

ИННОВАЦИОННЫЙ КЛИМАТ, ИННОВАЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ХАРАКТЕРИСТИКИ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лукин Андрей Геннадьевич,

д-р экон. наук, профессор кафедры общего и стратегического менеджмента, Самарский университет, Россия, г. Самара

Ряжева Юлия Ивановна,

старший преподаватель кафедры общего и стратегического менеджмента, Самарский университет, Россия, г. Самара

Аннотация. *Цель* – исследование сущности инновационного климата, инновационной привлекательности и инновационного потенциала. *Метод* – общенаучные методы анализа, синтеза, абстракции, а также диалектический метод. *Результат.* Исследуемые явления взаимосвязаны между собой и отражают различные стороны проявления внешней и внутренней инновационных сред предприятия, оказывая на формирование этих сред решающее значение.

Вывод. Предлагается считать инновационный климат, инновационную привлекательность и инновационный потенциал характеристиками внешней и внутренней сред предприятия.

Ключевые слова: инновации, инновационный климат, инновационная привлекательность, инновационный потенциал, инновационная среда.

INNOVATIVE CLIMATE, INNOVATIVE APPEAL AND INNOVATIVE POTENTIAL AS CHARACTERISTICS OF INTERNAL AND EXTERNAL INNOVATIVE ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE

Lukin Andrey,

doctor of economics, professor of the department of general and strategic management, Samara University, Russia, Samara

Ryazheva Yuliya,

senior lecturer of the department of general and strategic management, Samara University, Russia, Samara

Annotation. *Purpose.* Research of essence of innovative climate, innovative appeal and innovative potential. *Method.* General scientific methods of the analysis, synthesis, abstraction and also dialectic method. *Result.* The studied phenomena are interconnected among themselves and reflect various parties of manifestation of external and internal innovative environments of the enterprise, rendering crucial importance on formation of these of Wednesdays. *Conclusion.* It is offered to consider innovative climate, innovative appeal and innovative potential characteristics of external and internal environments of the enterprise.

Keywords: innovations, innovative climate, innovative appeal, innovative potential, innovative environment.

В Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации № 642 от 01.12.2016 г. (далее – Стратегия НТР) в числе факторов, замедляющих научно-технологическое развитие страны, названы следующие:

– сохраняется проблема невосприимчивости экономики и общества к инновациям, что препятствует практическому применению результатов исследований и разработок;

– слабое взаимодействие сектора исследований и разработок с реальным сектором экономики, разомкнутость инновационного цикла в России приводят к утечке из страны наиболее инновационного человеческого капитала в страны с более развитыми экономиками;

– несогласованность приоритетов и инструментов поддержки научно-технологического развития страны на национальном, региональном, отраслевом и корпоративном уровнях не позволяет сформировать производственные цепочки создания добавленной стоимости высокотехнологичной продукции и услуг, обеспечить наибольший мультипликативный эффект от использования создаваемых технологий¹.

¹ Указ президента Российской Федерации от 01.12.2016 № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». – Электрон. текстовые данн. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 03.08.2019). – Загл. с экрана. – П. 11.

В рамках снижения их влияния либо даже их устранения в документе сформулированы основные задачи российского государства, среди которых есть и такие как:

– формирование эффективной системы коммуникаций в области науки, технологий и инноваций, которая обеспечила бы восприимчивость экономики и общества к инновациям, создав условия для развития наукоемкого бизнеса;

– формирование эффективной современной системы управления в области науки, технологий и инноваций, которая обеспечила бы повышение инвестиционной привлекательности сферы исследований и разработок, а также эффективность капиталовложений в указанную сферу, результативность и востребованность исследований и разработок¹.

Если попробовать перевести выше названные задачи на простой и понятный неспециалисту язык, то можно сказать, что государство стремится к тому, что бы бизнес захотел использовать в своей деятельности инновационные инструменты развития, основанные на передовых достижениях отечественной науки и техники.

Стратегия НТР утверждает, что современная государственная научно-техническая политика находится на втором этапе развития, который стартовал с начала 2000-х годов и который сформулирован как «этап перехода России к инновационной экономике, который сопровождается существенным увеличением объема финансирования науки»².

