоставления услуг.	Внедрение нового или значительно улучшенного метода производства. Процессная инновация также включает в себя существенные изменения в используемом оборудовании или программном обеспечении.	Реализация новых маркетинговых методов, подразумевающих значительные изменения в дизайне продукта, упаковке, продвижении продукта на новые рынки. Применяется, как к новым, так и к существующим продуктам, но впервые осуществляется фирмой.	Применение новой или значительные изменения в существующей структуре или методах управления, обеспечивающих повышение знаний, качества продукции, эффективность трудовых процессов и организации рабочих мест, снижение трансакционных издержек.

В российской практике сложилось так, что инновациям в управлении, осуществляемым корпорациями, уделяется незначительное внимание, а развитие корпораций связывают исключительно с техническими и технологическими инновациями. Однако эффективность управления корпорацией отражается на показателях эффективности нового оборудования и технологий. П. Друкер отмечает, что инновация – это не техническое, а экономическое понятие, подразумевающее изменения на всех уровнях менеджмента: внутрифирменного управления, управления производством, управления персоналом.

Следует различать управление корпорацией и корпоративное управление. Следовательно, корпоративное управление – система взаимоотношений корпорации с акционерами и другими «стейкхолдерами» (заинтересованными лицами). Это могут быть группы лиц, орга-

низации или отдельные лица, влияющие на деятельность корпорации, которая, в свою очередь, зависит от них.

На современном этапе корпорации начали оценивать взаимодействие со стейкхолдерами как инструмент, который может способствовать инновациям в создании продуктов и организации процессов, усиливать ориентацию стратегических решений на устойчивость как внутри, так и вовне корпорации. Эффективное стратегическое взаимодействие со стейкхолдерами может:

- 1) обеспечить лучшее управление рисками и репутацией;
- 2) объединить ресурсы для решения проблем и достижения целей корпорации;
- 3) комплексно оценивать внешнюю среду корпорации, включая развитие рынков и определение новых стратегических возможностей;
- 4) получать от стейкхолдеров информацию, что может привести к разработке инноваций;
- 5) вызывать доверие между корпорацией и ее стейкхолдерами.

Управление корпорацией, или корпоративный менеджмент, охватывает внутренние процессы корпорации – разработку и принятие стратегических и оперативных решений в маркетинге, финансах, производстве, управлении персоналом. Классик менеджмента Ф. Тейлор подчеркивал, что хорошая организация работ, даже со старым оборудованием, всегда лучше плохой организации с новым оборудованием. Инновации в управлении долгое время являлись наименее привлекательными для изучения специалистами. Но в настоящее время инновации в управлении все больше воспринимаются руководителями корпораций как необходимый элемент стратегии развития и обеспечения долгосрочной конкурентоспособности.

Г. Хэмел определяет стратегические инновации как способность переосмыслить существующую бизнес-модель способами, которые создают новую ценность для потребителей, стейкхолдеров и конкурентное преимущество. Стратегическая инновация – это создание стратегий развития, новых категорий продуктов, услуг и бизнес-моделей, которые меняют деятельность и производят существенную, новую ценность для потребителей, клиентов и корпорации. Стратегические инновации иногда называют инновацией бизнес-модели. Инновационная бизнес-модель предполагает экспериментирование с новыми стратегиями, с новыми концепциями бизнеса. Стратегические инновации – инновации в продуктах и услугах, бизнес-моделях, бизнес-процессах, изменяющие деятельность и позиционирование корпорации по отношению к конкурентам [10].

По нашему мнению, вследствие финансовых и нефинансовых целей инновационных стратегий развития промышленных корпораций для их реализации необходимо формирование системы показателей инновационной деятельности (финансовых и качественных), которые характеризуют степень достижения целей инновационного развития по каждому направлению деятельности.

Предлагаемый методический подход к реализации инновационной стратегии развития промышленной корпорации базируется на методе сбалансированной системы показателей Д. Нортон и Р. Каплана [1]. На наш взгляд, система показателей оценки инновационной деятельности промышленной корпорации должна учитывать:

- 1) соответствие инновационной стратегии развития интересам стейкхолдеров;
- 2) обеспечение минимизации инновационных рисков;
- 3) возможность развития и обновления материально-технической, технологической базы корпорации;
- 4) рост потенциала корпорации для выхода на новые рынки при реализации инновационной стратегии;
- 5) влияние результатов реализации инновационной стратегии на социальную сферу.

