

Готовы ли крупные корпорации к открытым инновациям?

В настоящее время по тематике развития открытых инноваций особое внимание уделяется крупным государственным компаниям, которые являются важнейшими структурными элементами современного народного хозяйства страны. В процессе роста восприимчивости национальной экономики к инновациям, именно компании с государственным участием должны стать «локомотивом» развития отечественного производства в России.

Решение вопроса повышения конкурентоспособности отечественных компаний не может быть достигнуто без развития процесса активизации инновационной деятельности и перехода от «закрытой» системы к активному созданию собственных радикальных инноваций на основе открытых моделей.

Основной проблемой, сдерживающей проникновение инноваций в России, является разрыв естественной цепочки между фундаментальной, прикладной наукой и промышленностью. Крупные отечественные производители являются основными потребителями инноваций, но не имеют достаточных ресурсов для переоснащения технологий и освоения новой продукции.

И хотя в настоящее время в России практически отсутствуют открытые инновации, тематика с каждым годом становится все популярней и популярней. Государство и крупные российские компании постепенно становятся на инновационный путь развития экономики, но, к сожалению, темпы перехода от «закрытых» инноваций к «открытым» крайне низкие.

Ключевые слова: открытые инновации, закрытые инновации, основные потребители инноваций, примеры развития инноваций на западе, переход от модели «закрытых» инноваций к «открытым».

Актуальность темы исследования

В условиях современной конкуренции соответствие внутренней среды компании растущим требованиям рынка является важнейшим фактором успешной деятельности и вызывает необходимость ее постоянной трансформации. Главной движущей силой экономического роста сегодня являются инновации, внедряемые как на производстве, так и в эксплуатации, управлении и потреблении. В настоящее время особое внимание уделяется крупным государственным компаниям, которые являются важнейшими структурными элементами современного народного хозяйства страны. В процессе роста восприимчивости национальной экономики к инновациям, именно компании с государственным участием должны стать «локомотивом» развития отечественного производства высокотехнологичной продукции и внедрения новейшего наукоемкого оборудования и техники в России.

Решение вопроса повышения конкурентоспособности отечественных компаний не может быть достигнуто без развития процесса активизации инновационной деятельности и перехода от «закрытой» системы



Р. Э. Фияксель,
К. э. н., доцент,
кафедра венчурного менеджмента,
НИУ – ВШЭ Нижний Новгород,
Нижегородский филиал
romanf82@gmail.com

к активному созданию собственных радикальных инноваций на основе открытых моделей. В настоящее время, по сравнению с зарубежными компаниями, инновационная активность большинства крупнейших государственных компаний довольно-таки невысока. Как показывает практика, чаще всего они применяют традиционный подход к инновациям, который основан преимущественно на использовании внутренних разработок. В современных же условиях данный подход становится наименее эффективным, так как собственные разработки зачастую не могут в полной мере реализовываться отечественными компаниями из-за ограниченности внутренних ресурсов и недостаточной развитости НИОКР. В этой связи, изучение проблемы, связанной с применением модели открытых инноваций в российских государственных компаниях, является актуальной и необходимой задачей повышения эффективности деятельности организации.

Следует отметить, что в литературе авторами не рассматриваются вопросы, связанные с формированием комплексных подходов инновационного развития государственных компаний на основе модели открытых инноваций, поэтому данный аспект требует более детального рассмотрения.

Понятие, сущность и особенности модели открытых инноваций

На данный момент существует множество определений понятия «инновация». Рассмотрим некоторые из них, которые наиболее полно отражают основные аспекты содержания термина.

В первую очередь, необходимо отметить, что понятие «инновация» впервые было упомянуто в 1911 г. в работе известного ученого Йозефа Шумпетера «Теория экономического развития» [7]. В своем труде автор описал пять случаев, когда инновация имеет место быть. Во-первых, инновация появляется тогда, когда создается продукция, обладающая новыми свойствами. Во-вторых, если в какой-либо отрасли используются новые технологии, в основе которых лежит новое научное открытие. В-третьих, если используется новое сырье, независимо от того, существовало ли данное сырье ранее. В-четвертых, если в компании проводится реорганизация. И, наконец, инновация возникает там, где появляются новые рынки сбыта, на которых данная отрасль не была ранее представлена, независимо от того, существовал ли этот рынок прежде или нет. Но следует учитывать, что инновации не рождаются сами по себе, существует возможные предпосылки для их появления. Например, изменения, связанные со структурой отрасли и рынка в целом, потребностями производственного процесса, с восприятием и ценностными установками потребителей, демографические изменения, а также появление в мире новых научных знаний и открытий. Объектом таких изменений могут выступать как продукт или процесс, так и различные маркетинговые и организационные методы.

