

Инновационная политика: приоритеты бизнеса расставлены

Начавшаяся с середины XX века технологическая гонка набирает обороты до сих пор. Иногда возникает резонный вопрос: «Куда мы бежим?». А точнее, куда несется рынок, поставленный перед необходимостью не только удовлетворения потребностей, но и к их предвосхищению. Каждая компания отныне должна не только модернизировать бизнес-процессы, но и генерировать новые идеи для того, чтобы успевать за динамично развивающейся конкурентной средой.



София Парсаданян,
Ведущий аналитик ГК «Интарис»

«Многие руководители предприятий интуитивно ощущают необходимость перемен, но их преследует страх неудачи».

По данным информационного агентства Thomson Reuters за последние пять лет российские ученые опубликовали 127 тыс. научных работ. Это много или мало? Это 2,6% от общего числа статей, появившихся в рецензируемых научных журналах. Для сравнения, доля Китая составляет 2,9%, Индии – 8,4%. Эти данные свидетельствуют о глубоком кризисе в области научных изысканий: пресловутой «утечке мозгов» и традиционными для России проблемами с финансированием научных исследований.

В одном из выступлений Дмитрий Медведев четко поставил цель, определяющую вектор инновационного направления: «Вместо примитивного сырьевого хозяйства мы создадим умную экономику, производящую уникальные знания, новые вещи и технологии, полезные людям». Это возможно, но для начала необходимо преодолеть большое количество проблем, связанных с тем, что отсутствует научная инфраструктура: нет современных лабораторий, не финансируются исследования,

а средний возраст ученого с каждым годом растет.

Возможно, именно из-за вышеперечисленного набора сложностей научно-инновационная деятельность до сих пор не была популярна в России. И в количестве изобретателей и полезных изобретений приходится сомневаться: законодательная база по оформ-

лению патентов недостаточно хорошо разработана.

Сейчас основным заказчиком всевозможных улучшений приходится выступать государству, чтобы простимулировать движение в заданном направлении. По той причине, что практика ведения бизнеса настойчиво подсказывает руководителям, что инновации и прочие совершенствования своих продуктов и процессов не войдут в число ключевых факторов успеха. Эта практика и лишила науку возможных инвестиций со стороны предпринимателей и оставила их судьбу всецело в руках бюджетного комитета Государственной Думы.

Кроме того, отдельный вопрос – психологическая и моральная готовность человека воспринимать новое, не бояться непроверенных долгими годами практик, отказаться от привычных, а потому безопасных процедур. Скажем, итальянцы некоторое время назад разработали и запатентовали уникальную светоотражающую пленку, с помощью которой спроектировали световод,

который позволяет доставлять естественный свет в любые помещения. Казалось бы, вот оно – решение проблемы энергоэффективности, но в России архитектурные и строительные компании с трудом решаются применить эту технологию – она вызывает у них недоверие и настороженность.

Многие руководители предприятий интуитивно ощущают необходимость перемен, но их преследует страх неудачи. Именно он и боязнь ответственности заставляют директоров компаний обращаться к внешним консультантам, которых можно назвать своеобразными «советниками по инновациям», рекомендующим последние технологии производства товаров и услуг. А средством или инструментом для этого как раз и являются новые решения в области управления, финансов, техники и технологии.

Возможно, именно благодаря подобным инновациям небольшой компании удастся расширить свои рынки сбыта, средней – сократить свои затраты и найти новую нишу. Двигаясь в этом направлении, рано или поздно можно будет говорить о конкурентоспособных российских товарах и услугах как на внутреннем, так и на внешних рынках. А когда отделы по научно-техническим разработкам станут такими же привычными и необходимыми как бухгалтерия, маркетинг или финансовый департамент, уже можно будет с уверенностью сказать, что «умная экономика» победила «примитивное сырьевое хозяйство».



Александр Смирнов,
генеральный директор Nobel
Biocare Russia

«Если ты строишь бизнес на инновациях, ты должен быть всегда впереди на 2–3 шага – впереди рынка, впереди конкурентов, индустрии».

Решение о том, стоит ли ставить во главе бизнеса инновационный фактор развития, зависит в первую очередь от отрасли деятельности компании. Тема инноваций в России вечная, но за 15 лет особых успехов в нашей стране так и не добились. Инновациям и развитию препятствуют сырьевой характер экономики, общее недоверие, коррупция и бюрократия.

Хорошая новость на сегодняшний день в том, что российская инновационная среда начинает развиваться. Создается законодательная система, внедряется господдержка региональных ведомств по развитию инноваций, открывается большая доступность финансовых ресурсов: государственные фонды, частные венчурные компании, бизнес-ангелы, рост интереса глобального венчурного капитала к России. Правительство пытается продвигать инновационную политику на всех уровнях образования

и экономики в целом. В частности, президент Дмитрий Медведев неоднократно подчеркивал важность инноваций для экономического развития страны. Также важной составляющей государственной инновационной политики в России стало освоение международного опыта.

При этом на сегодня до сих пор очень мало зарубежных компаний инвестируют в отечественную экономику, поэтому мало инвестиций и в сами инновации. Так, к примеру, рынок эстетической стоматологии, на котором мы работаем, достаточно конкурентный, но в основном дистрибьюторский. Среди многих стоматологических компаний, работающих в нашей стране, только Nobel Biocare имеет полноценное представительство. Другие компании не открывают свои филиалы, потому что объективно оценивают структурные и экономические сложности российского рынка – к сожалению, на Западе все уже знают, что такое иметь дело с российской действительностью: какой у нас своеобразный подход к бизнесу, трудно решаемые вопросы логистики, связанные с таможней и т. д.

