

«ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ» – БУДУЩЕЕ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Концепция «открытых инноваций» активно завоевывает умы не только теоретиков и практиков инновационного менеджмента, но и структуры государственного управления, активно обсуждают в мире парадигму открытых инноваций. Этот термин введен в 2003 г. в научный оборот Генри Чесбро, который определяет «открытые инновации», как ценные идеи, которые могут поступать как из самой компании, так и извне и могут оказываться на рынке в результате как действий самой компании, так и других структур (Chesbrough, H. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology.* – Boston, 2003. – p. 5). А модель открытых инноваций рассматривается как инновационная политика и инновационная деятельность компании, в которой «могут и должны наряду с собственными использоваться и внешние идеи, а также применяться «внутренние» и «внешние» способы выходов на рынок со своими более совершенными технологиями». В последнее время мы наблюдаем переход от парадигмы закрытых или внутренних инноваций к парадигме открытых инноваций. Чем же он обусловлен? В основном, установленным смещением акцентов в отношении источников идей, лежащих в основе создания конкурентоспособных инноваций и их использованию в условиях глобальной экономики.

Открытые инновации нацелены на создание новых коммерческих возможностей путем совместного вывода на рынок новых продуктов и услуг за счет использования комплементарных знаний разных партнеров. Сравнивая особенности инновационной деятельности, осуществляемой на принципах открытости и закрытости, можно отметить следующее.

При закрытом подходе компания не использует внешние источники для создания инноваций, а рассчитывает преимущественно на собственные исследовательские подразделения и компетенции своих работников, стремится защитить свои инновации правами на интеллектуальную собственность. В качестве примера стратегии закрытых инноваций можно привести такие компании как IBM, General Electric и другие.

Открытая инновационная практика предполагает активный поиск перспективных идей во внешней среде, совместные исследования и создание инноваций с другими партнерами, а также стратегическое использование прав на интеллектуальную собственность. Открытые инновации – многогранное явление. В научной литературе описано множество различных его практик: стратегические альянсы, субподряды, лицензирование, совместные предприятия, создание компаний на базе университетов, совместное использование установок, межотраслевые альянсы, сотрудничество в сфере стандартизации, совместные или скоординированные разработки, кооперативные венчурные инвестиции, инновации с ценными бумагами, научно-производственная кооперация.

Процесс открытых инноваций может осуществляться в пяти основных формах: *привнесение знаний извне, передача знаний, партнерство, венчуры, инновации по инициативе пользователей.*

На практике компании сочетают различные стратегии в зависимости от особенностей конкретного рынка, технологии и других обстоятельств. Лучшее доказательство эффективности поиска инноваций на открытом рынке – это конкретные цифры, которые можно привести из опыта Procter & Gamble. Всего лишь за два года компания увеличила долю новых продуктов, поступающих из внешних источников с 20 % до 35 %. И теперь планирует довести ее до 50 %. В компании работает 7500 исследователей, представляющих 150 научных направлений. В то же время за пределами P&G имеется 1,5 млн ученых, обладающих не менее высокой квалификацией, т.е. на каждого сотрудника приходится около 200 подобных специалистов. Расходы американских компаний на персонал, занимающийся НИОКР, составляют в среднем 100 тыс. дол. в год. В то же время в Индии зарплата специалиста, имеющего ученую степень, составляет примерно 3 тыс. дол. в год. Оборот P&G оценивается в 51 млрд дол., ежегодно увеличиваясь на 6–7 %. Арифметика очень простая: если половину всего необходимого получать извне, то объем продаж, достигаемый за счет использования модели налаживания контактов и организации разработок, превысит миллиард долларов, т.е. открытые инновации обходятся примерно в 25 раз дешевле, чем закрытые.

Ориентация инновационной деятельности на открытую либо закрытую модель зависит от локального контекста – особенностей социально-экономической среды и национальной инновационной системы. Уровень развития сферы исследований и разработок, систем управления, защиты прав на интеллектуальную собственность, образования влияют на выбор местными фирмами той или иной модели инновационного поведения и их способность извлекать знания об инновациях изнутри или извне.

В настоящее время бизнес вступает в новый этап инновационной деятельности, когда источники инновационного потенциала компаний находятся за их пределами. Несмотря на то, что для производства ядерных реакторов и авиадвигателей есть веские причины оставаться закрытыми, многие отрасли промышленности находятся в процессе трансформации между двумя парадигмами. Речь, прежде всего, идет об автомобильной, биотехнологической, фармацевтической, медицинской, компьютерной, коммуникативной отраслях, а также о сферах программного обеспечения, банковских и страховых услуг, производства потребительских товаров, и, даже, военной техники и систем коммуникаций. Центр формирования инноваций в этих секторах смещается с центральных НИОКР лабораторий в старт-ап компании, получающие все большее распространение, а также в университеты и другие организации-посредники инноваций.