Что же за прошедший период удалось сделать? Коллектив авторов под руководством доктора экономических наук Идрисова Г.И., на основании экспертно-аналитического доклада «Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России», под-

¹ Указ президента Российской Федерации от 01.12.2016 № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». – Электрон. текстовые данн. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 03.08.2019). – Загл. с экрана. – п. 29.

² Там же, п. 10.

готовленного фондом «Центр стратегических разработок» (ЦСР; Москва), утверждает, что за прошедшее с начала второго этапа время в Российской Федерации реализовывались целенаправленные меры по развитию национальной инновационной системы и среды инноваций, которые в основном касались:

- формирования системы правового и нормативного регулирования научно-технологической и инновационной деятельности;
- создания инфраструктуры инноваций и компетенций инновационной деятельности;
- развития инновационного бизнеса и инновационного потенциала промышленности регионов;
- расширения участия России в мировой инновационной системе.

Результатом проведенных мероприятий они считают:

1. Формирование системы финансирования инновационных проектов в рамках *государственных* программ Российской Федерации и *федеральных* целевых программ (ФЦП).

2. Создание системы институтов развития в сфере инноваций, обеспечивающей *грантовое* и *заемное* финансирование инновационных проектов для технологических предпринимателей и предприятий.

3. Формирование стратегии перехода на инновационную модель развития некоторых отраслей промышленности, *вынужденных* прибегать к таким мерам в связи с необходимостью повышения своей конкурентоспособности, прежде всего, в рамках создания новых продуктов в связи с политикой импортозамещения.

4. Формирование программ инновационного развития (ПИР) *государственных* корпораций и компаний с *государственным участием*, ведущих деятельность в наукоемких отраслях.

5. Совершенствование законодательства в сфере применения наилучших доступных технологий [3].

Если сублимировать результаты, то можно сказать, что государство значительно продвинулось в вопросах внедрения новшеств в рамках государственного управления и в государственных и смешанных корпорациях с государственным участием. Политика санкций западных государств в отношении Российской Федерации стимулировало внедрение инноваций в отраслях, которые вынуждены были заменять западные продукты на российских рынках. В сфере государственного регулирования инновационной деятельности каких-либо заметных результатов не достигнуто, а создание системы институтов, обеспечивающих грантовое и заемное финансирование, по нашему мнению вызывает много вопросов.

Таким образом, формирование стремления у предпринимателей к внедрению инноваций в настоящее время находится в зачаточном состоянии. По нашему мнению, это задача решается с помощью тщательного формирования инновационной привлекательности страны или региона, в котором находится предприниматель.

Большинство рыночных механизмов исторически складывались в ходе организации экономических отношений как способ минимизации предпринимательских рисков. Учитывая, что в процессе своей деятельности предприниматель остается со своими рисками один на один и ни кто не обязан ему помогать выбираться из затруднительных положений, он еще на этапе выбора направления деятельности или внесения в неё каких-либо изменений, прежде всего инновационного характера, стремиться предугадать и минимизировать возможные отрицательные последствия таких изменений при помощи возможностей, которые предлагает инвестиционный или инновационный механизм.

По своей сути инвестиционный и инновационный механизмы очень близки. Инновационный механизм базируется, прежде всего, на инвестициях и на венчурном капитале, а не на займах. Именно поэтому, заемный механизм в инновационной деятельности вызывает много вопросов. Если грантовый механизм может в достаточ-

ной степени стимулировать инновационную деятельность, хотя его действие сильно ограничено размерами грантовых фондов, то заемный механизм вызывает дополнительные риски у предпринимателей, что не способствует развитию инноваций.

