

СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ОТКРЫТЫМИ ИННОВАЦИЯМИ КАК СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛЬЮ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

© 2015 Абузьярова Мария Ивановна

кандидат экономических наук

Самарский государственный экономический университет

443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141

E-mail: rust1978@mail.ru

Эволюция теории открытых инноваций происходит с середины прошлого века. С развитием общества и экономики в целом непременно произойдут качественные изменения в данной теории. В настоящее время теме открытых инноваций уделяется все большее внимание также среди российских теоретиков и практиков инновационного менеджмента. В свою очередь, наблюдается необходимость и актуальность проведения научных исследований, затрагивающих проблемы и перспективы концепции открытых инноваций в отечественных условиях.

Ключевые слова: инновации, открытые инновации, жизненный цикл инноваций.

Открытые инновации являются мощным и многогранным полем для исследований различного плана, охватывающим производство, регистрацию, защиту и извлечение прибыли от использования интеллектуальной собственности на уровне и вне предприятий.

Изучив и обобщив все определения термина “открытые инновации”, считаем целесообразным предложить свою, авторскую, трактовку в следующей редакции: открытые инновации - это подход в менеджменте, предполагающий большую интенсивность во взаимодействии с внешней средой по поводу использования интеллектуальных ресурсов внешних НИОКР, внешних конкурентных преимуществ и внешних талантливых кадров с целью получения максимальной прибыли компании за счет активизации обмена используемыми ресурсами.

Понятие “открытые инновации” означает, что компании, с одной стороны, должны гораздо активнее использовать внешние идеи и технологии в собственном бизнесе, а с другой - позволять другим компаниям воспользоваться теми их идеями, которые они сами на практике не реализуют.

В свою очередь, управление открытыми инновациями - это совокупность мер по планированию, организации, координации и контролю над открытостью инновационных процессов, направленных на достижение максимальных доходов на основе интенсификации взаимодействий с внешней инновационной средой.

Существует традиционная модель жизненного цикла инноваций в виде классической линейной концепции инновационного процесса, которая основывается на наличии заданных знаний, полученных в процессе фундаментальных исследований. В рамках линейной концепции все этапы жизненного цикла инноваций находятся в причинно-следственной связи.

Однако современная практика показывает, что линейная концепция инновационного процесса не способна описать все виды инновационных процессов, происходящих в реальности.

Можно обобщить высказанные рядом авторов (Клайн и Розенберг в 1986 г., Лундвал в 1992 г., Шёнсток в 1994 г., Джорд и Тиис в 1990 г.) критические замечания в адрес ключевых предположений линейной модели¹:

- инновации могут появляться в любое время в любых сферах человеческой деятельности, поэтому не всегда для их создания необходимы специально созданные специфические условия;

- инновации не должны рассматриваться только как процесс создания новых научных знаний. Наоборот, они подразумевают также приобретение и распространение новых знаний, их комбинирование, разработку нового продукта или технологического процесса, брэндинг и рекламу и даже копирование и адаптацию существующих инноваций;

- не всегда новые научные изыскания приводят к инновациям, и наоборот, не всегда источником инноваций становится наука в чистом виде.

Например, инновации могут возникнуть в процессе производства или в результате воздействия сил спроса, при применении уже имеющихся знаний в других сферах или новыми способами;

- инновации характеризуется неоднозначностью и высокой степенью неопределенности. Особенность механизма создания инноваций заключается в наличии и исключительной роли сложной системы обратных связей, в результате действия которых на любой стадии процесс может поменять направление на 360 градусов, т. е. в рамках инновационного процесса любой из его этапов может стать как причиной, так и результатом, следствием и предпосылкой создания инновации.

В настоящее время понятие “инновация” значительно усложнилось, приобрело более емкое содержание. Теперь это не просто средство ускоренного развития, но философия общетехнической эволюции, а также экономическая политика как на микроуровне, так и на уровне государства.

Изменения в экономических процессах изменили ход инновационного процесса. Поэтому одной классической линейной модели стало недостаточно, чтобы описать различные виды процессов создания инноваций, что связано с рядом общемировых социально-экономических тенденций, таких как:

- появление множества новых разнообразных каналов распространения инновационных идей, трансферта и диффузии технологий;

- активная деятельность транснациональных компаний и использование ими механизма прямых иностранных инвестиций для передачи или обмена новшествами;

- применение новых организационных и управленческих схем при осуществлении инновационного процесса, таких как аутсорсинг, международные консорциумы, отраслевые альянсы и т.д.

