

ПРОИННОВАЦИОННАЯ БИЗНЕС-КУЛЬТУРА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

В статье рассмотрены проблемы реализации инноваций в контексте повышения конкурентоспособности компаний и государств на примере Чешской республики. Особое внимание уделено важным аспектам инновационного развития и внедрения проинновационной культуры в компаниях. Отмечена важная роль в эффективной реализации инноваций и повышении конкурентоспособности компаний так называемых «чемпионов» или «промоторов».

Problems of implementation of innovations in the context of improving the competitiveness of companies and states on the example of the Czech Republic are considered in the article. Particular attention is paid to important aspects of the innovative development and implementation of proinnovative culture in the company. An important role of the so called «champions» or «promotors» in the effective implementation of innovation and improvement of companies' competitiveness is mentioned.

Постановка проблемы в общем виде. Одним из наиболее важных факторов, которые влияют на конкурентоспособность компаний и государств, является эффективность реализации инноваций. Чешская республика в этом отношении не отвечает уровню большинства развитых стран. Причину такого положения можно объяснить, кроме всего прочего, недостатком людских и финансовых ресурсов, необходимых для этой сферы, а также общей неблагоприятной ситуацией. Прежде всего, это относится к подготовке и реализации революционных инноваций, предполагающих последовательность реализации этапов, на которых принимаются решения об их продвижении и эффективности решений.

Актуальность, теоретическая и практическая значимость системного изучения вопросов инновационного развития, повышения эффективности реализации инноваций и их влияния на конкурентоспособность компаний, определили выбор направления данного исследования.

Анализ исследований и публикаций последних лет. Основы теории инноваций и инновационного экономического развития представлены в научных трудах Й. Шумпетера, К. Фримана, Дж. Доси и др.

Важный вклад в понимание роли инноваций, инновационного развития экономики и предприятий в контексте повышения их конкурентоспособности, внесли такие зарубежные ученые, как А. Баркер, У. Гранстренд, М. Грюневальд, Л. Гохберг, Я. Корнаи, К. М. Кристенсен, Г. Менш, А. Маршалл, К. Перес, М. Портер, В. П. Соловьев, Ф. Малерба, Р. Нельсон, Э. Дж. Ферн, Г. Чесбро и др.

Исследованию вопросов о влиянии проинновационной бизнес-культуры на эффективность реализации инноваций и конкурентоспособность компаний посвящены работы таких авторов: Н. G. Gemünden, A. Walter, J. Hauschildt, A. K. Chakrabarti, D. Vahs, R. Burmester, E. Witte и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Изучение и обобщение работ по проблемам инновационного развития и повышения конкурентоспособности показало, что практическим вопросам реализации инноваций и внедрения проинновационной корпоративной культуры уделяется недостаточно внимания, и особенно это актуально для Чешской республики.

Сложность и серьезность вышеописанных проблем приводит к ситуации, когда наиболее высокую эффективность можно ожидать на фирмах с развитой проинновационной корпоративной культурой. Важной составляющей является также поддержка лидеров (лиц, занятых в сфере инноваций), которые могут достичь успехов в эффективной реализации инноваций. Именно поэтому сегодня очень важно создать адекватную проинновационную среду и культуру практически в каждой из сфер общества – экономической, социальной, образовательной и законодательной.

Постановка задания. Целью статьи является изучение главных проблем инновационного развития и наиболее важных аспектов внедрения проинновационной культуры в компаниях и государствах в контексте повышения их конкурентоспособности на примере Чешской республики.