Согласно Федеральному закону № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» под инновацией мы понимаем введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услугу) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [1].

Теперь рассмотрим два основных подхода к осуществлению инновационной деятельности.

Первый подход представляет собой использование компаниями модели закрытых инноваций. «Успешное осуществление инновационных процессов требует контроля» — данное выражение объясняет основную суть данного подхода к управлению инновациями. Компании самостоятельно осуществляют деятельность, связанную с НИОКР, финансируют данные разработки и продвижением и выводом новых продуктов на рынок.

До недавнего времени использование подхода «закрытых» инноваций было достаточно обосновано и целесообразно. Крупные компании инвестировали внушительные размеры средств на собственные внутренние исследования и разработки для того, чтобы в числе первых выпускать новейшие продукты на рынок. При этом компании были заинтересованы держать у себя в штате самых умных и талантливых сотрудников, способных генерировать новые идеи.

На сегодняшний день модель закрытых инноваций перестает оправдывать себя и показывать такие же отличные результаты. Происходит так называемая трансформация данного подхода к осуществлению инновационной деятельности, на которую влияют следующие факторы.

С ростом частного венчурного капитала, который направляется на развитие стартапов, занимающихся коммерциализацией идей и знаний, приходящих извне, количество таких компаний увеличивается с каждым годом, и, впоследствии, данные компании составляют серьезную конкуренцию лидерам в отрасли.

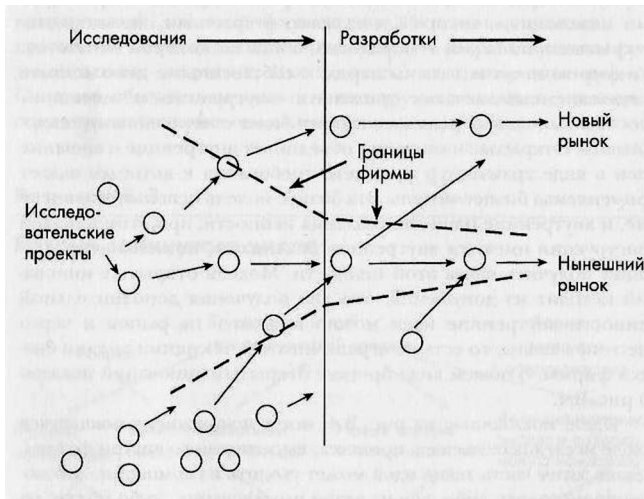
Таким образом, пока компании, придерживающиеся закрытой модели внедрения инноваций, вынуждены ждать, когда их разработчики начнут выводить новые продукты на рынок, стартапы реализуют инновационные идеи вне данной организации, путем создания и (или) перехода в новую компанию, и раньше выходят на новые рынки.

Следующий фактор, определяющий переход к модели открытых инноваций — это рост конкуренции, который ускоряет процесс по созданию нововведений. В результате появляется необходимость в увеличении финансирования научно-исследовательских разработок для того, чтобы иметь преимущество перед конкурентами. Чтобы стать лидером рынка, компании начинают объединять свои усилия на определенном количестве бизнес-процессов и инвестировать в отдельные направления. Все это способствует получению быстрого положительного результата. Многостороннее развитие стимулирует крупные компании покупать отдельные технологии у конкурентов, чтобы не отстать от развития рынка. У компаний, которые проводят научные исследования, появляется дополнительный спрос на их разработки. В целом, эти процессы помогают осуществлять обмен технологиями между разными компаниями и создавать почву для внедрения открытых инноваций.

Также происходит возрастание роли университетов в качестве специализированных научных центров по генерированию новых идей и созданию инноваций. Высшие учебные заведения стали лучше понимать, какие существуют потребности у той или иной отрасли. В результате этого, университеты заинтересованы проводить научные исследования, которые бы решали конкретные задачи и актуальные проблемы, стоящие перед бизнесом сегодня.

