

ББК 65.050.9(2P)2

УДК 338.2(075.8)

С 56

**Совершенствование институциональных механизмов управления
в промышленных корпорациях** / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. – Новосибирск : Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2013. – 352 с.

ISBN 978-5-89665-265-6

Сборник научных трудов посвящён актуальной теме разработки методологического подхода к совершенствованию институциональных механизмов управления промышленными корпорациями. В первую очередь представлены исследования по изменению налоговой системы, промышленной политики. Рассмотрены также проблемы активизации инновационного процесса, развития малого инновационного предпринимательства, формирования стратегии модернизации и др.

Анализируемые в сборнике проблемы представляют интерес не только для научных работников, занимающихся исследованиями в указанном направлении, но и для преподавателей и студентов, специализирующихся в области инновационного, стратегического и производственного менеджмента, для практического использования в управлении фирмами и корпорациями.

ISBN 978-5-89665-265-6



ББК 65.050.9(2P)2

УДК 338.2(075.8)

ISBN 978-5-89665-265-6

© ИЭОПП СО РАН, 2013

© Коллектив авторов, 2013

Полная электронная копия издания расположена по адресу:

http://lib.ieie.su/docs/2013/SovershInstitMehUpr/Sovershenstvovanie_Institucionalnyh_Mekhanizmov_Upravleniya.pdf

Н.А. Кравченко

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ И ВЕЛИЧИНА КОМПАНИЙ¹

В статье проводится анализ состояния исследований инновационной активности предприятий различного размера. Сначала рассматривается эволюция теоретических представлений, далее приводятся результаты эмпирических обследований, а также выделяется специфика инновационного поведения российских компаний.

The paper demonstrates the theoretical background and empirical results of innovative firms of different size studies. The peculiarities of Russian firms innovative behaviors are analyzed.

Создание экономики, основанной на знаниях, заявлено стратегической долгосрочной целью развития России. Одним из базовых условий создания такой экономики служит формирование инновационной системы – как на национальном, так и на региональном уровнях. В качестве инновационной системы рассматривается совокупность экономических субъектов и институтов, взаимодействия между которыми обеспечивают стимулы, устойчивость и эффективность инновационных процессов. Предполагается, что инновационные изменения приведут не только к значительному росту конкурентоспособности отечественных товаров и услуг, но и к повышению уровня и качества жизни населения страны.

В ядре инновационной системы находятся компании-производители, чья инновационная активность определяет направления, темпы, а также результаты изменений, которые проявляются в новых продуктах, новых технологиях производства товаров и услуг и новых практиках организации и управления предприятиями. Одним из важных вопросов, существенных для разработки промышленной и инновационной политики, является определение основных агентов инновационного развития. Какие предприятия обладают наибольшим инновационным потенциалом и могут выступить инновационным локомотивом экономики? В настоящее время теоретические дискуссии и эмпирические разработки не позволяют однозначно ответить на этот вопрос.

¹ Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 11-02-00483а.

В рамках данной статьи проводится сравнительный анализ инновационной активности предприятий различного размера. Сначала рассматривается эволюция теоретических представлений, далее приводятся результаты эмпирических обследований, и в завершение выделяются особенности инновационного поведения российских компаний.

Предприятия разного размера играют разные роли в экономическом развитии. Экономическая теория предлагает несколько интерпретаций роли малого, среднего и крупного бизнеса в инновационных процессах.

Основоположник теории инноваций Йозеф Шумпетер в начале прошлого века (в 1909 г.) утверждал, что более инновационны малые компании, движимые предпринимательским духом. Однако позднее он изменил своё мнение и через три десятка лет (в 1942 г.) пришёл к выводу, что именно крупные компании способны концентрировать масштабные материальные, финансовые и интеллектуальные ресурсы, необходимые для разработки новых продуктов и технологий. У крупных компаний больше стимулов инвестировать в новые продукты, так как они могут предложить их большему числу потребителей и быстрее получить вознаграждение – «снять сливки». На конкурентных рынках инновации быстро имитируются, в результате инвестиции малых компаний в инновации часто не успевают окупиться. В целом взгляды Шумпетера можно обобщить следующим образом: инновационная активность растёт с ускорением по мере увеличения размера компании; инновации преумножаются на монополистических рынках.

Выдвинутое Шумпетером положение о том, что именно крупные фирмы будут определять экономическую динамику, особенно в новых наукоёмких и капиталоемких отраслях, позднее было развито рядом выдающихся экономистов, в том числе Джоном К. Гэлбрейтом и Альфредом Д. Чендлером.

