И.Н.Буздалов, академик РАСХН,
гл. н.с. ВИАПИ им. А.А.Никонова

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, КАК ФАКТОР ПРЕОДОЛЕНИЯ АГАРНОГО КРИЗИСА

Рассматриваются признаки и причины аграрного кризиса. Показывается особая роль обеспечения выхода из аграрного кризиса инновационной стратегии развития сельского хозяйства и смежных с ним отраслей, особенно I сферы АПК. Раскрываются условия и направления выбора инновационной стратегии на уровне сельскохозяйственных предприятий. Подчеркивается необходимость активизации инновационно-инвестиционной политики государства в целях ускорения выхода сельского хозяйства из системного аграрного кризиса.

In the article the signs and the reasons of agrarian crisis are considered. The special role of providing an exit from agrarian crisis of innovative strategy of development of agriculture and branches adjacent to it, especially the first sphere of agrarian and industrial complex is shown. Conditions and the directions of a choice of innovative strategy at the level of the agricultural enterprises reveal. The need of activization of innovative and investment policy of the state for acceleration of an exit of agricultural from system agrarian crisis is emphasized.

Ключевые слова: аграрный кризис, признаки кризиса, причины кризиса, инновации, инновационная стратегия, инновационно-инвестиционный менеджмент, инновационная политика.

Keywords: Agrarian crisis, signs of crisis, reason of crisis, innovation, innovative strategy, innovatively investment management, innovative policy.

Российское сельское хозяйство, несмотря на все попытки его модернизации в рамках рыночной концепции, продолжает оставаться в состоянии затянувшегося аграрного кризиса. В советское время признаком аграрного кризиса считалось наличие «перепроизводства в сельском хозяйстве» (Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. М.: Советская энциклопедия, 1972. Т. 1, с. 24). А так как вместо перепроизводства сельскохозяйственной продукции в стране существовал ее постоянный дефицит, то об аграрном кризисе власти предпочитали умалчивать, пополняя полупустые прилавки продовольственных магазинов все более возросшим импортом.

На самом деле, если исходить из общего понятия экономического кризиса как «глубокого расстройства» социально-экономического состояния отрасли и народного хозяйства в целом (Экономическая энциклопедия. М.: Экономика, 1999 г., с. 346), то очевидные признаки такого состояния проявлялись во всех сферах сельского развития с явной тенденцией усиления кризисных явлений. Несмотря на рост инвестиций в сельское хозяйство систематически снижалась фондоотдача, темпы абсолютного роста производства.

Если в 1966-1970 гг. прирост валовой продукции к результатам предыдущего пятилетнего периода составил 21%, в 1976-1980 гг., соответственно, только 9%, а за 1981-

1985 гг. этого роста вообще не было. Резко возросла себестоимость сельскохозяйственной продукции, практически стабилизировался уровень урожайности сельскохозяйственных культур, негативные процессы происходили в состоянии и использовании земельных угодий, возрастала зависимость страны от импорта продовольствия. Иначе говоря, сельское хозяйство находилось в состоянии очевидной неустойчивости с явными признаками системного кризиса, стагнации, и поддерживалось в этом состоянии преимущественно за счет экстенсивных факторов, затратного экономического механизма, достижения «плановых» показателей любой ценой.

В процессе ныне проводимых реформ некоторые существенные признаки аграрного кризиса не только сохранились, но даже усилились. Масштабный провал в уровне сельскохозяйственного производства с началом этих реформ так и не преодолен, что особенно относится к животноводству, другим отраслям, в частности, садоводству. Посевные площади в стране за 1990-2011 гг. сократились на 41 млн га или на 38%. Площади плодово-ягодных насаждений за этот период сократились на 45%. Резкое падение объемов сельскохозяйственного производства восполняется масштабным импортом продовольствия, возросшим за эти годы почти в 5 раз и составившим в 2011 г. 42,5 млрд долларов. Это почти на 20% больше объема реализации отечественной продукции сельского хозяйства в закупочных ценах. Признаки неблагополучия и расстройства наблюдаются в земельных отношениях, в состоянии сельскохозяйственных земель, в социальной и инженерной инфраструктуре села, в уровне и качестве жизни сельских производителей и т.д.

Выход из аграрного кризиса и трансформация сельского хозяйства на устойчивое развитие, повышение его конкурентоспособности, как об этом свидетельствует опыт высокоинтенсивного развития отрасли передовых стран современного мира, лежит на пути правильного формирования и реализации инновационной стратегии аграрных преобразований. При этом необходимо иметь ввиду, что осуществление этой стратегии включает два взаимосвязанных процесса: внутриотраслевой и макроэкономический, народнохозяйственный, причем последний, в условиях нынешнего тяжелого финансово-экономического положения на селе, приобретает особое и приоритетное значение.

Высказываются мнения, что отсутствие существенных сдвигов в переходе сельского хозяйства и АПК в целом на инновационный путь развития является следствием «недостаточной эффективности работы РАСХН»[1]. Можно согласится с отставанием в разработке агроинноваций, не всегда связанных с имеющимся научным потенциалом

[1] Огнивцев С.Б. Направления инновационного развития российского АПК. Сельское хозяйство в современной экономике: новая роль, факторы роста, риски. Никоновские чтения – 2009. М.: ЭРД, 2009 г., с. 249.

Россельхозакадемии, но нельзя не видеть того, что, во-первых, в проводимой аграрной политике должным образом не задействованы антикризисные государственные меры поддержки аграрной науки и, во-вторых, сложившееся в рамках этой политики финансово-экономическое положение большинства СХО не позволяет на рыночных основах широко использовать уже имеющиеся научно-исследовательские и конструкторские разработки в производстве.

По сравнению с развитыми странами существует огромная разница в государственной инвестиционной поддержке и самой аграрной науки и процесса передачи и освоения новых технологий, селекционных достижений и других нововведений инновационного процесса. В настоящее время фактическая структура инвестиций в основной капитал АПК и создание инновационного потенциала состоит из примерно 5% бюджетных и 95% собственных средств предприятий, которые из-за ценового диспаритета и отсутствия господдержки аграрных цен не имеют собственных средств для приобретения инноваций. По этой причине инновационный потенциал России используется на 15-35%[2].

Из сказанного следует, что выбор реализации инновационной стратегии зависит и от деятельности, инновационной активности хозяйствующего субъекта и от инновационно-инвестиционной политики государства в развитии сельского хозяйства и всей агропродовольственной системы страны. Непосредственно для СХО важное значение имеет определение общей стратегии функционирования в рыночных условиях. Но не менее важно совершенствовать меры и инструменты аграрной политики, осуществлять ее изменения исходя из принципа: «рынок регулирует – государство корректирует», создавая предприятиям благоприятные условия реализации инновационной стратегии.

Определение наиболее эффективного направления хозяйственной деятельности является залогом успеха и инновационной стратегии. Любое предприятие может оказаться в кризисе, если не сумеет предвидеть изменяющиеся обстоятельства и отреагировать на них вовремя. В условиях рыночной экономики руководителю недостаточно иметь хороший продукт, он должен внимательно следить за появлением нововведений и планировать их внедрение на своем предприятии, чтобы не отстать от конкурентов.

Инновационная стратегия должна органически вписываться в процесс принятия решений. В обоих случаях имеются цели (объекты стратегии) и средства, с помощью которых достигаются поставленные цели (принимаются решения). Четко сформулированная инновационная стратегия означает взаимосвязанный комплекс действий в целях укрепления жизнеспособности и устойчивости данного предприятия.

[2] Там же. С. 248.

Это обусловлено растущей конкуренцией, когда постоянно приходится предвидеть и планировать возможные нововведения, чтобы выжить и выиграть в конкурентной борьбе.

С выбором стратегии инновационной деятельности предприятия связана разработка общих планов развития и использования научных разработок и других ее форм, направленных на достижение двух основных целей:

- эффективного распределения и использования ресурсов (так называемая «внутренняя стратегия»), когда планируется использование ограниченных ресурсов, осуществляется подбор эффективного «портфеля» предприятия;

- адаптация к внешней среде, ставящая задачу обеспечить эффективное приспособление к изменению внешних факторов (экономические изменения, политические факторы, демографическая ситуация).

Стратегическое планирование инновационного развития основывается на проведении многочисленных исследований, сборе и анализе данных. Это позволяет осуществлять контроль за рынком, обстановка на котором постоянно меняется. Следовательно, стратегия должна быть разработана так, чтобы при необходимости ее можно было изменить в нужном направлении.

Разработка инновационной стратегии начинается с формулировки общей цели организации. Постановка цели играет важную роль в связях СХО с внешней средой, рынком, потребителем. Для общей цели организации важно учесть:

- основное направление деятельности предприятия;

- рабочие принципы во внешней среде (принципы торговли; отношения к потребителю; ведение деловых связей);

- культура организации, ее традиции, рабочая обстановка.

При выборе цели нужно учитывать два аспекта: кто является клиентами предприятия, и какие потребности она может удовлетворить. После постановки общей цели осуществляется второй этап инновационного стратегического планирования – конкретизация целей. Обычно определяются и учитываются:

1. прибыльность – добиться в текущем году заданного уровня чистой прибыли;
2. условия рынка (объем продаж, доля рынка, внедрение инноваций, доведение их до заданного уровня;
3. продукция (общий объем выпуска, выпуск новых товаров или снятия некоторых видов с производства и др.);
4. финансовые ресурсы (размер и структура капитала; соотношение собственного и заемного капитала; размер оборотного капитала);
5. производственный потенциал;

6. НИОКР и внедрение новых технологий, основные показатели, технологические характеристики, стоимость, источники средств, сроки внедрения;
7. организация инновационного процесса;
8. человеческие ресурсы (их использование, движение, переориентация на инновационную деятельность;
9. социальная цель.

Чтобы общая цель инновационного процесса могла быть достигнута, нужно исходить из следующих принципов:

1. четкая и конкретная формулировка самой цели, выраженная в конкретных измерителях (денежных, натуральных, трудовых);
2. каждую составляющую общей цели важно ограничить во времени, задать сроки ее достижения. Цели могут быть долгосрочными (до 10 лет), среднесрочными (до 5 лет) и краткосрочными (до 1 года). Цели уточняются с учетом изменений обстановки и результатов контроля;
3. конкретные цели должны быть достижимыми и дополнять друг друга.

Инновационная стратегия должна опираться на тщательный анализ внешней и внутренней среды предприятия:

- оцениваются изменения, происходящие или могущие произойти в планируемом периоде;
- выявляются факторы, угрожающие позициям предприятия на рынке;
- исследуются факторы, благоприятные для инновационной деятельности предприятия в рыночных условиях.

Процессы и изменения во внешней среде оказывают жизненно важное влияние на развитие предприятия. Основные проблемы, связанные с внешней средой – экономика, технология, политика, рынок, конкуренция. Прежде всего, необходимо выявить основных конкурентов и выяснить их рыночные позиции (доля рынка, объемы продаж, цели). Целесообразно провести исследования по следующим направлениям:

1. оценить текущую стратегию конкурентов (их поведение на рынке; приемы продвижения товаров);
2. исследовать влияние внешней среды на конкурентов;
3. попытаться собрать сведения о научно-технических разработках соперников и другую информацию и составить прогноз будущих действий конкурентов и наметить пути противодействия.

Тщательное изучение сильных и слабых сторон конкурентов и сравнение их результатов с собственными показателями позволит лучше продумать стратегию получения конкурентных преимуществ.

К серьезным факторам внешней среды относятся социально-поведенческие и экологические факторы. Важно также учитывать изменения в демографической ситуации, образовательном уровне. Например, потребности подготовки кадров в специальной литературе по рыночной системе хозяйствования и управления.

Анализ внутренней среды проводится с целью выявления сильных и слабых сторон в деятельности СХО. Организации могут отличаться тем, насколько их руководители, принимающие ключевые решения, связали себя со стратегией использования нововведений. Если органы государственного и хозяйственного управления поддерживают попытки реализовать нововведение, вероятность того, что новшество будет принято к внедрению в организации, возрастает. По мере вовлечения в процесс принятия решений этих органов значение стратегических и финансовых целей возрастает.

Выделяют следующие типы инновационных стратегий:

1. наступательная – характерна для предприятий АПК, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции. Она свойственная малым инновационным предприятиям;
2. оборонительная – направлена на то, чтобы удержать конкурентные позиции фирмы на уже имеющихся рынках. Главная функция такой стратегии – активизировать соотношение «затраты – результат» в инновационном процессе. Такая стратегия требует интенсивных НИОКР;
3. имитационная – используется предприятиями, имеющими сильные рыночные и технологические позиции. При этом применяются основные потребительские свойства (но не обязательно технические особенности) нововведений, выпущенных на рынок малыми инновационными предприятиями иди предприятиями-лидерами.

Выбор инновационной стратегии с учетом жизненного цикла продукта учитывает последовательные этапы (зарождение, реализация, освоение).

Согласно современной экономической науки, в каждый конкурентный период времени конкурентоспособная производственная единица (предприятие), специализирующаяся на выпуске продукции для удовлетворения определенной общественной потребности, вынуждена производить продукцию, относящуюся к трем поколениям техники – уходящему, господствующему и нарождающемуся

(перспективному). Каждое поколение техники проходит в своем развитии обособленный жизненный цикл.

Намечаемая в стратегии инновационного развития величина совокупного дохода предприятия обеспечивается правильным распределением усилий между сменяющими друг друга продуктами (поколениями техники, технологии). Достижение такого распределения и является целью формирования и осуществления научно-технической политики предприятия. Оптимизация этой политики требует знаний о технических и технологических возможностях каждого из сменяющих друг друга (и конкурирующих между собой) поколений техники и технологии. По мере освоения того или иного технического решения его реальная способность к удовлетворению соответствующих потребностей общества и экономические характеристики изменяются, что и обусловливает циклический характер развития поколений техники и технологий.

Однако определяющим в формировании конкурентоспособной научно-технической политик предприятия служит то обстоятельство, что средства в развитие и освоение продукта нужно вкладывать значительно раньше, чем будет получен реальный эффект в виде завоеваний прочных позиций на рынке. Поэтому стратегическое планирование инновационной политики СХО требует достоверного выявления и прогнозирования тенденций развития каждого поколения соответствующей техники на всех стадиях его жизненного цикла. Необходимо знать, в какой момент предлагаемое к освоению поколение техники достигнет максимума развития, когда к этой стадии придет конкурирующий продукт, когда целесообразно начать освоение, когда – расширение, а когда наступит спад производства.

Полный цикл жизни отдельного поколения техники (от первых научных разработок принципа действия до снятия с промышленного производства) в условиях рыночной экономики, как правило, формируется разнонаправленными усилиями множества предприятий первой сферы АПК. Он охватывает как минимум три частных цикла: научный, изобретательский и производственный. Названные цикла на протяжении жизни одного поколения техники друг за другом последовательны, но с некоторым взаимным наложением во времени.

Практикой реализации инновационной стратегии доказано, что между этими циклами имеется статистическая связь через временной лаг, равный определенному средневероятному промежутку времени. Этот лаг располагается между моментом проявления технического решения (либо между моментом оформления, регистрации технической идеи, проекта, например, получением патента на изобретение) и моментом максимального объема использования этой идеи, проекта в сельском хозяйстве. В связи с

этим научно-техническая политика предприятия предлагает тщательное отслеживание отечественных и мировых тенденций развития науки и техники. Чтобы успешно решить эту задачу, нужно уметь анализировать соответствующие потоки документов (информации).

Существующий методический аппарат выявления мировых и отечественных тенденций развития науки и техники на базе анализа массивов документов, в конечном счете, можно свести к следующим пяти методам:

1. метод структурно-морфологического анализа. Этот метод предназначен для выявления внутреннего состава предметной области, фиксации появления принципиально новых разработок (идей, технических решений), что позволяет обоснованно формировать инновационную стратегию на подотраслевом уровне;
2. метод определения характеристик так называемой публикационной активности. Его специфика связана с тем, что поток документов подчиняется циклическому развитию; отслеживая эти циклы, можно определить, на каком этапе жизненного цикла находится предметная область в той или иной стране. Это дает возможность предполагать корректные рекомендации по формированию инновационной стратегии на отраслевом уровне;
3. метод, базирующийся на выявлении групп патентных документов, патентов-аналогов большей мощности, или просто метод патентов-аналогов. Его сущность заключается в том, что предприятия патентуют за рубежом только те идеи, которые имеют практическую значимость. Поэтому, выявляя направления, в которых мощность патентов-аналогов растет быстрее, удается тем самым устанавливать направленность деятельности ведущих фирм в развитии производственного потенциала;
4. метод терминологического и лексического анализа. Терминологический анализ базируется на предположении о том, что при использовании исследователями идей из других областей знаний происходит смена терминологического аппарата. Это связано с крупными структурными сдвигами, которые первоначально не отслеживаются никакими другими методами. Поэтому метод терминологического анализа позволяет выявить зарождение принципиальных инноваций на ранних этапах и спрогнозировать направленность ожидаемых изменений. Лексический анализ текстов аналогичен терминологическому анализу; различие лишь

в том, что рассматриваются не конкретные термины, а словосочетания (лексические единицы);

5. метод показателей. Основывается на том, что каждая техническая система представляет набор показателей, которые по мере реализации инновационной стратегии совершенствуются, что отражается в документах. Изучая динамические характеристики показателей технических систем, можно получить четкое представление о тенденциях, находящихся в мировой и отечественной практике и новых научных разработках.

Общая последовательность подготовки исходной информации для принятия управленческих решений по формированию инновационной стратегии состоит из нескольких блоков.

Первый блок – разработка морфологической классификации предметной области. Такая классификация представляет собой формализованную таблицу, в которой технологическая (техническая) цепочка производства разбита на элементы по определенным аспектам (операция, принцип действия, используемые новшества). Причем, для каждого элемента формируется перечень возможных альтернативных способов осуществления.

Второй блок – разработка рубрикатора предметной области, например, в терминах Международной классификации изобретений и нововведений. Рубрикатор представляет собой набор рубрик, по которым из разных источников производится отбор документов по интересующей проблематике. Соответственно, третий, четвертый и пятый блоки – информационный поиск исходной информации; анализ полученных результатов; определение рекомендаций по формированию инновационной стратегии предприятий для лиц, принимающих решения.

Проведенные исследования и полученные благодаря им результаты позволяют выявить моменты развития и смены поколений техники, технологий новых сортов растений, определить намечающиеся тенденции, прогнозировать дальнейшие изменения в технике и технологиях с целью оптимизации научно-технической политики в АПК. Все это служит основой для выработки рекомендаций относительно инвестиционной стратегии и планирования необходимых для ее реализации ресурсов. Направления выбора инновационной стратегии в рыночных условиях контролируемая доля рынка и динамика его развития, доступ к источникам финансирования и сырья, позиции лидера или последователя в отраслевой конкурентной борьбе) с учетом реализации инновационно-

инвестиционных проектов в АПК представляются следующей инновационно-инвестиционной моделью.

Модель инновационно-инвестиционной стратегии в АПК



Выбор стратегии осуществляется по каждому направлению, выделенному при постановке цели. Предприятия, имеющие высокие доли рынка, выбирают стратегию ограниченного роста. Их главная цель – удержание позиций и получение прибыли. СХО, другие предприятия АПК, имеющие малую долю рынка выбирают стратегию отсечения лишнего. Для предприятий, слабо закрепившихся в быстрорастущих отраслях, ситуация требует дополнительного анализа.

Принимая ту или иную стратегию, руководство предприятия должно учитывать следующие факторы:

1. Риск. Какой уровень риска предприятие считает приемлемым для каждого из принимаемых решений?
2. Знание прошлых стратегий и результатов их применения позволит фирме более успешно разрабатывать новые.
3. Фактор времени. Нередко хорошие идеи и нововведения терпели неудачу потому, что были предложены к осуществлению в неподходящий момент.
4. Реакция на деятельность других. Стратегический план разрабатывается менеджерами компаний, но часто владельцы могут оказывать силовое давление на его изменении.

Разработка инновационной стратегии может осуществлять тремя путями: сверху вниз, снизу вверх и с помощью консультативной фирмы. В первом случае стратегический план разрабатывается руководством предприятия и как приказ спускается по всем уровням управления. При разработке «снизу вверх» каждое подразделение (служба маркетинга, финансовый отдел, производственные подразделения, служба НИОКР) разрабатывает свои рекомендации по составлению стратегического плана в рамках своей компетенции. Затем эти предложения поступают руководству предприятия, которое обобщает их и принимает окончательное решение на обсуждении в коллективе. Это позволяет использовать опыт, накопленный в подразделениях, непосредственно связанных с изучаемыми проблемами и создает у работников впечатление общности всей организации в разработке инновационной стратегии.

Инновационная стратегия СХО, других предприятий АПК может быть успешно реализована в ее координации с необходимыми изменениями в инновационной и общей аграрной политике государства. Рока ограниченной число СХО, как правило, получающие рентные доходы, способны осуществлять инновационный процесс с необходимым ресурсным обеспечением развития производства и социальной сферы. Большинство из них, включая предприятия сельскохозяйственного машиностроения не имеют собственных средств для реализации инновационной стратегии развития и требуют активной государственной протекционистской поддержки в рамках специальных целевых программ агроинноваций.

Опыт стран Запада, добившихся радикальных инновационных изменений в сельском хозяйстве и всей агропродовольственной системы показывает, что успех в этом направлении во многом обеспечен благодаря созданию специализированных государственных и связанных с ними частных организаций для защиты, коммерциолизации и продвижения нововведений в производство. В Англии это

специальная государственная структура – Британская технологическая группа (BTG). Такие организации есть во Франции, Германии, других странах, оказывающие огромное влияние на инновационный процесс в АПК. В России пока такие структуры отсутствуют. Нет и необходимой инвестиционной государственной поддержки инновационного развития сельского хозяйства в рамках общего процесса последовательной интенсификации сельскохозяйственного производства, а поэтому и нет существенных сдвигов в преодолении системного аграрного кризиса.

Литература

1. Буздалов И.Н. Условия и направления социально-экономической модернизации сельского хозяйства России. АПК: экономика, управление. 2010, № 5, с. 21-34.
2. Куликов И.М. Система управления АПК в условиях формирования инновационно-инвестиционного менеджмента: современный опыт и проблемы совершенствования. М. ФГУП ВО Минсельхоза России, 2004, 320 с.
3. Инновационная деятельность в аграрном секторе экономики России (под ред. И.Г.Ушачева, И.Т.Трубилина, Е.С.Оглоблина, И.С.Санду), М.: Колос, 2007, 636 с.
4. Гончаров В.Д., Котеев С.В., Подлесная Л.В. Инновационное развитие агропромышленного комплекса России. М. Изд-во ИНЭК, 2012, 172 с.