Изложение основного материала исследования. Всемирный экономический форум (ВЭФ) ежегодно публикует рейтинг конкурентоспособности более 140 стран мира. Под конкурентоспособностью, по мнению ВЭФ, понимают комплекс учреждений, факторов и политики, который определяет уровень производительности отдельных стран. Значение глобального индекса конкурентоспособности формируется из средневзвешенной величины многих компонентов, которые, в свою очередь, сгруппированы в 12 основополагающих факторов конкурентоспособности. К ним относятся, например, институциональная среда, которая определяется правовыми и административными рамками, в которых функционируют фирмы, физические лица и органы государственного управления, инфраструктура, создающая условия для функционирования экономики, эффективность рынка труда, позволяющая эффективное распределение рабочей силы, макроэкономическая стабильность и многое другое. Кроме того, к таким факторам относятся и инновации. Несмотря на то, что остальные факторы имеют немаловажное значение для роста конкурентоспособности, с точки зрения долгосрочной перспективы жизненный уровень может повышаться только благодаря инновациям. Поэтому в инновационном контексте оцениваются такие факторы, как уровень научных и исследовательских учреждений, размеры государственных расходов и затрат предприятий на исследования и развитие, сотрудничество университетов и деловой сферы в области исследований и разработок, количество полезных зарегистрированных патентов и защиты прав интеллектуальной собственности.

В общей оценке конкурентоспособности в 2010 году Чехия занимала 36 место с индексом 4,57. В последние годы этот показатель не только не улучшился, а, наоборот, ухудшился. В 2013 году страна опустилась на 10 позиций ниже, на 46 место с индексом 4,43. Более успешными, чем Чехия оказались такие страны, как Азербайджан, Малайзия и Пуэрто-Рико. Подиндекс «инновационные факторы» составлял только 4,07, что меньше, чем, например, у Индонезии или Саудовской Аравии [1].

Об отставании Чехии в сфере инноваций свидетельствует и такой показатель, как Глобальный инновационный индекс (Global Innovation Index (Gil), который уже седьмой год печатается в сотрудничестве с Cornell University, INSEAD, World Intellectual Property Organization (WIPO), Joint Research Centre (JRS). Индекс состоит в общей сложности из 84 показателей, оценивающих, с одной стороны, элементы национальной экономики, обуславливающие инновационные процессы, такие как, например, учреждения, человеческий капитал и исследования, инфраструктура, уровень рынка и деловая среда и, с другой стороны, показатели инновационных результатов данной экономики. Чешская республика заняла 28 место, на одну позицию ухудшив свое положение по сравнению с прошлым годом [2].

В общем нет необходимости убеждать в важности инноваций для фирм и экономики в целом. Следует при этом вспомнить определение Й. Шумпетера, который говорил, что предпринимателем можно считать только того, кто не боится рисковать и внедрять инновации. Инновации, таким образом, становятся одним из решающих факторов, оказывающих влияние не только на конкурентоспособность компаний, но и народное хозяйство в целом.

Отставание Чехии в сфере инноваций имеет целый ряд причин. Страна явно отстаёт от среднего показателя по ЕС по уровню человеческих и финансовых ресурсов, выделяемых для этой области. С 2012 года фактически остаётся на уровне стагнации количество средств, затрачиваемых на исследование и разработки, как в общем выражении (доля в ВПП составляла в 2012 году 1,86%), так и средств из государственного бюджета (0,69%). Чешская республика значительно отстаёт от среднего показателя по странам ЕС. Неудовлетворительна и структура расходов этих средств, поскольку большая их часть, по сравнению с развитыми странами, направлена на область фундаментальных исследований. Негативная также ситуация в организации исследований и разработок, недостаточным является сотрудничество между высшими учебными заведениями, исследовательскими институтами и бизнес-сектором, в области защиты интеллектуальной собственности и т.д. Неблагоприятно положение Чехии и согласно так называемому индексу «Doing Business», по которому оцениваются условия для создания бизнеса, найма рабочей силы, регистрации прав собственности, получения кредитов, защиты инвесторов, уплаты налогов, трансграничной торговли и проч. Из 183 стран Чехия в 2013 году занимала 75 место после Казахстана, Намибии и Ботсваны [3]. Такая же негативная ситуация в Чехии и с индексом экономической свободы или индексом степени восприятия коррупции.

