

К ВОПРОСУ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОЦЕНКИ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

З.Н. Варламова, А.С. Забирова

Рассматриваются предпосылки смены модели закрытых инноваций на открытую инновационную модель. В целях идентификации модели инновационного поведения предприятий установлен набор характеристик (критериев) и их качественных оценок, характеризующих различные модели инновационной практики. На основе анализа отдельных аспектов инновационной деятельности предприятий Курганской области делается вывод о преобладании в региональной экономике модели закрытых инноваций, представлены рекомендации по совершенствованию управления инновационной деятельностью, направленные на учет современных тенденций управления инновациями.

Ключевые слова: идентификация модели предприятия, оценка модели инновационного поведения предприятий.

Усиливающаяся глобализация, становление экономики, основанной на знаниях, интенсивное развитие информационных технологий и ряд других условий современной конкуренции заставляют кардинально пересмотреть взгляд на управление инновациями в организациях. Ни одна компания не сможет в современных условиях эффективно осуществлять инновационные процессы, находясь в изоляции от окружающего мира. Модель закрытых инноваций, как правило, сегодня не является успешной. На смену данной модели приходит другая – модель открытых инноваций – менее централизованная и более ориентированная на внешнюю среду. Способность гибко реагировать на получаемые извне знания и применять их становится ключом к успеху инноваций и получению выгоды от тех знаний, которые создаются внутри компании.

Под «открытыми инновациями» понимают целенаправленную реализацию различными организациями притока и оттока знаний, предпринимаемую с целью повышения их внутренней инновационной активности, и, соответственно, для расширения возможностей использования инноваций во внешней среде [1, 2]. Главными партнерами открытых инноваций являются университеты, исследовательские лаборатории, технологические посредники, индивидуальные потребители. Важно отметить, что открытые инновации не являются неким технологическим аутсорсингом.

Можно выделить два ключевых фактора, послуживших стимулом для перехода к модели открытых инноваций [3]:

– нарастающая глобальная конкуренция спрессовывает время выхода на рынки, вынуждая компании ускорять инновационный процесс и быстрее развивать коммерчески жизнеспособные продукты и услуги;

– растущая сложность и мультидисциплинарный характер инноваций делают их дороже и рискованней. Все больше компаний теряет возможность осуществлять инновации из-за того, что в

рамках отдельной организации слишком дорого формировать и поддерживать все необходимые знания о технологиях и новых рынках.

Процесс открытых инноваций может осуществляться в пяти основных формах [1–4]:

1) привнесение знаний извне (закупка лицензий, привлечение внешних инновационных компаний, приобретение специализированных поставщиков либо сделок с ними в рамках цепочки создания стоимости);

2) передача знаний (продажа либо лицензирование интеллектуальной собственности, вступление в межотраслевые альянсы или создание новых филиалов на быстро развивающихся рынках в сотрудничестве с местными поставщиками);

3) партнерства (кооперация в рамках стратегических альянсов по совместной разработке новых технологий, продуктов, услуг и рынков);

4) венчурный бизнес (инвестирование корпорациями в небольшие перспективные компании-стартапы для изучения развивающихся рынков и принципиально новых технологий);

5) инновации по инициативе пользователей (вовлечение потребителей в инновационный процесс).

На практике компании сочетают различные формы в зависимости от особенностей конкретного рынка, технологий и других обстоятельств.

В целях идентификации модели инновационного поведения нами установлен набор характеристик и их качественные оценки для различных моделей инновационной практики (табл. 1).

Таким образом, инновационная практика, характеризующаяся сочетанием использования результатов только внутренних исследований и разработок с жестким контролем прав на интеллектуальную собственность посредством регистрации промышленных образцов, заключения конфиденциальных соглашений с персоналом организации и/или сторонними организациями, идентифицируется как закрытая инновационная модель.

