



Микроэкономика

Оксана ОСИДАЧ

**МЕЖДУНАРОДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
ПОНИМАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ
ИННОВАЦИОННОЙ СПОСОБНОСТИ**

Резюме

Представлены содержание, участники и результаты международного исследовательского проекта в отношении понимания инновационной способности предприятий. Рассмотрено трактование участниками проекта содержания таких понятий, как инновационная стратегия, инновационный процесс, роль работников в инновационной деятельности, инновационные структуры и инновационная культура.

Ключевые слова

Инновация, инновационность, предприятие, инновационная стратегия, инновационный процесс, инновационная культура.

Классификация по JEL: M10, J00.

© Оксана Осидач, 2013.

Осидач Оксана, канд. экон. наук, доцент, Львовский национальный университет им. Ивана Франко, Украина.

Введение

Инновационность сегодня выступает главной предпосылкой выживания предприятия в долгосрочной перспективе на рынке. Она означает умение распознавать потребности в изменениях и улучшениях на предприятии, определять необходимые меры и их воплощать. С учетом все нарастающей динамики рынков, их европейского расширения, способность предприятий и работников к инновациям получает дополнительное значение. Нарастающая миграция специалистов предъясвляет постоянные требования к развитию персонала и организации с учетом обеспечения соответствующего уровня инновационности.

В рамках международного проекта INNO-Work «Workforce and Enterprise challenges in a merging Europe», инициированного Эрфуртским университетом, Техническим университетом Ильменау и консультационной фирмой «Eichenbaum GmbH» (Тюрингия, Германия), в 2010–2011 гг. был проведен опрос предприятий малого и среднего бизнеса Германии, Швейцарии, Польши и Украины с целью определить, что понимают эти предприятия под инновационной способностью и какие факторы являются определяющими для ее обеспечения. Партнерами проекта выступили: в Швейцарии – Университет Цюриха, в Польше – Торговая палата г. Жори (Силезия), в Украине – Львовский национальный университет имени Ивана Франко. С украинской стороны опрос осуществила автор статьи, доцент кафедры экономики предприятия ЛНУ имени Ивана Франко.

Содержание и участники исследования

Для опроса была использована единая для всех участников анкета. При формировании концепции анкеты было осуществлено основательное исследование специальной литературы относительно предмета инновационной способности предприятий и состоялись круглые столы с участием партнеров проекта.

Анкета содержала открытый вопрос о понимании инновационной способности на предприятии, а также 39 стандартизированных высказываний, касающихся стратегии, процессов, работников, структуры, организации и культуры предприятия, а также значения инноваций. Дополнительно анкета включала вопросы в отношении общей характеристики предприятия. Для оценивания ответов была избрана 4-бальная шкала: 1 – полностью не согласен, 2 – скорее не согласен, 3 – частично согласен, 4 – полностью согласен.

Вследствие опроса были получены и обработаны 279 анкет, в том числе 49 – из Германии, 41 – из Польши, 113 – со Швейцарии и 75 – из Украины. Выборка не является репрезентативной, а полученные результаты имеют исследовательский характер.

Для общей характеристики предприятия были поставлены вопросы относительно года основания, количества работающих, среднегодового оборота и отрасли деятельности.

Опрошенные предприятия продемонстрировали большие «ножницы» в отношении сроков пребывания на рынке (184 года): наиболее старое предприятие было основано в 1826 г., а наиболее молодое – лишь в 2010 г. Причем видны четкие различия по странам. В то время как преобладающее большинство немецких и украинских предприятий было основано после 1989 г., некоторые швейцарские предприятия являются достаточно давними. Эти различия можно объяснить экономическими и политическими изменениями конца 1980-х – начала 1990-х гг., которые касались таких стран, как Польша, Украина, и регионов бывшей ГДР. Поэтому предприятия этих стран демонстрируют более краткую историю (рис. 1).