Д. Гэлбрейт выходил далеко за рамки инноваций и рассматривал социальную и экономическую динамику общества в целом, предсказывая формирование нового индустриального общества. Власть в крупных корпорациях, по его мнению, неизбежно переходит к специальной группе людей, которая направляет деятельность предприятия, является его мозгом – «техноструктуре». Техноструктура охватывает всех, кто обладает специальными знаниями, способностями или опытом группового принятия решений. Техноструктура – «целая совокупность учёных, инжене-

ров и техников, специалистов по реализации, рекламе и торговым операциям, экспертов в области отношений с общественностью, лоббистов, адвокатов и людей, хорошо знакомых с особенностями вашингтонского бюрократического аппарата и его деятельности, а также посредников, управляющих, администраторов». Гэлбрейт выделяет следующие причины превосходства крупного бизнеса в осуществлении инноваций: во-первых, высокая стоимость научных исследований, и, во-вторых, длительные сроки их реализации и окупаемости создают непреодолимые для малого бизнеса барьеры для высокотехнологичных инноваций.

А. Чендлер обосновывал доминирование крупного бизнеса в инновациях тем, что в экономическом развитии возрастает роль новой наукоёмкой продукции, созданной с помощью интеллектуальных технологий, где определяющую роль играет человеческий капитал. В этих условиях источником дополнительной прибыли, извлекаемой фирмами, производящими новую продукцию, являются НИОКР. Если предприятия действуют самостоятельно, осуществление крупных научных проектов становится для них обременительным из-за огромных затрат на НИОКР. Однако если наукоёмкие предприятия включены в более крупную систему, они получают дополнительные источники финансирования, а их сверхприбыль распределяется между другими предприятиями по всей цепочке, связанной в единое образование. Следовательно, в любой отрасли, где необходимы крупные постоянные издержки (расходы на НИОКР, а также на поддержание всемирной сбытовой сети и т.п.), на первый план выступает не технология, а организация, которая включает источники финансирования НИОКР и обеспечивает сбыт огромной массы продукции. С этой точки зрения, безусловно, такого рода организации имманентны именно крупным национальным и транснациональным компаниям.

Противоположную позицию занимает Ф. Шерер, который на американских данных доказывает, что небольшие по размерам компании более эффективны в инновационной деятельности, чем крупные. Как следует из работ Ф. Шерера, компании с численностью занятых менее 1 тыс. человек создают больше нововведений (по отношению к численности занятых), чем компании с численностью работников в 10 тыс. и более человек.

Анализ больших временных рядов, накопленных в статистической службе Великобритании, показал, что в совокупности компаний, разделённых на 4 группы по численности занятых,

наиболее инновационны (использовался показатель число инноваций/численность занятых) компании с численностью занятых от 500 до 999 человек, компании с численностью от 1000 до 9999 человек значительно менее инновационны, и ещё более инновационны компании с численностью занятых более 10 тыс. человек. Таким образом, был сделан вывод о том, что малый бизнес более успешен в инновациях, чем компании с численностью занятых от 500 до 10 тыс. Высказанные в данной работе идеи были развёрнуты в ряде других работ, объединённых предположением о существовании так называемой U-образной зависимости между инновационностью и величиной компаний – наиболее инновационны малый и самый крупный бизнес. В то же время ряд исследований, в которых использовались другие показатели инновационности, не выявили каких-либо преимуществ размера компаний.

Для проверки выдвигаемых гипотез о взаимосвязях между инновационностью и величиной компаний было выполнено значительное количество эмпирических исследований, однако полученные выводы противоречивы. Возможные расхождения часто связаны с особенностями выборки, использованными показателями, характеризующими инновационную активность компаний, отраслевой и страновой специализацией и другими факторами.

Одним из наиболее широко используемых показателей инновационной активности служит объём затрат компаний на выполнение исследований и разработок (НИОКР). Была обнаружена высокая корреляция между величиной затрат на НИОКР и величиной компаний (в пределах отрасли). Позднее была показана более сложная зависимость – инновационная активность (измеренная либо на входе – числом исследователей, либо на выходе – числом патентов) возрастает по мере роста масштаба компании до определённого предела, после чего сохраняется на некотором уровне.

С определённой степенью условности, можно выделить немного подтверждённых теоретических положений. В частности, показано, что существует положительная взаимосвязь между размером компании и расходами на НИОКР; в то же время инновационные результаты менее чувствительны к размеру компании, а результативность НИОКР, по ряду оценок, даже снижается по мере увеличения размера компаний.

Крупные компании обладают значительными преимуществами по отношению к малым и средним компаниям:

- они распоряжаются значительными ресурсами и используют «эффект масштаба», что позволяет сокращать удельные затраты при росте объёмов выпуска продукции;
- крупные фирмы могут привлекать значительные финансовые ресурсы из различных источников (долговой и долевой капитал) для осуществления масштабных нововведений;
- они способны привлечь и объединить высококвалифицированных специалистов и содержать крупные исследовательские лаборатории;
- крупные компании могут диверсифицировать инновационные риски между различными продуктами;
- они имеют возможности обеспечивать рост масштаба и эффективности своей инновационной деятельности за счёт слияний и поглощений малых инновационных компаний;
- кроме того, у крупных компаний значительно больше возможностей по защите своей интеллектуальной собственности, а также по лоббированию своих интересов в органах государственной власти и управления.