Таблица 1

Характеристики моделей инновационного поведения

Характеристика	Открытая инновационная модель	Закрытая инновационная модель
Стратегическое использование прав на интеллектуальную собственность	Патентование и лицензирование собственных технологий с последующей продажей прав на объекты интеллектуальной собственности, приобретение прав на результаты интеллектуальной деятельности других фирм (активный участник рынка интеллектуальной собственности)	Регистрация промышленных образцов
Использование результатов НИОКР	Использование результатов внутренних и внешних НИОКР, разработка механизмов защиты прав на результаты внутренних НИОКР	Использование результатов собственных исследований и разработок
Формы приобретения новых технологий	Закупки машин, оборудования, программного обеспечения, прием на работу квалифицированных кадров, соглашения на передачу новых технологий, ноу-хау	Закупки машин, оборудования, программного обеспечения
Формы передачи новых технологий	Соглашения на передачу новых технологий	Разработка собственных технологий и жесткий контроль права интеллектуальной собственности
Формы межфирменной кооперации при разработке и коммерциализации инноваций	Стратегические альянсы и инновационные кластеры	Отсутствуют
Преобладающие типы партнеров совместных проектов по выполнению исследований и разработок	Конкурирующие фирмы, учреждения исследовательского сектора (научные организации, университеты)	Поставщики оборудования, материалов, комплектующих, программного обеспечения, предприятия в составе группы (ассоциации, холдинга, консорциума)
Источники инвестирования	Активное привлечение венчурного капитала	Приоритет собственных источников инвестирования, слабое привлечение венчурного капитала
Работа с персоналом	Целенаправленный прием на работу квалифицированных специалистов, аутсорсинг персонала	Конфиденциальные соглашения с персоналом организации
Основное конкурентное преимущество	Формирование восприимчивой к внешним и внутренним инновациям бизнес-модели	Обеспечение преимущества в сроках разработки и выхода на рынок с новым товаром

Инновационная практика, в основе которой проведение совместных исследований и создание инноваций с партнерами, стратегическое использование прав на интеллектуальную собственность (патентные пулы, приобретение и продажа патентных лицензий), коммерциализация результатов внешних НИОКР характеризуется как открытая инновационная модель.

Для определения модели инновационного поведения предприятий региона оценим проявление тех или иных практик и тенденций, характери-

зующих различные модели, в инновационной деятельности предприятий Курганской области.

Анализ показал, что по совокупности инновационно-активных предприятий Курганской области наблюдается экспоненциальный рост затрат на инновации. Основным источником финансирования технологических инноваций являются собственные средства предприятий. По данным за 2009 год доля собственных средств предприятий составила 97,4 %, в 2008 году – 83,3 % [5]. При этом именно недостаток собственных денежных

Управление инвестициями и инновационной деятельностью

средств является основным фактором, препятствующим инновационной деятельности.

Рынок венчурных инвестиций в России на настоящий момент еще достаточно молод и существенно отличается по структуре от рынков западных стран. В 2008 году объем рынка венчурного инвестирования в России, по данным Research Techart, достигнул 1,3 млрд долл. Инновационный институт при МФТИ в марте 2009 года оценивал объем доступных в России венчурных средств, которые могут быть инвестированы, в 10–12 млрд рублей. Всего в России, по данным Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ), зарегистрировано 92 венчурных фонда. Но реально работающих среди них, по оценкам участников рынка, лишь 15–20 [6].