Другой важной тенденцией, повлиявшей на ход осуществления инновационного процесса, стал прорыв в области технологической интеграции, которая представляет собой процесс выбора и настройки технологий, используемых компаниями для разработки продуктов, процессов и услуг. Именно она обеспечивает успешное и эффективное создание инноваций.

Процесс технологической интеграции используется, начиная с самых ранних стадий НИОКР. Он определяет план действий по проектированию, разработке и производству, а также обеспечива-

ет дальнейшее взаимодействие между миром исследований и сферами производства и продвижения продуктов.

В рамках процесса технологической интеграции создаются команды интеграторов, которые должны заниматься выработкой общей концепции нового поколения продуктов и технологий. Эти люди должны видеть общую перспективу проекта, анализировать его системно. Они тесно сотрудничают с разработчиками, помогая им совершенствовать продукт таким образом, чтобы создаваемый продукт соответствовал требованиям клиентов, а его производство было быстрым и эффективным.

В результате распространения метода технологической интеграции изменился и характер конкуренции: теперь конкурентное преимущество получают те компании, которые более эффективно осуществляют выбор нужных технологий из множества предлагаемых вариантов. Процессы технологической интеграции являются жизненно важными для повышения конкурентоспособности.

С точки зрения состава этапов модели нелинейного инновационного процесса несут в себе комбинацию линейных моделей “технологического толчка” и “вызова спроса”. В них особое значение придается взаимосвязи между потребностями рынка и имеющимися технологическими возможностями. Вместе с тем им присущ ряд принципиальных отличий. Согласно нелинейным моделям главная роль в инновационном процессе принадлежит связям между субъектами, а не только и не столько им самим, поэтому приоритетной становится эффективность механизма регулирования этих связей.

Нелинейные модели инновационных процессов отличаются той важной особенностью, что в них ход любой инновационной разработки представляется в виде комплекса работ, структура и последовательность выполнения которых заранее точно неизвестны.

Данные модели основываются на предположении о том, что отдельные стадии инновационных разработок могут выполняться несколько раз, а также может иметь место возврат всего процесса на предшествующие стадии. Основными моделями данного класса являются нелинейная векторная модель Клайна - Розенберга и нелинейная циклическая модель Гомори, которые во многом схожи между собой².

Согласно векторной модели Клайна - Розенберга инновационный процесс имеет “центральный

ную линию”, включающую в себя последовательность основных этапов с однозначной направленностью от идеи до ее воплощения и коммерциализации. В то же время эти этапы имеют между собой не только прямые, но и обратные связи, которые позволяют проводить корректировку любых промежуточных результатов этого процесса.

Следовательно, НИОКР могут осуществляться на любых стадиях процесса создания инновации и несут адаптивный проблемно-ориентированный характер, а функцию источника получения или генератора новаторских идей выполняют маркетинговые подразделения организации.

Этапы инновационного процесса могут выполняться по несколько раз с целью достижения необходимого результата.

На сегодняшний день нелинейная циклическая модель Гомори считается наиболее полной и адекватной реальным особенностям инновационных процессов. Она практически идентична нелинейной векторной модели Клайна и Розенберга, но при этом также учитывает наличие тесной связи между граничными стадиями смежных инновационных разработок.

Среди новых моделей исследований и разработок мы выделяем модель открытых инноваций.

Генри Чесбро акцентировал свое внимание преимущественно на внутренней среде компании, освещая такие ее аспекты, как отношения с персоналом, управление НИОКР и интеллектуальной собственностью, формирование конкурентных преимуществ.

Несомненно, все, о чем говорит Чесбро, является важнейшими составляющими функционирования организаций. Однако автор теории открытых инноваций не формирует принципы, регулирующие деятельность компании во внешней среде и освещающие ее взаимоотношения с внешним окружением. По мнению Чесбро, формирование таких принципов является неотъемлемой частью развития концепции открытых инноваций. Одним из них может стать инновационное взаимодействие³.

Под инновационным взаимодействием автор понимает установление эффективных взаимосвязей компаний с их внешней средой на принципах парадигмы открытых инноваций и с применением открытых бизнес-моделей, результатом которых является конкурентоспособное инновационное развитие.