С другой стороны, по мере роста масштабов деятельности крупных компаний возрастают и трансакционные издержки административного контроля, в общем случае происходит бюрократизация систем управления и одновременно снижается степень управляемости компанией и скорость реакции на изменения рыночной и внутренней среды.

Преимуществами малого и среднего бизнеса в области инноваций являются, прежде всего, гибкость, низкий уровень бюрократизации, скорость реакции на рыночные изменения. Хотя объём ресурсов, используемых для инновационной деятельности, невелик, но эффективность использования ресурсов может быть очень высокой. Малые инновационные компании способны быстро реагировать на появление новых рыночных ниш. Гибко реагируя на конъюнктуру рынка, малые компании способны не только удовлетворять постоянно меняющиеся запросы потребителей, но и создавать уникальные возможности для самореализации предпринимателя. Малые фирмы легче идут на риск нововведений.

Кроме того, малые фирмы играют весьма заметную роль на рынке труда и помогают решать проблемы занятости населения.

Инновационное развитие крупных компаний во многом опирается на их весомые финансовые и технологические ресурсы, которые можно рассматривать в качестве материальных преимуществ.

ществ. В то же время малые компании в большей степени обладают нематериальными, «поведенческими» преимуществами – предпринимательской культурой, внутренней гибкостью, скоростью реакции на меняющиеся обстоятельства и условия.

Начиная с 80-х годов XX века особое внимание стали привлекать компании «быстрого роста», или компании-газели (термин был предложен американским экономистом Д. Берчем). Было показано, что большинство как крупных, так и мелких компаний растёт медленно. Но существует небольшая группа компаний, которая сочетает высокую динамичность и устойчивость роста. По оценкам Д. Берча, компании-газели, составляя всего 4% от общего числа фирм, создали примерно 70% новых рабочих мест в США в 1988–1992 гг.

Данное направление исследований вызвало большой интерес и получило значительное развитие. По данным Европейского Союза (проект «Инновационная панель газелей», 2006 г.), наиболее динамичные 5% фирм обеспечивают от 75 до 80% создания новых рабочих мест. С 2009 г. Евростат и ОЭСР приняли определение быстрорастущих фирм («high-growth firms») и начали вести их статистический учёт [1].

Евростат рекомендует использовать следующее определение для фирм быстрого роста – газелей: это все компании, существующие менее 5 лет, ежегодный темп роста которых превышает 20% на протяжении 3-летнего периода, при этом на начало периода наблюдений численность занятых составляет не менее 10 человек. Темпы роста могут оцениваться числом работающих или объёмом продаж компании.

По данным доклада «Глобальное предпринимательство и успешные стратегии роста новых компаний» [2], подготовленного в 2010 г. для Всемирного экономического форума сотрудниками Стэнфордского университета, всего 1% компаний создаёт 44% доходов и 40% новых рабочих мест, а 5% компаний обеспечивают 72% доходов и 67% рабочих мест, созданных в предпринимательском секторе. Результаты получены на основе обследования более 380 тыс. компаний из 10 стран, что делает их весьма представительными.

Итак, как показывают многочисленные эмпирические исследования, однозначного преимущества в инновационной деятельности не имеют ни крупные, ни малые компании. Преимущества малых компаний главным образом «поведенческие», а крупных –

«материальные». Инновационный вклад малых компаний в значительной степени определяется их отраслевой специализацией. Выявлен феномен существования очень маленькой группы компаний быстрого роста – «газелей», которые отличаются высокой инновационной активностью. Малые и средние компании осуществляют значительную долю инноваций в отраслях с не слишком высокими издержками входа, на нишевых рынках, в тех отраслях, где особенно ценна специальная квалификаций работников.

Дальнейшие теоретические разработки приводили новые аргументы в пользу преимуществ крупных или малых компаний в осуществлении инноваций, однако данная область продолжает оставаться дискуссионным полем. Большинство исследований, посвящённых проблемам взаимосвязей между величиной компании и её инновационной активностью, оценки ролей и функций компаний различных типов и размеров в инновационной системе, исследованию различных моделей инновационного поведения, – выполнены для развитых стран с рыночной экономикой. Аналогичные исследования для стран с развивающейся рыночной экономикой и формирующейся инновационной системой имеют единственный характер, что не позволяет с уверенностью утверждать, насколько состоятельны закономерности, выявленные в иных исторических и институциональных условиях.

Рассмотрим основные результаты исследований данных проблем, выполненных применительно к *российским предприятиям*.