Дилерский подход, в свою очередь, обуславливает общее развитие отрасли: большинство дистрибьюторов не заинтересовано в развитии индустрии, тем более внедрении инноваций, и ставят очень краткосрочные цели. От чего мы и наблюдаем соответствующий результат – сектор находится в совершенно другом положении, нежели западные рынки, где производители активно инвестируют в инновационные технологии. У нас же российские инвестиции по-

прежнему концентрируются в сырьевом секторе и энергетике, а инвестиции в наукоемкие направления в большей степени происходят на мировом рынке, существенно повышая конкурентоспособность западных компаний.

Если взять российских производителей в индустрии эстетической стоматологии, то в основном это товар среднего качества, имеющий достаточно невысо-

кую стоимость, и у таких компаний нет ни возможности, ни понимания того, что надо инвестировать в развитие рынка. Почему товар среднего качества? Как говорил классик, разруха начинается в головах. Для того чтобы создать нормальную компанию полного цикла с качественным производством и реализацией, нужно иметь четкое системное представление о том, как бизнес должен выстраиваться и функционировать, что для развития и поддержания конкурентных преимуществ как с отечественными, так и с международными производителями компании нужны инновации. А чтобы занять первые места, направленность на развитие должна стать приоритетной задачей.

К примеру, компания Nobel Biocare, являясь мировым и российским лидером на рынке эстетической стоматологии и имплантологии, инновационные технологии разрабатывает и продвигает. Инновации, конечно, связаны ▶

с определенными плюсами и минусами. Плюсы – в лидерстве рынка, которое закрепляется за инноватором. Минусы – в непростом цикле продвижения инновационных идей.

На первом этапе ты продвигаешь новое решение или технологию для рынка с большим трудом, так как они зачастую воспринимаются с той или иной степенью консерватизма или даже отторжения. Приходится прикладывать значительные силы и средства, чтобы донести до потенциальной аудитории преимущества. Первые бонусы получаешь, когда сообщество принимает инновацию. Однако лавры и слава недолги, так как далее тебя достаточно быстро копируют конкуренты, и все начинается сначала. Поэтому, если ты строишь бизнес на инновациях, ты должен быть всегда впереди на 2–3 шага – впереди рынка, впереди конкурентов, индустрии. Если ты можешь это себе позволить – здорово, так как это очень не просто.

Поддерживает ли государство отрасль в плане развития в области инноваций? В целом медицина (наравне с ядерными, информационными, космическими и телекоммуникационными технологиями, а также энергоэффективностью) заявлена в качестве одного из пяти приоритетных направлений для инновационного развития и модернизации экономики России, в том числе с целью преодоления сырьевой направленности развития. Но одно дело – официальные заявления, другое – реальные действия.

Для стоматологической отрасли медицины, к примеру, насколько я знаю, конкретных государственных преференций не предусмотрено. Да и какие преференции, когда сам рынок еще далек от цивилизованного. О каких инновациях

можно говорить, если выпускники стоматологических вузов, к примеру, не знают о такой инновационной технологии протезирования зубов, как имплантология – уже более 50 лет применяемой на Западе. Очень сильно стоит на рынке и кадровая проблема – хороших врачей у нас в России очень узкая прослойка – 2–3% от всех специалистов.

Возвращаясь к инновациям, стоит признать, что в стоматологической отрасли российской инновационной экспертизы практически нет, инновации приходят с Запада. И я думаю, стоматология не является исключением из правил.

В целом, индустрия развивается, и перспективы связаны с интеграцией IT-технологий в стоматологическую практику. На российском рынке представлен крайне низкий процент подобных технологий. Но за ними будущее, ведь человеческий ум никогда не сможет соревноваться с точностью таких компьютерных технологий, как Nobel Guide и Nobel Procera.

Потенциал отрасли, в том числе инновационный, огромен. Население России сегодня остро нуждается в пропаганде ухода за собственными зубами и здоровьем: сегодня свыше 10 миллионов человек страдают от той или иной формы адентии (отсутствия зубов). При этом очень низкими являются стоматологическая культура населения и уровень информированности пациентов относительно, по крайней мере, представленных сегодня на рынке инновационных технологий лечения. Так что до насыщения спроса весьма далеко. А с точки зрения потребителя, чем больше инноваций, тем шире выбор, больше возможностей и лучше ценообразование. ■

ОБНОВЛЕНИЕ К БЕРАТОРУ «ЗАРПЛАТНЫЕ НАЛОГИ»



- ЕСН заменен страховыми взносами
- Перечислять взносы в Пенсионный фонд нужно по новым ставкам
- Не предусмотрено использование регрессивной шкалы для начисления взносов
- Изменен порядок расчета максимального размера пособия по временной нетрудоспособности
- Изменены сроки сдачи квартальных отчетов по взносам
- По индивидуальным сведениям на каждого сотрудника отчитываются чаще
- По некоторым видам договоров, связанных с интеллектуальной собственностью, возможно уменьшение базы для начисления взносов
- Компании, которые используют труд инвалидов, не могут совсем не уплачивать взносы
- Начисление взносов не зависит от того, учтены ли выплаты при расчете налога на прибыль
- Утверждены новые формы отчетности
- Изменен перечень расходов на оплату труда

Эксперты издательства непрерывно следят за происходящими в законодательстве изменениями, анализируют их и выпускают обновления, новые страницы к вашему бератору, чтобы он всегда оставался актуальным.

ИЗДАТЕЛЬСТВО «БЕРАТОР» ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: НЕАКТУАЛЬНЫЙ БЕРАТОР ОПАСЕН ДЛЯ ВАШЕЙ РАБОТЫ!

Единая информационная служба издательства «Бератор»: 8 (495) 737-44-11
www.berator.ru