

Новгородов Артем Витальевич

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет»

г. Москва

СИСТЕМА ИННОВАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены основные аспекты коммуникаций в рамках инновационной деятельности предприятий. Раскрывается сущность таких коммуникаций, их свойства и формы, в которых они существуют. Описана важная роль инвестиционных институтов в системе инновационных коммуникаций.*

***Ключевые слова:** коммуникация, инновация, технология.*

Информационное общество невозможно представить без коммуникации. Под коммуникациями понимают группу информационных каналов, которые позволяют передавать сведения интеллектуального и эмоционального характера. С помощью коммуникаций осуществляется связь между структурными единицами предприятия, тем самым достигается его целостность как системы. Организация коммуникаций может способствовать повышению эффективности труда, повышения удовлетворенности корпоративным взаимодействием. Инновационные коммуникации возникают в случае обмена участниками рыночных отношений информацией на предмет нововведений. Таким образом, под инновационной коммуникацией можно понимать деятельность, направленную на претворение новаций в жизнь. Сущность ИК заключается в трех следующих составляющих: коммуникация как сфера деятельности; технологический аспект коммуникации; реализация идей руководства предприятия.

Инновационные коммуникации основываются на системе взглядов экономической оптимизации инноваций. Во-первых, для оптимизации коммуникаций нужно рационализировать их совокупность на всем инновационном пути. Решить эту задачу возможно путем системного подхода к выбору коммуникативных отношений, структуризации управления, к проектированию

взаимосвязанных процессов движения ресурсов в инновациях. Во-вторых, построение коммуникативных отношений в инновационной системе в большей степени работниками, нежели менеджерами компании.

Основные свойства системы инновационных коммуникаций:

1. Система инновационных коммуникаций – это целостная совокупность экономических отношений субъектов инновации.
2. Действующие связи между субъектами данной системы определяют интегративные качества системы.
3. Коммуникации между субъектами упорядочены [3, с. 194].

Выделяют несколько организационных форм инновационного процесса: административно-хозяйственную; программно-целевую; инициативную.

Административно-хозяйственная форма подразумевает наличие производственно-научного центра – корпорации, которая объединяет научные исследования и разработки под общим руководством. Многие организации, выполняющие научные исследования действуют в промышленной сфере. Программно-целевая форма служит для решения задач научно-технических прорывов в таких отраслях как биотехнология, микроэлектроника, робототехника. Также существует практика создания новых предприятий для решения крупных задач. Создаются инженерные центры, университетские исследовательские центры. В развитых странах существует практика создания технополисов, где наука взаимодействует с производством.

Инициативная форма инновационного процесса заключается в финансировании научно-технической, консультативно-управленческой и административной помощи изобретателям-одиночкам, инициативным группам, а также малым предприятиям, которые создаются для освоения разного типа нововведений, например, технических. Значение подобных экономических и организационных механизмов вытекает из специфики самого инновационного процесса, особенно на ранних стадиях, когда велика степень неопределенности. В данном случае упор делается на человеческий фактор. Согласно исследованию, проведенному в США, небольшие инновационные предприятия с численностью до 300 человек,

специализирующиеся на создании новой продукции, дают в 24 раза больше нововведений на каждый доллар, вложенный в НИОКР, нежели крупные корпорации.

Современные формы инновационных коммуникаций развиваются как на научном, так и на коммерческом интересе. Наиболее часто встречающимися формами инновационных коммуникаций считают кооперационную, субъектную и кризисную. Кооперационная коммуникация характерна для совместной инновационной деятельности, где стороны обязуются путем научно-технической, сбытовой и производственной кооперации осуществлять проект развития производства. В подобных условиях возможно создание инновационного консорциума. Инновационный консорциум не является юр. лицом, однако, объединяет партнеров по инновационной деятельности на обязательных отношениях друг с другом и каждого из них с заказчиком. Такое объединение создается по принципу совместного разделения прибыли и рисков пропорционально вкладу каждого члена консорциума.

Субъектная коммуникация характерна для ситуации, когда для реализации инновации необходимо создание юридического лица. Такая необходимость обуславливается следующими факторами: характером и масштабами инновации; отсутствием таких действующих производственных объектов, где можно организовать новое производство; экономической выгодой именно такого направления инвестиций, осуществляемого путем нового строительства [2, с. 354]. Оценка состояния существующего производственного объекта необходима для определения положения его на кривой жизненного цикла. В случае, когда инновация касается продукта производства, то инвестиции могут быть связаны с ростом продаж или поддержанием экономических показателей в определенный отрезок времени. Когда речь идет о новом продукте, создаются условия, которые исключают негативное влияние остального производства на инновацию. Это подразумевает проведение анализа финансового состояния, оценки платежеспособности в будущем, а также специальных мер для стабильной работы субъекта. Необходимость выделения кризисной формы инновационной коммуникации

подчеркивает не только современную обстановку в экономической сфере, но и ее комплексность. Кризисные ИК эффективны в финансово-промышленных группах, которые создаются как саморазвивающиеся структуры, имеющие в своей основе сбалансированную производственно-экономическую систему.

Важную роль в системе инновационных коммуникаций играют инвестиционные институты. К ним относятся: коммерческие инвестиционные банки и компании, инвестиционные фонды, страховые и трастовые компании и, наконец, государство. Универсальность функций инвесторов в исследуемых инновационных коммуникациях проявляется в их полном участии проекте: в оценке инвестиционной стоимости предприятия; в привлечении средств; в управлении активами инновационного субъекта [1, с. 221].

Можно сделать вывод, что инновационные коммуникации и характерные для них отношения возникают там, где участники инновации вступают в рыночные отношения и обмениваются информацией по предмету и объекту нововведения, а также разделяют будущий результат и несут риск, связанный с получением этого результата.

Список литературы

1. Дзялошинский И.М. Деловые коммуникации: теория и практика: учебник для бакалавров / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 433 с.
2. Кривоко́ра Е.И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривоко́ра. – М.: Инфра-М, 2017. – 447 с.
3. Тимофеев М.И. Деловые коммуникации: учебное пособие / М.И. Тимофеев. – М.: Риор, 2018. – 312 с.