Инновации и инновационность – это сложные многоаспектные понятия, которые сложно выделить в наглядном и, тем более, понятном, сопоставимом и измеримом виде. Одной из основных трудностей при исследованиях инновационной активности компаний можно считать значительное расхождение полученных результатов в зависимости от избранной системы показателей, методов наблюдения и измерения, структуры выборки и т.д. В настоящее время основными источниками информационных данных в России служат статистические данные (статистика инноваций формируется в РФ с 1994 г.), данные международных статистических, исследовательских и консалтинговых компаний (обычно публикуются на регулярной основе в виде рейтингов), а также специальные обследования (нерегулярные).

По данным официальной статистики, весь отечественный бизнес демонстрирует крайне низкий уровень инновационной ак-

тивности. В табл. 1 и на рис. 1 [3] представлена динамика некоторых показателей инновационной активности. Общий уровень инновационной активности примерно в 4–5 раз ниже, чем в среднем по странам Европейского Союза и в 7–8 раз ниже, чем в странах – инновационных лидерах (Швеции, Германии, Финляндии и др.). Хотя некоторые позитивные изменения и можно увидеть (при желании), в целом инновационный ландшафт безрадостен.

На рис. 1 представлена динамика инвестиционной активности и результатов инновационной деятельности для организаций промышленности без субъектов малого предпринимательства (сплошные линии) и для субъектов малого бизнеса (пунктирные линии). По всем выделенным показателям малый бизнес занимает более низкие позиции, чем более крупные организации. Число инновационно-активных компаний, доля инновационных товаров, результативность затрат на технологические инновации у российских малых компаний значительно ниже, чем у крупных компаний.

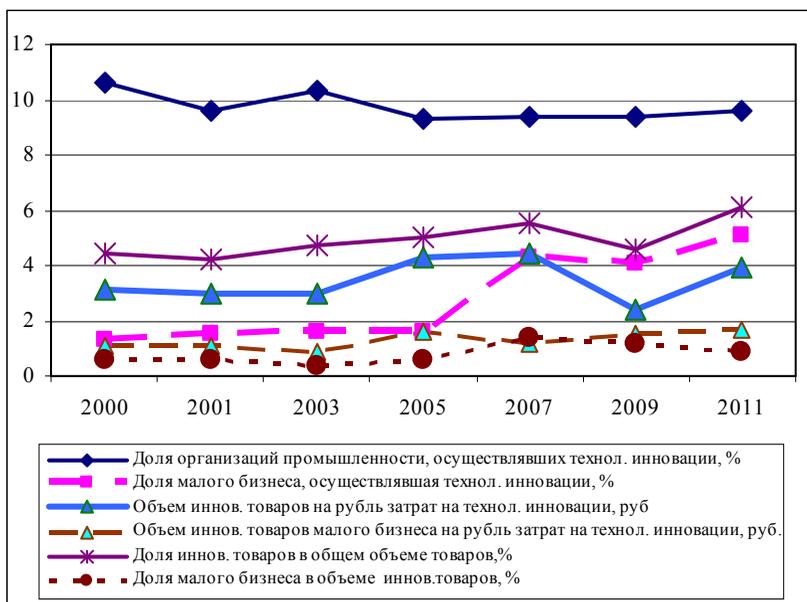


Рис. 1. Показатели инновационной активности организаций промышленности и субъектов малого предпринимательства, 2000–2011 гг.

Таблица 1

Инновационная активность российских предприятий и малого бизнеса

Показатель	2000	2001	2003	2005	2007	2009	2011
Все предприятия промышленного производства (без субъектов малого предпринимательства)							
Удельный вес организаций промышленного производства (без субъектов малого предпринимательства), осуществлявших технологические инновации, %	10,6	9,6	10,3	9,3	9,4	9,4	9,6
Объём отгруженных инновационных товаров, работ, услуг в действующих ценах, млрд руб.	154	182	313	545	916	878	1847
– на рубль затрат на технологические инновации, руб.	3,1	3,0	3,0	4,3	4,4	2,4	3,9
– в % от общего объёма отгруженных товаров, работ, услуг	4,4	4,2	4,7	5,0	5,5	4,6	6,1
Малые предприятия							
Число субъектов малого предпринимательства, осуществлявших технологические инновации, ед.	673	729	779	919	996	923	1276
Удельный вес субъектов малого предпринимательства, осуществлявших технологические инновации, %	1,3	1,5	1,6	1,6	4,3	4,1	5,1
Объём отгруженных инновационных товаров, работ, услуг субъектов малого предпринимательства, млн руб. в действующих ценах	928	1087	1120	3103	12644	10216	16390
– на рубль затрат на технологические инновации, руб.	1,1	1,1	0,9	1,6	1,2	1,5	1,7
Доля малого бизнеса в объёме отгруженных инновационных товаров, работ, услуг, %	0,60	0,60	0,36	0,57	1,38	1,16	0,89

Такая ситуация может быть связана как со специфической структурой российской промышленности, в которой ещё 20 лет назад практически отсутствовало малое предпринимательство как таковое, так и с недостаточно благоприятной предпринимательской средой. По сравнению с другими развитыми странами, в структуре российской обрабатывающей промышленности малое предпринимательство занимает заметно более скромное место.

