

СОЗДАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ И ДОСТАТОЧНЫХ УСЛОВИЙ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Малышева Л.А., Харламова О.Г.

ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет имени первого Президента РФ Б.Н. Ельцина», Бизнес-школа УрФУ, Россия. 620002, Екатеринбург, ул Мира, 19, e-mail: director@mba-urfu.com

В настоящее время много внимания уделяется инновациям. Но увеличения количества инновационных предприятий или существенного роста инновационной активности не наблюдается. Причина кроется в том, что для стимулирования инноваций нужно создать условия. Необходимые условия должны присутствовать во внешней среде в виде политики государства. Достаточные условия должны быть созданы внутри компании в виде опережающих управленческих и организационных инноваций. Рост инновационной восприимчивости будет способствовать созданию цепочек кооперации. Возможны «выталкивающие» и «вытягивающие» цепочки бизнес-кооперации, вовлекающие в инновационную деятельность новые предприятия. Мы предлагаем единый региональный координационный центр для инициации и распространения инноваций, а также авторский алгоритм создания условий их стимулирования на основе управленческих и организационных инноваций.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационная активность, управленческие инновации, организационные инновации, классификация инноваций

CREATING A NECESSARY AND SUFFICIENT CONDITION PROMOTE INNOVATION ACTIVITY OF ENTERPRISES

Malysheva L.A., Kharlamova O.G.

¹Ural Federal University named after the first President of RF Boris Yeltsin, Business School UrFU, Russia. 620002, Ekaterinburg, Mira, 19, director@mba-urfu.com

Currently, much attention is paid to innovation. However, increasing the number of innovative companies, or significant growth in innovative activity is observed. The reason is that to encourage innovation, you must create the necessary and sufficient conditions. The necessary conditions must be present in the state policy. Sufficient conditions should be created within the company as a leading management and organizational innovation. Increased susceptibility innovation will create business-cooperative chains. There may be "push" and "pull" chain of business cooperation involving innovation in new businesses. We offer to organize a common regional coordinator center for the initiation and dissemination of innovations, as well as the author's ability to create the conditions for innovation activity on the basis of leading management and organizational innovation.

Keywords: innovation activity, management innovation, organizational innovation, innovation classification

Еще в 2009 г. Президент РФ Д.А. Медведев обратил особое внимание на сырьевой тип экономики и выдвинул лозунг перехода на инновационный тип развития [6]. Но, по данным Федеральной службы государственной статистики [5], рост промышленного производства в РФ в 2014 г. продолжал замедляться. За I квартал 2014 г. рост промышленного производства в стране составил 1,1% к аналогичному периоду 2013 г. Минэкономразвития понизило прогноз по производству в 2014 г. до 1,3% по базовому сценарию с ожидавшихся ранее 2,2%.

Начиная с 2014 г. геополитическая обстановка и новые экономические условия, связанные с инвестиционными и технологическими ограничениями, санкциями и нарушениями привычных кооперационных цепочек, существенно повысили актуальность развития промышленного производства. Изменились и приоритетные сферы пристального внимания Правительства.

План первоочередных мероприятий РФ по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г. обозначил ключевые направления действий, которые в части промышленности включают в себя: «поддержку импортозамещения и экспорта по широкой номенклатуре несырьевых, в том числе высокотехнологичных, товаров и создание возможностей для привлечения оборотных и инвестиционных ресурсов с приемлемой стоимостью в наиболее значимых секторах экономики, в том числе при реализации государственного оборонного заказа» [7].

Несмотря на поддержку государства, рост инновационной активности предприятий оставляет желать много лучшего. На наш взгляд, причина кроется в том, что поддержка оказывается исключительно инновационным предприятиям, но совершенно не берутся в расчет неинновационные предприятия, которые могут быть вовлечены в инновационную деятельность (ИД) или в кооперационные цепочки. При этом механизмы их вовлечения отсутствуют.

Созданию условий стимулирования инновационной активности неинновационных предприятий посвящена данная статья.

