

Пример инновационного предприятия

В статье речь идет о Камском автомобильном заводе (КамАЗе), который относится к инновационно активным предприятиям, может рассматриваться как пример (даже образец) передового в инновационном развитии, опыт коего заслуживает распространения. Задача статьи — осветить инновационный опыт такого предприятия, показать его достижения, рассмотреть факторы успеха. Попутно автор касается общих моментов, определяющих широкое инновационное развитие.

Ключевые слова: инновационное предприятие, инновационная деятельность, факторы инновационного развития, инновационные ресурсы, субъекты инновационной деятельности.



Б. И. Максимов,
к. филос. н., ведущий научный сотрудник
Социологического института РАН
maximovbi@mail.ru

В толковании понятий инновационная деятельность, инновационное развитие и др. инновационных терминов автор исходит из общепринятых представлений, отраженных в многочисленных публикациях (например [1]).

Научность и оригинальность результатов, отраженных в публикации, определяются наличием оригинального опыта, его уникальностью, вместе с тем доступностью для распространения, заимствования (не использованием автором необычных методов анализа, выявлением особых моментов). Заслуга автора состоит в освещении этого опыта, показе его не только ценности, но и возможности использования.

Надо сразу отметить такую особенность статьи — она написана «человеком со стороны», притом — социологом, которому довелось изучать инновационный опыт КамАЗа. Соответственно, в ней большее, чем обычно, внимание уделяется социальной стороне инновационной деятельности.

КамАЗ может служить примером полноценного образца инновационно активного предприятия по нескольким основаниям.

Основные компоненты инновационной деятельности предприятия достаточно известны сами по себе. Главная ценность опыта КамАЗа состоит в том, что они здесь сконцентрированы, использованы, «работают» в комплексе, отработаны в течение длительного времени. И они реальны. Это не абстрактная идеальная модель, выведенная из обобщения отдельных фрагментарных случаев, включения теоретических элементов, а существующая на практике (а, значит, практичная).

Весьма важно, что именно разносторонняя модернизация является основным фактором эффективности, живучести предприятия. Это подчеркивают все опрошенные респонденты, эксперты. КамАЗ является успешным предприятием по показателям производственной деятельности. Существует устойчивый спрос на его изделия. Выпуск продукции остается постоянно

высоким, лишь во время последнего экономического кризиса был небольшой спад (на 15%), затем уровень выпуска восстановлен. Значительная часть продукции идет на экспорт. Предприятие остается единой организацией, несмотря на гигантский размер, наличие в его составе отдельных ОАО с высокой степенью самостоятельности, различиями в производстве, различиями интересов (не разделяется на независимые организации). Впечатляют достижения и по линии социальной деятельности, во многом показательной. Планируется расширение производства, дополнительный набор кадров, рост заработной платы.

На заводе представлены основные, необходимые, компоненты инновационной деятельности, в комплексе, системно, с включением широкого круга субъектов процесса инновационного развития. На предприятии задействованы всевозможные (можно сказать — все возможные) ресурсы, внутренние и внешние, различные по характеру, масштабу, периодичности. В этом, прежде всего, состоит сущностная черта инновационной системы предприятия (разумеется, КамАЗ обладает и уникальными чертами). Здесь не считают, как во многих других предприятиях, что, например, дело главным образом в финансировании, наличии кредитов («будут деньги, будут и инновации»). Системный подход наиболее адекватен инновационному развитию.

Существенная общая черта (принцип) — постоянство инновационного настроения (и деятельности), их преемственность, отличающая КамАЗ от других предприятий, как правило, воспринимающих призывы к инноватизации как очередную общественную кампанию. Настрой не создавался под воздействием конъюнктурных призывов и не исчезает при возможном угасании кампании (общероссийской).