Тем не менее нельзя отрицать, что инновационное взаимодействие осуществляется компаниями, функционирующими как на принципах открытых инноваций, так и на принципах закрытых инноваций. Если во втором случае оно реализуется с использованием традиционной вертикальной интеграционной модели, когда основу конкурентных преимуществ компании составляет взаимодействие с крупными научно-исследовательскими лабораториями, то в первом случае имеет совершенно иную направленность.

Принцип инновационного взаимодействия, как одна из предлагаемых основ открытых инноваций, предполагает “открытость” процессов исследования и разработок, создание и продвижение на рынок совместных инновационных продуктов и технологий на основе взаимодействия компании с ее внешним окружением.

Взаимодействуя с элементами своей микро-, мезо-, макро- и мегасреды, компании функционируют в соответствии с принципами открытых инноваций, обеспечивая приток внешних ценных идей и получение дополнительной прибыли за счет оттока неиспользуемых.

Инновационное взаимодействие, как один из принципов реализации открытых инноваций, может осуществляться по следующим направлениям:

- приток новых идей из внешней среды компаний;
- отток неиспользуемых идей во внешнюю среду компаний;
- организация процессов НИОКР как совместной деятельности отдельных компаний;
- разработка отдельных компонентов инновационного продукта отдельными компаниями.

Важным условием эффективного осуществления инновационного взаимодействия является развитая инфраструктура поддержки инновационной деятельности.

Отдельные элементы инновационной инфраструктуры могут быть:

- инновационными посредниками;
- центрами разработок новых продуктов и технологий;
- элементами финансовой поддержки инновационной деятельности;
- координаторами инновационной деятельности;
- консультационными и образовательными центрами.

Таким образом, инновационное взаимодействие, как принцип реализации открытых иннова-

ций, представляет собой важное условие эффективного функционирования инновационных компаний при интенсификации процессов экономической интеграции, интернационализации хозяйственной деятельности и развивающейся глобализации.

Причина применения открытых инноваций преследует цель внедрения внешних заимствованных инноваций у себя в компании для извлечения большей прибыли, чем при использовании закрытой, т.е. традиционной, модели управления инновациями. Тем самым использование модели открытых инноваций позволяет фирме сравнивать выгоды и издержки с применением закрытой модели инноваций.

Открытые модели выгоднее, потому что:

1) инновации очень дорогостоящие; какой-то определенной компании они не нужны на определенном этапе, и она же может продать вам их дешевле;

2) вопрос кадровых ресурсов; талантливый человек может работать в вашей фирме по совместительству, т.е. дешевле обойдется рабочая сила;

3) временной критерий; в условиях глобализации и ускорения мировой конкуренции выгоднее продать удачный на данный момент проект, чем хранить его у себя в компании до наилучших времен;

4) конкуренты не будут ждать удобного момента для вас, они постараются извлечь максимальную прибыль от проекта (пусть даже и не доведенного до завершенного окончательно) уже сейчас, а не дожидаясь завтрашнего дня, когда велик риск, что данное предложение окажется неактуальным для рынка совсем;

5) более свободный доступ к интеллектуальной собственности; конкуренция обостряется, а время ускоряется;

6) завершается эра монополистов знаний. В нынешнее время знания распространены намного шире, чем в прошлом столетии. Патенты, как один из результатов процесса генерирования знаний, являются успешным примером более динамичного их распространения на ландшафте знаний.

В данной ситуации компании просто вынуждены входить в открытую систему, т.е. модифицируется сама модель конкурентной борьбы. Сейчас важно быстро получать прибыль на любом этапе инновационной деятельности.

Главной причиной применения в компаниях модели открытых инноваций является увеличив-

шаяся потребность в повышении эффективности и ускорении временных циклов технологий.

С одной стороны, жизненные циклы продуктов сокращаются на многих рынках (подразумеваемая меньшие доходы), в то время как, с другой стороны, технологии становятся все более сложными (предполагая, что стоимость их разработок все более и более возрастает).

Увеличение издержек и сокращение доходов, вызванные условиями нового технологического уклада, являются своего рода “двойным ударом” по прибыльности компании.

Открытые инновации могут помочь бизнесу противостоять данным процессам - “покупки” внешних знаний сдержат растущие стоимости разработок, в то время как “продажи” своих идей позволяют увеличить общий доход дополнительно к тому, который можно было бы достичь в случае коммерциализации всех своих идей внутри компании.

Одним из эффективных способов начать процесс внедрения открытых инноваций и, в частности, строить формальные и неформальные инновационные сети выступает участие в общественно (государственно) финансируемых исследовательских проектах, которые также включают другие фирмы и институты.