Ограничивает возможности инновационного развития малого бизнеса и недостаточно благоприятные условия для бизнеса. В соответствии с оценками Мирового банка по условиям для ведения бизнеса, Россия занимает 112-е место в рейтинге 2013 г. и 120-е место в рейтинге 2012 г. (из 183 стран) [4]. Лучшее место России за последние пять лет было в 2008 г. – 106-е из 178 стран.

В целом доля инновационно-активных компаний довольно монотонно возрастает по мере увеличения размера компаний, что и отражено в табл. 2.

Таблица 2

Удельный вес организаций промышленного производства, осуществлявших технологические инновации, в группах организаций по численности работников [5]

Численность занятых	2009	2010	2011
До 200 человек	3,7	3,9	5,3
200–249 человек	8,9	9,4	10,4
250–499 человек	12,7	12,5	12,8
500–999 человек	21,6	21,1	21,8
1000–4999 человек	38,1	38,8	40,1
5000–9999 человек	70,1	66,7	72,1
10000 и более человек	76,6	78,7	82,2

Отметим, что практически нулевой уровень инновационности малого бизнеса (на протяжении всех 6 лет российского мониторинга) отмечает и Глобальный мониторинг предпринимательства – крупнейшее в мире исследование предпринимательской активности. По данным национального отчёта «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2011», лишь 4,6% населения в трудоспособном возрасте являются ранними предпринимателями. Для сравнения: в странах, которые входят в группу БРИКС, предпринимательство играет существенно бóльшую роль. Так, в

Китае каждый 4-й респондент является ранним предпринимателем, в Бразилии – каждый 7-й, а в Южной Африке – каждый 10-й. В России лишь 2,8% трудоспособного населения являются владельцами фирм, которые действуют на рынке более 3,5 лет. Это говорит о том, что преодолеть препятствия, связанные с начальным этапом развития фирмы, удаётся лишь немногим начинающим бизнесменам.

Итак, в соответствии с данными официальной статистики, инновационной деятельностью занимаются преимущественно крупные компании, роль малого предпринимательства в национальной инновационной системе незначительна.

В структуре затрат на инновации особое значение имеют затраты на научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), результаты которых могут стать источником прорывных, революционных инноваций. В целом затраты российских предприятий на НИОКР составляют порядка 20% от общей суммы затрат на инновации, в то время как приобретение машин и оборудования (что в большей степени связано не с созданием новых, а с адаптацией уже существующих инноваций) формирует более половины затрат на инновации.

По абсолютной величине расходов на НИОКР лидируют крупнейшие российские компании, хотя они находятся далеко от мировых лидеров. В 2010 г. общий объём затрат на НИОКР российской промышленности (добывающие, обрабатывающие, распределение э/энергии, газа и воды) составил примерно 2,4 млрд долл., что значительно меньше, чем у любой из первых 20 компаний Глобальных лидеров инноваций (Global Innovation 1000) по версии международной компанией Booz (более подробно далее).

До кризиса 2008–2009 гг. объём расходов на НИОКР по отношению к выручке крупнейших российских компаний из рейтинга «Эксперт-400» составлял 0,5%, а в 2009 г. – 0,2%, что примерно в 10 раз меньше, чем показатели мировых инновационных лидеров [6].

Безусловно, существующая отечественная система статистического наблюдения и учёта инновационных процессов находится в процессе становления, она не в полной мере отражает сложные взаимосвязи элементов и акторов инновационной системы, однако именно статистика постепенно формирует информационную базу для исследований инноваций.

Важными дополнениями к статистическим данным служат *специализированные обследования компаний*, выполняемые различными международными и отечественными исследовательскими и консалтинговыми организациями с использованием разнообразных методов.

Международная консалтинговая компания *Booz* осенью 2012 г. опубликовала восьмое ежегодное исследование инновационных стратегий крупнейших публичных компаний мира «Глобальные лидеры инноваций» (Global Innovation 1000 Study)¹ и представила рейтинг 1000 компаний по уровню расходов на НИОКР.

В исследовании на основе материалов публичной отчётности и развёрнутой анкеты анализируется инновационная деятельность компаний. В 2011 г. расходы крупных компаний на инновации выросли на 9,6% и достигли рекордных 603 млрд долл. по сравнению с 550 млрд долл. годом ранее и тем самым вышли на докризисный уровень. Список самых инновационных компаний мира, по оценкам участников, третий год подряд возглавляют Apple, Google и 3М.

В 2012 г. в рамках глобального исследования впервые был проведён опрос компаний России и Казахстана, входящих в число лидеров различных отраслей.

