

**Адаптация зарубежных инноваций в Российском регионе.  
Adaptation of foreign innovations in the Russian regions  
Шмидт А. В.<sup>1</sup>, Стефанова Н. А.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Шмидт Анастасия Владимировна / Shmidt Anastasija Vladimirovna – студент;

<sup>2</sup>Стефанова Наталья Александровна / Stefanova Natal'ja Aleksandrovna - старший преподаватель,  
заместитель заведующего кафедрой,  
кафедра электронной коммерции,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Самара

**Аннотация:** проведен анализ адаптации инновационных проектов в Российском регионе. Выполнена оценка способов и путей адаптации для коммерчески успешных проектов в России. Рассматривается влияние российского менталитета на преобразование зарубежных продуктов.

**Ключевые слова:** инновации, адаптация, экономика, зарубежные проекты, способы адаптации, факторы адаптации.

Из-за времен глобальных экономических и политических реформ конца 80-х - начала 90-х годов развитие Российской науки было существенно заторможено. По данным БКГ (Бостонская консалтинговая группа) в мировом рейтинге индекса инноваций Россия занимает далеко не почетное - 51-е место. Именно поэтому внедрение инновационных технологий – один из главных ориентиров стратегии России на будущие 10 лет. Однако в реалиях постоянного кризиса российские ученые и предприниматели всё больше переключаются с разработки инноваций на внедрение адаптированных зарубежных аналогов [1].

Согласно проведенным исследованиям, репутацию самых инновационных стран имеют Швейцария, Великобритания, Швеция, Нидерланды, США [2]. Именно в них чаще всего внедряются разработки, которые потом получают распространение во всем мире.

В статье проведен тщательный анализ как успешных, так и провалившихся адаптаций зарубежных инноваций в различных сферах человеческой жизни.

Одной из самых успешных адаптаций на Российском рынке является социальная сеть ВКонтакте. Созданный в 2006 году по подобию зарубежной сети Facebook, ресурс изначально позиционировал себя в качестве социальной сети студентов и выпускников российских вузов. Однако в настоящее время аудитория сайта представлена всеми слоями пользователей Интернета.

Идея социальной сети ВКонтакте была предельно проста – адаптировать Facebook к российским реалиям.

В отличие от заполненного рекламой Facebook, на момент создания социальной сети для получения прибыли был использован инновационный способ монетизации проекта – микротранзакции. Микротранзакции представляют собой многостороннюю модель получения дохода, которая широко используется в России, однако до сих пор применимость этой модели на Западе считается спорной.

На данный момент адаптационными возможностями российской социальной сети являются:

- упрощение взаимодействия между пользователями;
- возможность передачи файлов;
- углубление направленности сети на профиль человека, а не на поток сообщений.

Ежедневно ресурс посещает от 4 000 000 человек и более, что доказывает коммерческий успех данного проекта.

В реалиях современного мира проще всего бывает адаптировать что-то важное и необходимое. Одной из важнейших физиологических потребностей человека является еда. Несмотря на это, темп жизни современного человека не позволяет вдоволь ею насладиться. Именно в этот момент на сцене мировой продуктовой промышленности и появляется фастфуд. Фастфуд (англ. fast - «быстрый» и food - «пища») — питание с уменьшенным временем употребления и приготовления пищи, с упрощёнными или упразднёнными столовыми приборами или вне стола.

Быстрый рост современного рынка общественного питания во многом обусловлен развитием фастфуда. По оценкам экспертов годовой прирост этого сектора уже в течение нескольких лет составит до 25 % [3].

Развитие рынка фастфуда в России идет интенсивными темпами, начиная с 1989 года. За последние 25 лет на российский рынок вышли практически все лидеры мирового рынка быстрого питания. Конкуренцию им составил целый ряд местных игроков.

Главной адаптацией рынка фастфуда в России является изменение быстрого меню ресторанов к национальным особенностям страны.

Одной из удачных и работающих до сих пор сетей является Теремок.

В конце 90-х предприниматель Михаил Гончаров разработал план создания киосков с национальной русской кухней — блинами с начинками. Первый «Теремок» открылся в Москве в 1999 году у метро «Аэропорт». Со временем компания вошла в четвёрку крупнейших фастфуд-сетей в России, затем открылись и рестораны «Теремок».

Ставка на традиционную русскую кухню позволила компании «Теремок – Русские блины» быстро стать четвёртой по величине сетью заведений быстрого питания в России.

Однако больше всего адаптации инновационных проектов и идей было получено для военной промышленности. Во время гонки вооружений США и Россия чаще всего заимствовали чужие идеи и адаптировали их для собственного применения.

После окончания Второй Мировой Войны стало очевидно, что для эффективного ведения боевых действий необходимо знать точное местоположение союзных и вражеских войск, однако картография более не являлась подходящим решением проблемы.

