

УДК 001.895

## ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Гержа Анна Геннадьевна, аспирант  
Полесский государственный университет  
Gerzha Anna Gennadievna  
Polesky State University, anka.gerzha@mail.ru

*Аннотация.* Статья содержит сравнение понятий инновационно-активных организаций, признаки инновационно-активной организации, а также классификацию инновационно-активных организаций по различным признакам. Актуальность темы обусловлена необходимостью разработки единого подхода к определению критериев отнесения организации к инновационно-активным.

*Ключевые слова:* инновационно-активная организация, инновационно-активное предприятие, классификация инновационно-активных организаций.

Актуальность инновационного развития любой страны сегодня продиктована внутренними проблемами и внешними вызовами. Именно от инновационной активности и инновационной восприимчивости экономик зависит стратегическая конкурентоспособность любого государства.

Сегодня международная конкуренция – мощный стимул для развития инновационной деятельности и глобальных структурных изменений экономик.

Инновационно-активные фирмы, как правило, более рационально используют свои ресурсы и более качественно проводят научные исследования. Несмотря на большое количество инновационно-активных компаний, основной проблемой остается типизация критериев их отнесения к данной категории предприятий.

Согласно законодательству Республики Беларусь, под инновацией понимается новый или улучшенный продукт или процесс (или их сочетание), который значительно отличается от предыдущих продуктов или процессов организации и который доступен для потенциальных потребителей или внедрен организацией в использование (процесс) [1].

В самом общем виде под инновацией следует понимать создание и распространение нового продукта, метода, процесса, технологии. Подлинная инновация всегда сопряжена с наличием потенциального потребителя, с оптимизацией финансового механизма разработки и внедрения, с развитием институциональных подходов, с достижимостью планируемых эффектов.

К настоящему моменту времени сформулировано и выработано практикой несколько определений инновационно-активного хозяйствующего субъекта (таблица 1).

Обобщая информацию из таблицы, можно сказать, что в настоящее время в белорусском и международном экономическом пространстве наблюдается отсутствие общего понятия инновационно-активной организации и существование большого числа определений имеющих как общие, так и обособленные черты. Например, особенностью подхода Дрункера к определению понятия инновационно-активной организации является наличие инноваций в течение последних 3 лет. Некоторые подходы учитывают только технологические инновации, в то время как другие используют более расширенное понятие, включающее инновации в продукты, процессы, маркетинг и организацию деятельности. Все рассмотренные определения описывают то, что инновационным может быть предприятие, но не учитывают, что разрабатывать и внедрять инновации могут также учреждения или другие хозяйствующие субъекты.

Таблица 1 – Сравнение понятия «инновационно-активная организация» из различных источников

Источник	Определение
Словарь терминов [2]	«организация, реализующая в период обследования мероприятия, направленные на создание инноваций вне зависимости от того, привели ли эти мероприятия к реальному появлению инновации... это организация, имеющая в отчетном году затраты на инновации независимо от степени их завершения»
Национальный статистический комитет Республики Беларусь [3]	«организация, осуществляющая затраты на технологические инновации»
Приложение 4 к Межгосударственной программе инновационного сотрудничества государств - участников СНГ [4]	«предприятия, осуществляющие разработку и внедрение новой или усовершенствованной продукции, технологических процессов или иных видов инновационной деятельности»
Иост, И.А. [5]	«организация, которая осуществляет трансформацию идей в разработку новаторских решений, внедряет новую или значительно усовершенствованную продукцию, реализует на новых основах рабочие процессы (технологические, управленческие, организационные), имея целью удовлетворение потребностей клиентов новыми лучшими средствами»
Мильская, Е.А. [6]	«предприятия, имеющие в своем активе интеллектуальную собственность, осуществляющие разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов (работ, услуг), технологических процессов, соответствующие системе показателей, относящих к инновационным и отвечающие характеристикам активности, осуществляющие самостоятельно трансфер технологий»
Друкер, П.Ф. [7]	«организация, которая в течение последних трех лет имела завершенные инновации, т.е. новые или значительно усовершенствованные продукты, внедренные на рынке, новые или значительно усовершенствованные услуги или методы их производства (передачи), также уже внедренные на рынке, новые или значительно усовершенствованные производственные процессы, внедренные в практику»

Ни в одном определении не отмечено также, что для отнесения организации к инновационно-активным необходимо, чтобы разработка и/или внедрение инновации было не единоразовым, а постоянным процессом.

Используя общие черты и учитывая недостатки каждого подхода предлагается следующее уточненное определение: «инновационно-активная организация – это хозяйствующий субъект, который систематически осуществляет инновационную деятельность, направленную на создание, освоение или внедрение новых продуктов, технологий, услуг, методов управления или организационных решений».

