

УДК 338.24 DOI: 10.14451/1.232.307

Метрики инновационной активности российских компаний на рынке продовольствия

© 2024 Попадюк Татьяна Геннадьевна

Доктор экономических наук, профессор кафедры стратегического и инновационного развития Факультет Высшая школа управления. Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, Москва.

E-mail: TPopadyuk@fa.ru

© 2024 Гороховик Юлия Алексеевна

Магистрант кафедры стратегического и инновационного развития Факультет Высшая школа управления. Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, Москва.

E-mail: gorokhovich21@mail.ru

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, инновационная активность, показатели инновационной активности, метрики инновационной активности.

Проблема повышения инновационной активности промышленных компаний приобретает все большую актуальность по мере усиления конкуренции и понимания, что именно инновационная активность компаний способствует удержанию долгосрочных конкурентных преимуществ на рынке. Инновационная активность является важной измеримой характеристикой инновационной деятельности, отражающей ее интенсивность и степень вовлеченности инновационного потенциала компании в инновационный процесс.

В данной статье анализируются существующие методики измерения инновационной активности промышленных компаний на рынке продовольственных товаров, основанные на ресурсном, результативном и статистическом подходах, раскрываются преимущества и ограничения используемых подходов. Авторы приходят к выводу, что для измерения инновационной активности промышленных компаний следует использовать комплексную оценку, позволяющую дать результат разностороннего анализа совокупности количественных, стоимостных и интегральных показателей.

Введение

Как правило, инновационно активные компании в промышленности занимаются разработкой новых видов продукции, условий производства, методов хранения, транспортировки и продвижения продукции на рынке. Инноваци-

онная деятельность промышленных компаний на рынке продовольствия предполагает разработку новых продуктов, использование новых ингредиентов, более сбалансированных рецептов, удовлетворяющих изменяющиеся потребительские предпочтения; внедрение новых техно-

логий и методов производства, которые позволяют улучшить качество продуктов, сократить издержки или продлить срок хранения. Такими примерами являются методы консервации, упаковки и автоматизации производства; внедрение инноваций, направленных на уменьшение экологического следа пищевой промышленности, включая уменьшение использования упаковки, эффективное использование ресурсов; новые способы продажи и маркетинга, а также управленческие инновации, позволяющие повысить эффективность работы компании и снизить расходы.

Понимание важности инновационной деятельности компаний на рынках продуктов питания для решения проблем в области роста уровня жизни населения, безопасности пищевых продуктов, доступности и повышения качества продуктов питания придает особое звучание подходам к измерению интенсивности инновационной деятельности и степени использования инновационного потенциала компаний пищевой промышленности.

Различные методики оценки инновационной активности предлагают разные подходы к ее измерению, выбор конкретной методики зависит от конкретных целей и задач организации, а также от того, какие аспекты инноваций она считает наиболее важными для своего развития.

Основная часть

В процессе исследования был проведен теоретический обзор научных публикаций по теме исследования, позволивший обобщить теоретические основы инновационной деятельности и инновационной активности и выявить особенности инновационной деятельности в компаниях пищевой промышленности.

Общепринятым документом для сбора, измерения и анализа данных по инновациям в России считается международный документ «Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям» [8]. Он содержит ряд важных определений инноваций, инновационной деятельности, инновационно активной

фирмы, приводит современную классификацию инноваций. В Российском законодательстве инновационная деятельность регламентируется федеральным законом от 21.07.2011 № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» [7].

Российскими исследователями разработан ряд методик оценки инновационной активности компаний (табл. 1).

Каждый из методических подходов имеет свои преимущества и ограничения, поэтому рекомендуется комбинировать их использование для более объективной оценки инновационной активности организации. Это также позволит компании получить более полное представление о своей инновационной активности и определить, какие аспекты ей следует совершенствовать для повышения конкурентоспособности.

Показатели, характеризующие инновационную активность компаний, выявленные авторами на основе анализа научных публикаций [3], разделены на следующие группы: затратные, показатели динамики, показатели обновляемости и структурные.

Затратные показатели отражают расходы предприятия на инновационную деятельность, включая издержки на исследования и разработки, приобретение новых технологий, обучение персонала и т. д. Эти показатели позволяют оценить объемы финансовых ресурсов, вложенных в инновации, а также их эффективность и рентабельность.