Подход к управлению инновациями на основе закрытой модели был достаточно успешен и эффективен в то время, когда право монополистического владения знаниями принадлежало крупным научно-исследовательским центрам, входящим в состав крупных игроков — лидеров рынка. Однако, с повышением уровня распространенности знаний, с появлением новых возможностей для генерирования идей, данное право стало ослабевать. Тем самым, возникли все предпосылки для перехода от закрытого подхода к внедрению модели открытых инноваций.

Наконец, можем перейти непосредственно к рассмотрению модели открытых инноваций. Рассмотрим понятие «открытые инновации» и выявим основные отличия и преимущества использования данной модели в крупных компаниях.



«Воронка» разработки продукции при модели открытых инноваций

Термин «открытые инновации» был предложен Генри Чесбро в его монографии «Открытые инновации: новый императив для создания технологий и извлечения из них прибыли». В качестве определения понятия «открытые инновации» автором предлагается следующая формулировка: «Использование направленных притоков и оттоков знаний для создания внутренних инноваций, а также для расширения рынков за счет внешнего использования инноваций, соответственно» [8].

На рисунке представлена «воронка» разработки нового продукта при использовании модели открытых инноваций [9].

Применение модели открытых инноваций — это способ организации научных исследований и разработок, при котором компании используют не только собственные знания и накопленный опыт, но и разработки, создаваемые вне организации. Исследуя знания и открытия из внешних источников, компании находят новые возможности для создания собственных новых продуктов, совершенствуют их. В модели открытых инноваций у группы исследователей появляются новые обязанности: помимо проведения внутренних НИОКР, научно-исследовательская деятельность подразумевает мониторинг знаний извне, их оценку и интеграцию.

Вопрос, связанный с защитой интеллектуальной собственности, так же важен в условиях открытой модели инноваций, как и в закрытом подходе. В ст. 150 п. 1 ГК РФ установлено, что «защита авторских прав, как и смежных, патентных и других прав интеллектуальной собственности обеспечивается предусмотренными законодательством способами с учетом существа нарушенного права и последствий нарушения этого права». Однако компании, применяющие модель открытых инноваций, используют несколько иной подход к управлению интеллектуальной собственностью.

Компании понимают, что держать под контролем в течение долгого времени прорывную технологию достаточно сложно и практически невозможно. Такие технологии или продукты имеют большой спрос, поэтому велика вероятность того, что они будут сразу же скопированы конкурентами, как только появятся в

открытом доступе. Поэтому сторонники открытых инноваций активно используют лицензирование, чтобы создавать и расширять рынки для своих инноваций. В результате, компания, которая создает инновацию, получает стабильную прибыль, а компаниям-конкурентам не требуется производить затраты на собственные разработки данного продукта. Тем самым, создается внутренняя конкуренция, которая способствует мотивации внутренних подразделений.

Приверженцы модели открытых инноваций одобряют существование небольшой конкуренции. В таком случае, внутренние исследовательские подразделения действуют быстрее и слаженнее. Используя концепцию открытых инноваций в управлении инновационными процессами, компании выигрывают в любом случае, так как они защищены от позднего выхода на рынок.

Концепция открытых инноваций, ориентированная на внешнюю среду в создании новых инновационных продуктов, привлекла к себе внимание практически сразу, как только появилась. Молодые компании и начинающие стартапы стали активно использовать данный подход в управлении своей деятельностью. Однако до сих пор существует спорное мнение по поводу того, готовы ли крупные корпорации, финансирующие внушительный объем своих средств на развитие и поддержку внутренних исследовательских лабораторий, и обладающие лучшими кадрами, отказаться от использования закрытой модели в пользу модели открытых инноваций?

Чтобы ответить на данный вопрос, рассмотрим зарубежные и отечественные исследования теории и практики применения модели открытых инноваций в крупных корпорациях и, в частности, в государственных компаниях.

