

## РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИИ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ

© 2012 С.Г. Авдонина

Казанский (Приволжский) федеральный университет

E-mail: avdoninas@yahoo.com

Анализируются мотивы межфирменной интеграции в инновационной сфере, а также факторы, тормозящие ее развитие в российской экономике.

*Ключевые слова:* межфирменная интеграция, экономический интерес, конкурентные преимущества, инвестиции в инновации, инновационный процесс, экономическая власть.

Как известно, главным мотивом хозяйственной деятельности экономических субъектов является своекорыстный интерес. Однако реализовать этот экономический интерес можно, только оказывая услуги другим экономическим субъектам, предлагая в обмен свой труд и продукты труда. Экономические субъекты вынуждены вступать в экономические связи, так как собственные интересы каждого из них могут быть реализованы лишь через удовлетворение определенных потребностей партнера. Формирование и развитие интеграционных отношений также связано с возможностью реализации экономических интересов объединяющихся предприятий.

Проведем анализ экономических интересов предприятий в современных условиях. Если в краткосрочном периоде любая фирма стремится максимизировать свою прибыль, то в долгосрочном плане главной целью ее деятельности можно считать достижение устойчивого развития и расширение деятельности или укрепление уже имеющихся позиций за счет определенных конкурентных преимуществ.

В целом, в рыночной экономике можно выделить два пути обеспечения конкурентных преимуществ. Первый путь связан с обладанием экономической властью. Экономическая власть часто неотделима от политической, ведь деятельность государства в экономике также связана с производством благ, воздействием на процесс их распределения и с участием в обмене. Следовательно, она может быть основана как на рыночной монополии, так и на политико-административном влиянии. Обладание экономической властью позволяет извлекать экономическую прибыль за счет занижения цен на используемые ресурсы, завышения цен на конеч-

ную продукцию, а также занижения налоговых и прочих выплат из прибыли.

Второй путь обеспечения конкурентных преимуществ основывается на инновационной деятельности предприятий. Он предусматривает осуществление инвестиций в проведение научно-исследовательских работ, совершенствование техники и технологии производственного процесса, организации труда, а также качества продукции на основе последних достижений науки. При этом улучшается качество продукции, повышается ее конкурентоспособность, разрабатываются новые товары и услуги, снижается себестоимость продукции. В то же время необходимо заметить, что мотивационным механизмом, побуждающим предприятие внедрять инновации, являются колебания рентабельности и конкурентоспособности товара по различным фазам научно-технического цикла, порождающего категорию дифференциального научно-технического дохода (убытка) в рыночной экономике. Предприниматели, первые освоившие нововведения, после периода первоначальных повышенных затрат поставляют на рынок продукцию более высокого качества или производят товары (услуги) с более низкими издержками. Предприниматель защищает свое новшество патентом или лицензией для того, чтобы предотвратить незаконное его копирование другими предпринимателями. В результате в течение определенного времени (пока новшество не станет общераспространенным, определяющим нормальный уровень качества продукции и издержек) предприниматели-новаторы могут получать экономическую прибыль.

Однако для инновационного пути обеспечения конкурентных преимуществ характерны вы-

сокие риски и длительные сроки окупаемости. Так, анализ результативности инновационных проектов, поддержанных венчурными инвесторами, показывает, что из них около 35 % в США и около 60 % в Европе оказываются полностью неуспешными и не приносят никакой прибыли; от 20 до 30 % дают прибыль до 10 %, т.е., исходя из стоимости вложенного капитала, они не приносят ни убытков, ни ожидаемой доходности<sup>1</sup>. И если экономическую прибыль можно заработать и без инноваций, то вполне очевидно, что бизнес не станет проявлять активности в вопросах модернизации производственных процессов.

Запуск процесса, при котором предприятие будет источником инициативы внедрения инноваций, требует значительных усилий со стороны государства. Государственный интерес в развитии инновационных отношений состоит в возможности повышения благосостояния общества, получения устойчивого роста национальной экономики. Для его реализации важно, чтобы правительство действительно представляло общественные интересы по обеспечению устойчивого развития национальной экономики.

Во всем мире государство содействует развитию инновационных процессов путем сокращения сроков окупаемости и рисков инновационных проектов, развитию благоприятных институциональных условий для инновационных отношений путем формирования долгосрочных “правил игры”. Государство предоставляет ту институциональную базу, на которой развиваются рынок и частная предпринимательская деятельность. А частные фирмы, стремящиеся получить прибыль, эффективно используют имеющиеся в их распоряжении ресурсы, создают то богатство, а значит, и финансовые ресурсы, которые необходимы государству для выполнения возложенных на него социальных функций. Взаимодействие государства и рыночных структур способствует возникновению взаимно поддерживающегося процесса экономического роста и преобразований. В результате на государство возлагается ряд функций, которые рыночные механизмы не могут решить сами по себе.