Компании, которые считаются самыми инновационными, редко тратят на инновации больше всех. Примечательно, что Топ-10 самых инновационных компаний превзошли 10 компаний с самыми высокими расходами на НИОКР по ключевым финансовым показателям: рост выручки, увеличение рыночной капитализации, рентабельность по EBITDA. Осуществление затрат на НИОКР не гарантирует роста прибыли и не определяет успех инноваций. Признанные наиболее инновационными компании Apple, Google и 3М занимают 53-е, 26-е и 86-е места соответственно в рейтинге компаний по объёмам инвестиций в инновации.

Опрос руководителей показал, что российские компании в значительной степени (50% респондентов) ориентированы на технологии, а не на рынок при разработке инноваций. «Инновации пока не стали стратегической целью первых лиц компаний, а сложившиеся оргструктуры и бизнес-модели многих компаний зачастую являются тормозом инноваций».

¹ http://www.booz.com/media/uploads/BoozCo_The-2012-Global-Innovation-1000-Study.pdf

Были выделены следующие ключевые особенности осуществления инновационных процессов в российских компаниях.

- Российские компании считают, что конвертируют идеи в концепции проектов и выводят на рынок продукты успешней, чем глобальные участники опроса. В России, по мнению респондентов, 21% идей становится концепциями для новых продуктов или услуг, по сравнению с 12% в международной выборке. Россия также более оптимистична насчёт количества идей, которые завершаются выводом на рынок (36%), чем глобальные компании (23%).

- В инновационном процессе российские компании чаще, чем глобальные, ориентируются на технологии (50 и 36% – для международной выборки) и в меньшей степени используют модель ориентации на уже существующие на рынке продукты (25% случаев, 37% – для международной выборки).

- Российские компании (25%) не так часто общаются с клиентами напрямую, как это делают в других странах (43%) для создания инноваций. В России наиболее часто используются традиционные исследования рынка как инструмент для генерации идей: 54% по сравнению с 29% в глобальном опросе. Россия также чаще использует социальные сети для получения новых идей, чем на глобальном рынке, где социальные сети не являются ключевым каналом для инноваций.

- В отличие от глобальных компаний, российские предприятия считают наиболее полезными для разработки новых идей (68%) внутренние сообщества: сотрудников и подразделения компании. Внешние сообщества – например, связи с поставщиками и университетами – используются гораздо реже, чем в Америке и Европе.

К похожим выводам приводят и результаты другого регулярного обследования наиболее инновационных компаний, которое ежегодно осуществляет американский журнал «Форбс» - «Самые инновационные компании мира» (The World Most Innovative companies – Forbes) [7]. Последнее обследование было представлено в сентябре 2012 г. В данном рейтинге фигурируют 100 компаний, осуществляющих наибольшие инвестиции в НИОКР. Общая сумма расходов на R&D компаний списка составляет 85% всех корпоративных расходов на R&D и около 50% от общих расходов на R&D в мире (включая государственные расходы). Наибольшая часть инновационных компаний (43 из 100) расположена на тер-

ритории США, что вполне предсказуемо. Обращает на себя внимание высокая позиция китайских компаний в рейтинге – всего присутствует 7 компаний, в том числе 5-е место в общем рейтинге занимает китайская компания Baidu, а также присутствие в рейтинге трёх стран БРИК: Китая, Индии (5 компаний) и Бразилии (2 компании). Сразу скажем, что российских компаний в первой сотне нет.

Общие выводы, к которым приходят исследователи из Forbes, близки к выводам Booz. Прежде всего они продемонстрировали, что не существует статистически значимой зависимости между расходами на R&D и успехом компаний в терминах роста доходов, прибыли и рентабельности инвестиций. Показано, что существует определённый порог: если компания попадает в группу, включающую 10% участников отрасли с наименьшими расходами на R&D, то её показатели функционирования находятся в зоне риска, а находятся ли инновационные затраты компании на среднем для отрасли уровне, или она входит в 10% лидеров по затратам на R&D, – не влияет на показатели функционирования. Таким образом, успех компании определяется не столько размером инновационного бюджета, сколько эффективностью его использования.

В самые последние годы были выполнены несколько крупных исследовательских проектов, связанных с оценкой состояния и перспектив *инновационного развития российских компаний*.

Первый проект осуществлялся представителями *Государственного университета – Высшей школы экономики в 2008–2009 годах* по заказу Министерства экономического развития Российской Федерации [8] и включал опрос высших менеджеров порядка 1000 предприятий российской обрабатывающей промышленности по широкому кругу проблем, в том числе выделялись вопросы перспектив технологической модернизации и инновационной активности предприятий.