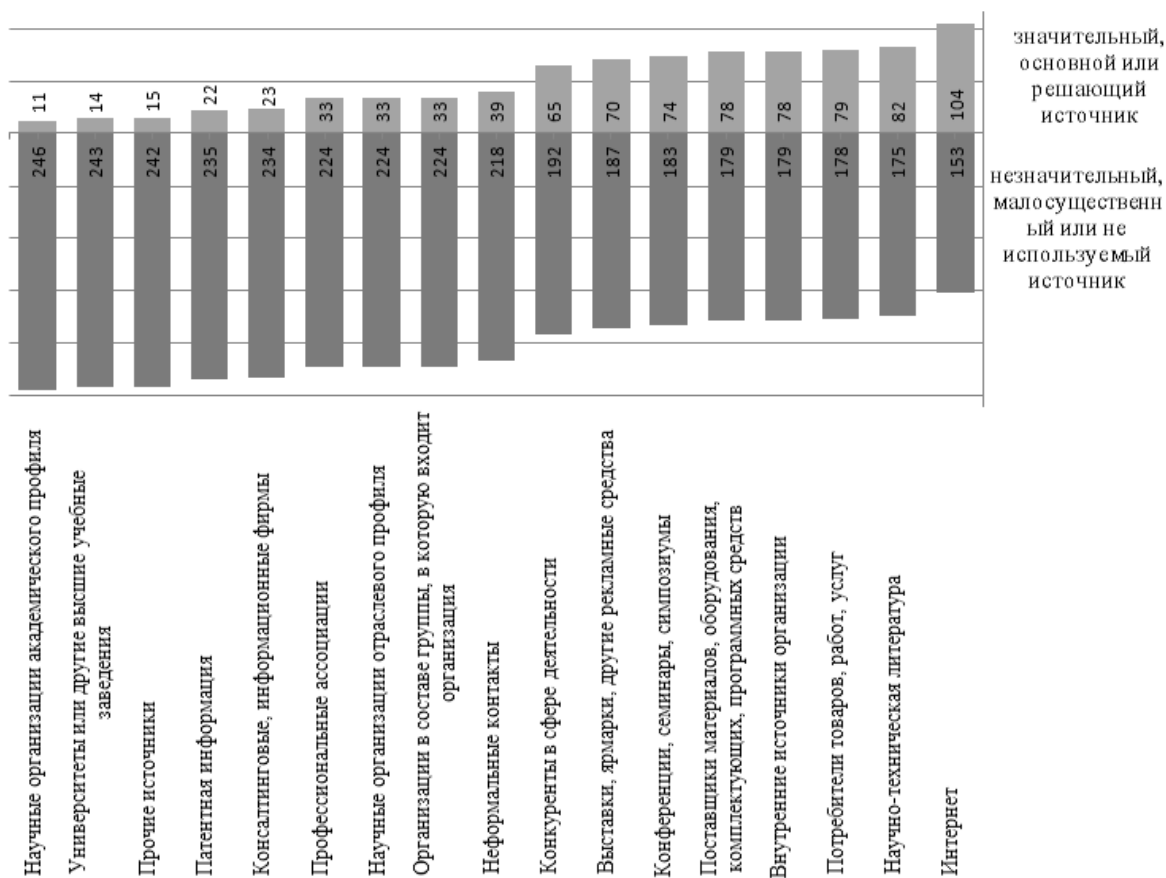
По данным статистических обследований в 2007 году средства венчурных фондов в источниках финансирования технологических инноваций составили в целом по России лишь 0,04 % [7]. Предприятиями Курганской области в 2008–2009 гг. венчурный капитал не использовался вообще [5].

Как известно, важнейшую роль в активизации инновационной деятельности играют интенсивные информационные взаимосвязи, обеспечивающие обмен потоками знаний. В качестве источников информации об инновациях наиболее высокий

рейтинг для предприятий Курганской области имеют потребители продукции, которые обеспечивают достаточно полное и объективное представление о рыночном спросе. Следующими по значимости являются интернет, поставщики материалов, оборудования, комплектующих, программных средств. Широкое распространение получили такие источники информации, как конкуренты в отрасли, научно-техническая литература, выставки, ярмарки и прочие рекламные средства. В поисках новых идей организации по-прежнему во многом ориентируются на внутренние источники информации. Внутренние источники занимают четвертое место в рейтинге.

Академические научные организации, высшие учебные заведения, консалтинговые и информационные фирмы в качестве возможных источников информации, необходимых для развития инноваций, практически не используются. Это свидетельствует о сокращении академическими институтами и вузами прямых связей с производством (см. рисунок).

Как отмечалось выше, модель открытых инноваций требует от фирм партнерства с различными внешними по отношению к ней организациями (поставщиками, клиентами, конкурентами, университетами, исследовательскими институтами). Именно



Предпочтения организаций в источниках информации для формирования инновационной политики организации (по оценке всех обследованных организаций Курганской области в 2009 году) [5]

посредством этого открывается доступ к комплементарным знаниям, сетям и рынкам. Однако, как видно из данных табл. 2 практически половина инновационно-активных предприятий Курганской области (52,8 %) осуществляют разработку инноваций в основном собственными силами.