Эффективность инновационной деятельности в современных условиях во многом зависит от наличия прямых и обратных связей между различными стадиями инновационного цикла, производителями и потребителями знаний, фирмами, рынком, государством. Все большую роль игра-

ет не то, насколько эффективна деятельность самостоятельных экономических агентов в отдельности, а то, как они взаимодействуют друг с другом и с общественными институтами в рамках системы создания и использования знаний. Примерно две трети успешных инноваций в США связаны с какими-нибудь формами кооперации между компаниями, а также между компаниями и государственным сектором (правительственные агентства и федеральные лаборатории) и университетами.

Таким образом, в современных условиях интеграция малого и крупного бизнеса в инновационной сфере служит долгосрочным интересам их устойчивого развития за счет приобретения ими технических, технологических и организационных преимуществ.

На различных этапах инновационного процесса интеграция между хозяйствующими агентами крупного, малого и среднего бизнеса преследует свои выгоды, подробный анализ невозможен без учета этапов инновационного процесса.

Выделяют следующие этапы инновационного процесса: формирование инновационной идеи, которая требует материальной, финансовой и кадровой базы; реализация инновационной идеи, которая предполагает разработку, производство, маркетинговые исследования, сбыт; диффузия инноваций - применение уже однажды основанных, реализованных инноваций в новых местах и условиях.

На стадии проведения НИОКР крупные компании преследуют такие цели, как перспективные финансовые вложения, получение доступа к конкурентным технологиям и результатам научно-исследовательских разработок, экономия средств на финансирование НИОКР (так как на ранней стадии научные разработки финансируются за счет либо собственных средств малых фирм, либо государственных средств). В свою очередь, малые и средние предприятия, занимающиеся опытно-конструкторскими разработками, при помощи интеграции с крупными компаниями преследуют цели привлечения финансовых, материальных и кадровых ресурсов.

Существует и обратный вариант: малый субъект бизнеса выступает в качестве поставщика/субподрядчика на любой стадии инновационного процесса крупного предприятия, а крупное предприятие - исследователем и разработчиком новых продуктов или технологий и базой

инновационного цикла для малого предприятия. При этом объединяющиеся предприятия преследуют такие цели: использование опыта и текущих знаний предприятий; получение информации об угрозах колебаний в ресурсном обеспечении; возможность сосредоточиться на развитии собственной ключевой компетенции; обеспечение широкого поля деятельности для фирм, выдвигающих инновационные идеи, повышение их жизнеспособности в трудных ситуациях.

На этапе организации производства также можно выделить два варианта сотрудничества крупного, среднего и малого предприятия. Первый вариант предполагает организацию производства на крупном предприятии, а второй - организацию производства на малом или среднем предприятии. В первом случае мотивами интеграции малого (среднего) бизнеса на стадии производственного освоения инновационного продукта является доступ к производственным мощностям и крупным капитальным вложениям, использование опыта организации и управления массовым производством. Актуальность такой интеграции особенно возрастает на стадии организации массового производства, когда нужны крупные инвестиции.

В свою очередь, крупные предприятия за счет интеграции с малыми инновационными фирмами стремятся к достижению устойчивого развития и завоеванию новых рынков сбыта, занятию новых рыночных ниш, выпуску принципиально новых товаров и услуг.

Организация производства на малых предприятиях позволяет крупным предприятиям осуществлять быструю смену моделей, развивать необходимую скорость реагирования на изменения внешней среды.

На стадии сбыта инновационного продукта можно также выделить два варианта сотрудничества малого (среднего) и крупного предприятия. Первый вариант предполагает осуществление разработок и организацию производства малым (средним) предприятием, а крупное предприятие организует сбыт инновационного продукта. Подобное сотрудничество предоставляет широкие возможности для проведения активной ценовой политики, осуществления широкомасштабных рекламных проектов, связанных с продвижением инновационного продукта на рынок.

Очевидны и выгоды, извлекаемые крупными фирмами из данной формы интеграции с ма-

лым (средним) бизнесом. Промышленные корпорации с помощью рассматриваемой системы стремятся к завоеванию новых рынков сбыта, занятию новых рыночных ниш за счет продажи новых товаров и услуг.

Второй вариант интеграции предполагает осуществление крупным предприятием разработки и серийного выпуска инновационного продукта и интеграцию с малыми компаниями для осуществления сбыта. При этом малые торговые компании рассчитывают на расширение рынков сбыта за счет продажи новых продуктов под известной торговой маркой

Крупные корпорации с помощью взаимодействия с мелкими (средними) компаниями стремятся расширить рынки сбыта с минимальными рисками и затратами, если сбытовые компании вкладывают в дело свой собственный капитал, сосредоточить свои усилия на развитии ключевых компетенций, контролировать территориально раздробленные рынки. Кроме того, неопределенность потребительского спроса на современных рынках, которая ставит под сомнение инвестиционные программы поставщика инновационной продукции, создает дополнительные мотивы интеграции для усиления контроля над каналами сбыта.

