

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ ВУЗА

**Бондаренко Т.Н.**

*ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», Владивосток, Россия (690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41), e-mail: tatyana.bondarenko@vvsu.ru*

В статье исследованы существующие подходы к экономической сущности инновационных продуктов вуза. В результате глобальных реформ в государственном секторе, экономике и образовании изменились требования к количеству и качеству услуг вузов, в том числе во взаимодействии с бизнес-средой. При этом трактовка термина «инновационный продукт вуза» как таковая отсутствует. Для планирования, наблюдения, определения результативности взаимодействия вуза с бизнес-средой необходимо сформулировать экономическую сущность инновационных продуктов вуза. На основе изучения существующих подходов к определению инновационных продуктов в статье сформулировано определение «инновационного продукта вуза» как комплекса научных разработок, приносящих социальные, экономические, экологические и иные позитивные эффекты повышения конкурентоспособности образовательной деятельности и взаимодействующих с вузом субъектов национальной экономики.

Ключевые слова: вуз, результативность, взаимодействие, инновационный продукт, инновационная деятельность, инновации, инновационный продукт вуза.

## MODERN APPROACHES TO DEFINING ECONOMIC ESSENCE OF INNOVATIVE PRODUCTS UNIVERSITY

**Bondarenko T.N.**

*Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, Russia (690014, Vladivostok, street Gogolya, 41), e-mail:tatyana.bondarenko@vvsu.ru*

The article examines the existing approaches to the economic substance of innovative products of high school. As a result of global reforms in the public sector, the economy and education have changed the requirements for the quantity and quality of services of universities, including in cooperation with the business environment. In this interpretation of the term "product innovation university" as it is lacking. For planning, monitoring, measuring the impact of the interaction of the university with the business environment it is necessary to formulate the economic substance of the innovative products of high school. Based on a study of the existing approaches to the definition of innovative products, the article formulates the definition of "product innovation university" as a set of scientific research, bringing social, economic, environmental, and other positive effects of increasing the competitiveness of educational activities and interacting with the university subjects of the national economy.

Keywords: university, performance, interaction, product innovation, innovation university, innovation, product innovation university.

Исследованию вопросов управления инновациями в экономической системе государства, оценке эффективности их внедрения на предприятиях разных видов экономической деятельности посвящено много научных исследований. Это в первую очередь связано с попыткой перехода на инновационный путь развития, определенный в концепции среднесрочного развития РФ на период до 2020 года [4]. Успех реализации данной концепции будет, по нашему мнению, зависеть от качества управления процессом производства инновационных продуктов вузов во взаимодействии с бизнес-средой.

В современных условиях перед вузами ставится задача использования новых образовательных технологий и инновационных подходов для выпуска кадров, востребованных бизнес-средой, обладающих требуемыми знаниями, умениями, владениями

и способных формировать новое качество экономической системы государства в целом. Отдельные вопросы такого взаимодействия рассмотрены в работах Корня А.В. [2], Терентьевой Т.В., Кулаковой М.Н. и Шахгельдян К.И. [7], [8], [9], Юрченко Н.А., Ворожбит О.Ю., Осипова В.А. [12].

Актуальность исследуемого вопроса обусловлена отсутствием определения понятия «инновационный продукт вуза», что затрудняет дальнейшее планирование и измерение соответствующих показателей деятельности вуза.

В фундаментальных научных исследованиях, так же как и в прикладных, встречается множество определений термина «инновация» и того, что принято называть его синонимами: «инновационная деятельность», «инновационная продукция». Попытаемся обобщить существующие мнения относительно этого явления.

Большинство исследователей считает, что родоначальником термина «нововведение», «инновация» является Шумпетер Й.А. В частности, в своей работе [10] он отмечал, что: «новшества в экономике, как правило, внедряются не после того, как в начале у потребителей стихийно возникнут новые потребности и под их давлением произойдет переориентация производственного аппарата – мы не отрицаем данной причинной связи, но она не представляет для нас никакой проблемы, – а только тогда, когда само производство привьет потребителям новые потребности».