В свою очередь, показатели динамики отражают скорость и сроки внедрения инноваций в компании. Например, они включают длительность проведения исследований и разработок, время внедрения новой технологии, время до получения первой прибыли от инноваций и др. Показатель инновационной активности ТАТ обозначает *turn around time*, что дословно можно перевести как «успевай поворачиваться», он отражает время с тех пор, как новая потребность

Таблица 1. Сравнение методик оценки инновационной активности компании.

Авторы методики	Используемые блоки	Характеристика методики
В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин	Ресурсный	Рассматривает такие характеристики инновационной активности организации, как: – снабжение количественными ресурсами; – инновационная восприимчивость; – высокое качество организации и общения; – необходимая инновационная компетентность [3]
Р. А. Фатхутдинов	Ресурсный, результативный	Рассматривает результативные показатели инновационной активности (высокое качество инновационной стратегии конкуренции и скорость выполнения действий в проведении стратегических инновационных изменений) и ресурсные – качественные и количественные показатели [4]
А. Ю. Реутов	Ресурсный, результативный, статистический	Рассматривает составляющие всех трех блоков. К ресурсному блоку относятся качественные и количественные показатели, к результативному – показатели различных эффектов от внедрения инноваций и показатели динамики инновационного процесса, обновляемости, к статистическому – наличие завершенных инноваций и степень участия организации в разработке данных инноваций [5]

выявлена и внедрена на рынок. В целом показатели динамики позволяют оценить временные значения для внедрения инноваций и эффективность инновационного процесса.

Показатели инновационной активности компании по группам:

1. Затратные показатели.

- доля расходов на НИОКР от общего объема продаж продукции;
- удельные затраты на приобретение лицензий, патентов и новейших технологий;
- расходы на приобретение инновационных компаний;
- наличие средств для финансирования инициативных.

2. Показатели динамики.

- показатель инновационности ТАТ;
- время, затрачиваемое на разработку нового продукта;
- период подготовки производства нового продукта;
- продолжительность производственного цикла нового продукта.

3. Показатели обновляемости.

- число разработанных и внедренных продуктов или процессов;

- частота изменения ассортимента продукции;
- количество новых технологий (приобретенных или переданных);
- объем экспортируемой инновационной продукции.

4. Структурные показатели.

- структура и количество научно-технических подразделений;
- число и структура совместных предприятий, работающих над созданием нового продукта;
- организация сотрудников, участвующих в НИОКР;
- количество и состав творческих инициативных групп.

Показатели обновляемости отражают способность предприятия постоянно обновлять свои инновации и приспосабливаться к изменениям во внешней среде. Они включают количество внедренных новшеств за определенный период, динамику обновления портфеля продукции, частоту внедрения новых технологий. Эти показатели дают возможность оценить гибкость и умение подстраиваться под постоянно изменяющиеся потребности рынка.

Структурные показатели характеризуют структуру инновационной системы в компании. К ним можно отнести долю инновационных продуктов и услуг в общем объеме выпуска предприятия, численность и структуру сотрудников, занятых в НИОКР, наличие системы управления инновациями. Данные показатели способствуют оценке степени инновационной направленности компании и анализу текущей структуры инновационной активности предприятия.

Уровень инновационной активности промышленных компаний можно оценить как низкий, средний и высокий. Критерии оценки уровня инновационной активности промышленных компаний:

1. Низкий.

- Отсутствие инвестиций или их незначительное количество в исследования и разработки
- Отсутствие новых продуктов и обновлений.
- Низкое количество патентов на инновации.
- Отсутствие собственных научно-исследовательских лабораторий.
- Не проводится сотрудничество с внешними инновационными партнерами.

2. Средний.

- Умеренные инвестиции в научно-исследовательскую деятельность.
- Внедрение нескольких новых продуктов и произведенных инноваций.
- Наличие нескольких патентов и лицензий.
- Осуществляемое сотрудничество с внешними инновационными партнерами.

3. Высокий.

- Значительные инвестиции в исследования и разработки.
- Многочисленные запущенные новые и улучшенные продукты.
- Наличие собственных научных исследовательских лабораторий.
- Большое количество патентов и других форм интеллектуальной собственности.
- Активное сотрудничество с внешними инновационными партнерами.