Количество работников и среднегодовой оборот помогли конкретизировать целевую группу. В соответствии с критериями Европейского Союза, малые и средние предприятия (МСП) делятся на три группы: до 10 работающих – наименьшие (микро) предприятия; до 50 работающих – малые предприятия; 50–249 работающих – средние предприятия. В общем опросе в опрошенных странах преобладают микро- и малые предприятия: 30,5 % опрошенных предприятий имеют менее 10 работающих, доля малых предприятий составляет 44,8 %, а доля средних предприятий – 24,7 %. При этом проявляются существенные различия между опрошенными странами. В Польше среди опрошенных преобладают микропредприятия (43,9 % микропредприятий, 26,8 % малых предприятий, 29,3 % средних предприятий). За ней следует Швейцария (40,4 % микропредприятий, 46,5 % малых предприятий, 13,2 % средних предприятий). В Украине, наоборот, на вопрос отвечали преимущественно малые и средние предприятия (9,3 % микропредприятий, 50,7 % малых, 40 % средних предприятий).

Для отнесения предприятий к определенной отрасли была использована «Международная стандартная классификация отраслей экономики» (ISIC). Большая доля предприятий занимается производством товаров (20,8 %). На втором месте – строительство (19,2 % опрошенных предприятий). Также значительная доля приходится на предприятия в сфере публичных и частных услуг (15,8 %), торговлю, обслуживание и ремонт автомобилей и потребительских товаров (11,7 %).

Рисунок 1

Возраст исследованных предприятий**Эмпирические результаты**

Анкета начиналась с предложения, которое необходимо было продолжить: «Инновационная способность для нашего предприятия означает...». В отношении этой фразы высказались 61 % опрошенных (169 из 279 предприятий), причем 18,9 % (32) опрошенных предприятий связывают инновационную способность с разработками и развитием, 15,4 % (26) – с нововведениями, 10,6 % (18) – с конкурентоспособностью и рыночной ориентацией, 8,9 % (15) – с выживанием, 6,5 % (11) – с идеями, творчеством, 4,7 % (8) – с ориентацией на будущее, 4,1 % (7) – с повышением производительности, улучшениями, 3,0 % (5) – с адаптацией, по 2,4 % (по 4) – с прогрессом и преимуществами, по 1,2 % (по 2) – с гибкостью и изменениями, по 1,8 % (по 3) – с созданием стоимости, с расширением, с фокусированием на потребителях. 5,9 % (10) опрошенных продемонстрировали целостное восприятие, 2,4 % (4) настроены критически.

В ответах можно отметить два принципиально различных взгляда. Одни предприятия представляют скорее внутреннюю перспективу и связы-

вают инновационную способность с нововведениями, развитием или прогрессом на предприятии. Для других предприятий инновационная способность означает конкурентоспособность, ориентацию на потребителя или выживание на рынке – перспективу, которая скорее ориентирована на внешнюю среду предприятия.

В целом, из этих высказываний понятным является то, что преимущественное большинство предприятий положительно настроены в отношении инноваций и придают им большое значение. Наконец, лишь четыре предприятия высказались критически, указав, что инновационность ничего для них не означает, представляет неприятности или даже регресс.

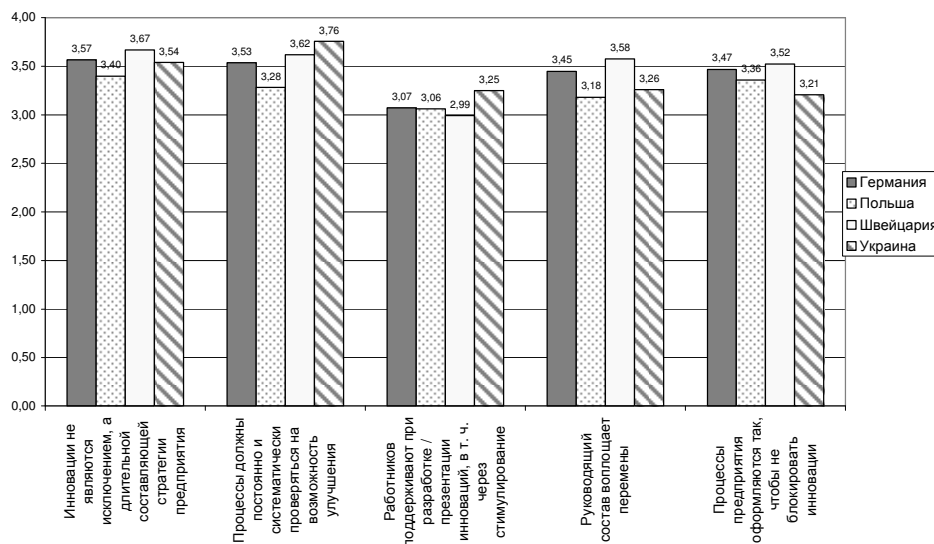
Первый блок анкеты был посвящен инновационной стратегии. Под инновационной стратегией понимают совокупность решений, мер и поведения, служащих достижению инновационных целей. Это означает, что изменения, а также инновационную способность можно активно формировать: предприятие должно прилагать систематические усилия в отношении разработок и создания нового с целью повышения уровня инновационности предприятия. Эта взаимосвязь была представлена в анкете через отдельные высказывания, которые служили подсказками относительно возможных способов поведения в МСП: «Инновации являются не отдельным случаем, а продолжительной составляющей стратегии предприятия», «Процессы должны постоянно и систематически проверяться на возможность улучшения», «Работников поддерживают при разработке/презентации инноваций, в т. ч. через стимулирование», «Руководящий состав воплощает изменения», «Процессы предприятия оформляются так, чтобы не блокировать инновации».