Первым (начальным) фактором-компонентом инновационной деятельности здесь явно служит инновационная атмосфера. Она пронизывает все уровни и

сферы организации, проявляется буквально во всем — в ежедневном внимании к новшествам, во введении организационных систем мобилизации ресурсов, в вовлечении в инновационное развитие всего персонала, в постоянном обсуждении инновационных вопросов на производственных совещаниях, в осуществлении инновационных проектов, нововведений различного характера, в освещении хода модернизации в заводской газете, во внутренней системе информации, в разговорах работников на эту тему и т. п. Предприятие живет под девизом: «Быть всегда в пути!» Из интервью с одним из специалистов предприятия: «У нас модернизация идет сплошным потоком. Мы не можем не развиваться. Если отставить нововведения, завод потеряет инерцию движения, начнет закисать, хиреть, дух, что ли, упадет. Какое-то время мы продержимся за счет заделов, но дальше — неминуемый спад производства. И деморализация персонала. Как выражаются, мы обречены на успех. Как в живом организме клетки, а постепенно и органы, постоянно обновляются, так и в производственной системе сегодня без обновления не обойтись, пусть и постепенного». Существенно то, что заводская инновационная атмосфера не носит черты кампании, является постоянным компонентом всей деятельности предприятия. Здесь господствует именно активный, конструктивный подход к инновационному развитию, ставший базовым принципом деятельности.

Тон в атмосфере задает, разумеется, высшее производственное (административное) руководство. Оно выступает инициатором нововведений, поддерживает функционирование установленных систем, принимает предложения, проекты снизу. Но дело, вероятно, не только в сегодняшней позиции топ-менеджмента; генеральные директора, например, менялись. А инновационный настрой сохраняется долгие годы, начиная со времени строительства завода, задолго до нынешней кампании по инновационно-модернизационному развитию, не угаснув в момент катастрофического пожара на предприятии и даже, как будто, получив дополнительный импульс от разрушительного события. Видимо, устойчивость атмосферы обуславливается несколькими моментами — заданный изначально настрой на развитие, на совершенствование, присутствие зарубежных партнеров, внимание республиканских властей к одному из своих основных промышленных предприятий, предохранение от крайностей приватизации, свобода рынка, высокая квалификация менеджмента, специалистов, а также рабочих, стабильных ввиду условий моногорода, успехи предприятия, соответственно, хороший уровень оплаты труда, моральная гордость ростом, развитием предприятия. Понятно, что установить и поддерживать всеобщую атмосферу обновления (активности) невозможно было бы без вовлечения в инновационную деятельность рядовых, всех работников, вносящих вклад в модернизацию на своем уровне (рабочем месте), а также в масштабах всего предприятия, по крайней мере — подразделения. Вовлеченность всего персонала в процесс непрерывного развития — уникальная и в то же время весьма существенная черта завода (в том числе посредством «Системы ПСК», см. далее).

При общей (массовой) вовлеченности персонала в инновационную деятельность сохраняется ключевое значение наличия инициаторов, лидеров инновационной деятельности, в первую очередь среди руководства предприятия. Как отмечают и другие авторы, инициатором, главным инноватором обычно становится первое лицо в администрации, генеральный директор, что вполне закономерно, ибо генеральный обладает наибольшей компетенцией, правами, ресурсами, включен в связи с внешними организациями, нужными людьми, инстанциями, и «двигать развитие организации» является одной из первых его должностных функций. Но директор должен стать реально инициатором. Опыт инновационных предприятий показывает, что предпосылками к этому являются личные качества руководителя, интенсивные связи со структурами власти, иностранными специалистами и организациями, зарубежные поездки. Существенную роль играют также инициаторы среди специалистов, да и других категорий работников ввиду специфического характера инновационной деятельности, предполагающей именно инновационность действий. Некоторые разумные директора, понимая своевременность инновационной деятельности, но ощущая себя перегруженными текучкой, делегируют роль инициатора либо одному из руководящих работников, либо специализированному подразделению.

Другие инновационно активные организации также отличаются, прежде всего, общей позицией руководства, специалистов, других работников, ориентированных на инновационную деятельность. Это включает в себя позитивное отношение к инновационному пути, осознание, принятие его необходимости и полезности, сосредоточение внимания на поиске возможностей проведения и реальном осуществлении той или иной деятельности, создание общего настроения на нововведения, внутренней инновационной атмосферы, производной от общественного настроения или создаваемой собственными усилиями, преимущественное внимание не препятствиям, отрицательным факторам, а факторам положительным, опыту успешной инновационной деятельности, ее механизмов, образцов, отдельных элементов, заимствование такого опыта, приспособление его к условиям конкретных предприятий (в отличие от позиций пассивности, пасования перед трудностями, оправдания объективными условиями, со ссылками на ситуацию выживания, парадоксального рассмотрения инноваций не как возможного выхода из трудного положения, а как некоей «роскоши», которую можно позволить себе только при достижении хорошего состояния).