Холодная война стала толчком для развития идеи о том, что спутники можно отслеживать с Земли, измеряя частоту излучаемых ими радиосигналов, и, наоборот – положение приемников на Земле можно было рассчитывать на основе их расстояния от спутников. Сейчас эта технология носит название – GPS.

В 1974 году после 11 лет разработки МИНОБР США запустили первый спутник GPS-системы.

Основываясь только на зарубежной идее и личных разработках, в 1982 году МИНОБР СССР запустили на орбиту спутник новой инновационной на тот момент системы ГЛОНАСС. ГЛОНАСС – это отечественная глобальная навигационная система, которая, в отличие от GPS, работает на других частотах, имеет лучшую защиту от сбоев, а главное – она более стабильна.

ГЛОНАСС исторически отставал от GPS. Но если момент старта «навигационной гонки» расходился на 8 лет, то постепенно разрыв был серьезно сокращен.

Последнее время происходит рост значимости ГЛОНАССа в качестве реального конкурента американской GPS. Адаптировав технологию для России, в соответствии с потребностями большого военного государства, ученым удалось добиться более высокой точности Системы.

При сравнении параметров GPS и ГЛОНАССа потребительские предпочтения явно устремляются в сторону GPS, однако с точки зрения гарантии безопасности и стабильности наличия спутниковых навигационных сигналов нужно держать в уме следующий факт – американцы всегда могут отключить отсылку навигационных сигналов на конкретные территории (например, в страны бывшего СССР). В этом случае навигационные приборы и основанные на них информационные системы превратятся в набор никому не нужных высокотехнологичных устройств. С нарастанием антагонизма между США и Россией возникновение такой ситуации не представляется такой уж маловероятной.

Несмотря на то, что текущий уровень развития ГЛОНАССа пока еще отстает от GPS, в мировом масштабе только ГЛОНАССу удалось так близко приблизиться к GPS [4].

Рассмотрев предыдущие примеры, можно сказать, что Российский регион адаптирует инновации для собственного использования. Та же тенденция наблюдается и на уровне субъектов страны. Так, в Самаре прошел очередной конкурс по финансированию инновационных проектов молодых ученых по программе «УМНИК». В проекте приняли участие несколько десятков перспективных специалистов в своих областях, многие из которых за основу своей идеи брали адаптированные под реалии региона зарубежные аналоги [5]. Например, разработка Мингазова Айрата Фанилевича на тему «Создание системы принятия решения «Органное донорство и трансплантационная координация» не является прорывной – многие клиники Европы и США имеют такую систему, однако в России и Самарском регионе такой системы нет, что позволяет использовать опыт зарубежных коллег для её создания и одновременно учесть все особенности нашей страны, такие как плохая инфраструктура, большие расстояния между территориальными образованиями и невысокий уровень технического оснащения медицины [6].

Таким образом, реализовывая стратегию внедрения инноваций, используя опыт зарубежных проектов и компаний, Россия может высоко развить собственную экономику. При этом в качестве пожелания следует, возможно, порекомендовать России использовать не полностью имитационную политику в сфере инноваций, а оппортунистическую, в рамках которой страна стремится занять свободные ниши на рынке, а затраты на нововведения определяются ее тактическими соображениями.

### *Литература*

1. Инновационная экономика: опыт развитых стран и уроки для России: Материалы научно-практич. конференции 26 марта 2010 г. / Отв. ред. Л. Г. Симкина и др. - СПб.: СПбГИЭУ. Часть 1., 2010. - 417 с.
2. Лондон, Соединенное Королевство. Глобальный инновационный индекс 2015 г.: в рейтингах лидируют Швейцария, Соединенное Королевство, Швеция, Нидерланды и США [Электронный ресурс]: Всемирная организация интеллектуальной собственности, 2015. Режим доступа: [http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2015/article\\_0010.html](http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2015/article_0010.html) (дата обращения: 15.12.2015).

3. Российский рынок быстрого питания (фастфуда): Аналитический обзор, основанный на результатах онлайн-опроса 2015г / Отв. ред. Инга Микаелян и др. - РБК,Москва., 2015. - 272 с.
4. Спутниковые системы и технологии»: Курс лекций д. т. н. Кони́на В. В. - МБОУ ГПО НАУ, Киев., 2002. - 245 с.
5. Список победителей конкурса [Электронный ресурс]: Единый портал инновационной деятельности Самарской области. Режим доступа: <http://umnik.fasie.ru/samara/winners.html> (дата обращения: 15.12.2015).
6. *Ларичева Е. А.* Оценка уровня инновационного развития Российской Федерации и ее технологического обмена с другими странами [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека, 2015. Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23422361> (дата обращения: 15.12.2015).