

Т. С. Пальчевская

Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Белоруссия

Формирование инновационной среды как фактор устойчивого развития цепи поставок

Аннотация. Вопросы повышения устойчивости цепей поставок приобретают все большее значение в текущих рыночных условиях роста конкуренции, глобализации и цифровизации. В статье рассматривается определение понятия «инновационная среда», предлагается ряд мероприятий по формированию инновационной среды в цепях поставок, что в дальнейшем будет способствовать повышению конкурентоспособности и устойчивости не только каждого отдельного участника, но и всей цепи в целом.

Ключевые слова: инновационная среда; инновационная экосистема; инновации; цепь поставок.

В текущих условиях функционирования рынка конкурентоспособность организации во многом определяется конкурентоспособностью ее цепи поставок. Скорость, надежность и гибкость выполнения заказов являются одними из важнейших показателей, влияющих на выбор покупателем продукции того или иного производителя. А выполнение заказов в нужные сроки и с нужным качеством, их конфигурация под нужды потребителя зависят не только от предприятия-производителя, но и от работы других организаций в цепи поставок. В связи с этим, большое значение приобретают вопросы кооперации организаций-участников цепи поставок.

В то же время на повышение конкурентоспособности цепи поставок влияет создание инновационных продуктов, удовлетворяющих или создающих спрос у потребителя. В свою очередь, поддержание высокой конкурентоспособности является необходимым условием для устойчивого развития цепи поставок.

И повышение кооперации, и обеспечение высокой скорости реакции, надежности, гибкости, и создание инновационных продуктов может быть достигнуто за счет создания инновационной среды в цепи поставок.

Инновационная среда — это специфическая совокупность отношений производства и менеджмента, основанная на социальной организации, которая в целом разделяет культуру труда и инструментальные цели, направленные на генерирование нового знания, новых процессов и новых продуктов [1].

Формирование инновационной среды в цепи поставок может быть достигнуто за счет ряда мероприятий, представленных в таблице.

Мероприятия по формированию инновационной среды в цепи поставок

Мероприятие	Содержание
Использование модели открытых инноваций	Взаимодействие с талантливыми людьми внутри и за пределами компании. Использование внешних и внутренних НИОКР. Создание более совершенной модели бизнеса важнее, чем выход первыми на рынок. Получение прибыли от интеллектуальной собственности и покупка интеллектуальной собственности у других в случае, если это соответствует принятой бизнес-модели [2, с. 31–32]
Поиск новых направлений создания инноваций	Проведение конференций и рабочих встреч между участниками цепи поставок, посещение выставок и ярмарок. Сотрудничество с научно-исследовательскими лабораториями, университетами и колледжами в области создания новых продуктов и услуг. Использование дипломных и научных работ студентов университетов и колледжей, сотрудничающих с участниками цепи поставок
Обучение сотрудников	Проведение семинаров, обучающих курсов, воркшопов и мастер-классов на базе университетов и колледжей, сотрудничающих с участниками цепи поставок
Формирование единого информационного (цифрового) пространства между участниками цепи поставок	Цифровое взаимодействие между участниками цепи поставок на базе B2B платформ, создания единого веб-сайта, участия в инновационных экосистемах, электронного обмена данными между участниками цепи поставок

Рассмотрим поподробнее различные варианты создания единого информационного (цифрового) пространства между участниками цепи поставок.

1. B2B платформы. B2B — это обмен товарами и услугами между компаниями через электронную площадку. При этом компании, работающие в сфере B2B, используют прямую либо рыночную модель для ведения своего бизнеса. Прямая модель предполагает, что компании создают свои собственные платформы и продают товары напрямую покупателям. Рынок — это платформа, на которой различные компании продают товары вместе со своими конкурентами¹. При этом товаром на B2B платформе могут выступать не только какие-то материальные объекты, ни и идеи, разработки. При формировании инновационной среды в цепи поставок целесообразным представляется создание прямой B2B

¹ *In-depth* Report: B2B e-Commerce, 2021. — URL: <https://www.statista.com/study/44442/statista-report-b2b-e-commerce> (дата обращения: 26.04.2022).