Открытые, западные инновации

На сегодняшний день в мировой практике сложились две модели развития инновации: закрытые и открытые. Используя первую модель, компании выделяют большие ресурсы на изучение новых материалов, современных компонентов и систем, которые помогут им совершить фундаментальные открытия и применить их в разработке будущих товаров и услуг. Таким способом компании переводят свои промышленные знания на этап коммерциализации. Данный подход основан на утверждении, что для «успешной реализации инноваций необходим контроль». Компаниям необходимо своими силами генерировать собственные идеи, дорабатывать их и затем создавать новый продукт, с которым можно будет выходить на рынок, заниматься его продвижением и последующим обслуживанием. Таким образом, подход закрытых инноваций направлен на внутренние решения компании.

Примером использования модели закрытых инноваций являются известные промышленные компании Xerox, Lucent, AT&T, IBM и др., которые в XX веке добились значительных результатов в своих областях техники.

Однако, со временем, данная модель начала терять свою популярность. Связано этого было, в первую

очередь, с тем, что возросли расходы на новейшие технологические разработки, при этом цикл жизни инновационных продуктов стремительно укорачивался. Из-за этого понижился уровень рыночных возможностей компаний-разработчиков, и, вследствие этого, снизилась вероятность получения хорошей инвестиционной отдачи.

Кроме того, происходил рост современных инноваций, который влиял на «цену доступа» к внешним знаниям о новейших технологиях и разработках, из-за этих факторов большое число компаний отказывались от проведения масштабных научно-исследовательских разработок.

Для того чтобы как-то противостоять данным негативным рыночным факторам, компаниям приходится сокращать временные горизонты расходов на научно-исследовательские разработки и перенаправлять инвестиции с фундаментальных исследований на прикладные разработки для ускорения их окупаемости. С точки зрения дальнейших перспектив развития, данная защитная реакция со стороны крупных компаний не может считаться эффективной.

В качестве альтернативной стратегии инновационного развития компании выступает применение модели открытых инноваций. Данная концепция была выдвинута Генри Чесбро и его единомышленниками в противовес закрытой модели. Г. Чесбро считал, что для того, чтобы компании могли преуспеть в условиях современной рыночной экономики, им необходимо активно использовать не только собственные внутренние знания, разработки и технологии, но и заимствовать идеи и подходы из внешних источников.

Выстраивание бизнеса на основе модели открытых инноваций сможет решить проблему, связанную с ростом затрат, так как в процессе использования внешних научно-исследовательских разработок экономится не только время, но и деньги. Одной из наиболее известных практик применения модели открытых инноваций, которые внедряются уже на протяжении многих лет внутри различных крупных промышленных компаний, стало формирование стратегических партнерств (альянсов) для совместного вывода на рынки новых продуктов и услуг.

Во-вторых, открытые инновации стимулируют новый рост доходов использующих их компаний, так как осуществляется увеличение количества рынков, на которых применяются инновации. Компаниям не нужно больше себя ограничивать только теми рынками, которые они непосредственно обслуживают, теперь они могут присутствовать в различных сегментах, получать доход от лицензирования, создания новых совместных предприятий.

Однако следует заметить, что такая открытость должна быть двусторонней. Компании «должны позволить большему числу собственных идей и знаний уходить во внешний мир», особенно тем из них, которые в самих компаниях «замораживаются».

Как показывает статистика, количество патентов, которые официально зарегистрированы компаниями и не используются в целях последующей коммерциализации, гораздо больше числа запатентованных изобретений, уже выведенных на рынок. Например, по

данным отчетов компании P&G, было выявлено, что компания успешно реализовала лишь 10% от общего числа полученных патентов.

В настоящее время процесс внутренних инновационных разработок разработки отходит на второе место. Происходит ориентация на разработку эффективных моделей, которые нацелены на быстрое применение полученных технологий и знаний, вне зависимости от того, зародились данные идеи внутри научно-исследовательских подразделений компании или заимствованы из внешних источников.

Ярким примером компании, которая применяет модель открытых инноваций, является Cisco. Компания минимизирует собственные научно-исследовательские разработки и успешно коммерциализирует технологии, найденные или заказанные со стороны.