Обследование предприятий обрабатывающей промышленности проводилось в два раунда – в благополучном 2005 г. и кризисном 2009 г. Общий уровень инновационной активности существенно не изменился – на панельной выборке число формальных инноваторов осталось стабильным. Авторы исследования пришли к выводу, что для значительной части обрабатывающей промышленности обнаруживается «ловушка недоразвитости»: инновации не могут стать мотором экономического роста, когда отсталое

производство не формирует спрос на инновации и подавляет предложение, а отсутствие предложения, в свою очередь, тормозит спрос.

В мае 2010 г. были представлены результаты исследования инновационности 100 крупных российских компаний, которые выполняли специалисты *Российской экономической школы* (РЭШ) [9]. Половина выборки представлена компаниями с годовым оборотом более 1 млрд долл., а оборот остальных компаний составил более 100 млн долл. в год.

Более половины компаний выборки в 2009 г. потратили на НИОКР от 3 до 10% оборота, а 30% компаний потратили менее 3%. В 2010 г. 70% компаний планировали потратить на НИОКР от 3 до 10% оборота и только 10% – менее 3%. Около 64% компаний осуществляли расходы на выполнение исследований и разработок, 52% – на приобретение машин и оборудования, 40% – на обучение и подготовку персонала.

Некоторые результаты обследований приведены в табл. 3.

Безусловно, значительно более высокие показатели инновационной активности, представленные в табл. 3, по сравнению с официальной статистикой, отражают особенности выборок и методов сбора информации – при опросе высших руководителей предприятий скорее всего происходит смещение вверх оценок собственных инновационных достижений. Ещё одна особенность

Таблица 3

**Инновационная деятельность компаний,
по данным обследований РЭШ и ГУ-ВШЭ, 2008–2010 гг.**

Виды инноваций	Занимались инновационной деятельностью	Новые для компании, %	Новые для глобального рынка, %	Принципиально новый продукт (ГУВШЭ, 2009), %
Новые продукты	39% компаний (данные РЭШ); 48% компаний (данные ГУ ВШЭ)	26	14	14,2
Новые технологии	73% компаний (данные РЭШ); 31,5% компаний (данные ГУ ВШЭ)	27	17	
Новые бизнес-процессы	66% компаний (данные РЭШ)	35	18	

выборок – ориентация на крупные предприятия, уровень инновационной активности которых значительно выше, чем у предприятий меньшего размера. Неожиданным является также высокий уровень новизны продукции, производимой компаниями. Непосредственное сопоставление данных обследований со статистическими данными затруднено также из-за различий в показателях размера предприятий – в проекте РЭШ величина компаний оценивалась по показателям годового оборота, а в публикациях Госкомстата – по численности занятых.

В марте 2012 г. в ГУВШЭ было представлено международное исследование «Глобальный инновационный барометр 2012» [10]. Исследование проводилось среди 2800 руководителей высшего звена крупнейших компаний мира в октябре-ноябре 2011 г. Россия впервые вошла в список участников (22 страны). Было продемонстрировано, что в последнее десятилетие в России происходил один из самых быстрых в мире рост общих расходов на НИОКР (с 1998 г. расходы на НИОКР в постоянных ценах практически удвоились). Однако уровень расходов на инновационную сферу по-прежнему находится на низком уровне: российские компании тратят на инновации значительно меньше своих зарубежных конкурентов. При этом львиная доля расходов на исследования и разработки приходится на государственный сектор (с 2005 по 2009 г. доля средств отечественного предпринимательского сектора во внутренних затратах на НИОКР уменьшилась с 30,0 до 26,6% на фоне увеличения доли средств государства с 61,9 до 66,5%).

Российские компании отстают от лидеров не только по объемам затрат на инновационную сферу, серьезно отличается от зарубежных компаний и структура расходов на технологические инновации.

В России доля затрат на R&D, выполненная собственными силами организаций, в 2009 г. составила 16,4% общего объема затрат на технологические инновации, в то же время на приобретение машин и оборудования компании направили 51,2% всех инновационных затрат, т.е. в отечественных компаниях наблюдается практика распределения расходов на инновационную деятельность, характерная для стран с низким научным потенциалом.

Российскими учёными также был выполнен ряд исследований компаний-газелей, начало которым положил проект *Финансового университета* при Правительстве РФ [1]. Большую работу в этом

направлении осуществляет *Медиахолдинг «Эксперт»*, публикации которого показали, что в России не только есть «газели», но они даже более влиятельные игроки рынка, чем на Западе. «Эксперт» считает, что наиболее вероятная оценка размеров российской «популяции» «газелей» для предкризисных времен – 12% от общего числа компаний, минимальная оценка – 8%. То есть частота появления газелей в России заметно превосходит развитые страны. Причины этого кроются как в изобилии свободных ниш, пригодных для развития бизнеса, так и в высоком образовательном и интеллектуальном уровне предпринимательской части населения, способной преобразовать эти ниши в реально действующие успешные бизнесы.