Бросается в глаза стоящий в центре внимания компонент — использование, мобилизация внутренних ресурсов, в первую очередь — интеллектуальных. Здесь «надеялись, прежде всего, на себя». Созданы мощные, разнообразные штатные инженерно-технические службы (правда, какие может себе позволить крупное предприятие). Наряду с ними более 15 лет существует «инженерный клуб» на общественных началах, но связанный функционально со штатной (структурной) ячейкой — аналитическим отделом, проанализировавший всю организацию предприятия и даже создавший

целый ряд «вольных», как бы избыточных проектов (касающихся сельского хозяйства, лесоводства, городского транспорта, даже жилищного строительства); запущенный в пору становления, подъема предприятия, инженерный центр держался уже за счет собственных, внутренних стимулов. Проводятся общезаводские, технические и организационные научно-практические конференции, например, конференции «Инструменты бережливого производства», «Развитие поставщиков на основе философии производственной системы КамАЗ», не говоря уже о том, что проблемы модернизации постоянно, в порядке текущей работы обсуждаются, как отмечалось, на текущих же совещаниях, оперативках и т. п. На местах (в подразделениях, на рабочих местах) деятельность по мобилизации внутренних ресурсов ведется ежедневно, «в рабочем порядке», по характеру напоминает известные «кружки качества», только не в виде именно кружков. Например, на главном сборочном конвейере, в его начале и окончании, оборудованы специальные площадки с размещенными здесь необходимыми материалами, на которых перед сменой и по ее завершении собираются начальники участков, мастера, бригадиры для выявления, обсуждения и возможного решения на месте текущих, всплывших, проблемных вопросов. В обсуждениях по мере необходимости принимают участие и рабочие. Для них основная форма участия — это осуществление усовершенствований в своем рабочем пространстве (рабочем месте), индивидуальное или групповое. Оно пользуется вниманием и поощряется. В более широкие сферы рабочие выходят через упомянутые обсуждения на участках и подачу предложений по системе ПСК. В своем «пространстве» рабочие могут не только подавать предложения, но и сами вводить новшества.

Система ПСК представляет собой способ (форму, средство) массового вовлечения в дело совершенствования производства работников всех категорий и уровней. Это подача всевозможных предложений любыми работниками предприятия. В качестве основания привлечена система японского происхождения, Lean (Кайдзен), «бережливого производства», направляющая внимание на выявление, устранение потерь, «узких мест» самого разного характера, постепенное обновление организации, оборудования, материалов, рабочих мест и т. д. Предложения достаточно высокого уровня и масштаба приобретают статус «Кайдзен-проектов», рассматриваются (и реализуются) с усиленным вниманием. подача предложений даже планируется; при этом планы перевыполняются. И подают предложения работники всех уровней. Далее они (предложения) не маринуются как в советских БРИЗах, а тут же поступают на рассмотрение, принятие по ним решений о внедрении, о расчете экономического эффекта. Предусмотрено вознаграждение уже за саму подачу идеи, предложения, а также по результатам ее реализации. Обычно на предприятиях (на других) не придают сколько-нибудь серьезного значения сбору предложений от рядовых работников, сохранился стереотип пренебрежительного отношения к «бризовской» практике. Здесь же исходят из принципа (философии), что непосредственно занятые

рабочие ближе всего к производственному процессу, им всего виднее недостатки, и их интеллектуального, профессионально-квалификационного потенциала вполне достаточно для рождения, подготовки технических решений. Активность участия в инновировании производства нарастает. За последние 4 года количество поданных предложений выросло в 32 раза (!), до 1,3 предложения на каждого работника; планируется доведение до 2,5 предложений на человека. За счет реализации предложений, Кайдзен-проектов получается экономия (прибыль) в миллиарды рублей. Этому осязаемому результату сопутствует хотя и невидимый, но не менее важный момент — поддержание духа инновационного развития с вовлечением в него (в развитие) буквально всего персонала.