Участие других организаций в разработке инноваций колеблется по разным видам инноваций от 28,6 до 52,8 %, при этом максимальный уровень их участия характерен для инноваций технологического типа, наиболее низкий – для маркетинговых инноваций.

Активность организаций Курганской области в сфере исследований и разработок с другими организациями на протяжении всего анализируемого периода остается достаточно низкой. Так, число организаций, участвовавших в совместных проектах в 2009 году, составило лишь 8 или 3,1 % от числа обследованных (в 2008 г. – 14), а количество проектов – 39 (в 2008 г. – 80) (табл. 3).

В подавляющей части совместных проектов (91,3 % в 2008 г., 94,9 % – 2009 г.) партнерами являлись российские организации, и лишь в отдельных случаях – предприятия промышленно развитых стран.

Среди типов партнеров в 2008 году преобладали поставщики оборудования, материалов, ком-

плекующих, программных средств (57 % организаций), наибольшее количество проектов было разработано совместно с научными организациями (27,5 % от совместных проектов). В 2009 году наибольшее количество проектов было разработано совместно с научными организациями (64,1 % от совместных проектов). Равноправными (по степени участия), но немногочисленными партнерами совместных проектов оказались потребители товаров, работ, услуг; поставщики оборудования, материалов, комплектующих, программных средств и предприятия в составе группы, в которую входит организация, каждый из них принял участие лишь в 10,3 % от совместных проектов (табл. 4).

Технологический обмен в 2009 году осуществлялся в одностороннем порядке и сводился преимущественно к покупке оборудования. Из 11 организаций, участвующих в технологическом обмене, 7 приобрели 29 единиц оборудования. Всего приобретено 49 единиц новых технологий.

Таким образом, анализ результатов инновационной деятельности предприятий Курганской области на основании установленных выше характеристик позволяет сделать вывод о преобладании в практике управления инновациями модели открытых инноваций.

Проблема совершенствования регионального

Таблица 2

Кооперация в разработке инноваций (по данным 2009 года)

	Типы инноваций		
	технологические	маркетинговые	организационные
Число организаций, имевших завершённые инновации в течение последних трех лет	36	7	10
Инновации разрабатывались:			
в основном другими организациями	5	–	2
совместно с другими организациями	14	2	2
в основном самой организацией	17	5	6

Таблица 3

Участие в разработке совместных проектов по выполнению исследований и разработок по странам и регионам

Показатель	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Всего обследованных организаций, единиц	226	216	221	272	265	287	257
Число организаций, участвовавших в разработке совместных проектов – всего	1	2	4	15	11	14	8
Количество совместных проектов по выполнению исследований	3	5	33	170	54	80	39
в том числе по странам и регионам:							
Россия	3	4	31	164	50	73	37
Государства – участники СНГ, страны восточной Европы	–	–	2	4	2	1	–
Страны ЕС, Норвегия, Швейцария, Исландия, Лихтенштейн	–	1	–	2	2	2	1
США и Канада	–	–	–	1	–	1	–
Другие	–	–	–	–	2	3	–

Типы партнеров совместных проектов по выполнению исследований и разработок

Показатель	2006	2007	2008	2009
Число организаций, участвовавших в разработке совместных проектов	15	11	14	8
в т. ч. по типам партнеров:				
– предприятия в составе группы (ассоциации (союза), холдинга, консорциума (договор простого товарищества, совместной деятельности)), в которую входит организация	4	3	3	3
– потребители товаров, работ, услуг	8	4	5	3
– поставщики оборудования, материалов, комплектующих, программных средств	9	5	8	2
– конкуренты в отрасли	3	2	3	1
– консалтинговые, информационные фирмы	–	–	2	1
– научные организации	5	3	3	3
– университеты или другие высшие учебные заведения	3	2	3	1
Количество совместных проектов	170	54	80	39
в т. ч. по типам партнеров:				
– предприятия в составе группы (ассоциации (союза), холдинга, консорциума (договор простого товарищества, совместной деятельности)), в которую входит организация	7	7	12	4
– потребители товаров, работ, услуг	113	8	14	4
– поставщики оборудования, материалов, комплектующих, программных средств	16	13	18	4
– конкуренты в отрасли	18	3	12	1
– консалтинговые, информационные фирмы	–	–	2	1
– научные организации	24	26	22	25
– университеты или другие высшие учебные заведения	4	3	6	3