Для инвестиционного механизма достаточно подробно описаны условия, при которых он наиболее эффективен. Это, прежде всего, инвестиционный климат, привлекательность и потенциал. Научное сообщество определилось и с едиными подходами к их пониманию. В общих чертах их можно описать следующим образом. Инвестиционный климат – это условия, созданные в стране, регионе и т.п., при которых возникает минимальное количество рисков, дополнительно к рискам свойственным инвестиционной деятельности, связанных с государственным управлением, географическими, экономическими культурными и т.п. условиями региона. Инвестиционная привлекательность – это сложившиеся в стране, регионе или на предприятии условия, при которых вложения в объекты инвестиций максимально выгодны инвестору. И, наконец, инвестиционный потенциал – это условия, при которых в стране, регионе, на предприятии имеет место достаточное количество, как инвесторов, так и объектов инвестирования. Все это можно воспринимать как характеристики внешней и внутренней инвестиционной среды.

В инновационной деятельности пока не все так конкретно и понятно. Наиболее исследованным является понятие инновационного потенциала предприятия. Обобщая несколько наиболее распространенных определений инновационного потенциала профессор В.Я. Цветков утверждает, что инновационный потенциал – совокупность явных и скрытых научных, технологических и интеллектуальных: ресурсов, способностей и возможностей, – которые при их выявлении и формировании создают инновации или инновационные ресурсы [7].

Понятие инновационного климата не так интенсивно исследуется. Наиболее часто встречается определение, данное профессором

А.Ю. Егоровым. Он предлагает рассматривать инновационный климат в двух аспектах. С одной стороны: инновационный климат – это сложившиеся за определенный период времени условия в окружении организации, влияющие на эффективность ее инновационной деятельности. С другой стороны: инновационный климат – это состояние внешней среды организации, содействующее или противодействующее достижению перспективной цели. Проявляется он через влияние на инновационный потенциал [2].

При этом инновационный климат в основном исследуется с двух позиций. Во-первых, он часто ассоциируется с внешней средой инновационного предприятия [5]. Во-вторых, он может рассматриваться исключительно в контексте способа привлечения иностранных технологий или иных иностранных инноваций [6].

С инновационной привлекательностью еще меньше ясности. Анализ публикаций отечественных исследователей показывает, что они стоят в основном на позициях буквального понимания термина «привлекательность», то есть формирования интереса у различных инвесторов или потребителей в инновациях. Так Е.А. Атаманова пишет, что инновационная привлекательность – это такая концентрация интересов в области инновационной деятельности, при которой начинается их эффективное пресечение [1]. А.С. Пуряев считает, что инновационная привлекательность это системный показатель конкурентоспособности субъекта на инновационном рынке, формируемый руководством субъекта силой целенаправленного убеждения потенциальных инвесторов для ускорения достижения целей субъекта при получении максимального эффекта [4].

К сожалению все три понятия в отечественной науке рассматриваются как отдельные и взаимосвязи между ними практически не прослеживаются. По нашему мнению, их необходимо рассматривать как три неотъемлемых характеристики внешней и внутренней инновационной среды, по аналогии с инвестиционной средой, но с учетом специфики инновационной деятельности.

Если подходить с этих позиций, то инновационный климат – это условия, при которых внешняя и внутренняя среды минимально дополняют инновационные риски своими рисками (связанными с государственным управлением, интересами более крупного бизнеса и т.д., а также с консервативностью руководства компании, отсутствием инновационной стратегии и т.п.).

Инновационная привлекательность – создание условий, при которых у субъекта инновационной деятельности (под которым мы понимаем, прежде всего, предпринимателя (собственника) или наемного управляющего предприятием (топ-менеджера) формируется интерес к ней, превалирующий над другими вариантами вложения материальных ценностей. Это может быть связано с тем, что государство или иные экономические субъекты, заинтересованные в инновационном развитии, берут на себя минимизацию предпринимательских рисков при осуществлении инновационной деятельности (обеспечивая, например рынок сбыта инновационной продукции, или выступая партнером), или компенсируя потери от их негативного воздействия (предоставляя льготы и компенсации), или стимулируя венчурный механизм. Инвестиционная привлекательность внутренней среды предприятия или организации характеризуется условиями, которые позволяют реализоваться инновационным устремлениям работников или наемных руководителей всех уровней, система стимулирования их инновационного поведения и т.д.

А инновационный потенциал, как было сказано в определении профессора В.Я. Цветкова – совокупность скрытых или явных возможностей страны, региона или субъекта инновационной деятельности.