Мы рассмотрим:

- 1) создание на региональном уровне **необходимых** условий для поддержки инновационной деятельности предприятий и вовлечения неинновационных предприятий в ИД;
- 2) создание **достаточных** условий для стимулирования инновационной активности предприятий.

Создание на региональном уровне необходимых условий для поддержки инновационной деятельности

В настоящее время много внимания уделяется росту инновационной активности компаний. Упор делается на стимулирование инновационной деятельности (ИД). Для поддержки и развития инновационных предприятий создаются [2, 3]:

- 1) производственно-технологическая инфраструктура: технопарки, инновационно-технологические центры, технологические кластеры;
- 2) консалтинговая инфраструктура: финансовые, экономические, маркетинговые, внешнеэкономические, юридические и прочие услуги (центры трансфера технологий);
- 3) инфраструктура подготовки кадров: вузы, центры подготовки кадров, корпоративные университеты;
- 4) информационная инфраструктура: центры НТИ, региональные информационные центры, центры обработки данных;
- 5) финансовая инфраструктура: фонды, инвестиционные и финансовые компании;
- 6) сбытовая инфраструктура: выставки, продажи через Интернет и пр.

Зачастую все эти элементы создаются различными организациями, не стыкуются друг с другом. Попытки сделать координирующие центры в виде инновационных инфраструктур вузов, иннопарков, технопарков, фондов и иного наталкиваются на следующие **проблемы**:

- 1) не охватывают всех субъектов ИД, поэтому не обеспечивают устойчивого развития инновационной деятельности в масштабах региона;
- 2) замыкаются исключительно на инновационных компаниях, не содействуют популяризации, расширению количества участников, не развивают ИД существующих (неинновационных) компаний;
- 3) не охватывают **потенциальных** участников ИД, а также представителей **обеспечивающих** процессов ИД, т.е. партнеров и субподрядчиков, а также заказчика (правительство);
- 4) не являются единым координатором всех участников ИД, поскольку не содержат в своей структуре инфраструктурных элементов, ориентируются на аутсорсинг вместо того, чтобы становиться координатором и связующим звеном между сторонними участниками и партнерами.

Решение проблем, на наш взгляд, заключается в создании единого координационного регионального центра, находящегося под патронажем непосредственного заказчика, т.е. регионального правительства. Во всех остальных случаях попытки координации будут сопряжены с конфликтом интересов тех или иных сторон, не будут охватывать всех участников ИД. Единый координационный центр позволит вовлечь неинновационные предприятия в единые кооперационные цепочки. При этом базовой деятельностью, которая способна объединить все звенья инновационной активности, на наш взгляд, является дополнительное профессиональное образование. Его форматы включают в себя самые разнообразные виды активности, направленные на субъекты и объекты, в любой стадии их жизненного и профессионального цикла.

Таким образом, на уровне региона могут быть созданы условия для поддержки инновационной активности. Но этого недостаточно без стимулирования инновационной активности самих предприятий.

Отечественный исследователь В.П. Баранчев выделяет четыре компонента инновационной активности [1].

- К1 – инновационная восприимчивость – инновационная активность потребителя технологий и методов, продуктов, услуг, ресурсов.
- К2 – обеспеченность ресурсами – инновационная активность в поиске, подготовке и использовании ресурсов.

- К3 – качество общения и инновационного процесса – инновационная активность в организации процессов и организационных форм.
- К4 – мера или глубина (уровень) компетентности – инновационная активность поставщика.

По нашему мнению, перечисленные компоненты соответствуют элементам системного анализа. В соответствии с методологией IDEF0 система имеет входы и выходы, ресурсы и управляющие воздействия (Input, Output, Control, Mechanism). Можно считать инновационную активность деятельностью, преобразующей вход (К1) в выход (К4) с использованием ресурсов (К2) и под управлением организующих факторов (К3). Хотя последний фактор мы бы не стали относить к управляющему воздействию. На наш взгляд, здесь был бы более уместен такой параметр, как мера законодательного содействия / препятствия инновационной активности.