В список показателей инновационной деятельности следует включать те показатели, которые позволят оценить степень достижения поставленных целей инновационного развития корпорации (табл. 1). Цель промышленной корпорации и инновационная стратегия

развития корпорации выступают основой для формирования системы показателей инновационной деятельности в целом [5].

Для отбора показателей, которые будут использоваться в системе показателей инновационной деятельности корпорации, необходимо сформировать экспертную группу. Формализовать процедуру оценки показателей можно на основе применения балльной системы оценки. Показатели, получившие наибольшее количество баллов в ходе экспертной оценки, будут включены в систему ключевых показателей инновационной деятельности.

Предлагаемая система показателей инновационной деятельности, включает в себя следующие составляющие: финансовая; потребительская; процессная; развития и обучения; рисковая. На наш взгляд, необходимость включения в систему показателей инновационной деятельности рискованной составляющей обусловлена высокой степенью неопределенности, характерной для любой инновационной деятельности, и, как следствие, высоким уровнем риска.

Таблица 1. Показатели инновационной деятельности промышленной корпорации
Table 1. Indices of innovation activity of an industrial corporation

Составляющие системы показателей инновационной деятельности	Показатели инновационной деятельности промышленной корпорации
Финансовая составляющая	Затраты на внутренние и внешние научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки
	Процентное соотношение затрат на НИОКР
	Прибыль от продажи лицензий на созданные продукты/ технологии
	Прибыль от реализации инновационных продуктов
	Уровень снижения издержек за счёт внедрения инновационных решений
Потребительская составляющая	Показатель лояльности клиентов
	Показатель удовлетворённости клиентов
	Доля рынка
	Число новых заказов
Рискованная составляющая	Коммерческие риски
	Финансовые риски
	Производственные риски
	Экологические риски
Составляющая процессов	Количество поддерживаемых патентов, поданных патентных заявок, а также используемых патентов
	Количество разработанных технологий
	снижения времени прохождения информации, количество внутренних инноваций
	Соотношение разработанных технологий и приобретённых технологий
	Количество проданных лицензий на технологии
	Время цикла разработки инновационной продукции
Составляющая обучения и развития	Доля инновационной продукции
	Коэффициент текучести кадров, %
	Расходы на обучение персонала
	Удовлетворённость сотрудников
	Доля сотрудников с высшим образованием
	Участие сотрудников в совершенствовании

Для прогнозирования последствия в условиях неопределенности и вероятности последствий возможных отклонений в реализации инновационной стратегии развития, а также для разработки адекватных последствиям предупреждающих мер необходимо эффективное управление инновационными рисками [13, 14].

В процессе оценки величины риска для выбора критического уровня анализируемых рисков исследуются начальные условия возможного события или обстоятельства, последовательность потенциально опасных событий, любые смягчающие факторы и характеристики, а также природа и частота возможных негативных последствий идентифицированных опасностей. Эти критерии и меры распространяются на все направления деятельности и включают значения неопределенностей оценок [12]. Целью оценивания рисков является принятие решений, основанных на анализе рисков, что устанавливает приоритет принятия решений по рискам, на которые необходимо реагировать в первую очередь [11]. Анализ рисков реализации инновационной стратегии развития промышленной корпорации целесообразно проводить с учетом особенностей ее инновационной деятельности, с применением различных методов [17-19].

Необходимо провести анализ всех видов рисков: внешней макросреды (государственная политика, социальная политика, экономическая политика, международные экономические отношения и др.), внешней микросреды корпорации (взаимоотношения с поставщиками, потребителями/заказчиками, кредиторами) и внутренней среды корпорации.

На наш взгляд, существующие классификации инноваций необходимо дополнить с учетом следующих классификационных признаков: по назначению, по масштабам применения, в зависимости от стратегической цели корпорации, по степени риска, по отношению к предыдущему состоянию. В связи с этим предложена обобщенная классификация инноваций промышленной корпорации (табл. 2).