Наибольшее количество поддержки, по средним данным для общей выборки получило высказывание, что «процессы должны постоянно и систематически проверяться на возможность улучшения» (3,6), а также «инновации являются не отдельным случаем, а продолжительной составляющей стратегии предприятия» (3,57). Наименьшее одобрение получило высказывание, что «работников поддерживают при разработке инноваций, в т. ч. путем стимулирования» (3,13). Тем не менее, уровень одобрения в целом является высоким, несмотря на очевидное смещение фокуса в плоскость процессов предприятия, по сравнению с работниками.

При этом бросается в глаза отклонение в ответах по отдельным странам (рис. 2). В частности, по высказываниям «Руководящий состав воплощает изменения» и «Процессы должны постоянно и систематически проверяться на возможность улучшения» проявляется достаточно дифференцированная картина. Кроме того, украинские предприятия со средним значением 3,25 одобряют вознаграждение инновационной активности работников больше, чем немецкие (3,07), польские (3,06) и швейцарские предприятия (2,99).

Рисунок 2

Стратегическая плоскость инновационности в средних величинах по странам



В целом можно сделать вывод, что опрошенные предприятия приписывают инновационности стратегическое значение.

Второй блок высказываний в анкете касался инновационных процессов. При этом внимание сосредотачивалось на описании процесса, который необходим для осуществления на предприятии инноваций: «Систематически по четким критериям развивать идеи», «Систематически по четким критериям анализировать идеи», «Систематически по четким критериям оценивать идеи», «Систематически по четким критериям воплощать идеи», «Учитывать при разработках тенденции рынка и технологий», «Идеи получения как побуждение от потребителей, поставщиков, партнеров или экспертов», «Обмен информацией между работниками разных отделов (например, обмен между конструированием, производством и сбытом)». Это значит, что инновационный процесс представлен как последовательное течение этапов. Причем генерирование идей представляет первый этап, а воплощение – последний. В идеальном случае этот процесс на предприятии является институционализированным.

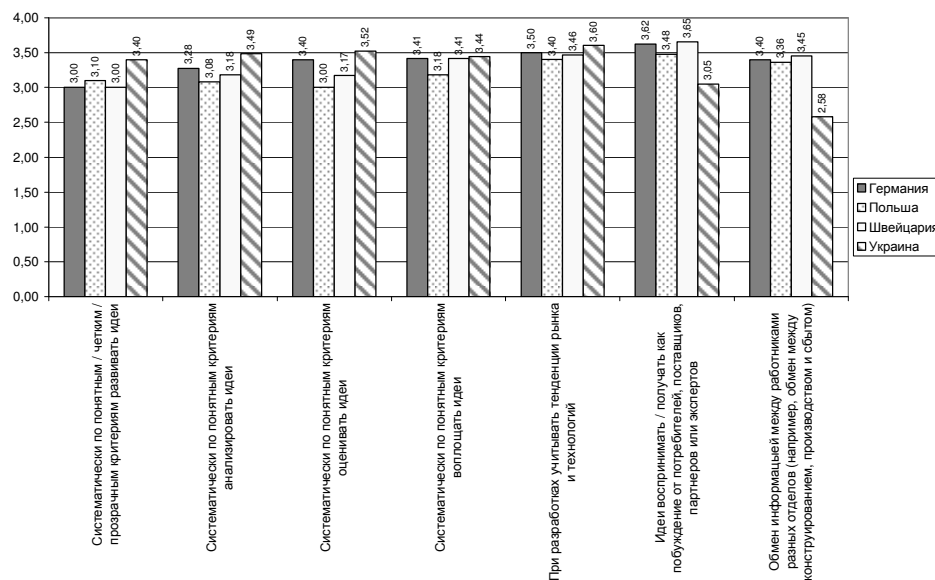
Следует отметить, что опрошенные придают инновационному процессу большое значение. При анализе ответов по средним данным для об-