управления инновационной деятельностью в свете современных мировых тенденций и приоритетов может быть решена путем стимулирования роста частного венчурного капитала, специализирующегося на создании фирм, занимающихся коммерциализацией полученных из внешних источников новых знаний; развития связей бизнеса с академической и вузовской наукой.

В качестве необходимого условия внедрения логики открытых инноваций в российской экономике в целом и в региональной, в частности, следует рассматривать формирование институтов рынка знаний, обеспечивающих сочетание свободного доступа к знаниям с контролируемым коммерческим использованием знаний как товара, разработку и реализацию превентивной экономической политики, обеспечение гарантий прав на интеллектуальную собственность, перемещение центра экономической деятельности из крупных организаций в небольшие предпринимательские фирмы, которые стали бы проводниками инноваций в российской экономике.

С учетом выявленных тенденций предприятиям можно порекомендовать:

- более активное использование каналов заимствования новых технологий;
- создание партнерств со сторонними организациями;
- разработку дорожных карт будущих продуктов и услуг;
- и главное, построение адекватных требованиям времени бизнес-моделей, ведь именно бизнес-модели важны для трансформации идей и технологий в экономическую ценность.

Литература

1. Ванхавербеке, В. *Формирование и развитие теории открытых инноваций* / В. Ванхавербеке // *Инновации*. – 2008. – № 1. – С. 78–84.
2. Chesbrough, H. *Open Innovation: Researching a New Paradigm* / H. Chesbrough, W. Van Haverbeke, J. West // *Oxford University Press*. – 2006. – <http://www.openinnovation.net/Book/NewParadigm/index.html>

3. Гросфельд, Т. Логика открытых инноваций: создание стоимости путем объединения сетей и знаний / Т. Гросфельд, Т.Дж.А. Роландт // Форсайт. – 2008. – № 1. – С. 24–29.

4. Чесбро, Г. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент / Г. Чесбро. – М.: Поколение, 2008. – 352 с.

5. Инновационная деятельность организаций Курганской области: стат. сб. / Территориаль-

ный орган Федеральной службы государственной статистики по Курганской области. – Вып. 55. – Курган: Росстат. – 2010. – 59 с.

6. Венчурное инвестирование. – <http://www.tadviser.ru/index.php/> Статья: Венчурное_ - инвестирование.

7. Индикаторы инновационной деятельности 2009: стат. сб. / ГУ-ВШЭ. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009. – 488 с.

Поступила в редакцию 5 июня 2011 г.

Варламова Зинаида Николаевна. Кандидат экономических наук, доцент, ведущий кафедрой «Менеджмент», Курганский государственный университет (г. Курган). Область научных интересов – управление развитием организаций в условиях формирования экономики знаний. Контактный телефон: (8-922)564-3864. E-mail: varlamova_zn@mail.ru

Varlamova Zinaida Nikolaevna is a Candidate of Science (Economics), an Assistant Professor, head of the Management Department in Kurgan State University, Kurgan. Research interests: management of development of an enterprise in conditions of formation of knowledge economy. Tel.: (8-922)564-3864. E-mail: varlamova_zn@mail.ru

Забирова Анастасия Сергеевна. Ассистент, аспирант заочной формы обучения кафедры «Менеджмент», Курганский государственный университет (г. Курган). Область научных интересов – управление инновационными процессами промышленных предприятий региона. Контактный телефон: (8-908) 834-06-89. E-mail: anastasia_kgu@mail.ru

Zabirova Anastasia Sergeevna is a teaching assistant, a post graduate part-time student of the Management Department in Kurgan State University, Kurgan. Research interests: management of innovative processes of an industrial enterprises of the region. Tel: (8-908) 834-06-89. E-mail: anastasia_kgu@mail.ru