В цепочке добавленной стоимости результат предыдущей деятельности является входом в последующий процесс трансформаций. Следовательно, восприимчивость – это мера готовности объекта к преобразованию результатов предшествующих инновационных процессов/продуктов. Таким образом, восприимчивость – это характеристика входа. А мера или глубина компетентности – свойство выхода системы.

На наш взгляд, с точки зрения системного анализа инновационная активность определяется четырьмя параметрами:

- 1) инновационной восприимчивостью (вход);
- 2) обеспеченностью ресурсами (ресурсы);
- 3) мерой законодательного содействия / препятствия инновационной активности (управление);
- 4) результативностью инноваций (выход).

Инновационная активность предприятий, начинающая как проектная деятельность, приводит к устойчивой процессной инновационной деятельности.

Традиционно к инновационным относят предприятия, которые непосредственно участвуют в процессных инновациях. Именно они способны окупить вложенные инвестиции за счет создания нового сырья, технологии, техники или конечного продукта. Однако существуют еще обеспечивающие (вспомогательные) инновации, создающие условия для развития инновационной активности неинновационных предприятий, которые в настоящее время в расчет не берутся.

Инновации делятся на основные (процессные) и обеспечивающие [3, 8]:

- основные (процессные): ресурсные (сырьевые), технологические, технические, продуктовые;

- обеспечивающие (вспомогательные): управленческие, организационные.

При этом инновационными считаются компании, которые используют один из перечисленных типов инноваций (рис. 1).

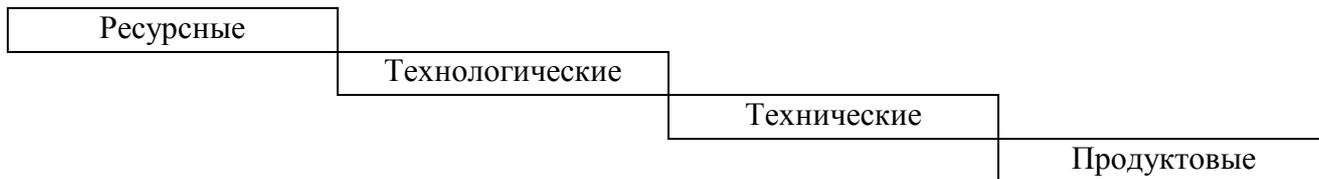


Рис. 1. Классификация инновационных предприятий по типам инноваций

На самом деле перечисленные типы инноваций могут быть не только автономными, но и дополнять друг друга. Фактически, последовательность перечисленных типов инноваций создает некую «цепочку добавленной ценности», например: новые ресурсы (ресурсные инновации) требуют новых технологий (технологические инновации), те в свою очередь — средств производства (технические инновации), с помощью которых можно произвести новые продукты (продуктовые инновации). Таким образом, каждый предыдущий тип инноваций в этой цепочке способен «вытолкнуть» следующий тип инноваций за счет создания последователей.

В зависимости от спроса инновации могут быть «вытягивающими», и тогда потребность в новых продуктах требует новых средств производства, технологий, и, возможно, ресурсов. В кооперационной цепочке появляются предшественники.

Таким образом, получается, что «выталкивающий» или «вытягивающий» тип инноваций может вовлечь в ИД любые неинновационные компании, делая их инновационными в единой кооперационной цепочке.

В случае «выталкивающих» инноваций последователи выделены цветом. В случае «вытягивающих» инноваций цветом выделены инновационные предприятия, а предшественники показаны контурами (рис. 2).