Из вышесказанного следует, что недостаточно только декларировать значение инноваций для экономического и социального развития. Необходимым условием для инноваций является, конечно, финансирование со стороны компаний или государства, но это не единственное условие. Трудности инновационного процесса, заключающиеся во взаимном переплетении отдельных активных процессов, внутренних и внешних барьерах, настолько велики, что их преодоление в традиционно управляемых и организованных фирмах занимает длительное время, а иногда, вообще невозможно. Благоприятные условия, наоборот, удаётся создать в фирмах, где уже внедрены основы проинновационной культуры, которая считается одной из решающих предпосылок конечной эффективности инновационных процессов.

У компаний, которые интенсивно занимаются инновациями и создают для их реализации благоприятные условия, можно найти ряд общих характеристик. К ним относятся следующие аспекты:

- инновационный процесс в «традиционном виде», состоящий из взаимно разделённых процессов, таких как исследование – разработки – производство – использование, приводит к ведомственности, следованию групповым интересам, когда отдельные производственные отделы занимаются только собственными заданиями и проблемами и часто выступают по отношению к остальным отделам своего рода «противниками».

Существует три вида внутрифирменных барьеров: между внутрифирменными, ориентированными на прибыль или себестоимость, отделами; между функциональными отделами (производство, маркетинг, финансы); между иерархическими уровнями управления (топ-менеджмент, руководство среднего звена, мастера). Устранение этих барьеров является предпосылкой для успешного инновационного процесса;

- готовность к горизонтальной и вертикальной кооперации. Особенно инновации высокого порядка не могут обойтись без сотрудничества потенциальных конкурентов при решении технических проблем, создания стандартов и т. д. Не менее важно и вертикально направленное сотрудничество, ориентированное на конечного потребителя, который, в свою очередь, может выступать инициатором инновационных предложений при их тестировании и маркетинге;
- толерантность по отношению к риску и неудачам; высокий риск инновационных процессов неизбежно приводит к тому, что некоторые проекты окажутся ошибочными и нереальными. С этим следует считаться, из этого следует извлекать уроки, однако это не должно быть поводом для наказания их авторов;
- пространство для творческого подхода, позволяющее успешным сотрудникам часть своего рабочего времени использовать для профессионального роста;

- уверенность сотрудников в том, что при реализации определённой инновации они не останутся без работы;
- всесторонняя коммуникация и информированность, позволяющие передачу информации, идей и знаний при подготовке и продвижении инноваций в производство;
- акцент на повышение квалификации и реквалификации сотрудников с целью обеспечения уровня, необходимого для реализации инноваций;
- поддержка «чемпионов», основанная на убеждении, что при реализации инноваций нужны не только люди, способные придумать инновацию, но и добиться её реализации. В связи с этим необходимо также сказать о так называемых «актёрах инноваций».

Можно было бы продолжить это перечисление характеристик проинновационной бизнес-культуры. D. Vahs и R. Burmester [4] приводят целый перечень вопросов (checklisten), которые в связи с этим следует учитывать. Они рекомендуют обращать внимание, например, на следующие обстоятельства:

- какое пространство предоставляется инновационным сотрудникам?
- вознаграждается инновационное активное поведение или только положительные результаты?
- до какой степени толерантно относятся при инновационной деятельности к ошибкам и неудачам?
- насколько подробными являются инструкции и указания, регулирующие работу и поведение сотрудников?
- насколько сложно сотрудникам получить материалы и информацию, необходимые для продвижения инновационного решения?
- насколько интенсивно сотрудничество между отдельными секторами и функциональными местами в фирме?
- существуют ли способы неформальной коммуникации?
- какое внимание обращается на повышение квалификации сотрудников?
- какие принимаются меры для целенаправленного повышения квалификации сотрудников (например, перемещение между отдельными рабочими местами, курсы повышения квалификации и т. д.)?
- какую информацию получают сотрудники о целях работы фирмы, реализованных проектах и их результатах?
- достаточна и легко ли доступна эта информация?
- подавляются или умалчиваются конфликты и проблемы или они открыто обсуждаются?
- нововведения спускаются сверху или они готовятся в сотрудничестве с сотрудниками на разных иерархических уровнях?