При этом все характеристики взаимосвязаны между собой и оказывают взаимное влияние друг на друга. Так при самом благоприятном инновационном климате низкие потенциал и привлекательность приведут к ничтожной инновационной активности, хотя

благоприятный климат со временем, скорее всего, приведет к росту значения двух других характеристик. Как, например, это наблюдается в Китае. Или, например Япония, при изначально низком ресурсном потенциале, смогла стать передовой инновационной державой за счет формирования инновационного климата и инновационной привлекательности своей экономики.

При этом необходимо понимать, что указанными характеристиками в той или иной степени должен обладать каждый из элементов как внешней, так и внутренней сред страны, региона, предприятия. Именно совокупность характеристик каждого элемента будет складывать характеристику среды в целом.

Таким образом, рассмотрение инновационного климата, инновационной привлекательности и инновационного потенциала как неотъемлемых и взаимосвязанных характеристик внешней и внутренней среды предприятия или организации, помогает определиться с их ролью и значением в инновационной экономике.

Библиографический список

1. Атаманова Е.А. Инновационная привлекательность региона: уточнение понятия [Текст] // Совершенствование стратегического управления корпорациями и региональная инновационная политика: материалы Рос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Пермь, 6 декабря 2012г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2012. –Т. 1. – С. 6-9.

2. Егоров А.Ю., Егорова О.С. Формирование благоприятного инновационного климата как основа осуществления инновационной деятельности предприятия // Транспортное дело России, 2010. – № 12S. – С. 66-70. – Электронн. текстовые данн. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21673914> (дата обращения 02.10.2019). – Загл. с экрана.

3. Идрисов Г.И., Княгинин В.Н., Кудрин А.Л., Рожкова Е.С. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России [Текст] // Вопросы экономики, 2018. – № 4. – С. 5-25.

4. Пуряев А.С., Рыбкина Е.А. Инновационная привлекательность как феномен [Текст] // Инновации, 2007. – № 5 (103). – С. 48-50.

5. Субботина Т.Н., Салова В.Ю. Формирование и совершенствование инновационного климата организации // Современные научные исследова-

ния и инновации. 2017. № 11. – Электронн. текстовые данн. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2017/11/84848>(дата обращения 02.10.2019). – Загл. с экрана.

6. Толстухин С.А. Роль и составляющие инновационного климата в современных условиях [Текст] // Экономика, Статистика и Информатика, 2012. – № 4. – С. 83-86.

7. Цветков В.Я. Формирование инновационного потенциала // Perspectives of Science and Education, 2014. – № 3(9). – С. 14-18. – Электронн. текстовые данн. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-innovatsionnogo-potentsiala> (дата обращения 02.10.2019). – Загл. с экрана.

References

1. Atamanova E.A. Innovative appeal of the region: specification of a concept [Text]/Improvement of strategic management of corporations and regional innovative policy: materials of Dews. науч. – практ. конф. with международ. participation (Perm, on December 6, 2012) / Perm. state. national. research un-t. – Perm, 2012. – Т. 1. – Page 6-9.

2. Egorov A.Yu., Egorova O.S. Formation of favorable innovative climate as basis of implementation of innovative activity of the enterprise //Transport business of Russia, 2010. – No. 12S. – Page 66-70. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21673914>.

3. Idrisov G.I., Knyaginina V.N., Kudrin A.L., Rozhkova E.S. New technological revolution: calls and opportunities for Russia [Text] //Questions of economy, 2018. – No. 4. – Page 5-25.

4. Puryaev A. S., Rybkina E.A. Innovative appeal as phenomenon [Text] // Innovations, 2007. – No. 5 (103). – Page 48-50.

5. Subbotina T. N., Salova V.Yu. Formation and improvement of innovative climate of the organization//Modern scientific research and innovations. 2017. – No. 11. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/11/84848>.

6. Tolstukhin S.A. A role and components of innovative climate in modern conditions [Text] //Economy, Statistics and Informatics, 2012. – No. 4. – Page 83-86.

7. V.Ya. flowers. Formation of innovative potential//Perspectives of Science and Education, 2014. – No. 3(9). – Page 14-18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-innovatsionnogo-potentsiala>