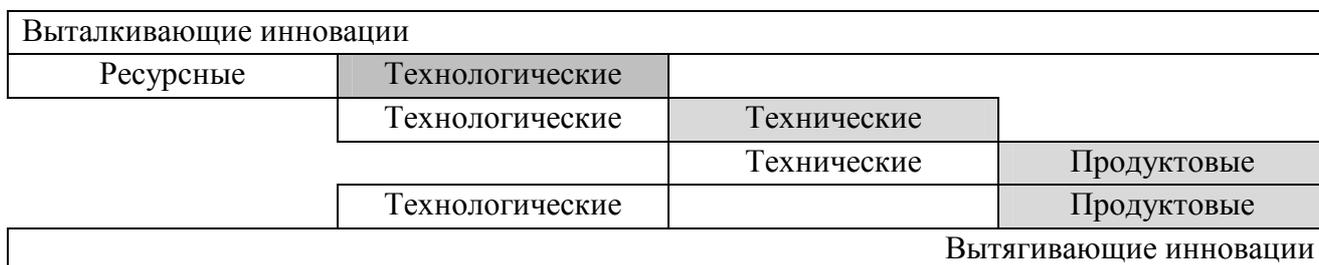


Рис. 2. Потенциальные инноваторы (последователи и предшественники)

Однако для того, чтобы неинновационные компании выбрали для себя новые стратегии вовлечения в инновационную деятельность, необходимы определенные условия, т.е. опережающие управленческие и организационные инновации.

Создание достаточных условий для стимулирования инновационной активности предприятий

В принципе, любая организация может стать инновационной, если выберет стратегию диверсификации и станет развивать один из вариантов компаний-последователей. Что касается предшественников, то это стратегии вертикальной или горизонтальной интеграции.

Необходимым условием для этого являются управленческие и организационные инновации. Сложность заключается в том, что управленческие и организационные инновации являются опережающими. А это означает, что они должны быть сделаны до того, как компания выберет или не выберет инновационный тип развития. Вдобавок к этому данный тип инноваций является вспомогательным, поэтому может окупиться только в случае выбора инновационного пути развития.

Для создания условий повышения восприимчивости к инновациям необходимы следующие действия (рис. 3).