Задействование внутренних ресурсов — характерная черта и других инновационно активных организаций. Это реализация собственного инновационного потенциала, который, в той или иной степени, имеется практически у всех организаций, который легче всего реализовать и тем самым компенсировать сложность внешних условий. Сюда входят мобилизация интеллектуального потенциала, прежде всего, посредством своих инженерно-исследовательских подразделений, вовлечение в инновационную деятельность всех категорий персонала, включая рабочих, такой известный шаг, как создание специализированного инновационного подразделения, инновационных групп, команд, выполняющих роль инициаторов (стимуляторов) нововведенческой работы, способствующих внедрению инноваций (характерно, что не участвующие в инновационном развитии предприятия отличаются невыполнением даже этого очевидного шага или формальным учреждением инновационных подразделений; так, по данным 2010 г., подразделения созданы на 14,1% даже тех организаций, которые «имели готовые организационные инновации в течение последних трех лет»; на предприятиях по добыче полезных ископаемых и того меньше — на 4%). В качестве примеров задействования внутреннего потенциала могут служить петербургские заводы «Звезда», Кировский. В определенный период реформ, используя высвободившиеся мощные инженерно-исследовательские подразделения, конструкторские бюро, Кировский завод разработал ряд моделей, образцов новой, во многом инновационной продукции, например, универсальный минитрактор К-20, пригодный для использования и в коллективных хозяйствах, и в личных подворьях. Предприятие «Ленполиграфмаш» также, испытывая дефицит спроса на традиционную, профильную продукцию, подготовил модели новых товаров, которые могли быть востребованы в изменившихся условиях (например, ряд светильников промышленного применения).

На КамАЗе используются также многие внешние ресурсы. Из них в первую очередь называют опору на власть, местную и республиканскую. Последняя, как уже отмечалось частично, всячески опекает предприятие, как одно из образующих лицо и устой республики, поддерживает своим авторитетом; руководство завода «чувствует себя спокойно». Власти республики (и местные) выполняют свою роль в соответствии

с объективными потребностями и ожиданиями субъектов инновационной деятельности.

Наряду с упомянутыми развитыми собственными инженерно-техническими службами, КамАЗ не пренебрегает связями и с научно-исследовательскими организациями, по мере возможностей, наличия отечественных НИИ, соответствующих центров в российской автомобилестроительной промышленности. Во всяком случае, спрос на услуги таких организаций налицо, и это служит стимулом активности последних.

Задействована на КамАЗе в полной мере (но не чрезмерно) и ориентация на использование зарубежного опыта, связи с иностранными организациями, партнерами. С момента запуска завода осуществляется сотрудничество с германской фирмой «Даймлер» по всем направлениям. Взаимодействие носит уже рутинный характер. Эпизодически российские специалисты, менеджеры отправляются на стажировку в Германию; отсюда приезжают зарубежные специалисты и проводят занятия, обучение заводских работников на месте. Многие Кайдзен-проекты реализуются совместными усилиями. Благодаря этому предприятие все время находится в курсе западноевропейских трендов, тенденций развития автомобилестроения, да и мировых инноваций в отрасли, хотя и расположено в далекой от границ глубине России. В последнее время устанавливаются партнерские связи с другой немецкой фирмой — Фольксваген. Ведутся переговоры о создании совместного производства, взаимовыгодного — КамАЗ расширяет свой профиль, обогащая его выпуском российско-немецкой модели, на российской территории и в полноценном составе (не только в виде «отверточного производства»).

Взаимодействие с зарубежными организациями используют как эффективный ресурс и другие инновационные предприятия, но не часто. Это использование посреднических центров (например, Российско-финского центра инновационного развития в Санкт-Петербурге). Посредством такого сотрудничества российские предприятия получают выход в зарубежный рынок, доступ, по крайней мере, информационный к новейшим разработкам, ориентацию в инновационной сфере. Взаимодействие с иностранными организациями — хотя и медленно, но все же прогрессирующий сектор российского производства. В случае тесного сотрудничества или даже превращения российского предприятия в составную часть ТНК (транснациональных компаний), последние реорганизуют деятельность предприятия, включая социально-бытовые условия, при этом, по словам иностранных специалистов, иногда привносят ноу-хау, не внедренные еще и в западных предприятиях ТНК. Примером может служить «Северное сияние», вошедшее в состав ТНК «Юнилевер» [2].