платформы на базе крупной компании, занимающей главенствующее положение в цепи поставок.

2. Единый веб-сайт. Создаваемые сайты могут быть открытого типа, т. е. доступными как для участников цепи поставок, так и для общественности, а также закрытого типа, доступ к которым невозможен без предварительной регистрации и одобрения модераторов сайта.

3. Инновационная экосистема. Под данным термином понимается сетевая система, состоящая из сообществ правительств, предприятий-производителей, предприятий, производящих дополнительные продукты, и клиентов, которые взаимодействуют, общаются или продвигают инновации для создания ценных новых продуктов [3]. Примерами таких инновационных экосистем являются:

— технологическая экосистема Нью-Йорка, включающая в себя работников правительства Нью-Йорка, предприятий частного сектора и тех, кто работает не по найму. При этом данная экосистема не ограничивается только технологическими фирмами и включает в себя 7 % из 4,27 млн чел., работающих в Нью-Йорке¹;

— инновационная экосистема Стокгольма, также именуемая «фабрикой единорогов», т. е. компаний со стоимостью более 1 млрд долл. США. Такие компании, как Skype, King, Mojang, Klarna, Spotify и iZettle, были созданы в данной экосистеме. Среди факторов, повлиявших на успех экосистемы, называют бесплатное образование для населения, культуру обмена, открытость к новым идеям, систему социального обеспечения, а также поддерживающую стартап-экосистему с доступом к коворкинг-пространствам, центрам стартапов, мероприятиям, инновационным грантам и растущему числу бизнес-ангелов и фирм венчурного капитала²;

— инновационная экосистема Токио, характеризующаяся растущим количеством стартапов, движимых сотрудничеством корпораций и стартапов. Такие японские корпорации, как Toyota Motor и Panasonic, увеличивают инвестиции в стартапы, вложив в 2017 г. в 27 раз больше денег, чем пять лет назад. Помимо корпоративного венчурного капитала, корпорации объединяются для создания фондов, поддерживающих новые технологии³.

¹ *The New York City tech ecosystem: generating economic opportunities for all New Yorkers.* — URL: https://www.hraadvisors.com/wp-content/uploads/2014/03/NYC_Tech_Ecosystem_032614_WEB.pdf (дата обращения: 26.04.2022).

² *Stockholm — the unicorn factory.* — URL: <https://www.stockholmbusinessregion.com/press/story-ideas/stockholm-the-unicorn-factory> (дата обращения: 26.04.2022).

³ *The World's top innovation hubs for corporate innovators.* — URL: <https://www.rocket-space.com/corporate-innovation/worlds-top-innovation-hubs-corporate-innovators> (дата обращения: 26.04.2022).

4. Электронный обмен данными между участниками цепи поставок предполагает использование технологии EDI для непосредственной передачи информации. В транзакциях EDI информация перемещается непосредственно из компьютерного приложения в одной организации в компьютерное приложение в другой¹. При этом доступ к информации будут иметь только участники цепи поставок, что обеспечивает более высокий уровень безопасности, но ограничивает поток новых идей.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что формирование инновационной среды в цепи поставок может быть достигнуто различными способами: за счет изменения существующей бизнес-модели и перехода на открытые инновации, создания единого информационного пространства, а также обучения сотрудников и проведения совместных мероприятий между участниками цепи. При этом каждый способ различается по степени открытости и обеспечения безопасности генерируемой информации, а также сложностью внедрения. Перспективным направлением дальнейшего исследования представляется определение готовности цепи поставок к формированию инновационной среды, а также выявление показателей оценки функционирования инновационной среды в цепи поставок.

Библиографический список

1. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 606 с.
2. *Чесбро Г.* Открытые инновации. Создание прибыльных технологий. — М.: Поколение, 2007. — 336 с.
3. *Ding L., Wu J.* Innovation ecosystem of CNG vehicles: a case study of its cultivation and characteristics in Sichuan, China // Sustainability. — 2018. — Vol. 10, no. 1. — P. 39.

¹ What is EDI? — URL: <https://www.ibm.com/topics/edi-electronic-data-interchange> (дата обращения: 26.04.2022).