Исходя из данной таблицы, можно сделать вы-

вод, что основными критериями для оценки инновационной активности следует считать объем выделенных ресурсов на исследования и разработки, количество новых или улучшенных продуктов в сравнении с конкурентами, наличие собственных научно-исследовательских лабораторий, количество патентов и лицензий на инновационные технологии и продукты, уровень сотрудничества с внешними инновационными партнерами (университетами, научно-исследовательскими учреждениями и стартапами).

Таким образом, исходя из вышесказанного, для измерения инновационной активности промышленных компаний следует использовать комплексную оценку, именно она способна дать результат разностороннего анализа совокупности количественных, стоимостных и интегральных показателей.

Инновационная активность предприятий пищевой промышленности в России за последние шесть лет представлена в таблице 2.

Как видно из данных в таблице, удельный вес инновационных товаров и услуг в пищевой промышленности сокращается за последние шесть лет: данный показатель составил 5,1% в 2022 году.

Показатель совокупного уровня инновационной активности компаний по производству продуктов демонстрирует волатильность, можно увидеть как снижение, так и повышение уровня данного показателя за рассматриваемый период. Если в 2021 году уровень инновационной активности предприятий пищевой промышленности составил 16,9%, то в 2022 году значение снизилось до 12,9%. Аналогичная волатильность присуща и показателю доли компаний, осуществляющих технологические инновации в данной отрасли, четкого тренда на повышение или снижение значения нет.

Что касается затрат на инновационную деятельность компаний в целом за рассматриваемый период произошло уменьшение вложений по данной статье расходов. Пиковые затраты на инно-

Таблица 2. Динамика инновационной активности предприятий по производству продуктов питания в РФ, 2017–2022 гг. [4].

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Совокупный уровень инновационной активности, %	16,6	14,2	12	13,4	16,9	12,9
Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, %	16,6	15,8	16,1	17,3	16,1	14,9
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ и услуг, %	7,6	6,6	5,7	5	5,3	5,1
Затраты на инновационную деятельность компаний, млн руб	43879,2	40790,2	57910,3	28510,1	35901,4	37611,3

вационную деятельность предприятий в отрасли пищевой промышленности пришлось на 2019 год (57,9 млрд руб.), в то время как минимальные расходы (28,5 млрд руб.) на данное направление развития компании за рассматриваемые шесть лет пришлось на 2020 год. После экономического кризиса вложения в инновационное развитие предприятий постепенно растут.

Наряду с этим наблюдается и положительная характеристика по ряду ключевых показателей. Например, объем инновационных товаров в пищевой промышленности демонстрирует рост за рассматриваемый период (рис. 1).

За 2022 год удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в пищевой промышленности, составил 14,9% при производстве пищевых продуктов и 16,6% при производстве напитков. Структура затрат на технологические инновации внутри данной отрасли выглядит следующим образом: 49,2% отводится на приобретение машин и оборудования, 42,9% – исследования и разработки, 2,5% – дизайн, 1,9% – инжиниринг, остальная часть уходит на прочие виды деятельности, связанные с процессом внедрения технологических инноваций [2].

Когда идет речь об инновационной активности компаний пищевой промышленности, то одним из инструментов измерения данного показателя выступает количество новой или усовершенствованной продукции. Рисунок 2 отражает до-

лю новинок, реализованных за весь 2023 год в различных категориях FMCG сектора.

Можно заметить, что за рассматриваемый период шесть из десяти новинок были запущены в индустриях продовольствия и напитков. Примечательно, что пятая часть запусков произошла в категориях кондитерских изделий, а именно доля новинок в данной категории составила 22%. Это говорит о том, что наиболее привлекательным и открытым к различным инновациям направлением в пищевой промышленности выступает категория кондитерских изделий. Потребители, в свою очередь, всегда заинтересованы в новинках и продуктовых инновациях кондитерских изделий, что зачастую связано с потребностью дарить сладкие подарки накануне праздников. Кроме того, высокая доля новинок среди продовольственного сектора наблюдается в категориях алкоголя, молочной продукции, холодных и горячих напитков, соусов и масел.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать вывод о важности измерения инновационной активности компании для выбора стратегии ее инновационного развития. В зависимости от уровня инновационной активности (высокий, средний и низкий) можно говорить о дальнейшей стратегии инновационного развития.