Проявляется интерес к открытым инновациям, так как экономический эффект, межорганизационное восприятие новой модели и межорганизационные связи - вот основные столпы, которые позволяют компаниям преодолеть недостаток финансовых ресурсов для удовлетворения потребности в инновациях, чтобы отвечать условиям глобализирующегося мира.

Концепция открытых инноваций - это качественно новый этап развития инновационного менеджмента, открывающий широкие возможности повышения эффективности инновационной деятельности.

Можно констатировать, что увеличивающаяся инновационная активность на современном этапе является следствием перехода компаний к модели “открытости”.

Инновационную деятельность субъекта хозяйствования характеризует его инновационная активность.

Таким образом, прослеживается сложная диалектическая взаимосвязь уровня инновационной активности со степенью инновационной открытости. Как показывает изучение инновацион-

ных “прорывов”, увеличивающееся количество инновационно активных предприятий является следствием применения ими модели открытых инноваций и, наоборот, без инновационной активности нет условий для перехода к инновационной открытости.

Внутренние факторы инновационной восприимчивости зависят от рода деятельности, отраслевой принадлежности, организационной структуры субъекта, его технической оснащенности, применяемого стиля управления, уровня квалификации персонала и т.п.

Существенное влияние на инновационную активность оказывает и наличие инновационного потенциала.

Инновационный потенциал - имеющиеся в наличии предназначенные для достижения инновационных целей (реализации инновационной стратегии, программ, проектов) ресурсы, а также организационные структуры и технологии (механизмы) инновационной деятельности.

Таким образом, с целью увеличения инновационной активности организации начинают переходить к новым, адекватным современным реалиям, концепциям управления, в частности к модели открытых инноваций, которая, в свою очередь, оказывает влияние на инновационную восприимчивость и инновационный потенциал фирмы в целом.

Для внедрения модели открытых инноваций необходимо определиться с основными параметрами указанного феномена.

Ю.А. Олейником-Гарбузом был использован термин инновационной открытости. Согласно его точке зрения, инновационная открытость - общая философская позиция, с которой действуют организации и отдельные индивидуумы; основным ее атрибутом в большинстве случаев является процесс принятия решений на базе “общественного управления (менеджмента)” с участием распределенных в пространстве заинтересованных сторон, таких как потребители, производители, вкладчики, а не централизованной власти в лице владельцев, совета директоров, экспертов⁴.

В параметрах управления, предложенных российским автором, видна скоординированная и слаженная работа в управлении внешними коо-

перирующими связями, которая обеспечит эффективное управление открытыми инновациями в компаниях.

В действительности бизнес не заинтересован в инновациях, а инновации не находят дальнейшей коммерциализации в бизнес-среде, поэтому такая важная функциональная область, как управление конкурентоспособностью, очень актуальна для нашей страны.

Таким образом, в целях совершенствования системы управления открытыми инновациями нами предлагаются меры, позволяющие более качественно управлять открытыми инновациями в компаниях. Проанализировав возможные варианты совершенствования управления открытыми инновациями, мы пришли к выводу, что для повышения открытости компаний в инновационной среде необходимо стремиться к такой стратегической цели, как увеличение количества создания разного рода партнерств в каждой функциональной области фирмы.

Открытость в вопросе инноваций дает все основания ожидать, что в дальнейшем их эффективность будет только расти.

Организации, которые предпочли открытую модель, более гибко выбирают партнеров и эффективнее управляют совместными проектами, что повышает вероятность создания новых продуктов и сервисов.

Таким образом, преимущества открытых инноваций превосходят любые недостатки. Как показывают многочисленные исследования, внешние связи стимулируют креативность, способствуют нахождению новых технологий, снижают риски и влияют на повышение качества инноваций.

¹ Назаренко А.Н. Инновационный менеджмент и его развитие // Научное творчество и интеллектуальный потенциал: опыт и перспективы развития : сб. докладов Междунар. науч.-практ. конф. специалистов послеузовской подготовки. Саратов, 2011. С. 87-98.

² См.: Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. Москва, 2005. С. 34.

³ Чесбро Г. Открытые инновации / пер. с англ. В.Н. Егорова. Москва, 2007.

⁴ Олейник-Гарбуз Ю.А. Развитие принципов инновационного менеджмента: переход к открытым моделям // Инновации. 2009. № 11.

Поступила в редакцию 03.06.2015 г.