щей выборки бросается в глаза, что оценки предприятий в отношении систематического развития идей существенно ниже (3,12), нежели оценки относительно систематического анализа (3,29), оценивания (3,32) и воплощения идей (3,4). Это можно объяснить, возможно, тем, что возникновение идей происходит преимущественно без управления, спонтанно, во взаимосвязи с работой или при возникновении проблем, а проработка и воплощение этих идей требует определенного планирования и систематики. Особое место опрошенные отводят импульсам от таких внешних актеров, как потребители, поставщики или партнеры, так же как учету при разработках рыночных и технологических трендов (43,8 % микропредприятий, 26,8 % малых предприятий, 29,3 % средних предприятий).

Если рассматривать этот блок исследования в разрезе стран (рис. 3), то бросается в глаза сравнительно небольшое количество ответов украинских предприятий (2,58) по обмену информацией между работниками из разных отделов. Если предприятия других стран в этой позиции показали относительно высокие оценки (Польша: 3,36; Швейцария: 3,45; Германия: 3,4), то украинские предприятия это тенденциозно отклоняют.

Рисунок 3

Плоскость инновационных процессов в средних величинах по странам



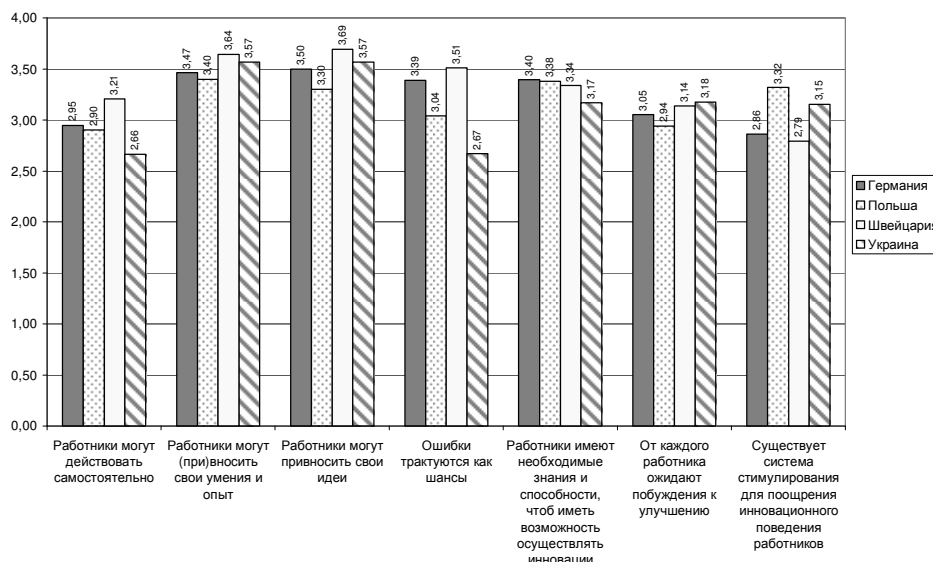
Третий блок высказываний освещал роль персонала в обеспечении инновационности предприятий. Опрошенные должны были определиться по 4-бальной шкале в отношении таких высказываний: «Работники могут действовать самостоятельно», «Работники могут привносить свою компетентность и опыт», «Работники могут привносить свои идеи», «Ошибки рассматриваются как шансы», «Работники имеют необходимые знания и способности, чтобы осуществлять инновации», «От каждого работника ожидают побуждения к улучшениям», «Существует система стимулирования для поощрения инновационного поведения работников».