Модель открытых инноваций решает две основные проблемы современной экономики. Во-первых, она объясняет, почему утечка корпоративной интеллектуальной собственности во внешнюю среду не является нежелательным явлением. Во-вторых, рассматривает перевод прав интеллектуальной собственности в новые виды рыночных активов в качестве инструментов защиты от посягательств на эту интеллектуальную собственность со стороны. Более того, для наиболее дальновидных компаний, которые могут выступать и продавцами, и покупателями на рынке интеллектуальной собственности, оба этих фактора могут стать дополнительными источниками доходов.

Сегодня многие зарубежные ученые рассматривают различные формы и практики активного использования открытых инноваций как новой бизнес-модели. Например, к таким формам относят:

- стратегические альянсы и партнерства;
- субподряды и аутсорсинговые контракты;
- различные виды лицензирования технологий;
- совместные предприятия;
- создание автономной компании на базе университетов;
- совместное использование технологического оборудования и установок;
- межфирменное сотрудничество в сфере технологической стандартизации;
- инновации, осуществляемые при помощи конечных пользователей;
- венчурные инвестиции и пр.

Впрочем, каждая из этих форм не может рассматриваться как прямое доказательство в пользу универсальности открытой инновационной модели в современной экономике. Можно говорить о реальном использовании открытой модели в компании, когда данные практики реализуются в комбинации между собой.

Еще одним примером компаний, успешно внедряющих концепцию открытых инноваций, являются IBM и Procter & Gamble.

IBM, например, активно использует открытые программные средства (прежде всего продвижение ОС Linux), а также агрессивное лицензирование технологий, которые сама не использует. В компании создана мощная автономная структура IBM Global Services, которая занимается комплексным обслуживанием по-

требителей ее технологий, и которая приносит больше половины всех доходов компании.

Лидер потребительского рынка Procter & Gamble в начале 2000-х гг. запустил новую глобальную инициативу «Connect and Develop» («Присоединяйся и развивайся»), главной задачей которой было в течение следующих пяти лет задействовать идеи из внешних источников. Как считает руководство P&G, компания смогла предложить новый подход «изобретено не здесь». Кроме того, P&G, как и IBM, пошла на то, чтобы активно выдавать лицензии на свои технологии внешним организациям.

Безусловно, это не единственные примеры компаний, реализующих модель открытых инноваций. В современной экономике существует множество других корпоративных стратегий, базирующихся на использовании тех или иных элементов данной концепции. В частности, многие исследователи отмечают, что применение различных форм и практик открытых инноваций стало в последние годы важнейшим трендом в целых отраслях: фармацевтике, высокотехнологических отраслях, биотехнологиях.

В качестве относительно свежего примера успешного применения открытых инновационных моделей можно привести British Telecom (BT). С 2003 г. компания занимается формированием стратегических партнерских альянсов с инвесторами из венчурной среды и активно вкладывает свои деньги в создание спинофф-компаний. Ряд вновь созданных компаний занимаются производством ключевых компонентов телекоммуникационных технологий, которые впоследствии предлагаются потребителям British Telecom. Благодаря такому подходу, BT выводит на рынок новые продукты и услуги, при этом не испытывает дополнительной финансовой и управленческой нагрузки.

На сегодняшний день практически все используемые технологии и оборудование компания закупает на рынке у различных внешних поставщиков.

Несмотря на то, что многие формы модели открытых инноваций уже успели себя зарекомендовать себя в высокотехнологичных отраслях, говорить с уверенностью о том, что данная модель является универсальной, не следует. Как утверждают эксперты, одним из ключевых будущих трендов будет постепенное проникновение модели открытых инноваций в низкотехнологичные отрасли.

Однако в зрелых отраслях, характеризующихся комплексной и многокомпонентной ресурсной базой и высокой добавленной стоимостью, число молодых компаний не очень велико, в этих же отраслях пока не слишком хорошо приживаются практики открытых инноваций.

Наиболее убедительной является практика создания промышленных альянсов. Также необходимо повышать роль университетов в инновационной деятельности и вовлекать их в процесс коммерциализации научно-технических разработок в сотрудничестве с частными компаниями.

Безусловно, применение принципов открытых инноваций вызывает большой интерес как у крупных государственных компаний, так и у малого и среднего

бизнеса. В долгосрочной перспективе, возможно, произойдет постепенное изменение роли интеллектуальной собственности в современной экономике, в частности появление аукционов по продаже интеллектуальной собственности, специальных фирм-посредников, работающих между крупными корпорациями и внешним миром по обмену интеллектуальной собственностью и т. д.