Промышленным компаниям для измерения инновационной активности рекомендуется использовать комплексную оценку, которая предлагает

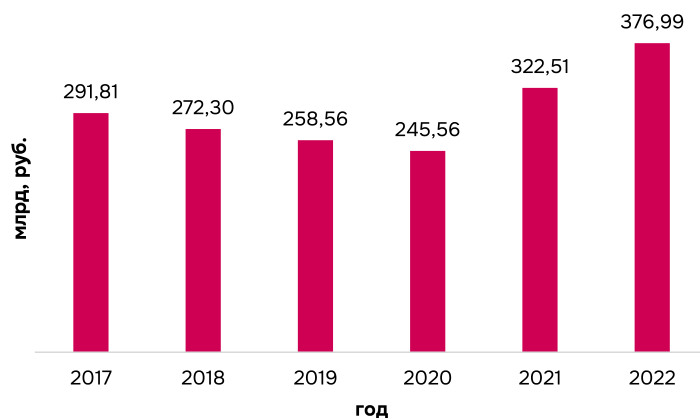


Рис. 1. Объем инновационных товаров, работ и услуг в отрасли производства пищевых продуктов в РФ, 2017–2022 гг. [4].

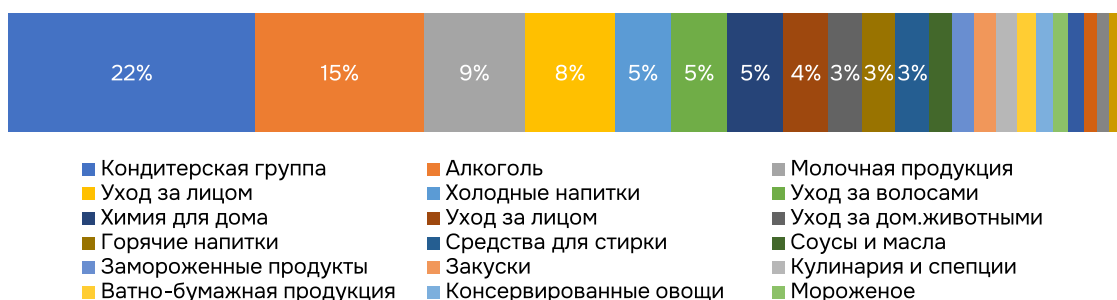


Рис. 2. Доля новинок в категориях, январь–декабрь 2023, % [9].

всесторонний анализ показателей. Только такой подход позволит получить полную картину инновационной деятельности компании и оценить ее эффективность и конкурентоспособность на рынке.

Проведенный анализ инновационной активности промышленных компаний на рынке продовольственных товаров строился на основании комбинирования как затратных и структурных показателей, так и показателей динамики

и обновляемости. Несмотря на то, что текущее инновационное развитие компаний пищевой промышленности не демонстрирует исключительно положительную динамику за последние несколько лет, все больше промышленных компаний определяют высокую инновационную активность ключевым фактором в развитии бизнеса, а растущий спрос на продуктовые инновации на рынке продовольствия со стороны покупателей доказывает приоритетность данного направления развития для компаний.

Библиографический список

1. Баранчев В. П., Масленникова Н. П., Мишин В. М. Управление инновациями : учебник для вузов. – 3-е изд. – М. : Юрайт, 2023. – 747 с. – ISBN 978-5-534-11705-9.
2. Власова В. В., Гохберг Л. М., Грачева Г. А. Индикаторы инновационной деятельности: 2023 : статистический сборник. – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 292 с.
3. Короткова Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2023. – 256 с. – ISBN 978-5-534-07859-6.
4. Наука, инновации и технологии / Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обр. 21.09.2023).
5. Реутов А. Ю. Разработка методики комплексной оценки инновационной активности организации // УЭКС. – 2018. – № 34.

6. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – 448 с.
7. Федеральный закон. О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике»: федеральный закон [принят Государственной Думой 21 июля 2011 года]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_117193 (дата обр. 21.09.2023).
8. OECD/Eurostat Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation : The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. – 4th ed. – Paris/Eurostat, Luxembourg : OECD Publishing, 2018. – 258 p.
9. Тренды FMCG-рынка в 2024 году / Nielsen IQ. – URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/commentary/2023/trendy-fmcg-rynka-v-2024-godu> (visited on 02/02/2024).