КамАЗ придерживается тактики постепенного обновления базового автомобиля. В настоящее время модернизируется кабина грузового автомобиля, по скользящему графику ведется модернизация двигателя, шасси и т. д. Эта политика позволяет избежать резких перепадов в производстве, неудобных и для потребителей.

По части связей с российскими научными организациями инновационная деятельность развита в определенных диапазонах. Возможно, интенсивное использование внутренних ресурсов, а также взаимодействие с зарубежными фирмами позволяют КамАЗу обходиться минимальными услугами со стороны отраслевых научных организаций, частично причина и в неразвитости отраслевых научных организаций в российской автомобилестроительной промышленности.

Один из основных внешних ресурсов и факторов экономической эффективности, венчающих систему — взаимодействие с заказчиками, потребителями продукции. У КамАЗа связи с потребителями построены так, что позволяют работать ритмично, без перебоев, за счет предупреждения отсутствия спроса на продукцию. Завод придерживается принципа системы Lean (одного из): «производи то, что продается» (а не «продавай то, что производишь»). Спрос должен быть определен и, по возможности, организован. Здесь делается и то, и другое. Работа на склад не допускается. Продукция должна уходить «на колеса» (как и производиться «с колес»). Производство работает на прямого заказчика. По всей стране раскинута сеть дилеров; они на месте выясняют спрос, формируют заказ, а затем осуществляют и продажу изделий. При этом обеспечена заинтересованность дилеров в сбыте. Таким образом, распространенность автомобилей «КамАЗ» по стране (и в других странах) обеспечена не только их высоким качеством, но и умелой продажей (умным маркетингом). Инновационное в нем — не просто изучение спроса, но и организация процесса реализации продукции как финишного продолжения всего производственного процесса.

Можно отметить в качестве дополнения, что другие инновационные организации используют многие и разнообразные внешние ресурсы, делая упор на них и, как правило, рассматривая в качестве первостепенных. В числе первых и очевидных — связь, взаимодействие с научно-исследовательскими организациями для заказывания инновационных разработок, использования имеющихся, получения помощи (услуг) по доведению, внедрению собственных проектов, образцов. Наряду с сохранившимися традиционными институтами, в настоящее время создано много небольших центров, бюро, лабораторий, консалтинговых центров и т.п., способных обеспечить возможность, по крайней мере, «точечного» инновационного развития посредством связей с производственными организациями. Всевозрастающую роль играют инфраструктурные организации типа технопарков, инновационных инкубаторов (например, в Петербурге наиболее известен технопарк «Ингрия», имеющий связи со многими предприятиями). Такие организации буквально ожидают представителей предприятий, готовы оказать комплексные услуги с помощью специалистов различного профиля. Доступность здесь зависит от активности предприятий. В качестве примера здесь можно назвать петербургское предприятие «Ленполиграфмаш», упомянутое и ранее. Уже во время перехода на принципиально новую продукцию — оборудование для фотонабора, оно прибегло к помощи НИИ, хотя имело и свои инженерные отделы. Когда и его настиг

кризис, прекратился спрос и на модернизированную продукцию, завод снова обратился к научным партнерам, еще не полностью разрушенным, и они помогли найти нишу в производстве и сбыте. Компоненты инновационной деятельности здесь — вначале поиск научных партнеров, установление связей с ними, затем совместная разработка проектов, доведение их до промышленных образцов и серийное производство. Взаимодействие с научными учреждениями — один из наиболее успешных вариантов, т.к. в сегодняшних условиях рассчитывать только на собственные силы могут позволить себе немногие, крупные предприятия, да и целесообразно, в любом случае, разделение труда. На основе длительных контактов предприятия и названные организации образуют пары (или группы) типа прежних НПО в миниатюре (например, разработочная компания «Стакковент» со строительной организацией). Такие образования представляют одну из основных форм так называемого «точечного» инновационного развития. Их достоинство в мобильности, гибкости.

