

УДК 658.3

**Кабакова Анна Евгеньевна,**

магистрант,  
кафедра Экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях,  
Высшая школа экономики и менеджмента,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»  
г.Екатеринбург, Российская Федерация

**Кельчевская Наталья Рэмовна,**

доктор экономических наук,  
заведующий кафедрой Экономики и управления на металлургических и машиностроительных  
предприятиях,  
Высшая школа экономики и менеджмента,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»  
г.Екатеринбург, Российская Федерация

### **РОЛЬ НЕФОРМАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

*Аннотация:*

В условиях борьбы с глобальным экономическим и финансовым кризисом особое внимание уделяется инновационному предпринимательству, поскольку оно играет важную роль в содействии экономическому росту, созданию рабочих мест и сокращению масштабов нищеты, помогает решать ключевые социальные и экономические проблемы. Инновации в предпринимательстве открывают дорогу к новым товарам и услугам, методам производства, источникам сырья и технологиям. Наиболее перспективными источниками новых технологий и продуктов являются междисциплинарные кооперации, возникающие в результате работы неформальных механизмов распространения новых идей. В данной статье рассмотрена роль неформальных связей в развитии инновационного предпринимательства в России.

*Ключевые слова:*

инновации, инновационное предпринимательство, социальные сети, информационные сети, неформальные связи, неформальная организация

В последние десятилетия инновации стали объектом экономических исследований в качестве ключевого долгосрочного фактора экономического развития. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) трактует понятие «инновация» как «внедрение нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового маркетингового метода или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связей компании» [1]. В Руководстве Осло «Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям» определены четыре типа инноваций, которые охватывают широкий спектр изменений в деятельности фирм (рис. 1). В более ранней классификации, предложенной авторами Гопалакришнан и Даманпур в 1997 году, были выделены два основных типа инноваций [2]:

- инновации как процесс, поощряющий изменения (результат акцента на инновации);
- инновация как событие, объект или дискретный продукт, характеризующийся новизной.

Однако эту классификацию можно разделить, так как она очень широкая. «Инновации как событие, объект или дискретный продукт» можно разделить на несколько подтипов: «инновация как событие», «инновация как физический объект» и «инновация как нечто новое» (новый процесс или способ организации чего-то).



Рисунок 1 – Типы инноваций [3]

Следует отметить, что инновации могут возникать как внутри, так и за пределами исследовательских центров компании. Однако существует ряд особенностей, характеризующих внедрение инноваций, независимо от того, был ли источник возникновения инновационной идеи внутренним или внешним [4]:

1) неопределенность в отношении результатов инновационной деятельности. Неизвестно заранее, каков будет результат внедрения инноваций или сколько времени и ресурсов потребуется для внедрения нового производственного процесса, маркетингового или организационного метода, и насколько этот процесс будет успешным.

2) необходимость инвестиций. Инвестиции, связанные с инновациями, могут включать приобретение материальных и нематериальных активов, а также другие инвестиционные расходы (такие как заработная плата, покупка материалов или услуг), которые могут принести потенциальную прибыль в будущем.

3) возможность передачи (продажи). Преимущества инноваций редко полностью присваиваются фирмой-изобретателем. Компании, которые внедряют инновации, могут извлечь выгоду из распространения инновационных знаний. Для некоторых инновационных мероприятий затраты на подражание существенно ниже затрат на разработку собственных инноваций.

4) использование новых знаний или новое использование или сочетание существующих знаний. Новые знания могут либо генерироваться инновационной фирмой в ходе ее инновационной деятельности, либо приобретаться извне через различные каналы (например, приобретение новых технологий). Использование новых знаний или сочетание существующих знаний требует инновационных усилий, которые можно отличить от стандартизованных процедур.