Таблица 2. Классификация инноваций промышленной корпорации
Table 2. Classification of innovations of an industrial corporation

Классификационный признак	Инновации			
	Иновации		Иновации	
По срокам разработки	краткосрочные		среднесрочные	долгосрочные
По сфере деятельности	управленческие	технологические	маркетинговые	социальные
По степени новизны	базисные		улучшающие	
По созданию	собственные		совместные	приобретенные
По объектам управления	продуктовые		процессные	
По финансовым затратам	высокозатратные		среднезатратные	низкозатратные
По назначению (предложено автором)	увеличение доходов	рост производства	рост лояльности клиентов	социальный эффект
По масштабам применения (предложено автором)	корпорация	предприятие	отдел	цех, производственная площадка
В зависимости от стратегической цели корпорации (предложено автором)	опережающего роста		постепенного роста	удержания доли рынка
По степени риска (предложено автором)	с высокой степенью риска		со средней степенью риска	с низкой степенью риска
По отношению к предыдущему состоянию (предложено автором)	заменяющие		дополняющие	нейтральные

Кроме того, по мнению автора, данные классификационные признаки тесно связаны с выбором инновационной стратегии развития российских корпораций.

Анализ основных классификаций инноваций позволил раскрыть разнообразные области и способы их использования на макроуровне, однако существующие в настоящее время классификации инноваций не дают четкого представления об особенностях инноваций на микроуровне, в рамках отдельных российских корпораций.

Обсуждение результатов. Применение системы показателей инновационной деятельности в рамках модели планирования и управления корпорацией будет способствовать обеспечению связи стратегических целей и тактических задач. Инновационные стратегии должны быть представлены в виде взаимосвязанных показателей для достижения намеченных целей.

Для обеспечения реализации инновационных стратегий промышленных корпораций в непрерывном процессе необходимы их периодическая корректировка и обновление. Система ключевых показателей инновационной деятельности позволяет своевременно выявить проблемы в системе управления, определить причины их возникновения и разработать мероприятия для их устранения.

Для реализации составляющей обучения и развития предлагается осуществлять подготовку и техническое обучение кадров посредством заключения договоров с образовательными учреждениями; с целью мотивации и стимулирования труда размер премии работников должен зависеть от их вклада в реализацию стратегии, который определяется по результатам ежегодной оценки достижения индивидуальных целей сотрудников. Они должны быть привязаны к целям корпорации, установленным в функциональных планах их подразделений. Результаты достижения индивидуальных целей рекомендуется оценивать с помощью определения эффективности деятельности сотрудников.

Рост удовлетворенности клиентов является целью реализации потребительской составляющей в результате решения следующих задач: высокое качество изделий; поддержка эксплуатации производимой продукции; послепродажное обслуживание [2].

Для реализации финансовой составляющей необходимо решение следующих задач: развитие за счет собственных средств; развитие за счет заемных средств; софинансирование. При реализации финансовой составляющей инновационной стратегии за счет собственных средств необходимо учитывать определенное соотношение между прибылью и амортизацией для осуществления модернизации.

Инновационное развитие за счет внешнего финансирования осуществляется на основе привлечения кредитов и займов. Большое значение отводится нахождению оптимальной пропорции между собственным и заемным капиталом, необходимым для реализации инновационной стратегии корпорации.

Необходимость привлечения заемного капитала определяется ожидаемым повышением эффективности работы корпорации. В случае если эффективность прогнозируется на уровне выше текущей, то привлечение дополнительных источников для реализации инновационной стратегии является целесообразным [20]. Сравнение различных методов финансирования позволяет корпорации выбирать оптимальный вариант финансового обеспечения инновационной стратегии.

Оценка эффективности реализации инновационной стратегии может осуществляться по двум уровням:

1. Эффективность реализации инновационной стратегии по каждому направлению инновационной деятельности (составляющей).

2. Степень достижения поставленных стратегических целей инновационной деятельности корпорации в целом.

Алгоритм оценки эффективности реализации инновационной стратегии промышленной корпорации (рис.1) состоит из шести последовательных этапов.

Результаты указанных этапов в каждом конкретном случае отражают частную ситуацию, характеризующую реализацию инновационной стратегии по данной составляющей. Выбор критериев оценки инновационной стратегии зависит от условий, технических и организационных возможностей корпорации на данном этапе развития [15].