Одной из важнейших особенностей быстрорастущих фирм является способность газелей создавать спрос на свою продукцию и быстро расти во всех, в том числе и в старых отраслях, а не только в высокотехнологичном секторе экономики. Фирмы-газели, способные создавать растущий конечный спрос на свою продукцию, заинтересованы в постоянном её улучшении и потому являются естественными носителями спроса на инновации.

Безусловно, полагаться на фирмы-газели в качестве основных агентов инновационного развития крайне рискованно. Существуют вполне обоснованные сомнения в возможностях обнаружить и стимулировать развитие будущих «чемпионов». Полученные исследовательские результаты основаны преимущественно на исключительных историях успеха. Продолжительный рост (например, в течение более чем 10-летнего периода) является крайне редким, так как большинству фирм, демонстрирующих быстрый рост, удаётся расти лишь время от времени.

В реальности небольшое количество малых и крупных компаний демонстрируют эффективный быстрый рост.

Обобщая итоги российских исследовательских проектов, можно утверждать, что на российском рынке наибольшую инновационную активность демонстрируют крупнейшие компании – как иностранные, так и российские, работающие на международных рынках.

Инновации большей части компаний основаны на заимствовании и адаптации уже существующих продуктов и процессов.

Абсолютное большинство инноваций разрабатывается внутри компаний, без привлечения интеллектуальных и финансовых ресурсов извне (менее 20% привлекали внешних участников).

Отсутствие развитых рынков капитала, труда и товаров, а также важность политических связей определяют преимущества крупного бизнеса в осуществлении инноваций, включая заимствования и адаптацию, что типично для стран догоняющего развития.

Тем не менее результаты обследований показали, что российские предприятия значительно более инновационно-активны, чем это следует из официальной статистической информации, и находятся на уровне инновационного развития, близком к среднеевропейскому уровню.

Как уже упоминалось, практическими результатами теоретических дискуссий о связи величины компании и её инновационной активности становятся конкретные мероприятия государственной инновационной политики. Если инновационное развитие определяется крупным бизнесом, то государство должно оказывать поддержку крупным компаниям, занимающих лидирующие позиции в национальной и, возможно, мировой экономике.

В то же время доминирование крупных компаний способствует монополизации экономики, так что со временем крупные фирмы вытесняют или поглощают небольшие компании, снижая стимулы для инноваций. В таком случае государство должно сосредоточить свои усилия на ограничении монополистического давления крупных компаний и стимулировать создание конкурентоспособного малого бизнеса, создавая привилегированные условия для небольших компаний.

Безусловно, в инновационной системе *объективно необходимо существование компаний различного размера*. Крупный бизнес обеспечивает устойчивость системы и поддерживает основные направления технологического развития, малый и средний бизнес часто выступает инициатором и источником инноваций, способствует трансферу новых технологий, а также играет важную роль в создании новых быстрорастущих компаний.

Государственная политика, направленная на стимулирование инноваций, не может быть единой для всех предпринимательских организаций, она должна учитывать специфику, особенности и динамику развития различных типов компаний – участников национальной инновационной системы.

Литература

1. **Опыт** конкуренции в России: причины успехов и неудач / авт. проекта Юданов А.Ю. – М. : ИНТРАСТ; КНОРУС, 2007. – 464 с.
2. **Глобальное** предпринимательство и успешные стратегии роста новых компаний, доклад Мирового экономического Форума. <http://www.weforum.org/issues/global-entrepreneurship> дата обращения: 17.1.2013
3. **Индикаторы** инновационной деятельности: 2012. Стат. сб. – М. : ГУ-ВШЭ, 2012.
4. **Ведение** бизнеса в России 2012. Доклад Мирового банка. <http://russian.doingbusiness.org/reports/subnational-reports/russia> – дата обращения: 4.2.2013 г.
5. **Официальный** сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/nauka/ind_2020/pril3.ppt#271, 1, – дата обращения: 7.1.2013 г.
6. **Русские** инновации 2011. «ЭКСПЕРТ» – ИННОВАЦИИ. Сборник аналитических материалов. www.raexpert.ru/researches/expert-inno/ дата обращения: 2.1.2013.
7. **Наиболее** инновационные компании мира // Форбс. <http://www.forbes.com/innovative-companies/> The World Most Innovative companies – Forbes, sept. 2012, дата обращения – 7.1.2013.
8. **Предприятия** и рынки в 2005–2009 годах: итоги двух раундов обследования российской обрабатывающей промышленности ГУ-ВШЭ. – М., 2010.
9. **Инновационная** активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы. Исследование Российской экономической школы. Pricewaterhouse Coopers в России и Центра технологий и инноваций РвС // Российский журнал менеджмента. – 2010. – Т. 8. – № 4. – С. 81–112.
10. **Глобальный** инновационный барометр 2012. http://files.gecompany.com/gecom/innovationbarometer/GE_Global_Innovation_Barometer_Report_January_2012.pdf – дата обращения: 6.2.2013.