В этой части анкеты такие высказывания, как «Работники могут привносить свою компетентность и опыт» и «Работники могут привносить свои идеи», получили по средним данным для общей выборки наивысшее одобрение (3,6 и 3,59). В противовес этому, высказывания «Работники могут действовать самостоятельно» и «Существует система стимулирования для поощрения инновационного поведения работников» получили минимальное одобрение (2,99 и 2,98). Выглядит так, что аспект обучения и внесения работниками предложений играет более важную роль в инновационности (3,33), нежели материальные стимулы. Это значит, что от отдельного человека ожидают активного поведения, однако не считают необходимой систему стимулирования для этого. В целом, результат коррелирует с данными исследованиями первого блока, где структурные аспекты инновационности отмечены больше, нежели человеческие.

Если рассматривать этот комплекс ответов в разрезе стран (рис. 4), то можно увидеть скорее одобрительные оценки. Наивысшие одобрительные оценки (рассчитанные в средних величинах по странам) приходятся на высказывания «Работники могут привносить свои идеи» (Германия: 3,5; Польша: 3,3; Швейцария 3,69; Украина: 3,57) и «Работники могут привносить свои компетентность и опыт» (Германия: 3,47; Польша: 3,4; Швейцария 3,64; Украина: 3,57). Для высказываний «Существует система поощрения для стимулирования инновационного поведения работников» и «Ошибки рассматриваются как шансы» можно наблюдать отклонения в зависимости от специфики понимания инновационной способности на предприятиях стран. Особо следует отметить результаты относительно высказывания «Ошибки рассматриваются как шансы». В то время как немецкие (среднее значение 3,34) и швейцарские опрошенные (3,5) придали этому высказыванию достаточно высокое одобрение, в Польше (3,04) и, прежде всего, в Украине (2,71) оно получило существенно меньшую поддержку. Дальнейшая интерпретация этого поведения требовала дополнительного социокультурного анализа различий стран, которого не проводили в пределах исследования.

Рисунок 4

Плоскость персонала в средних величинах по странам



Организационные рамочные условия касаются оформления процессов предприятия, способствующих инновациям. Подсказками возможных способов организации инновационной деятельности в МСП служили в четвертом блоке анкеты такие высказывания: «Работники всех подразделений/отделов и иерархических плоскостей ищут новые идеи и инновационный потенциал», «Работникам отдают в распоряжение пространство (общие ресурсы) для инноваций», «Существующие контактные лица или также возможности для регулярного общения/обсуждений», «Существующий отдел исследований и разработок или ответственный за исследования и разработки», «Обеспечивается обучение и повышение квалификации работников».

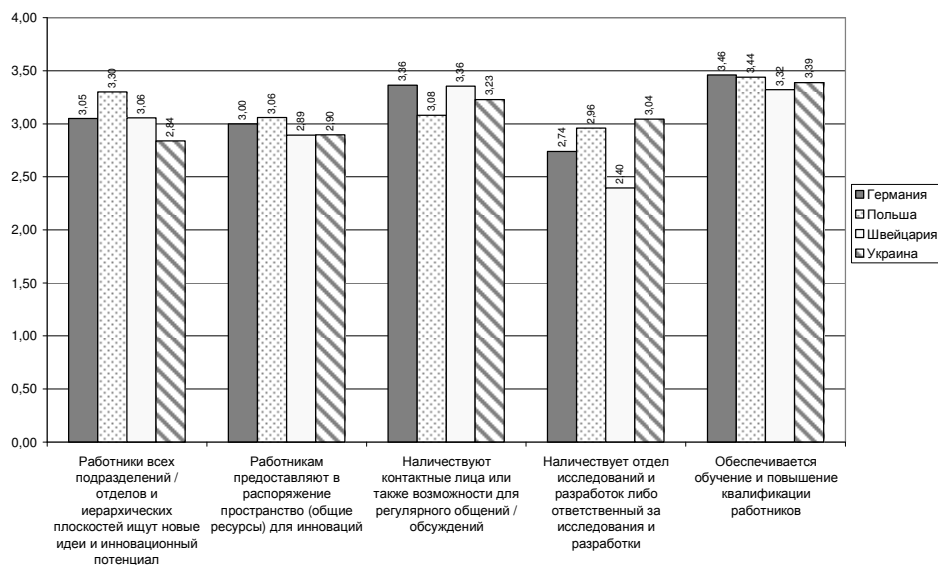
В целом, высказывания в отношении этого блока анкеты получили, по сравнению с другими, меньшее одобрение. Значит, можно сделать вывод, что опрошенные не придают большого значения организационному аспекту инновационной способности. Большую поддержку по средним данным для общей выборки получило высказывание о том, что «обеспечивается обучение и повышение квалификации работников» (3,39). Также высказывание «Существующие контактные лица и/или возможности для регулярных обсуждений» получило у опрошенных преобладающую поддержку (3,3). Лишь

польские предприятия показали в отношении этого высказывания более низкие оценки. Здесь можно предположить взаимосвязь с величиной предприятия, которая в Польше, по сравнению с другими странами, была самой низкой: вероятно, из-за ограниченности персонала не всегда можно найти контактное лицо для обсуждения инновационных намерений.

Одобрительные оценки в сравнении по странам для высказывания «Обеспечивается обучение и повышение квалификации работников» были подобными. Так среднее значение для немецких опрошенных составляло 3,46; для польских опрошенных – 3,44; для швейцарских опрошенных – 3,32 и для украинских опрошенных – 3,38. Заметны отклонения в ответах по высказываниям «Существующий отдел исследований и разработок или ответственный за исследования и разработки» и «Работники всех подразделений/отделов и иерархических плоскостей ищут новые идеи и инновационный потенциал» (рис. 5).

Рисунок 5

Организационная плоскость инновационности в средних значениях по странам



Интересным является отклонение по странам в оценках высказывания «На предприятии существующий отдел исследований и разработок или ответственный за исследования и разработки». Бросается в глаза незначительное количество ответов о наличии отдела исследований и разработок или же ответственного лица. Более глубокий анализ этого тезиса анкеты показал, что 59,6 % опрошенных швейцарских предприятий не согласились с необходимостью специального отдела или ответственного лица. Иная картина проявилась среди польских предприятий: 75,5 % опрошенных скорее согласились или полностью согласились. Подобное поведение в ответах можно наблюдать среди украинских опрошенных: скорее согласились или полностью согласились с этим высказыванием 70,7 %. Дисперсию в ответах украинских опрошенных можно объяснить принадлежностью предприятий к широкому спектру отраслей и их величиной. Для более глубокого исследования выборки недостаточно. Подытоживая, можно сказать, что 56,5 % всех опрошенных скорее соглашались или полностью соглашались с наличием отдела исследований и разработок либо ответственного лица за инновации на предприятии, хотя одобрение является меньшим, нежели в других вопросах. Это коррелирует с результатами исследований партнеров проекта из Нидерландов, у которых наличие такого подразделения рассматривают вообще как преграду в инновационной деятельности, поскольку в таком случае с отдельного работника снимается ответственность за инновации.

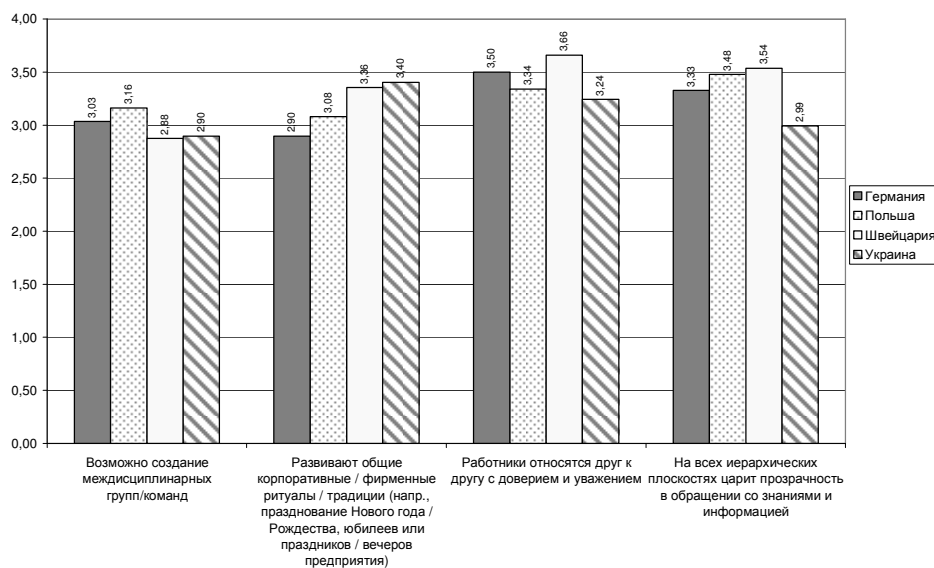
Культура предприятия является главным фактором влияния на инновационность. Предпринимательскую культуру, способствующую творчеству и инновациям, можно формировать путем определенных организационных правил и структуры. Эта взаимосвязь представлена в блоке анкеты «Инновационная культура» посредством таких высказываний: «Междисциплинарные группы/команды», «Общие предпринимательские ритуалы/традиции», «Доверие и уважение», а также «Прозрачность в обращении со знаниями и информацией».

Для большинства опрошенных является важным тот факт, что «работники относятся друг к другу с доверием и вниманием». Это высказывание в общей выборке получило среднюю оценку 3,56. Также имеет важное значение для опрошенных то, что «на всех иерархических плоскостях господствует прозрачность в обращении со знаниями и информацией» (3,42). По сравнению с ними, высказывание в отношении возможности «создания междисциплинарных групп/команд» получило сравнительно более низкие оценки (2,92). Это можно трактовать так, что тенденциозно под благоприятной для инноваций культурой предприятия скорее понимают структуры, нежели человеческие отношения. Хотя как раз межчеловеческие аспекты имеют существенное влияние на мотивацию и инновационное поведение работников.

При сопоставлении ответов по странам сразу проявляются различия. Это особенно касается высказываний, что «на всех иерархических плоскостях господствует прозрачность в обращении со знаниями и информацией» и возможности возвращивания «общих предпринимательских ритуалов/традиций на предприятии» (рис. 6).

Рисунок 6

Плоскость инновационной культуры в средних значениях по странам



В то время как 100 % польских респондентов скорее согласились или полностью согласились с тем, что на всех иерархических плоскостях должна господствовать прозрачность в обращении со знаниями и информацией, 3,6 % швейцарских, 8,3 % немецких и 20,5 % украинских опросах это отклонили. Более содержательные выводы нельзя сделать из-за малой выборки.

На втором месте среди тезисов, которые наименее поддержали, оказались высказывания, что возвращение общих ритуалов на предприятии является проявлением инновационной культуры. Возвращение общих ритуалов больше одобрили украинские (87,8 %) и швейцарские предприятия (87,6 %), по сравнению с польскими (73,2 %) и немецкими (73,5 %). Более глубокий анализ невозможен из-за малой выборки.

Образование междисциплинарных команд/групп представляет фактор влияния на инновационную способность предприятий. С этой взаимосвязью соглашаются 64 % украинских, 69 % швейцарских, 83 % польских и 72 % немецких опрошенных. Этот ответ получил, по сравнению с другими высказываниями, самые низкие одобрительные оценки. Возможным объяснением может послужить то, что существующие структуры предприятия и сфера деятельности не требуют междисциплинарных групп.

В конце анкеты, как дополнение к первому открытому вопросу, были представлены высказывания в отношении понимания инновации. При этом ставилась задача выяснить, воспринимают ли опрошенные инновации в узком смысле – как инновационные продукты – и таким образом, фокусируются на рынке и сбыте, или же в более широком аспекте – как процессы. В то время как более узкое понимание инноваций более направлено на внешнюю среду предприятия и, таким образом, пытается объяснить ситуацию с потребителями и со спросом, понимание инновации в более широком смысле скорее является целостным и направлено на предприятие и его способность к адаптации. В этом блоке анкеты были предложены такие высказывания в отношении трактования инноваций на предприятиях: «Новое развитие процессов», «Новое развитие организационных решений», «Новое развитие продуктов и/или услуг», «Адаптация приспособления процессов», «Адаптация приспособления организационных решений», «Адаптация продуктов и/или услуг», «Вытеснение конкурентов/создание конкурентных преимуществ», «Ориентация на потребителей/спрос», «Анализирование рыночных колебаний», «Новые идеи/творчество».

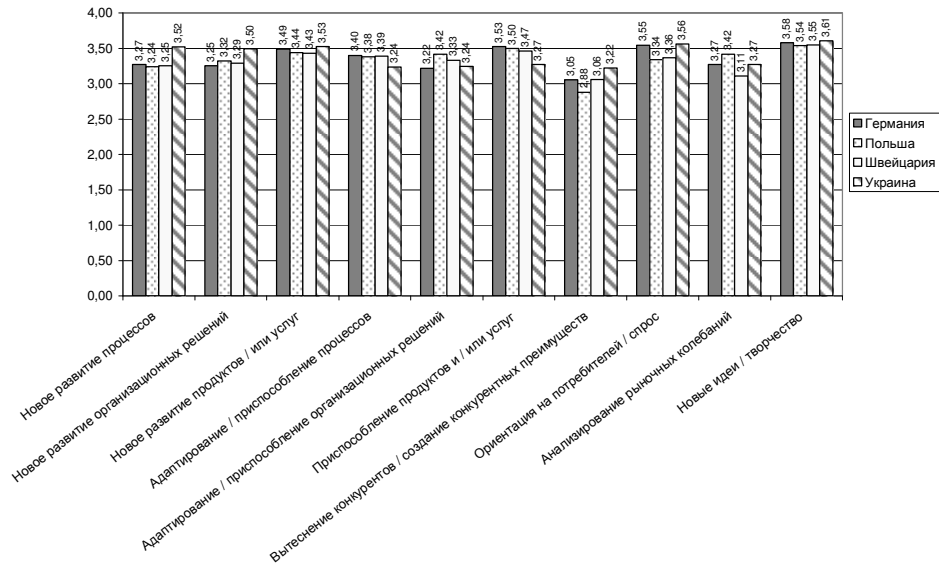
Наибольшее одобрение по средним значениям для целой выборки получило высказывание, что содержанием инноваций является формирование новых идей и творчество (3,59). Реже всего предприятия отмечали, что благодаря инновациям они вытесняют конкурентов или создают конкурентные преимущества (3,12). В целом, результаты показали, что предприятия почти в одинаковой степени отмечают все аспекты инноваций.

Если рассматривать высказывания в отношении понимания инноваций по странам, то бросается в глаза, что украинские опрошенные делают больший акцент на разработку новых процессов или продуктов, нежели на адаптацию (рис. 7).

То, что инновации создают конкурентные преимущества, также было по-разному оценено в отдельных странах. В то время как 61 % польских опрошенных оценили это высказывание как «скорее соглашаюсь» или «полностью соглашаюсь» и таким образом продемонстрировали самые низкие одобрительные оценки, одобрение украинских опрошенных существенно выше. Здесь скорее соглашаются или полностью соглашаются 89 % опрошенных.

Рисунок 7

**Понимание предприятиями сути инноваций
в средних величинах по странам**



Выводы

Исследование засвидетельствовало, что опрошенные предприятия малого и среднего бизнеса из Германии, Польши, Украины и Швейцарии системно подходят к пониманию инновационности: не только как разработки инновационных продуктов и процессов, но и как формирования мер в отношении развития организации и ее адаптации к динамике условий внешней среды. Более подробное рассмотрение системного подхода с использованием методики факторного анализа станет предметом последующих публикаций.

Литература

1. Економіка і організація інноваційної діяльності: Підручник / О. І. Волков., М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.; за ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
2. Мокій А. І., Полякова Ю. В., Осідач О. П., Бабець І. Г. Міжнародний інноваційний менеджмент: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення курсу. – Львів: Видавництво ЛКА, 2004. – 308 с.
3. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності: навч. посіб. – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 204 с.
4. Переходов В. Н. Основы управления инновационной деятельностью. – М.: Инфра-М, 2005. – 222 с.
5. Corsten H., Gössinger, R., Schneider, H. (2006): Grundlagen des Innovationsmanagement. München.
6. Disselkamp, M. (2005): Innovationsmanagement – Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, München.
7. Einsiedler, H., Breuer, K., Hollstegge, S., Janusch, M. (2003). Organisation der Personalentwicklung. Strategisch ausrichten – zielgenau planen – effektiv steuern. Frankfurt a. M.
8. Gassmann O., Sutter P. (2008): Praxiswissen Innovationsmanagement. München.
9. Hauschildt, J., Salomo, S. (2007): Innovationsmanagement. München.
10. Meyer J.-A. (Hrsg.)(2001): Innovationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen. München.
11. Stern T., Jaberg H.(2005): Erfolgreiches Innovationsmanagement. Wiesbaden.
12. Witt J., Witt T. (2008): Innovative Unternehmensführung. Düsseldorf.

Статья поступила в редакцию 20 марта 2013 г.