5) направленность на повышение эффективности работы фирмы за счет получения конкурентного преимущества (или просто поддержания конкурентоспособности) путем изменения кривой спроса на продукцию фирмы (например, путем повышения качества продукции, предоставления новых продуктов или открытия новых рынков или групп клиентов) или кривая затрат фирмы (например, за счет снижения удельных затрат на производство, покупку, распределение или транзакцию); или путем повышения способности фирмы внедрять инновации (например, повышать способность разрабатывать новые продукты или процессы или получать и создавать новые знания).

Крайне важно знать, почему фирмы внедряют инновации. Как уже упоминалось, конечной целью такого внедрения является повышение эффективности работы фирмы, например, увеличение спроса на ее продукцию или сокращение затрат. В частности, спрос на новый продукт может создать рыночное преимущество для новатора. В случае инновационных процессов, повышающих производительность, фирма получает преимущество над конкурентами, что позволяет повысить цену или, в зависимости от эластичности спроса, увеличить свою долю на рынке и прибыль путем использования комбинации более низкой цены и увеличенного объема. Таким образом, инновационное предприятие обладает рыночным преимуществом.

Инновационным называют предприятие, которое в своей деятельности реализует какие-либо новшества, в то время как инноватор продукта или процесса определяется как фирма, которая реализовала либо продукт, либо инновацию процесса. Продукт, процесс, метод маркетинга или организационный метод должны быть новыми для фирмы или должны рассматриваться как значительно улучшенные по сравнению с существующими продуктами, процессами и методами. Это определение включает, с одной стороны, продукты, процессы и методы, которые фирмы разрабатывают первыми, а с другой – те, которые были приобретены у других фирм или организаций.

Исходя из вышесказанного, инновационное предпринимательство представляет собой предпринимательскую деятельность, направленную на создание и использование инноваций в каких-либо сферах. По данным Платформы инновационной политики, разработанной Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Всемирным банком, инновационное предпринимательство возникает на пересечении трех областей [5]:

- инновационные предприятия;
- молодые и высокоразвитые предприятия;
- МСП (малые и средние предприятия).

На рисунке 2 представлен модуль инновационного предпринимательства.



Рис. 2. Модуль инновационного предпринимательства [5]

Если говорить об отечественном инновационном предпринимательстве, то, согласно современным исследованиям, инновационное предпринимательство в целом по России не занимает лидирующих позиций. Хотя в настоящее время инновационное развитие российского предпринимательства с целью достижения им современного уровня требований к конкурентоспособности на мировом уровне становится наиболее острым. Кроме того, внедрение инноваций на всех стадиях процесса предпринимательства является необходимостью в условиях борьбы с глобальным экономическим и финансовым кризисом.

Как и в случае с традиционным предпринимательством, первой стадией инновационного предпринимательства как процесса является стадия поиска, формирования инновационной идеи. Именно на этой стадии процесса инновационного предпринимательства огромную роль играют неформальные связи.

Неформальные связи представляют собой взаимодействие людей, объединенных общими взглядами, склонностями, интересами, и объединенных в неформальную группу. В свою очередь, неформальная группа (организация) – это стихийно образовавшаяся группа людей, вступивших в регулярное взаимодействие для достижения определенных целей. Отношения между членами такой группы зачастую формируются на основе личных симпатий, никакой регламентации общения нет, как нет и официального списка членов коллектива, утвержденных обязанностей, установленных ролей.

Неформальными могут быть как внутренние, так и внешние коммуникации. Разница заключается в том, что внутренние коммуникации осуществляются только в пределах одной формальной организации, а внешние представляют собой неформальные контакты с лицами, не являющимися сотрудниками данной организации. В современных условиях неформальные связи представляют собой не только важный способ укрепления доверия, но и являются основным источником обмена информацией и новостями, связанными с организацией и рынком между сотрудниками, начальниками и подчиненными, и чаще всего первыми узнают об изменениях на рынке те, кто входит в состав как можно большего количества неформальных организаций.