Особенности отечественных открытых инноваций

В России элементы открытых инноваций уже присутствуют как в практиках некоторых компаний, так и в государственных инициативах. Например, идеи применения открытых инноваций в той или иной степени вдохновлены 218-е и 219-е постановления правительства, которые направлены на стимулирование развития инновационной инфраструктуры университетов и усиление их взаимодействия с крупными компаниями. Черты открытых инноваций также присутствуют в инновационных стратегиях государственных корпораций. В рамках «открытой» идеологии создаются достаточно популярные инструменты, например, технологические платформы.

Решающим фактором в создании инновации выступает скорость, с которой на рынок выходят новые продукты, и которые определяют конкурентоспособность организации. Модель открытых инноваций предполагает установление партнерских взаимоотношений в области научных исследований и разработок, усиление связей между компаниями и потребителями, партнерами и поставщиками, которые могут выступать в качестве дополнительных источников инноваций, ускоряя тем самым темпы внедрения инноваций. Использование открытых инноваций становится ключевым конкурентным преимуществом для отечественных компаний, работающих в различных отраслях экономики.

Наиболее ярким примером использования открытых инноваций в России выступает создание программных продуктов с открытым исходным кодом. Однако распространение открытых инноваций в компаниях с государственным участием не слишком велико.

Основной проблемой, которая сдерживает проникновение инноваций в России, является разрыв естественной цепочки между фундаментальной, прикладной наукой и промышленностью. Крупные отечественные производители являются основными потребителями инноваций, но не имеют достаточных ресурсов для переоснащения технологий и освоения новой продукции. Для преодоления данных трудностей необходимо максимально быстро развивать предпринимательство в науке и технологии, поскольку в бизнесе очень часто именно производитель знания становится участником инновационного превращения своей идеи в товар, и в результате достигается кратчайший инновационный цикл.

В России же отчетливо прослеживается тенденция к монополизации знаний. Связано это с тем, что доля российских предприятий, занимающихся инновациями, слишком мала по сравнению с развитыми странами, из-за этого существует тренд на снижение

количества организаций, производящих исследования и разработки.

Несмотря на все недостатки, все чаще и чаще в российских компаниях пытаются внедрить практику открытых инноваций. Многие крупные организации готовы поддержать молодых инноваторов, финансируя инновационные проекты и привлекая специалистов для работы в своих компаниях.

В России на сегодняшний день существует не так уж много институтов, поддерживающих инноваторов. Среди них, наиболее значимые: Российская венчурная компания (РВК), Фонд «Сколково», «Роснано», Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Особо хотелось бы выделить РВК и Фонд «Сколково», так как они играют первостепенную роль в поддержке малого инновационного бизнеса на территории Российской Федерации.

РВК стимулирует создание отечественной индустрии венчурного инвестирования и заинтересована в увеличении финансовых ресурсов венчурных фондов. Компания является так называемым «фондом фондов», который осуществляет поддержку высокотехнологического сектора, привлекает инвестиции и является государственным институтом, развивающим венчурную отрасль в РФ.

Второй институт, играющий немаловажную роль в инновационном развитии — центр «Сколково». Он представляет собой современный научно-технологический комплекс, занимающийся разработкой и коммерциализацией новых технологий. По замыслу — это российская «Кремниевая долина». Миссия Фонда «Сколково» — создание экосистемы, формирование благоприятных условий для инновационного процесса. Фонд организует совместную работу между учеными, конструкторами, инженерами, бизнесменами и участниками образовательных проектов и помогает создавать конкурентоспособные наукоемкие разработки мирового уровня в пяти приоритетных направлениях. Данные разработки направлены на решение актуальных глобальных проблем, стоящих перед обществом.

На сегодняшний день в использовании модели открытых инноваций в своей деятельности заинтересованы не только частные предприниматели, но и государственные органы и компании с государственным участием. Примером в России таких государственных компаний выступают «Ростехнологии» и «Росатом». Основная цель данных госкорпораций — содействовать разработкам, производству и экспорту высокотехнологичной промышленной продукции. Компании оказывают поддержку отечественным организациям, как на внутреннем, так и внешнем рынке, а также привлекают инвестиции в организации различных отраслей промышленности, включая оборонно-промышленный комплекс.