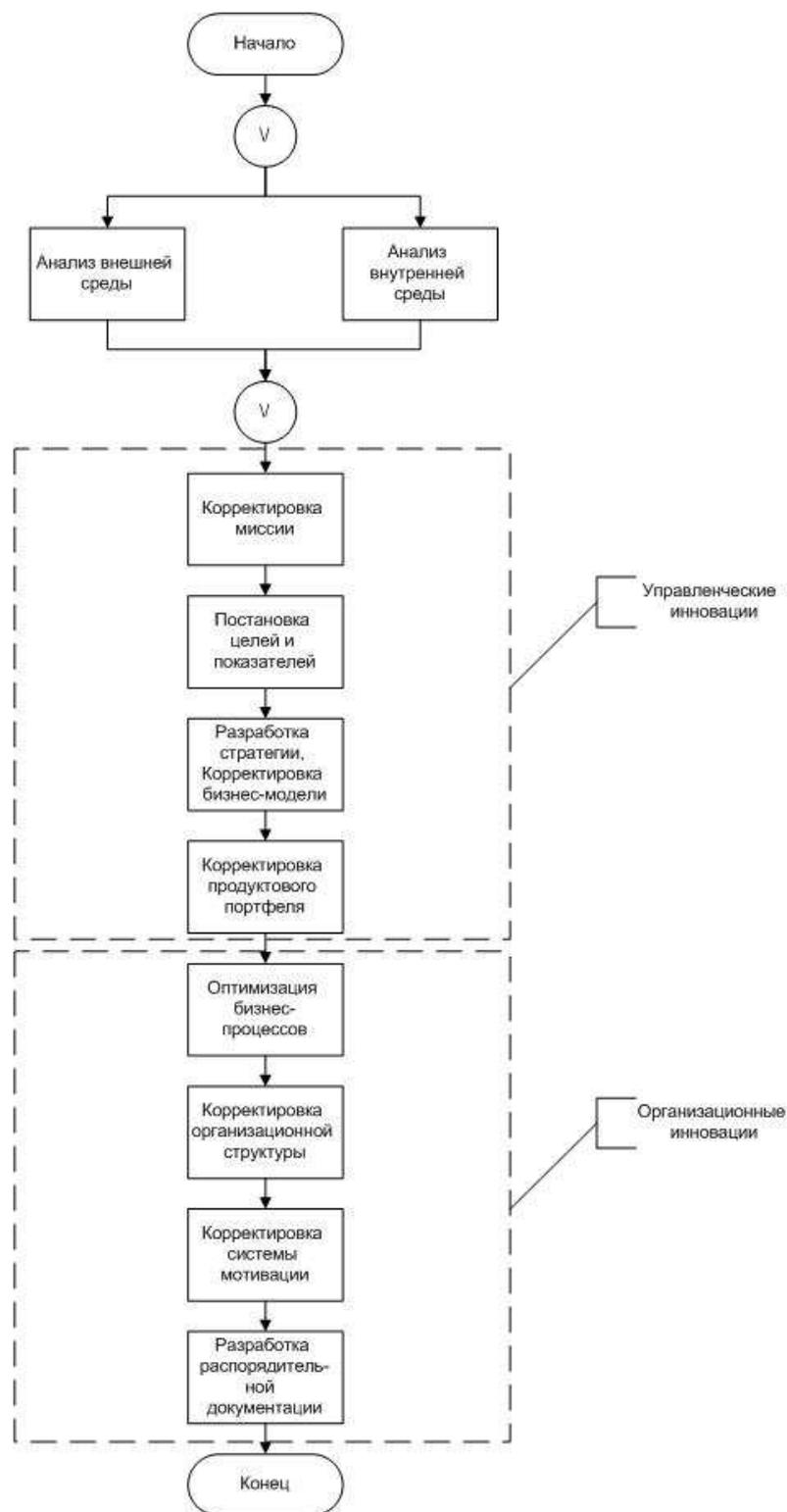


Рис. 3. Алгоритм внедрения опережающих управленческих и организационных инноваций

Разработка стратегии на основе SWOT-анализа позволяет выбрать, например, стратегию диверсификации, которая приводит компании к развитию продуктового портфеля и росту восприимчивости к инновационной деятельности. Стратегии интеграции позволяют компании встраиваться в кооперационные цепочки. Стратегии снижения издержек помогают компаниям выбрать более современные технологии или сырье.

Выводы

1. Для повышения инновационной активности региона необходимо создать условия вовлечения неинновационных предприятий в ИД, а также создания кооперационных цепочек на основе единого координационного регионального центра под эгидой областного правительства. Основу координационного центра должно составить дополнительное профессиональное образование, которое может обеспечить сбор и распространение лучших практик, а также воплотить в жизнь концепцию обучения в течение всей жизни (Long Life Learning). Фактически, речь идет о мерах законодательного содействия / препятствия инновационной активности.
2. Для повышения инновационной восприимчивости предприятий необходимо создать условия стимулирования инновационной деятельности. Для этого требуются опережающие управленческие и организационные инновации.

Список литературы

1. Баранчеев В.П. Измерение инновационной активности компании как ее конкурентной силы // Менеджмент сегодня, № 4, — 2005
2. Бездудный Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаева О.Д. Сущность понятия инновация и его классификация // Инновации. 1998. — № 2-3. — С. 3–13.
3. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. проф. В.А. Швандара, проф. В.Я. Горфинкеля. М.: Вузовский учебник, 2005. — 382 с.
4. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учеб. пособие / Под. ред. П.Н. Зовлина и др. М.: Экономика, 2007. — 475 с.
5. Официальный сайт Госкомстат. URL: www.gks.ru (дата обращения 11.02.2015)
6. Официальный сайт Правительства РФ: Новости, выступления и стенограммы / Д.А. Медведев. Россия, вперед. URL: <http://www.kremlin.ru/news/5413> (дата обращения 10.09.09)
7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 января 2015 г. № 98-р. План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году URL: <http://government.ru/docs/16639/> (дата обращения 11.02.2015)
8. Степаненко Д.М. Классификация инноваций и ее стандартизация // Инновации, 2004. № 7. — С. 77–79.

Рецензенты:

Макарова И.В., д.э.н., доцент, зав. сектором комплексных проблем развития промышленности, ФГБУН «Институт экономики Уральского отделения РАН», г. Екатеринбург;

Лапушинская Г.К., д.э.н., профессор, зав. кафедрой государственного управления ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» (ведомственная принадлежность – Министерство образования и науки РФ), г. Тверь.