Интеграция компании на стадии диффузии инноваций основывается на продаже лицензий на собственные изобретения, заключении контрактов на передачу опыта. При помощи интеграции с инновационными фирмами предприятия получают возможность производства и сбыта продукции, на которую еще предъявляется спрос, с более низкими издержками благодаря доступу к более дешевому сырью, материалам и рабочей силе, а также наличию мощной адаптированной производственной базы. В свою очередь, инновационные компании имеют возможность направить ресурсы, в том числе и те, что были выручены от продажи технологий, на разработку и внедрение новых инноваций.

В России на сегодня промышленные предприятия не проявляют заинтересованности в интеграции с инновационными фирмами, так как инвестиции в инновационное развитие не приносят должного эффекта. Мы согласны с мнением В. Вишневого и Д. Дементьева<sup>2</sup>, что экономическая эффективность российских предприятий зависит не от внедрения инноваций, которые обеспечивают технологические, технические и орга-

низационные преимущества перед конкурентами, а от обладания экономической властью. Собственники российских крупных компаний стоят перед выбором: формировать конкурентные преимущества своих компаний за счет инвестиций в инновации или осуществлять инвестиции в обеспечение экономической власти (например, путем вкладывания инвестиций в продвижение своих представителей в государственную структуры, расходов на коррупцию для принятия выгодных решений; инвестиций в поглощение других предприятий и др.). Отсутствие эффективного спроса на инновации означает, что при существующей системе инвестиции в обеспечение экономической власти дают больший экономический эффект, чем инвестиции в инновации.

Следствием концентрации экономической власти у одних хозяйствующих субъектов и недостатка ее у других является неспособность публичной власти (законодательной, исполнительной и судебной) обеспечить принуждение выполнения контрактов, что ведет к установлению "коротких правил" в экономической жизни. В сложившихся условиях краткосрочные интересы предприятий в извлечении быстрой прибыли превалируют над долгосрочными интересами производственного развития и модернизации хозяйственной деятельности. Инвестиции в обеспечение экономической власти на сегодня дают более быструю и гарантированную отдачу на вложенные средства, поэтому являются более предпочтительными для предприятий. По оценке Минэкономразвития России, в нашей стране в 2010 г. разрабатывали и внедряли технологические инновации около 10 % предприятий, тогда как в Германии - свыше 60 %, Бельгии - более 55 %, в Чехии - свыше 40 %, в Греции - около 25 %<sup>3</sup>.

С другой стороны, российский инновационный бизнес не обладает достаточным потенциалом для соответствия требованиям крупных рос-

сийских компаний по технологической и кадровой оснащенности. Вследствие отвлечения финансовых ресурсов в альтернативные пути обеспечения конкурентоспособности происходит занижение налогооблагаемой прибыли и налоговых платежей, что приводит к отсутствию инвестиций, необходимых для воспроизводства сферы научных исследований, подготовки научно-технических кадров, это делает отечественные инновации неконкурентоспособными. По данным статистики, объем финансирования НИОКР в России невелик. Доля расходов на НИОКР к ВВП в 2007 г. составила лишь 1,12 %, тогда как, к примеру, в Швеции этот показатель составлял 3,6 %, в США - 2,68 %<sup>4</sup>.

В результате крупным компаниям выгоднее внедрять более конкурентоспособные зарубежные технологии. Примечательно, что из большинства созданных в последние годы в России передовых технологий лишь незначительная часть не имеет зарубежных аналогов, большинство же являются новыми лишь для отечественного рынка. Так, в 2009 г. общее количество передовых технологий, созданных в России, составляло 897<sup>5</sup>. При этом на долю принципиально новых технологий приходилось лишь 16 %.

<sup>1</sup> Андреев В. Ключевые факторы успешности российских инновационных проектов в реальном секторе экономики // *Вопр. экономики*. 2010. № 10. С. 41.

<sup>2</sup> Вишневецкий В., Деметьев В. Инновации, институты и эволюция // *Вопр. экономики*. 2010. № 9. С. 41-62.

<sup>3</sup> Носачевская Е.А. О научно-техническом и инновационном потенциале России // *ЭКО*. 2011. С. 8.

<sup>4</sup> OECD in Figures. 2009. OECD Countries. 2007. Gross Domestic Expenditure on R&D.

<sup>5</sup> Россия в цифрах. 2010. Научные исследования и разработки. Созданные передовые технологии. URL: [www.gks.ru](http://www.gks.ru).

*Поступила в редакцию 04.12.2011 г.*