

КОНЪЮНКТУРА

РЕСУРСЫ

Елена Шакина: Наша задача — объяснить бизнесу, как следует смотреть на свою деятельность

Руководитель международной лаборатории экономики нематериальных активов Пермского кампуса ВШЭ рассказала о том, как преодолеть отставание отечественных компаний от западных

Татьяна Власенко

Российский научный фонд подвёл итоги конкурса, направленного на поддержку небольших исследовательских групп под руководством ведущих российских и зарубежных учёных. В борьбе за гранты приняли участие более 300 коллективов, из которых экспертным советом были отобраны 56 лучших. Авторы победивших заявок представляют 19 стран мира, включая Швейцарию, Германию, Испанию, Францию, США. В число победителей вошёл и Пермский филиал НИУ «Высшая школа экономики» с проектом «Конкурентоспособность российских компаний в условиях необходимости импортозамещения: роль интеллектуальных ресурсов». Это единственный поддержанный проект по экономике в России.

— Елена Анатольевна, в основе вашего проекта лежат так называемые нематериальные активы. Поэтому первый вопрос: что это такое?

— Экономика сильно меняется, и не только в плане глобализации, мироустройства, политики, которые тесно взаимосвязаны. Самое главное — сейчас на первый план выходят ресурсы успеха, развития компаний, которые раньше такого значения не имели. То, что, условно говоря, мы не можем потрогать. Прежде компании могли просто зарабатывать за счёт технологий, модернизации производства, качества продукции.

преуспевает тот, кто первым получает информацию, недоступную всем остальным.

Задача экономики нематериальных активов — понять, как устроены эти ресурсы, как за счёт них зарабатывать, как сделать так, чтобы конкуренция за информацию, за интеллект, за новые знания приводила к максимальной эффективности. Чтобы в итоге потребители получали необходимый им продукт по нужной цене и хорошего качества. Чтобы не разрушались рынки, а, напротив, создавались новые. Идея заключается именно в этом, если подходить к ней философски.

«Российские компании очень закрыты. У них нет необходимости открываться. Более того, в открытости кроется большой риск»

В последнее время системы заказа, выбора выпускаемой продукции, её продвижения строятся совершенно по-другому: на первый план выходят именно нематериальные ресурсы. Это способность и желание сотрудников работать, инновации и в продуктивном ряду, и в организации производства, и в плане продвижения товара на рынки. Это маркетинг, бренды, знания о потребностях клиента, конкурентах, партнёрах.

Очень важны вещи, связанные с тем, как компании конкурируют друг с другом. Если раньше конкуренция была основана на том, кто первым выведет на рынок свой продукт дешевле, то теперь

Наша лаборатория как раз изучает феномен этой экономики.

— Сколько лет вы работаете над этой темой?

— Мы стартовали в 2009 году с маленьким проектом, наша команда очень молодая. В процессе интенсивного роста её состав с тех пор вырос с трёх исследователей до 20 учёных. Сегодня в ней есть и студенты, и четверо зарубежных партнёров. Более того, хотя я занимаю должность руководителя лаборатории и во многом обеспечиваю её деятельность, наш вдохновитель в академическом плане — PhD, профессор Анхель Барас из Университета Виго (Испания).



Он является научным руководителем нашей лаборатории.

— Насколько остра проблема финансирования для подобных проектов? С чего вы начинали?

— Нам очень повезло полтора года назад: мы получили первый крупный грант от нашего университета. Это был внутренний грант на проведение фундаментальных исследований, но уже в рамках международной лаборатории.

При этом нашей целью всегда был выход за рамки финансирования университета. Во-первых, это правило для любой исследовательской команды — иметь источники финансирования извне. Во-вторых, у университета должна быть гарантия того, что деятельность исследовательской команды не напрасна, что это ещё кому-то интересно. И главное, что продукт исследования готовы купить.