Еще одна характерная черта КамАЗа — понимание социальной ответственности бизнеса (чаще всего игнорируемой современными предпринимателями) и того принципиального положения, что инновационное развитие производства не может рассматриваться в отрыве от развития других сфер. КамАЗ осознавал социальную ответственность бизнеса, и в этом аспекте не уклонялся от нее (в отличие, например, от пикалевских градообразующих предприятий, руководителей (собственников) которых сам премьер-министр обвинил именно в социальной безответственности). В данном случае это выражается как в традиционной социальной деятельности (социальном развитии), так и заботе завода о моногороде. Сохранена прежняя социальная инфраструктура; в городе роль завода видна во всем, пронизывает все сферы городской жизни (в частности, всюду видна заводская символика). Это и заводские дворцы культуры, и стадионы, и зоны жилищного строительства, рекреации, и системы газо- и теплоснабжения, и дотирование городского транспорта и т. д. При этом, однако, город не рассматривается как «цех завода» (по воспроизводству рабочей силы), имеет высокую степень самостоятельности, отделен, в т.ч. от производственных корпусов территориально. Существенно то обстоятельство, что и социальная деятельность находится в процессе обновления.

С социологической точки зрения, стоит упомянуть такой компонент инновационной деятельности КамАЗа как наличие на предприятии социологической службы и выполнение ею роли знатока «человеческого фактора», обеспечения обратной информации касательно этого фактора, да во многих случаях и обратной связи в более широком плане (ввиду недостаточности такого обеспечения в системе управления). В настоящее время социологическое подразделение находится в стадии реконструкции; в любом случае его опыт имеет всероссийское значение. Центральная часть службы — социологическая лаборатория — провела большое количество исследований, анализов, касающихся самых различных сфер, аспектов управления.

В первую очередь, это, разумеется, управление персоналом (анализ подготовки, повышения квалификации, движения и продвижения персонала, его мотивации, удовлетворенности условиями труда, вовлеченности в совершенствование работы, корпоративные ценности персонала и др.). В перечне тем исследований лаборатории более 20-ти посвящены вопросам управления персоналом.

Но социологическая работа не замкнута только на кадры (хотя лаборатория и находится в составе службы управления персоналом). Она подвергала анализу (притом систематически) ситуацию в лизинговой сфере, вопросы повышения качества работ и продукции, позиции поставщиков комплектующих изделий относительно сотрудничества с КамАЗом, даже процесс выборов и т.д. За 2010 г. было выполнено 33 анализа по различным направлениям. В 2011 г. одно из исследований посвящалось тщательному анализу состояния системы ПСК (ход сбора предложений работников, отношение персонала к ПСК, заинтересованность в подаче предложений, активные категории персонала, факторы поддержки системы, выявление проблем, предложений по их разрешению, результаты внедрения ПСК, материальное и моральное стимулирование и др.). Наглядно видно, что социологический анализ выступает органическим компонентом функционирования данной системы (как и других). И такие анализы не делают никакие другие службы, в том числе приглашенные со стороны специалисты.

Существование социологического подразделения на Камском автозаводе свидетельствовало о высоком, современном уровне квалификации менеджмента, в первую очередь — высшего.

Можно сделать такие основные выводы по КамАЗу. Это модель как с использованием всевозможных ресурсов, так и с высокой степенью эффективности инновационной деятельности. Очевидно, предпосылками служили авторитетный статус предприятия, традиции обновления, постоянно поддерживаемая квалификация персонала, настрой на модернизацию со стороны топ-менеджмента (влияние собственника, фактора собственности почти не ощущается). Компоненты инновационной деятельности здесь многочисленны, разнообразны. Именно за счет использования всяких, многих ресурсов достигается высокая эффективность инновационно-модернизационной деятельности. Наиболее впечатляющими чертами инновационной деятельности предприятия являются настрой на постоянное обновление, вовлечение в процесс модернизации всех категорий работников, при этом вовлечение физическое и интеллектуально-этическое, умелое сочетание всех компонентов деятельности, высокая степень мобилизации внутреннего интеллектуального потенциала, взаимодействие с зарубежными фирмами без потери самостоятельности (самобытности), производство без спадов, в том числе за счет управления спросом (другие предприятия, в лучшем случае, ограничиваются изучением спроса). Высокая инновационность, в свою очередь, является одним из главных факторов производственной и социальной эффективности. Опыт КамАЗа ценен и тем, что он отечественный, является показателем (свидетельством)

возможности создания в России своих эффективных инновационных предприятий.