Корпорации активно пытаются внедрить механизмы открытых инноваций, также прослеживается усиление кооперации и аутсорсинга. Так, например, ГК «Ростехнологии» проводит открытые конкурсы гражданских инновационных проектов с целью вовлечения организаций оборонно-промышленного комплекса в развитие инновационной экономики и

формирование нового направления, связанного с разработкой, производством и продвижением на рынок высокотехнологической продукции, созданной в рамках данных инновационных компаний.

Помимо государственных промышленных корпораций, активно развивают инновационные программы и внедряют принципы открытых инноваций компании Сбербанк, Лукойл, РЖД, МТС. Несмотря на то, что компании работают в различных отраслях, у них есть общее направление развития. Они активно занимаются устранением барьеров в инновационной деятельности, внедряют корпоративную культуру новаторства, особое внимание уделяют разработке и внедрению собственных инновационных проектов, базирующихся на технологиях внутреннего краудсорсинга.

К примеру, в нефтяной компании Лукойл действует система управления знаниями, которая направлена на непрерывный поиск и распространение передового опыта компании для повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса. Для того чтобы улучшить инновационную активность всех сотрудников в инновационную деятельность компании, в 2011 г. была создана и успешно введена в использование автоматизированная информационная система «Банк идей и инноваций». Данная система осуществляет сбор, обработку, а также оценку передовых практик и инновационных предложений сотрудников и проводит экспертизу предложений участниками сетевых групп. В процессе развития и совершенствования данного портала, была создана специальная система рейтингов и мотивации инноваторов, были формализованы и закреплены функции каждого их участников.

«Банк идей и инноваций» дает возможность каждому сотруднику компании предложить свою идею, поделиться опытом и при возникновении производственной проблемы получить оперативную помощь в ее решении. Также данную систему можно использовать для проведения различных инновационных конкурсов и соревнований с целью повышения инновационной активности сотрудников, генерирования новых идей и создания новых продуктов.

Говоря об инновациях в российских компаниях, нельзя не отметить работу в этом направлении Сбербанка России. Развитию инноваций и поддержание инновационной активности у сотрудников здесь придается особое значение. В Сбербанке существует отдельная инновационная производственная система (ПСС). Целью данной системы является построение механизма постоянного совершенствования, который служит основным источником развития компании, внедрения нововведений и повышения уровня конкурентоспособности. В рамках инновационной стратегии развития Сбербанка, с 2009 г. компания внедрила корпоративную социальную сеть «Биржа идей». Данный проект направлен на то, чтобы активизировать инновационную деятельность персонала. Социальная сеть позволяет сотрудникам предлагать инновационные идеи по совершенствованию работы банка и сокращению его издержек. В настоящее время пользователями «Биржи идей» являются 230 тыс. человек. Зарегистрировано более 120 тыс. предложений, 12% из которых переданы

на внедрение. В «Бирже идей» задействованы более 1500 экспертов во всех отраслях деятельности.

В 2011 г. банк запустил еще один краудсорсинговый проект «Сбербанк-21». Цель проекта — сбор прикладных идей и инновационных предложений с привлечением внешних источников, направленных на улучшение продукта компании, будущей стратегии развития. После конкурсного отбора и экспертной оценки самые интересные идеи легли в основу трех докладов, представленных на конференции в ноябре 2011 г.: «Сбербанк-21-Будущее», «Россия-21-Прогресс» и «Инновации-21-Краудсорсинг». По данным отчета Сбербанка интерес к проекту выразили 19 млн человек, более 700 тыс. человек посетили ресурсы проекта, из полутора тысяч участников, вовлеченных в онлайн- и офлайн-взаимодействие, 450 стали экспертами на площадке Witology, было выбрано 30 призеров и чемпионов, и 9 финалистов по всем площадкам. По итогам проекта финалисты были награждены грантами на обучение, некоторые из них получили работу в банке [10].

Проведение подобных конкурсов, прямое взаимодействие с внешним миром и активное внедрение краудсорсинговых проектов — все это характеризует Сбербанк, как компанию, которая стремится к открытым инновациям.