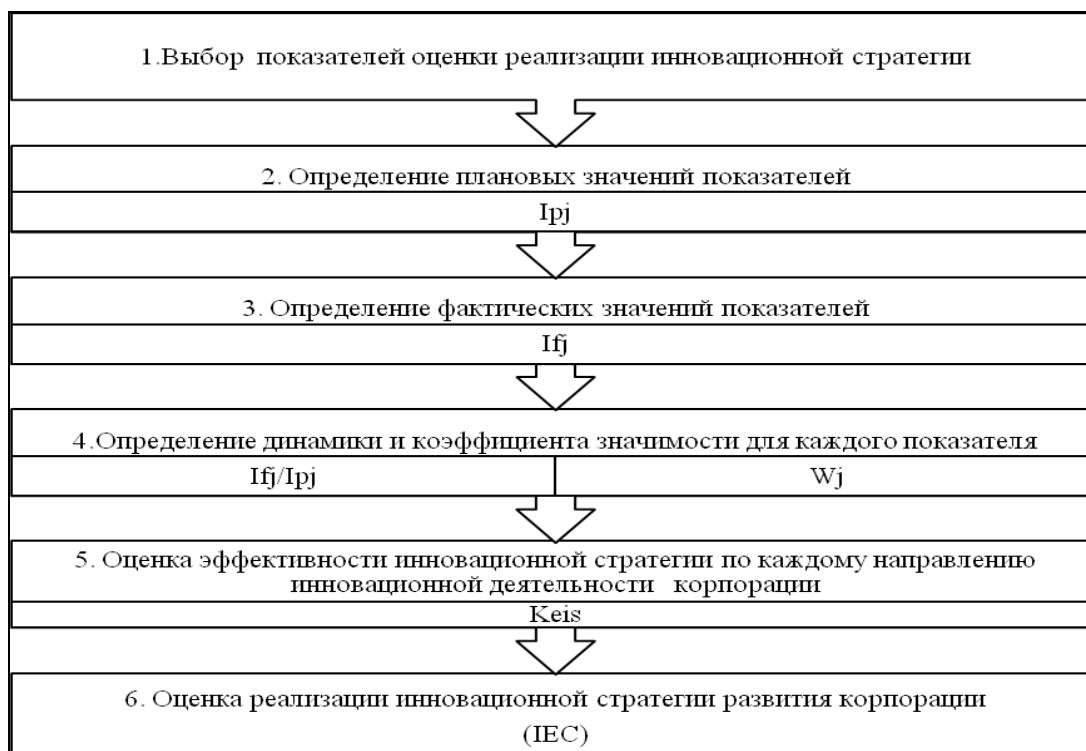


Рис.1. Алгоритм оценки эффективности реализации инновационной стратегии
Fig.1. Algorithm for assessing the effectiveness of implementation innovation strategy

Вывод. Выявление типов инноваций, которые могут осуществлять российские корпорации для повышения эффективности производства и конкурентоспособности продукции, требует многокритериальной комплексной классификации инноваций.

Для понимания методов управления инновациями и возможности исследования разнообразных сфер и способов их применения промышленной корпорацией автором предложена обобщённая классификация инноваций. В зависимости от условий функционирования корпораций их склонность к инновациям различна или проявляется по-разному.

Так, одни корпорации могут ориентировать свою деятельность на сохранение текущего уровня конкурентоспособности, реализуя инновации, основанные на заимствованиях уже существующих технологических решений, цель которых – обеспечить уровень эффективности использования ресурсов на уровне не ниже своих основных конкурентов. Другие стремятся благодаря инновационным прорывам занять монопольное положение и обеспечить принципиально более высокий уровень эффективности и рентабельности по отношению к конкурентам.

Инновационная активность корпорации определяется способностью создавать и реализовывать инновации для обеспечения конкурентоспособности в долгосрочном периоде.

Хотя в долгосрочном периоде без инноваций корпорация не может развиваться или даже удерживать конкурентные позиции на рынке, в каждом конкретном случае выбор в пользу инноваций делается корпорацией по критерию сравнительной эффективности использования средств для достижения текущих или стратегических целей.

В России пока еще недостаточен опыт инновационной деятельности промышленных корпораций в условиях рыночных отношений.

Поэтому на данном этапе важно, изучая теоретические исследования и используя опыт стран с развитой рыночной экономикой, разрабатывать собственные теоретические и

методологические рекомендации для организации инновационной деятельности в отдельной корпорации и стране в целом.

Предлагаемый в статье методический подход отражает процесс оценки эффективности отдельных составляющих инновационной деятельности и их влияния на результативность инновационной стратегии корпорации в целом.

