

Проблема формирования инновационного потенциала развития региона

Мовчан Регина Андреевна

аспирант

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: regman05@yandex.ru

Признание необходимости создания и развития инновационной системы в России является свершившимся фактом. Конкретное содержание проводимой работы укладывается в рамки проектно-ориентированной деятельности и зависит от инновационной привлекательности проекта. Каждый регион страны в праве рассчитывать на поддержку со стороны государства и спонсорских структур. Создание целого ряда технопарков и комплекса бизнес-инкубаторов является наглядным воплощением принципа конверсионной и диверсификационной направленности в реализации инновационной стратегии (и в технологическом и управленческом смысле) [см. об этом 1]. Что да, общества, то мы салютуем новым технико-технологическим прорывам и построению «новой экономики». Следуя этой логике, требуется и «новое» общество, точнее, обновленное старое. Попытаемся обозначить проблему, в широком смысле ее можно сформулировать так: проблема перехода России на новую ступень социально-экономического развития, характеризуемую как общество знания и информации. Это требует не только технологического прорыва, хотя его ведущую роль здесь никто не оспаривает. Перестройка экономической сферы не может происходить без осознания общества как субъекта деятельности с присущими ему демосоциальными характеристиками. И здесь речь идет не о понимании тенденций, а, скорее, о структурном анализе объекта.

Акцент в таком случае смещается в сторону движущих сил инновационных процессов. Следуя схеме «инновации»–«наука»–«бизнес», мы сталкиваемся с целым рядом вопросов. Например, Кто будет заниматься разработкой инновационных продуктов? Или кто будет осуществлять внедрение? С использованием какого потенциала и доступных ресурсов? Все это является приоритетным направлением политики государства и правительства, отвечающим за национальную безопасность граждан. При этом необходимо учитывать, что само понятие инновация предельно широкое. Но оно носит ярко выраженный технико-технологический характер. Так, например, в специальной литературе существует такое определение: «Инновация (нововведение) – от англ. *innovation* – означает нововведение как результат практического (или научно-технического) освоения новшества» [2; 36].

Вопрос о «человеческом» потенциале остается в «разработке». О результатах осуществления кадровой политики в большинстве случаев можно судить лишь косвенно. При этом в экономической литературе можно встретить ряд разъяснений на этот счет. Первое, инновационный потенциал – это сложное понятие, включающее в себя несколько показателей. Второе, среди показателей большой значимостью обладает «кадровый потенциал». Для его измерения применяется особые методики. Так, государственной статистикой учитывается численность разработчиков, выполняющих исследования, а также пополнение исследователей из числа окончивших вузы. Динамика этих показателей позволяет выявить тенденции в численности занятых в инновационном секторе и пополнение его за счет молодых специалистов. Третье, главной характеристикой кадровой составляющей является интеллектуальный потенциал. Под интеллектуальным потенциалом понимается совокупность способностей и приобретенных знаний специалистов, их умений, навыков, которые могут быть приведены в действие и использованы для решения какой-либо задачи. Косвенно охарактеризовать интеллектуальный потенциал специалистов в регионе можно путем соотношения числа научных работников, имеющих ученую степень кандидата и доктора наук, к общей численности работников, выполнявших научные исследования и разработки на основе данных государственной статистики. Научная результативность

разработчиков в большой степени связана с состоянием материально-технической базы и размерами финансирования научных исследований [3].

Еще один вопрос остается открытым – маркетинговая стратегия реализации инновационной продукции.

Итак, очевидно, выполнение задачи формирования рынка высокотехнологичных продуктов влечет за собой ряд других проблем:

- необходимо найти «новые» ниши (или создать их);
- необходимо найти «нового» потребителя;
- необходимо выявить сущностные черты потребителя ноу-хау (инновационных продуктов);

Все это можно назвать гонкой «интеллектуальных» вооружений, где, главное, возможности, которые дает новое оснащение для экономики отраслей. И на этом этапе вопрос о том, какие механизмы должны быть задействованы, обретает новую окраску.

Механизм экономической активности трансформируемый в способность к инновационной деятельности может стать одним из ключевых. Другой вопрос, насколько эта деятельность рискованна и оправданна с точки зрения хозяйствующих субъектов. Понимание импульсов инновационной деятельности выстраивается на основании ответа на вопросы о том, кем и где они должны создаваться в субъективной или объективной сфере жизни социальных групп. Другими словами речь идет о потребностях, интересах, мотивах поведения. В этой связи, социологическая информация может оказать существенную поддержку при реализации прикладных задач и, в конечном итоге, может стать добротной базой управления для всех заинтересованных сторон.

Опыт подобного анализа существует. В частности нижегородский коллектив НИСОЦ на основании исследований рынка финансовых услуг выпустил сборник «Экономическая активность. Формирование новых типов экономического поведения». Достижением исследователей стала разработка и представление понятия экономически активный слой, а также выделение ряда его социальных функций, где особое место отводится инновационной функции [см. 4; 17-18].

В заключении можно сделать вывод о том, что проблема формирования инновационного потенциала требует привлечения специалистов и научного и управленческого аппарата разных областей. Реализация практических задач во-многом находится в зависимости от того кто сможет стать генератором инноваций, кто станет потребителем инновации, насколько их ожидания совпадут с предварительными расчетами.

Литература

1. Барулин, В. Н. Развитие инновационной системы нижегородской области / В.Н. Барулин. - Материалы международного симпозиума. Управление проектами. Власть. Общество. Бизнес. - Н. Новгород, 14-17 февраля 2007.
2. Гунин, В.Н. и др. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. / В.Н. Гунин – М: ИНФРА-М, 2000. – 272 с. ISBN 5-16-0002812.
3. Тихомиров, С.А. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов / С.А. Тихомиров // Проблемы современной экономики №1 (13), 2005. <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=20760>. ISSN 1818-3409.
4. Экономическая активность. Формирование новых типов экономического поведения. / Под общ. ред. А. А. Иудина. – Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2001. – 91 с. ISBN 5-93116-0361.