

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Национальный исследовательский Томский государственный университет
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов VI (XX) Международной конференции
молодых ученых

г. Томск, 18–19 апреля 2019 г.

Выпуск 20

Под редакцией канд. филол. наук Е.О. Третьякова

Scientific & Technical Translations

ИЗДАТЕЛЬСТВО

Томск 2020

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Щербинина А.А.

Томский государственный университет, студент

DEFINITION OF CRITERIA FOR EVALUATING INNOVATIONS IN PUBLISHING

Shcherbinina A.A.

Tomsk State University, student

Рассмотрены существующие подходы к анализу инновационной деятельности, выделены и подробно рассмотрены основные группы критериев ее оценки, позволяющие комплексно оценить инновационную деятельность современных российских издательств.

Ключевые слова: издательское дело, инновации, критерии оценки инноваций.

In this article existing approaches to the analysis of innovative activity are considered, the main groups of criteria of its assessment are allocated. The analysis of the considered criteria allows to estimate innovative activity of modern Russian publishing houses.

Key words: publishing, innovation, innovation evaluation criteria.

Научный руководитель:
Айзикова Ирина Александров-
на, докт. филол. наук, профес-
сор.

В настоящее время не существует универсальных методик оценки инновационной деятельности. Большая часть ученых разрабатывают частные методики, исходя из теории экономической эффективности или существующей методики оценки инвестиционного проекта. Это объясняется тем, что инновационная деятельность в разных отраслях экономики имеет свою специфику. Поэтому одним из важных этапов разработки методики оценки инновационной деятельности является определение критериев оценки, отвечающих специфике отрасли предприятия, в данном случае — издательской.

В нашем исследовании критерии оценки инновационности были выделены на основе анализа определения термина «инновация», принятого в экономической теории: «Инновация (инновационный продукт) — новый или значительно усовершенствованный продукт (услуга, технология, управленческое, организационное, маркетинговое или иное решение), созданный на основе результатов НИОКР, внедренный или потенциально пригодный для практического внедрения, способный при достаточно масштабной реализации обеспечить положительный коммерческий, социально-экономический, научно-технический эффект» [1].

Характеристика «новый или усовершенствованный продукт» выводит к критерию новизны инновационности, «уровень качественного изменения» — ее глубины, «получение определенного эффекта» — эффективности.

Фундаментальным признаком инновации является новизна, т.к. инновационная деятельность всегда связана с прогрессом. Новизна инновации, в свою очередь, определяется через такие понятия, как новшество, нововведение.

В.И. Аверченко предлагает следующие определения новшества: «Новшество — это оформленный результат фундаментальных прикладных исследований, разработок и экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективнос-

ти» [2]. Нововведением называется внедрение новшества в процесс производства. Соответственно, инновацией является внедренное новшество или результат нововведения. Итак, новизна в инновационной деятельности обязательна, однако ответить на вопрос, что именно следует называть новизной, трудно, т.к. общепринятой терминологии в области инновационной деятельности не существует.

Экономист Ф. Валента, развивая понятие новизны инновационности, дополнил его разделением инноваций по глубине вносимых изменений. Такой подход позволяет проследить эволюцию процесса внедрения инноваций более детально. С упомянутым подходом пересекается и позиция С.Д. Ильенковой. Она выделяет следующие виды инноваций в зависимости от глубины внесенных изменений: радикальные (базовые), улучшающие, модификационные (частные) [3].

Радикальными, или базовыми, инновациями называется «такое нововведение, которое базируется на научном открытии или крупном изобретении и направлено на освоение принципиально новых продуктов и услуг, технологий новых поколений» [4]. Улучшающие (или приростные) инновации — это нововведение, направленное на улучшение параметров производимых продуктов и используемых технологий, совершенствование продукции и технологических процессов. При внедрении такого вида инноваций уделяется значительное внимание анализу рисков, т.к. поведение инноваций на рынке непредсказуемо. Под модификационными понимаются новшества, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологий без заметного влияния на параметры, свойства, стоимость изделия и способы его производства. К этим инновациям относят расширение производства продукции или распространение технологии на ранее не задействованные рынки.

Эффективность инноваций — самая исследуемая область в теории инновационности, т.к. она напрямую связана с экономическим состоянием предприятия.

На практике при анализе и оценке инновационных проектов часто объединяют понятия инвестиционных и инновационных проектов. У инноваций и инвестиций много общего по сущности и структуре, поскольку в обоих случаях речь идет о проектной деятельности. И инновационный проект, и инвестиционный — оба направлены на повышение эффективности предприятия, получение прибыли и дохода, снижение издержек или получение любого другого полезного для предприятия эффекта посредством финансовых вложений.

Все же, несмотря на сходство, при оценке инновационных проектов (и инновационной деятельности) стоит учитывать и разницу между ними.

Р.Г. Абакумов выделяет несколько значимых факторов отличия инновационных проектов [5]. Во-первых, доходность многих инноваций имеет отсроченный стратегический характер. В издательской сфере это легко можно наблюдать на примере управленческих инноваций. Изменение организационной структуры компании, внедрение новых методов управления персоналом, переход на новые системы управления качеством дают результат с временным разрывом от периода вложения в них средств. Во-вторых, инновационная деятельность осуществляется в условиях неопределенности и повышенного риска, т.к. процесс разработки и реализации проекта является достаточно длительным, а внешняя среда меняется очень быстро.

Следовательно, определение степени эффективно-

сти инноваций требует комплексного подхода, т.к. нужно учитывать не только эффективность конечного результата, но и эффективность внедрений инновации на всех этапах процесса деятельности.

Таким образом, анализ и оценка инновационности продукта (услуги, технологии и т.д.) необходимы, поскольку инновационная деятельность должна приносить практическую пользу предприятию. Детальный анализ, по крайней мере, выделенных здесь критериев (новизны, глубины и эффективности) позволит дать оценку разнообразным видам инноваций в издательской отрасли.

Литература

1. Гашко Д.В. Понятие инноваций в современной экономической теории [Электронный ресурс] // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. — 2011. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-innovatsiy-v-sovremennoy-ekonomicheskoy-teorii>.
2. Аверченков В.И. Инновационный менеджмент : учеб. пособие. — М. : Флинта ; МПСИ, 2008. — С. 14.
3. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин и др. ; под ред. проф. С.Д. Ильенковой. — 2-е изд. — М. : Юнити-Дана, 2007. — С. 19.
4. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов / под ред. О.П. Молчановой. — М. : Вита-Пресс, 2001. — С. 20.
5. Абакумов Р.Г. Методы оценки эффективности инновационных проектов [Электронный ресурс] // Инновационная наука. — 2016. — № 1-1(13). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-effektivnosti-innovatsionnyh-proektov-1>.