Форма и содержание развития, – писал Шумпетер, – задаются понятием «осуществление новых комбинаций».

Это понятие охватывает следующие пять случаев:

1. Изготовление нового, т.е. ещё неизвестного потребителям, блага или создание нового качества того или иного блага.
2. Внедрение нового, т.е. данной отрасли промышленности ещё практически неизвестного, метода (способа) производства, в основе которого не обязательно лежит новое научное открытие, и который может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара.
3. Освоение нового рынка сбыта, т.е. такого рынка, на котором до сих пор данная отрасль промышленности этой страны ещё не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет.
4. Получение нового источника сырья или полуфабрикатов, равным образом независимо от того, существовал этот источник прежде, или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его ещё только предстояло создать.

5. Проведение соответствующей реорганизации, например, обеспечение монопольного положения (посредством создания треста) или подрыв монопольного положения другого предприятия. [10, 159].

Н. Мончев в развитие идей Й. Шумпетера понятие «инновация» характеризует словосочетанием «цикл “исследование – производство”», и отмечает, что «смысл термина «нововведение» сводится в основном к нескольким действиям, показывает направленность определенной деятельности и поэтому может быть отнесен к терминам, обозначающим процессы. Процессы, являющиеся синонимом слова «нововведение», называются также инновационными процессами» [3, 111].

Б. Твисс проводит грань между понятиями «изобретение» и «нововведение» и определяет «нововведение» как «применение, т.е. процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание» [6, 36].

Вслед за П. Друккером [1], Олехнович Г.И. повторяет, что научные инновации, в основе которых лежат научные исследования, новые идеи или разработки – это суперинновации. Именно они, в конце концов, становятся центром внимания и приносят большие доходы. Доля их в общем объеме инноваций достаточно велика. И знания, лежащие в их основе, вовсе не обязательно должны быть техническими или технологическими: знания в социальной сфере могут иметь не меньшее значение. Инновации, основанные на новых знаниях, отличаются по своим основным характеристикам: временному охвату, проценту неудач, предсказуемости, уровню требований, предъявляемых самому предпринимателю.

Р. Такер [5] отмечает, что самое простое определение: инновация – это выдвижение новых идей и воплощение их в жизнь. Её креативный аспект – инкубация новых идей. Если не будет идей, то не будет и шанса на инновацию. Воплощение идей на практике является отличительным признаком инновации.

За многообразием терминов, определений, толкований понятий «инновация», «инновационный процесс» и др. скрывается вполне стабильное понимание главного в инновациях: инновации – процесс создания, распространения, применения знаний, продукции и технологий, обладающих научно-технической новизной, создающих и удовлетворяющих новые общественные потребности.

Также необходимо отметить, что существуют определения инновационной продукции. В таблице 1 представлены некоторые определения термина «инновационная продукция», а также связанных с ним понятий.

Таблица 1. Значение слов «продукт», «продукция», «инновационная продукция»

№ п/п	Термин	Значение	Источник
1	Продукт (product)	Общий термин, обозначающий как	Румянцева Е.Е. Новая