Следует отметить, что уже Й. Шумпетер [5] обращал внимание на то, что при продвижении «новых комбинаций» нужно различать функции изобретателя и предпринимателя, который является как бы продолжением руки изобретателя. Именно с этого времени в литературе распространились идеи о том, что для внедрения инноваций необходимо деятельное участие личностей, способных не только к творческому мышлению, но и одновременно наделённых способностью преодолевать инновационные барьеры и создавать предпосылки для реализации инноваций. Существование таких личностей постепенно стало считаться одним из решающих факторов успешности инноваций. В англосаксонской литературе для людей, активно участвующих в процессах инноваций, применяется определение «чемпион» (champion). При этом не исключалось, что эти «чемпионы» могут одновременно совмещать в своей работе как творческую сторону инновационного процесса, так и способность обеспечить реализацию инновационного процесса. В немецкой литературе E. Witte [6] вводит другой термин – «промотор». Он предлагает различать «промотора власти» (Machtpromotor) и «промотора специалиста» (Fachpromotor). Классификацию E. Witte позже дополнили A. K. Chakrabarti и J. Hauschildt [7], которые начали различать также «процессуального промотора» (Prozesspromotor).

И, наконец, Н. G. Gemünden и А. Walter [8] дополнили эту триаду термином «промотор взаимоотношений» (Beziehungspromotor).

Роли отдельных «промоторов» точно описывает J. Hauschildt [9]. Отдельные «промоторы» должны помогать при преодолении нежелания и сопротивления, незнания и ненужности, которые практически возникают в каждом инновационном проекте. «Промотор власти» включает руководящие рычаги для преодоления сопротивления, создаёт и обеспечивает материальную базу для инноваций. «Промотор-специалист» является источником творческих импульсов и профессиональных знаний, а «процессуальный промотор» поддерживает коммуникацию и помогает укреплению взаимоотношений между участниками инновационного процесса, в первую очередь, внутри фирмы. Обязанностью «промотора отношений» является устранение барьеров в отношениях с требовательными партнёрами и умение привлечь их к сотрудничеству. По мнению этого автора, с количеством «промоторов» повышается количество инноваций, которые удается реализовать, уровень полученной информации, технический и экономический успех инноваций.

Выводы и перспективы дальнейших разработок. Особое внимание в статье уделено важным аспектам инновационного развития государств и компаний, а также анализу позитивных и негативных факторов, которые влияют на эффективность реализации инноваций в Чешской республике. Проведенные исследования позволяют отметить важную роль в реализации инноваций и повышении конкурентоспособности компаний так называемых «чемпионов» или «промоторов».

Учитывая эти обстоятельства можно предположить, что особое внимание в дальнейших исследованиях должно быть уделено роли «промоторов» в обеспечении эффективности инноваций, поскольку именно это является одним из факторов, имеющих чрезвычайное влияние на конкурентоспособность, как компаний, так и государства в целом.

Список использованной литературы

1. The Global Competitiveness Report 2013-2014 [Electronic source] // World Economic Forum. – Access: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014>.
2. The Global Innovation Index 2014 [Electronic source]. – Access: <http://www.globalinnovationindex.org>.
3. World Bank Group [Electronic source]. – Access: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2013>.
4. Vahs D. Innovations management / D. Vahs, R. Burmester. – Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 2005.
5. Schumpeter J. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung / J. Schumpeter. – Leipzig, 1912.
6. Witte E. Organisation für Innovationsentscheidungen-Das Promotorenmodell / E. Witte. – Göttingen, 1973.
7. Hauschildt J. Arbeitsteilung im Innovations management / J. Hauschildt, A. K. Chakrabarti // Zeitschrift für Organisation, roč. 57, 1957.
8. Gemünden H. G. Der Beziehungspromotor-Schlüsselperson für interorganisationale Innovationsprozesse / H. G. Gemünden, A. Walter. – Zeitschrift f. Betriebswirtschaft, 1995.
9. Hauschildt J. Innovations management / J. Hauschildt. – München, Vahlen, 2004.