Таким образом, в инновационном развитии Сбербанк делает упор на «коллективный разум». Для поиска наиболее эффективных решений и формирования стратегических планов развития компания привлекает широкий круг участников, как своих сотрудников, так и клиентов, и деловых партнеров. Компания заинтересована в активизации инновационной деятельности и раскрытии инновационного потенциала своих сотрудников, поэтому предоставляет доступ к механизмам подачи, оценки, отбора и экспертизы предложений всем желающим и обеспечивает сопровождение инновационного процесса от создания идеи до ее воплощения в жизнь.

Можно говорить о том, что между всеми участниками современной экономической деятельности существует заинтересованность в открытых инновациях. Каждый год в Москве проводится международный форум инновационного развития «Открытые инновации». Мероприятие проходит в рамках единой дискуссионной площадки, посвященной новейшим технологиям и перспективам международной кооперации в области инноваций. «Открытые инновации» помогает объединить представителей отечественного и зарубежного бизнеса, власть и научный сектор для совместного обмена опытом и анализа основных мировых тенденций в области инноваций.

Анализ данной темы показал, что в настоящее время в России используются различные инструменты для избегания «новых бед». Концепция открытых инноваций становится все популярней и популярней. Государство и крупные российские компании постепенно становятся на инновационный путь развития экономики, но, к сожалению, темпы перехода от «закрытых» инноваций к «открытым» крайне низкие.

Список использованных источников

1. Федеральный закон № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».
2. Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика»/О плане реализации настоящей государственной программы см. распоряжение Правительства РФ от 20 июля 2013 г. № 1260-р.
3. К. В. Балдин, И. И. Передеряев, Р. С. Голов, А. С. Воробьев. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для вузов. М.: Academia, 2010.
4. А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. Управление инновациями в организации. М.: «Омега-Л», 2008.
5. Г. Р. Бурлаков. Мотивационный климат организации. М.: ИНФРА-М., 2002.
6. Д. О. Дамдинов. Государственное воздействие на экономическую устойчивость инновационных малых и средних предприятий в России в современном мире. Стратегия инновационных преобразований экономики России в посткризисный период. М., 2011.
7. Й. А. Шумпетер. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
8. H. Chesbrough. Open innovation — a new theory of Henry Chesbrough//Journal of Economics and Social Sciences. № 4. 2014.
9. Г. У. Чесбро. Логика «открытых» инноваций: новый подход к управлению интеллектуальной собственностью//Российский журнал менеджмента. № 4. 2004.
10. Отчет о проведении проекта краудсорсинга «Сбербанк-21» на площадке Профессионалы.ru, 2011 г. <http://www.labrate.ru/20121218/open-innovation-tezis.doc>.
11. Э. А. Фияксель, Е. А. Ермакова. Организация инновационных процессов — лучшие практики//Инновации, № 1, 2012.
12. H. W. Chesbrough. Open services Innovation: Rethinking your business to grow and compete in New Era. — Cambridge, MA: Harvard Business School Publishing, 2009.
13. Daniel Fasnacht. Open Innovation in the Financial Services: Growing Through Openness, Flexibility and Customer Integration. Springer, 2009.

Russian companies are ready or not to open innovation?

R. E. Fiyaksel, Candidate of Economic Sciences, docent, venture management department, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod branch.

At present, by sector — the development of open innovation, focusing on large public companies, which are essential building blocks of a modern national economy. During the growth of the susceptibility of the national economy to innovate, it is a company with state participation should become a «locomotive» of the domestic production in Russia.

The issue of increase of competitiveness of domestic companies can not be achieved without the development of innovation activity and the transition from a «closed» system to actively create their own radical innovation based on open models.

The main problem holding back the penetration of innovations in Russia, is the gap between the natural chain of basic, applied science and industry. Major domestic manufacturers are the main consumers of innovation, but do not have sufficient resources to retrofit technologies and the development of new products.

Although, at present in Russia, there are practically no open innovation themes every year becomes more and more popular. The government and major Russian companies are gradually becoming an innovative way of economic development, but, unfortunately, the pace of the transition from «closed» innovation to the «open» extremely low.

Keywords: open innovation, closed innovation, the main consumers of innovations, examples of innovation in the West, the transition from a model of «closed» innovation to the.