		товары, так и услуги (С. 473).	экономическая энциклопедия. 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2010, VI, 826 с.
2	Продукт	Вещественный или нематериальный результат человеческого труда (предмет, научное открытие, идея) (918 с.).	Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 1472с.
3	Продукт интеллектуальный	Результат духовной, мыслительной, интеллектуальной деятельности человека. Включает изобретения, открытия, патенты, научные отчеты и доклады, проекты, описания технологий, литературные, музыкальные, художественные произведения, творения искусства.	Там же
4	Продукт интеллектуальный	Продукт умственной деятельности. Сюда относятся различные изобретения, технологии, научные открытия, программы для ЭВМ, результаты исследовательских, конструкторских, проектных работ, а так же всё, что входит в понятие «информация».	Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.
5	Продукция	Все количество продуктов, произведённых за определённый промежуток времени (в мире, в стране, в отрасли хозяйства, на предприятии, отдельным работником). Бывает: конечной, конкурентоспособной, товарной, и т.д... (С. 474).	Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2010. – VI, 826 с.
6	Продукция	Совокупность всех продуктов, произведённых за определённый промежуток времени определённым экономическим агентом (страной, предприятием и т.д.).	Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.
7	Инновационная продукция	Один из показателей, характеризующих инновационную активность (ИА) предприятия. ИА – характеристика динамизма, энергичности инновационной деятельности хозяйственных систем, оцениваемая по скорости и объёмам создания, продвижения на рынок и использование инноваций в хозяйственной деятельности. Определяется по-разному. Например, как соотношение инновационной продукции к объёму продаж и его динамика (С. 204).	Экономический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / Общ. ред.: д.э.н. проф. Кушлин В.И., д.э.н., проф., член-корр. РАН Чичканов В.П. – М.: Изд-во РАГС, 2004. – 744 с.

8	Продукция инновационная	Продукция, подвергавшаяся технологическим изменениям разной степени, как то: новые изделия (вновь внедрённые) или подвергавшиеся усовершенствованию, а так же основанные на новых или значительно усовершенствованных методах производства (прочая инновационная продукция). Исходя из этого, определение новой (вновь внедрённой) продукции соответствует понятию радикальной продуктовой инновации, а определение усовершенствованной продукции – понятию инкрементальной продуктовой инновации (С. 921).	Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 1472с.
9	Продукция инновационная	Включает в себя вновь внедрённые или подвергшиеся усовершенствованию изделия, а также продукцию, произведённую при помощи новых или значительно усовершенствованных методов производства. Иными словами, это продукция, подвергшаяся различным технологическим изменениям.	Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.

Все приведенные выше формулировки и подходы оказали существенное влияние на формирование понятия инновационного продукта вуза, как результата определенных инновационных процессов и взаимодействия с бизнес-средой.

Результативное взаимодействие вуза и бизнес-среды при производстве инновационных продуктов зависит от качества инновационной инфраструктуры, которая должна включать:

- нормативно-правовую и законодательную базу;
- сформировавшийся под воздействием спроса и предложения рынок инновационных продуктов;
- сеть организаций, заинтересованных в сотрудничестве;
- вуз как генератор идей и площадка для разработки инновационных продуктов, востребованных бизнес-средой;
- научные и практические кадры, готовые к восприятию нововведений.

Одним из участников инновационного процесса являются вузы, как источники профессиональных кадров, научных открытий, новых идей, того, что обобщенно можно назвать инновационной продукцией вуза. Поскольку инновационные продукты вуза являются результатом его инновационной деятельности, то на рисунке 1 приведена авторская группировка [11] основных направлений инновационной деятельности вуза.



Рисунок 1. Основные направления инновационной деятельности вуза

Роль вузов в становлении, функционировании и развитии инновационной среды отдельных регионов и государства в целом достаточно велика, т.к. именно их инновационные продукты формируют научный потенциал региона, а, следовательно, и его инновационный потенциал.

Проанализировав все многообразие существующих определений, можно сделать вывод, что понятие инновационный продукт вуза – это комплексное понятие, включающее следующие характеристики:

1. Научная инновация, в основе которой лежат научные исследования, новые идеи или разработки.
2. Продукт, предлагаемый ранее, чем на него возникает массовый спрос.
3. Продукт или услуга, новшество в организационной, финансовой, научно-исследовательской и других сферах, любое усовершенствование, обеспечивающее экономию затрат или создающее условия для такой экономии.
4. Новая идея, воплощенная в жизнь и способная приносить доход.