Названная мобилизация внутреннего потенциала, свои ресурсы, весь потенциал предприятия, прежде всего, человеческий, являются мощными побудителями инновационной активности вначале и на последующих этапах. Но обычно на предприятиях собственный потенциал остается нераскрытым, даже сознательно пренебрегаемым вследствие непонимания его достоинств.

По опыту КамАЗа, важно одновременное наличие основных предпосылок (компонентов) инновационной деятельности, названных выше (мобилизация внутреннего потенциала, установление связей с научными учреждениями, осуществление маркетинговой деятельности и т.п.) Это не только запускает инновационный процесс, но и поддерживает его существование, развитие, возможно по механизмам синергетики.

Стоит повторить, что опыт КамАЗа заслуживает распространения. Возможны различные его формы.

Предприятие вполне может служить образцом в общероссийском масштабе. Возможно бы придать ему соответствующий статус, не ущемляющий его основную деятельность, но в то же время приносящий дивиденды от функционирования в качестве образцового. Может быть, целесообразно создать при заводе центр, школу по распространению инновационного опыта, с участием правительства Татарской республи-

ки и Российской Федерации. Нелишне помочь довести отдельные стороны (компоненты) инновационной деятельности до образцового уровня, может быть обогатить заводской опыт. Стоит сделать КамАЗ достоянием всей России.

Список использованных источников

1. Б. Г. Тукумцев. Культура инновационной деятельности в научных учреждениях и возможность ее социологической оценки// Глобализация в российском обществе: сб. научных трудов. СПб.: Нестор-История, 2008.
2. Б. И. Максимов. Совместные, с участием иностранного капитала предприятия ТНК в России как агенты глобализации трудовых отношений//X Международные Лихачевские научные чтения: сб. научн. ст. СПб., 2010.
3. А. Ф. Тягушев, А. П. Федотова. Социологическая служба. (Из серии «Службы предприятий»). Л.: Лениздат, 1985.
4. В. Фетисов. Конвергенция социальных систем — веление времени//Телескоп. № 5. 2012.

An example of innovation-oriented enterprise

B. I. Maximov, PhD, Leading Researcher Worker of Sociological Institute the Russian Academy of Sciences.

In article author consider a car factory «KamAZ» as model of innovative enterprise. The task of article is examination innovative experience of such enterprise and to show factors of success. Author touch also wide conditions of innovative development.

Keyword: innovative enterprise, innovative activities, factors of innovative development, innovative resources, subjects of innovative activities.

ФОНД СОДЕЙСТВИЯ ПРОДОЛЖАЕТ ПРИЕМ ЗАЯВОК НА УЧАСТИЕ В ПРОГРАММЕ «СТАРТ»

Уважаемые заявители!

Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере продолжает прием заявок по реализации программы «СТАРТ».

«СТАРТ» 1-й этап.

Заявки, поданные с 05.10.2015 г. по 31.12.2015 г., находятся на независимой экспертизе, очная защита проектов ожидается в марте-апреле 2016 г.

Заявки, поданные с 01.01.2016 г. по 31.03.2016 г., будут рассмотрены в июне-июле 2016 г.

Заявки, поданные позднее, будут рассмотрены во второй половине 2016 г.

«СТАРТ» 2-й и 3-й этапы.

Заявки, поданные до 31.12.2015 г., находятся на экспертизе, результаты ожидаются в марте 2016 г.

Заявки, поданные с 01.01.2016 г. по 31.03.2016 г., будут рассмотрены в апреле-мае 2016 г.

Заявки, поданные позднее, будут рассмотрены во второй половине 2016 г.

Подача заявок происходит в сети Интернет по адресу <http://online.fasie.ru>.