

## **Возврат на инвестиции в инновации: как получить больше, заплатив меньше**

Болточко А.И.

Научный руководитель - профессор Гусаков Б.И.  
Белорусский национальный технический университет

Мировая рецессия 2008 года выявила среди крупных мировых компаний наличие трех тенденций. Первая – резкое сокращение расходов на НИОКР (-3,5% в 2009 по сравнению с 2008 годом). Вторая – процентное соотношение расходов на НИОКР к объему продаж за 2009 год выросло с 3,5% до 3,8%, отражая сохранение интереса компаний к инновационным разработкам. Третья – компании признанные наиболее инновационным (согласно исследованиям Boston Consulting Group, 2010) имеют более высокий рост выручки, рыночной капитализации и совокупного дохода акционеров по сравнению с компаниями, с наибольшим размером бюджета на НИОКР. Возникает проблема: за счет каких факторов компания может повысить возврат на инвестиции в инновации, при этом увеличивая их объем. Возможным решением поставленной проблемы может стать повышенный контроль всех стадий создания инновационного продукта – генерация идей, выбор проектов, их развитие и коммерциализация. Каждая стадия имеет свои особенности. При генерации идей, особую роль имеет два фактора: способность компании понять потребности потребителя и увидеть тренд развития технологий. На втором этапе, выбор проекта, особую роль играет оценка потенциала рынка: готов ли он принять новую разработку в качестве товара. Третий этап дает возможность компании усовершенствовать свой товар под конкретные потребности, позволяя создать продукт, способный максимально удовлетворить потребителя. На заключительном этапе, коммерциализация, компания должна уделить особое внимание пробному запуску продукта. Это позволит ей окончательно определить готовность рынка к инновации, в ином случае – сократит потери при отказе от данной разработки.

Компании, достигшие согласованности на каждом этапе разработки нового продукта, способны демонстрировать лучшие результаты по ряду финансовых показателей, чем их конкуренты.