В процессе развития и совершенствования методов взаимодействия между вузами и бизнесом сформировался определенный перечень объектов, которые принято называть инновационными продуктами вуза. Существующая классификация инновационных

продуктов вуза, регламентированная действующим законодательством и используемая для формирования ряда аттестационных показателей вуза, представлена в таблице 2.

Таблица 2. Состав инновационных продуктов вуза

Инновационный продукт вуза	
Продукт	Услуга
Премии за выдающиеся достижения в области науки и инновационной деятельности	Консультационные услуги по инновационной деятельности
Созданные монографии и сборники научных трудов	НИР, проводимые совместно с инновационными предприятиями
Патенты на изобретения	Консалтинговые услуги
Свидетельства на полезные модели	Маркетинговые исследования
Лицензионный договор	Ноу-хау
Беспатентные изобретения	Новые методы
Зарегистрированные авторские права	Новые явления
Товарный знак	Коммерческие секреты
	Инновационные технологии
	Инжиниринговые услуги

Обобщая все вышесказанное, предположим, что инновационный продукт вуза – это комплекс научных разработок, приносящих социальные, экономические, экологические и иные позитивные эффекты повышения конкурентоспособности образовательной деятельности и взаимодействующих с вузом субъектов национальной экономики. Так же отметим, что инновационный продукт вуза – это результат инновационной деятельности, инструмент, позволяющий использовать имеющийся потенциал для эффективного взаимодействия с бизнес-средой в организационной, финансовой, научно-исследовательской и других сферах, любое усовершенствование, обеспечивающее увеличение доходов вуза и(или) экономию затрат или создающее условия для такой экономии. В процессе развития и совершенствования организационно-экономических механизмов взаимодействия между вузами и бизнесом формируется определенный перечень объектов, которые составляют инновационные продукты вуза.

### Список литературы

1. Друккер, Питер, Ф. Бизнес и инновации: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 432.: ил. – Парал. тит. англ.
2. Корень А.В. Проблемы поиска места прохождения производственной практики // Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова. – Белгород, 2013. – С. 306-311.

3. Мончев, И. Разработки и нововведения [Текст] / И. Мончев. – М.: Прогресс, 1978. – 160 с.
4. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».
5. Такер Роберт Б. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2006. – 240 с.: ил.
6. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями [Текст]: сокр. пер. с англ. / Б. Твисс. – М.: Экономика, 1989. – 271 с.
7. Терентьева Т.В., Кулакова М.Н. Обоснование экономической модели устойчивости развития предпринимательского вуза // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – № 51 (3) [Электронный ресурс]. – Кисловодск, 2013. – Режим доступа [http://uecs.ru/index.php?option=com\\_flexicontent&view=items&id=2049:2013-03-23-06-48-12](http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=2049:2013-03-23-06-48-12).
8. Терентьева Т.В., Кулакова М.Н. Факторы, влияющие на эффективность образовательных услуг вуза в современном обществе // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5 [Электронный ресурс]. – Пенза, 2012. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/105-7123> (дата обращения: 26.05.2014).
9. Терентьева Т.В., Шахгельдян К.И. Создание условий для продуктивной образовательной, научной и инновационной деятельности в вузах // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2012. – № 6(18). – С. 70-76.
10. Шумпетер, Й. Теория экономического развития [Текст]: пер. с нем. / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982.
11. Эффективность взаимодействия образовательных учреждений и бизнес-среды: теория, методология, практика [Текст] : колл. монография / Т.Н. Бондаренко [и др.]; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. А.П. Латкина. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2010. – 188 с.
12. Юрченко Н.А., Ворожбит О.Ю., Осипов В.А. Управление продвижением российских образовательных услуг на внешний рынок на основе инновационных стратегий // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 12. – С. 56.

**Рецензенты:**

Ворожбит О.Ю., д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Финансы и налоги» Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток.



Ембулаев В.Н., д.э.н., профессор кафедры «Математики и моделирования» Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток.