

Шановалова Олеся Николаевна

студентка

Малхасьян Самвэл Сергеевич

канд. экон. наук, доцент

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга

и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

г. Краснодар, Краснодарский край

ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрена проблема низкого повышения инновационной активности предприятий. Раскрыты основные аспекты понятия «инновационная среда». Выделены компоненты внешней инновационной среды. Отражены элементы внутренней инновационной среды. Отмечена стратегическая роль развития инновационного предпринимательства для России в реализации национальной инновационной политики.*

***Ключевые слова:** инновационная среда, организация, инновации, инновационная деятельность.*

В исследованиях последних лет значительное внимание уделяется проблемам инноваций и предпринимательства. Причем, обе проблемы рассматриваются как теоретически, так и в практическом аспекте. В то же время, несмотря на повышение интенсивности исследований по данным направлениям, наблюдается весьма низкий уровень инновационной активности предприятий. Основой научно-технического прогресса являются изобретения и открытие. Когда новые изобретения находят применение в любой отрасли человеческой деятельности, они приводят к созданию нового продукта или новой технологии, то есть процессу производства продукта. Все это означает, что идея, положенная в основу изобретения, превратилась в нововведение. Нововведение всегда стимулирует появление новых идей, ибо развивает любопытство человека.

Российские руководители полностью разделяют идею о том, что инновации – основная движущая сила для создания более конкурентоспособной экономики (93% в России и в среднем по БРИК; 92% в среднем по 22-м странам); более экологичной экономики (76% в России; 85% в среднем по 22-м странам) а также рабочих мест (72% в России; 85% и 81% соответственно).

Понятие «инновационная среда» появилось в 1980-е гг. в качестве средства анализа системных условий организации инновационной деятельности экономических субъектов с целью создания нового производства и развития новых рынков. Одним из первых ученых, кто дал определение этому понятию, был Мануэль Кастельс, который рассматривал ее «как специфическую совокупность отношений производства и менеджмента, основанную на социальной организации, которая в целом разделяет культуру труда и инструментальные цели, направленные на генерирование нового знания, новых процессов и новые продукты»

Инновационная среда разделяется на внешнюю и внутреннюю.

Внешняя инновационная среда – дальнее (макросреда) и ближнее (микросреда) окружение, составляющее внешнюю среду любого участника инновационного процесса, оказывающее либо косвенное (макросреда), либо прямое (микросреда) влияние на условия инновационной деятельности и ее результат.

В качестве компонентов макросреды выступают социальная, технологическая, экономическая и политическая сферы (СТЭП/ПЭСТ).

Выделяют также внутреннюю инновационную среду, под которой понимают внутрифирменные отношения, связи, образуемые состоянием элементов системы фирмы, влияющих на ее инновационную деятельность.

Знание внутренней инновационной среды дает возможность оценить инновационный потенциал фирмы. Знание внешней – инновационный климат. Знание среды в целом – инновационную позицию фирмы.

Сутью инновации всегда был и есть постоянный эксперимент. Планы, исследования, продуманное распределение ресурсов, несомненно, важны, но маркетинг рынка еще важнее. На успех реализации инноваций на предприятии оказывает влияние множество факторов, среди которых необходимо отметить:

научно-технический потенциал; производственно-техническую базу; основные виды ресурсов; крупные инвестиции; соответствующую систему управления. Правильное соотношение и использование этих факторов, а также тесная взаимосвязь между инновационной, производственной и маркетинговой деятельностью предприятия приводят к положительным результатам в осуществлении инновационной стратегии.

Все элементы, составляющие содержание инновационной среды, не просто вытекают друг из друга, а тесно взаимосвязаны и оказывают взаимное влияние друг на друга. В результате изменения одного из элементов происходит изменение остальных, а в конечном итоге во всей организации. Следовательно, здесь необходим системный подход. С точки зрения стратегического менеджмента инновации служат инструментом приспособления к меняющимся условиям внешней среды, а также средством постоянного совершенствования процессов в организации, направленного на рост эффективности ее деятельности.

Респонденты из России уверены в том, что наиболее успешными инновациями в 21-м веке будут (i) те, которые приносят пользу обществу в целом, а не отдельным потребителям или гражданам (84% в России и в среднем по 22-м странам; 85% в среднем по БРИК), а также (ii) те, которые сосредоточены на удовлетворении потребностей человека, а не на создании большей прибыли (76% в России, 75% и 77% соответственно). Они также разделяют веру в то, что успех инновационной деятельности в 21-м веке будет в большей степени определяться сотрудничеством между несколькими заинтересованными игроками, чем индивидуальными усилиями каждой конкретной организации (89% в России, 86% и 87% соответственно).

Развитие инновационного предпринимательства для России играет стратегическую роль в реализации национальной инновационной политики, поэтому правительство уделяет большое внимание этому вопросу. Формирование инновационной среды необходимо для обеспечения высокотехнологичного производства и осуществляется посредством выявления и применения инновационных

возможностей определенных систем, а также создания условий для эффективности инновационной деятельности. Развитие среды любого уровня, благоприятной для инновационной деятельности, является одной из ключевых задач, поставленной в Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Список литературы

1. Структура и содержание инновационной среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studme.org/44992/investirovanie/struktura_soderzhanie_innovatsionnoy_sredy (дата обращения: 11.04.2017).