Можно выявить признаки такой организации:

- регулярные инвестиции в исследования и разработки,
- внедрение новых технологий и модернизация производства,
- ориентация на повышение конкурентоспособности через нововведения,
- наличие структур, отвечающих за инновации,
- сотрудничество с научными центрами, вузами, технопарками.

В целом, инновационно-активная организация – это организация, для которой инновации являются частью постоянной стратегической линии развития, а не единоразовым опытом.

Инновационную деятельность и ее виды можно классифицировать по-разному, в зависимости от характера инновационной деятельности, от уровня инновации или от отраслевой принадлежности (таблица 2).

Таблица 2. – Классификация инновационно-активных организаций

Классификационный признак	Виды инновационно-активных организаций	Сущность
По характеру инновационной деятельности	продуктивно-активные	создают новые товары или услуги
	технологически-активные	внедряют новые технологии, методы производства
	маркетингово-активные	используют новые методы продвижения, дизайна, позиционирования
	организационно-активные	меняют структуру управления, бизнес-модели, методы
По уровню инновационности	радикально-инновационные	создают принципиально новые продукты или технологии
	улучшенные (инкрементальные)	совершенствуют существующие решения
	имитационные	заимствуют и адаптируют чужие инновации
По отраслевой принадлежности	высокотехнологичные	IT, биотех, электроника
	среднетехнологичные	машиностроение, химия
	низкотехнологичные	пищевая промышленность, текстиль
По масштабу	крупные корпорации	с числом работников более 250 человек
	средние предприятия	с числом работников от 101 до 250 человек
	малые инновационные фирмы	с числом работников до 100 человек, включая стартапы
По частоте инноваций	регулярно активные	постоянно внедряют НИОКР
	эпизодически активные	периодически внедряют инновации
	инертные	применяющие инновации только при внешнем давлении
По доле затрат на инновации	высокоинтенсивные	направляющие более 15% выручки на инновационные разработки
	умеренно-интенсивные	3-15% на инновационные разработки
	низкоинтенсивные	менее 3% на инновационные разработки
По степени участия в инновационном процессе	активные разработчики	имеют собственные центры разработки инноваций
	активные внедренцы	внедряют инновации, созданные другими
	пассивные участники	используют инновации эпизодически
По результативности	успешно завершённые	уже внедрённые и успешно использующиеся
	неуспешно завершённые	внедрённые, но оказавшиеся неудачными по различным причинам
	незавершённые	находящиеся в процессе разработки и внедрения

В таблице 2 кроме уже существующих и использующихся также представлены разработанные автором классификации инновационно-активных организаций, включающие такие классификационные признаки, как результативность инноваций и степень участия в инновационном процессе.

Практическая значимость классификации инноваций заключается в том, что определение типа инновационно-активной организации позволяет точно позиционировать организацию, тем самым

позволяя обосновано выбирать стратегию управления, прогнозировать риски и сравнивать организации между собой, а определение инновационно-активной организации и ее признаки позволяют точно знать относится ли организация к таковой группе.

#### Список использованных источников

1. Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-З «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности» (ред. От 6 января 2022 г. № 152-З) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=11031&p0=H11200425> (дата обращения: 01.04.2026).
2. Словарь терминов / Портал МГИМО. – Текст : электронный. – URL: <http://www.pravo.mgimo.ru/?q=innovacionnoaktivnaya-organizaciya> (дата обращения: 01.04.2026).
3. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь [Текст] : статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2020. – 135 с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/cdd/cddc5f3deded7b61827be4e853c40e32.pdf> (дата обращения: 01.04.2026).
4. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 240, 5/32602. – Текст : электронный // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <http://multilang.pravo.by> (дата обращения: 01.04.2026).
5. Иост, И. А. Внутренний брендинг в инновационно-активных компаниях на основе концепции эмоционального маркетинга / И. А. Иост, Д. В. Соловьева. — Текст : непосредственный // Экономика и управление. – 2022. – № 3. — С. 30-37. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrenniy-brening-v-innovatsionno-aktivnyh-kompaniyah-na-osnove-kontseptsii-emotsionalnogo-marketinga> (дата обращения: 01.04.2026).
6. Мильская, Е. А. Теория и методология стратегического управления деятельностью инновационно-активных предприятий : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05 / Мильская Елена Андреевна. – Санкт-Петербург, 2012. – 295 с. – Текст : электронный // Известные ученые : энциклопедия. – URL: <https://famous-scientists.ru/dissertation/12408> (дата обращения: 01.04.2026).
7. Друкер, П. Ф. Бизнес и инновации : [перевод с английского] / Питер Ф. Друкер ; перевод с английского и редакция К. С. Головинского. — Москва [и др.] : Вильямс, 2007. — 423 с. — Текст : непосредственный.