Согласно многочисленным исследованиям, внешние неформальные связи предоставляют доступ к более широкому набору технологических возможностей посредством обмена информацией, а во внутренних неформальных организациях сотрудники часто становятся источниками инновационных идей, связанных с инновационными продуктами, инновациями организационного процесса, маркетинговыми инновациями [6]. Современные исследования свидетельствуют, что между инновационным предпринимательством и неформальными связями прослеживается устойчивая взаимосвязь. Так, в исследовании университета Сан-Хосе (2014) было доказано, что между социальными сетями, знаниями и инновациями существует тесная связь [7]. Исследование британских авторов Томлинсона и Фай, в котором приняло участие 371 предприятие (МСП), в свою очередь, подчеркнуло важность внешних неформальных связей в повышении инновационной деятельности фирм. Авторы отметили, что благодаря неформальным связям МСП могут преодолевать свои внутренние ограничения ресурсов и получать преимущества. Кроме того, результаты исследования показали, что неформальные внешние организации стимулируют продуктивную деятельность, которая имеет решающее значение для инноваций, способствуя повышению их эффективности [8].

Итак, наиболее перспективными источниками новых технологий и продуктов являются междисциплинарные кооперации, возникающие в результате работы неформальных механизмов распространения новых идей. Поколение инноваций больше не зависит от отдельных личностей, но предполагает сотрудничество многих различных участников. Таким образом, значимость неформальных связей в развитии инновационного

предпринимательства является очевидной. Математическое определение корреляционной зависимости неформальных связей и инновационных процессов предприятий является перспективной, но самостоятельной задачей и составит предмет самостоятельного исследования.

#### Список используемых источников

1. Innovation today // OECD. The Innovation Imperative: Contributing to Productivity, Growth and Well-Being. – 2015. – С. 33–45.
2. Gopalakrishnan S., Damanpour F. A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management // Omega. – 1997. – No. 25(1). – С. 15–28.
3. Types of innovations // Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. – 2005. – С. 16–17.
4. Pichlak M. Innovation generation process and its determinants // International Journal of Contemporary Management. – 2015. – No. 14(1). – С. 51–66.
5. Innovative Entrepreneurship / The Innovation Policy Platform [Электронный ресурс] URL: <https://www.innovationpolicyplatform.org/about> (дата обращения 02.11.2017)
7. Литовченко И.С. Инновационное предпринимательство // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2012. – No 4(33). – С. 179–182.
8. Wang Ch., Rodan S., Fruin M., Xu X. Knowledge networks, collaboration networks, and exploratory innovation // Academy of Management Journal. – 2014. – No. 2. – С. 484–514.
9. Tomlinson Ph.R., Fai F.M. The nature of SME co-operation and innovation: A multi-scalar and multi-dimensional analysis // Int. J. Production Economics. – 2013. – 141. С. 316–326.

#### **Kabakova Anna,**

Master student,

Department of Economics and Management at Metallurgical and Machine-Building Enterprises,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University

named after the first President of Russia B.N.Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

#### **Kelchevskaya Natalya,**

Doctor of Economic Sciences,

Head of Department of Economics and Management at Metallurgical and Machine-Building Enterprises,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University

named after the first President of Russia B.N.Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

### **THE ROLE OF INFORMAL RELATIONS IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA**

#### *Abstract:*

In the face of the global economic and financial crisis, special attention is paid to innovative entrepreneurship, as it plays an important role in promoting economic growth, creating jobs and reducing poverty, and helping to solve key social and economic problems.

Innovations in entrepreneurship open the way to new goods and services, production methods, sources of raw materials and technologies. The most promising sources of new technologies and products are interdisciplinary cooperation arising from the work of informal mechanisms for the dissemination of new ideas.

In this article, the role of informal ties in the development of innovative entrepreneurship in Russia is considered.

#### *Key words:*

innovations, innovative entrepreneurship, social networks, information networks, informal connections, informal organization