Библиографический список:

1. Розенберг Н. Как Запад стал богатым (Экономическое преобразование индустриального мира) [Текст] Н. Розенберг. – Новосибирск: Экспресс, 1995. – 352 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер. с англ. [Текст] / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
3. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; пер. с венг. Б. В. Сазонова. – Москва: Прогресс, 1990.
4. Твисс Б. Управление нововведениями [Текст] / Б. Твисс. – Москва: Экономика, 2009. – 272 с.
5. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации [Текст] / П.Ф. Друкер. – Москва: Вильямс, 2009. – 292 с.
6. Инновационная стратегия России – 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://in-povus.biz/media/uploads/resources/Innovative-Russia-2020>
7. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец. – Москва: Экономика, 2004. – 439 с.
8. Gurkov I. B., Filippov S. Innovation Processes in the Russian Manufacturing Subsidiaries of Multinational Corporations: An Integrated View from Case Studies // Journal of East - West Business. 2013. Vol. 19. No. 4. P. 260-290.
9. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки и «отношенческая» контракция [Текст] / О.И. Уильямсон. – Санкт-Петербург: Лениздат, 1996
10. Прахалад К.К. Пространство бизнес-инноваций: создание ценности совместно с потребителем: пер. с англ. [Текст] / К.К. Прахалад, М.С. Кришнан. – Москва: Альпина Паблишерз: Юрайт, 2014. – 255 с.
11. Руководство Осло: рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – Москва, 2011
12. Ребязина В. А. Инновационная деятельность российских компаний: результаты эмпирического исследования [Текст] / В.А. Ребязина, С.П. Куш, А.В. Красников, М.М. Смирнова // Российский журнал менеджмента. – 2011. – Т. 9, № 3.
13. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий [Текст] / Г. Чесбро. – Москва: Поколение, 2007.
14. Каплан Р. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – Москва: Олимп-бизнес, 2011. – 320 с.
15. Доржиева Э.Л. Стратегия развития корпораций: инновационный вектор / Э. Л. Доржиева, Н. П. Лукьянчикова / Иркутск: Изд-во Иркутского гос. технического ун-та, 2014, - 159 с.
16. Карачаровский В. В. Об эффекте инновационной деятельности в российской экономике на макро- и мезоуровнях // XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4-х книгах. Книга 3 / Отв. ред.: Е. Г. Ясин. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2014. С. 338-348.
17. OECD, Main Science and Technology Indicators; Key Figures. Paris, 2014
18. Sherer F. M. Industrial market structure and economic performance. Chicago: RandMcNally, 1970.
19. Swann G.M. P. Universities and business innovation in Innovation in UK: Indicators and Insights, 2006.

20. Teece, D.J., Pisano, G. The dynamic capabilities of firms: an introduction. *Industrial and Corporate Change* 3(3), 2014. - P. 537–556.

References:

1. Rozenberg N. Kak Zapad stal bogatym (Ekonomicheskoye preobrazovanie industrialnogo mira). Novosibirsk: Ekor; 1995. 352 s. [Rozenberg N. How the West became rich (the economic transformation of the industrial world). Novosibirsk: Ekor; 1995. 352 p. (In Russ.)]
2. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya (Issledovanie predprinimatelskoy pribyli, kapitala, kredita, protsenta i tsikla konyunktury): per. s angl. M.: Progress; 1982. 455 s. [Shumpeter Y. The theory of economic development (study of business profits, capital, credit, interest and cycle conditions): trans. from English. Moscow: Progress; 1982. 455 p. (In Russ.)]
3. Santo B. Innovatsiya kak sredstvo ekonomicheskogo razvitiya: per. s veng. B.V. Sazonova. M.: Progress; 1990. [Santo B. Innovation as a tool for economic development. Trans. from Hungarian by B.V. Sazonov. Moscow: Progress; 1990. (In Russ.)]
4. Tviss B. Upravlenie novovvedeniyami. M.: Ekonomika; 2009. 272 s. [Tviss B. Managing innovation. Moscow: Ekonomika; 2009. 272 p. (In Russ.)]
5. Druker P.F. Biznes i innovatsii. M.: Vilyams; 2009. 292 s. [Druker P.F. Business and innovation. Moscow: Williams; 2009. 292 p. (In Russ.)]
6. Innovatsionnaya strategiya Rossii – 2020. [The innovative strategy of Russia – 2020 (In Russ.)]. Available from: <http://in-novus.biz/media/uploads/resources/Innovative-Russia-2020>
7. Yakovets Yu.V. Epokhalnyye innovatsii XXI veka. M.: Ekonomika; 2004. 439 s. [Yakovets Yu.V. The epochal innovations of the 21st century. Moscow: Economics; 2004. 439 p. (In Russ.)]
8. Gurkov I.B., Filippov S. Innovation Processes in the Russian Manufacturing Subsidiaries of Multinational Corporations: An Integrated View from Case Studies. *Journal of East - West Business*. 2013;19(4):260-290. [(In Russ.)]
9. Uilyamson O.I. Ekonomicheskie instituty kapitalizma. Firmy, rynki i "otnoshencheskaya" kontraktatsiya. Sankt Petersburg: Lenizdat; 1996. [Uilyamson O.I. The economic institutions of capitalism. Firms, markets, and "relational" contracting. St. Petersburg: Lenizdat; 1996. (In Russ.)]
10. Prakhlad K.K., Krishnan M.S. Prostranstvo biznes-innovatsiy: sozдание tsennosti sovместно s potrebitелем: per. s angl. M.: Alpina Publisher; Yurayt; 2014. 255 s. [Prakhlad K.K., Krishnan M.S. The space of business innovation. Creating value together with the consumer: trans. from English. Moscow: Alpina Publ.; Yurayt; 2014. 255 p. (In Russ.)]
11. Rukovodstvo Oslo: rekomendatsii po sboru i analizu dannykh po innovatsiyam. M.; 2011 [Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. Moscow; 2011. (In Russ.)]
12. Rebyazina V.A. Kushch S.P., Krasnikov A.V., Smirnova M.M. Innovatsionnaya deyatel'nost' rossiyskikh kompaniy: rezul'taty empiricheskogo issledovaniya. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*. 2011;9(3). [Rebyazina V.A. Kushch S.P., Krasnikov A.V., Smirnova M.M. Innovative activity of Russian companies: the results of empirical study. *Russian Journal of Management*. 2011;9(3). (In Russ.)]
13. Chesbro H. Otkrytye innovatsii. Sozдание pribylnykh tekhnologiy. M.: Pokolenie; 2007. [Chesbrough H. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Moscow: Pokolenie; 2007. (In Russ.)]
14. Kaplan R., Norton D. Sbalansirovannaya sistema pokazateley: ot strategii k deystviyu. M.: Olimp-biznes; 2011. 320 s. [Kaplan R., Norton D. Balanced Scorecard to Strategy. Moscow: Olim Business; 2011. 320 p. (In Russ.)]
15. Dorzhieva E.L., Lukyanchikova N.P. Strategiya razvitiya korporatsiy: innovatsionnyy vektor. Irkutsk: Izd-vo Irkutskogo gos. tekhnicheskogo un-ta; 2014. 159 s. [Dorzhieva E.L.,

- Lukyanchikova N.P. Development strategy of corporations: innovative vector. Irkutsk: ISTU Publ., 2014. 159 p. (In Russ.)]
16. Karacharovskiy V.V. Ob effekte innovatsionnoy deyatel'nosti v rossiyskoy ekonomike na makro- i mezourovnyakh. V kn.: XIV Aprelskaya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva: v 4-kh knigakh. Kniga 3. Otv. red.: E.G. Yasin. M.: Izdatelskiy dom NIU VShE; 2014. 338-348 s. [Karacharovskiy V.V. On the effect of innovation activity in Russian economy at the macro - and meso-levels. XIV April International Academic Conference on Economics and Social Development: in 4 books. B. 3. In: E.G. Yasin (Ed.). Moscow: HSE Publ.; 2014. 338-348 p.(In Russ.)]
 17. OECD, Main Science and Technology Indicators; Key Figures. Paris; 2014.
 18. Sherer F.M. Industrial market structure and economic performance. Chicago: RandMcNally; 1970.
 19. Swann G.M.P. Universities and business innovation in Innovation in UK: Indicators and Insights. 2006.
 20. Teece D.J., Pisano G. The dynamic capabilities of firms: an introduction. Industrial and Corporate Change. 2014;3(3):537–556.

Сведения об авторе.

Доржиева Эржена Лхамажановна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономической теории и финансов.

Information about the author.

Erzhena L. Dorzhieva - Cand. Sc. (Economic), Assoc.Prof.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов. The author declare no conflict of interest.

Поступила в редакцию 12.09.2016.

Received 12.09.2016.

Принята в печать 20.12.2016.

Accepted for publication 20.12.2016.