

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА МОНИТОРИНГ

Информационный бюллетень № 3 • 2015

Проект «Мониторинг инновационной активности субъектов инновационного процесса», реализуемый в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ с 2009 г., нацелен на развитие эмпирических исследований инновационной сферы, в частности изучение стратегий и моделей поведения научных организаций, предприятий промышленности и секторов услуг как субъектов инновационного процесса. Обследования предприятий промышленности и секторов услуг проводились в 2009, 2010, 2012, 2014 гг., научных организаций – в 2010, 2011 и 2013 гг.

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ДРУГИМИ УЧАСТНИКАМИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА¹

Важнейшим условием развития инновационных процессов и становления национальных инновационных систем эксперты считают не только успешное функционирование отдельных экономических акторов, но и их эффективное взаимодействие. Наличие системы налаженных кооперационных контактов с контрагентами – поставщиками, потребителями, конкурентами, государственными структурами, научными центрами, образовательными организациями, консалтинговыми фирмами и др. – позволяет повысить «сетевой капитал» организации, активизирует ее инновационный потенциал. Выявление специфики сотрудничества предприятий с различными категориями партнеров в контексте передачи и внедрения новых знаний и ресурсов, модернизации производства и расширения рынков сбыта позволяет выработать более обоснованные рекомендации по совершенствованию инновационной политики страны.

1. Интенсивность и сложность современных инновационных проектов, с одной стороны, и ограниченность ресурсов, знаний, технологий, квалифицированных кадров, к которым имеет доступ предприятие, с другой, выступают мощными

стимулами к созданию интеграционных связей в инновационной сфере. Хотя в развитых странах такие процессы происходят достаточно давно, само понятие «открытые инновации», обозначающее гибкую модель ведения бизнеса с акцентом на взаимодействие с партнерами, интенсивное применение потоков знаний и технологий, мобильность квалифицированных кадров, расширение рынков, новую парадигму использования интеллектуальной собственности, стало активно использоваться в экономической теории и практике только в последние годы².

2. В России, согласно результатам проведенного обследования, большая часть предприятий промышленности и сферы услуг (65.4%) при разработке инноваций ориентируются преимущественно на собственные силы либо на партнеров в составе группы, к которой они принадлежат (рис. 1). Только треть предприятий разрабатывают инновации в сотрудничестве с другими организациями. Очевидно, что для нашей страны «открытие» инновационного процесса весьма проблематично по ряду причин: это и недостаточный уровень конкуренции в большинстве сегментов внутреннего рынка, и низкая в целом эффективность внутреннего менеджмента и

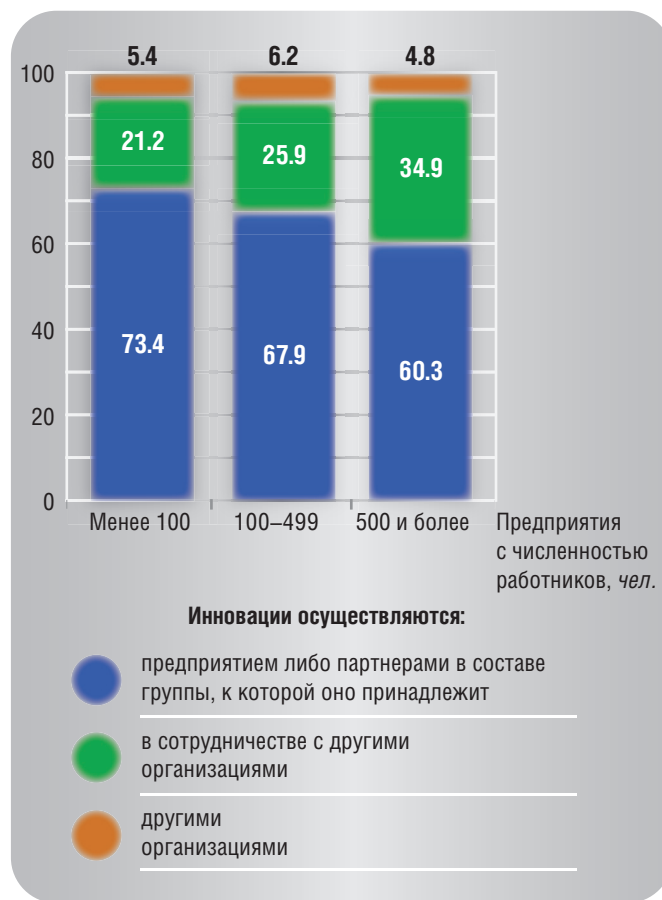
¹ По результатам третьего раунда обследования с участием порядка 2000 предприятий промышленности и сферы услуг.

² Chesbrough H.W. (2003) Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Boston: Harvard Business School Press.

Рис. 1. Распределение инновационных предприятий по наличию кооперационных связей (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в общем числе обследованных инновационных предприятий, %)



Рис. 2. Распределение кооперационных связей по величине инновационных предприятий (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в общем числе обследованных инновационных предприятий, %)



степень доверия к партнерам, и наличие серьезных административных барьеров, и сложности перехода к новой модели ведения бизнеса.

Наблюдается устойчивая корреляция между интенсивностью кооперационных связей и размером предприятия (рис. 2). Наиболее активны в плане инновационного партнерства крупные компании (с численностью персонала более 500 человек): такое взаимодействие осуществляют почти 35% из них, в то время как среди средних по размеру – только 26%, среди малых – 21%.

Ситуация с преимущественно закрытым типом инновационного процесса противоречит мировым трендам и не способствует полноценному развитию страны. Для ее преодоления потребуются серьезные усилия государства, в том числе в области укрепления механизмов защиты интеллектуальной собственности и сетевых взаимодействий, а также создания систем оперативного поиска подходящих контрагентов, технологий и т.д.

3. Как показывает мировой опыт, активное сотрудничество с внешними контрагентами ведет к росту продуктивности разработок, ускорению инновационных и производственных процессов, позволяет минимизировать инвестиционные риски и вероятность неуспешного завершения инновационной деятельности.

Формально уровень развития контактов российских предприятий с организациями сектора научных исследований и разработок нельзя считать низким (по промышленности – 48%). Однако тот факт, что при разработке новых продуктов и процессов более половины обследованных компаний не сотрудничают ни с научными организациями, ни с вузами, подтверждает, что отечественные предприятия тяготеют к недостаточно эффективной адаптационно-имитационной модели ведения бизнеса и не слишком заботятся о выводе продукции на международные рынки. Между тем активизация взаимовыгодной кооперации с наукой может при-

Рис. 3. Основные контрагенты инновационных предприятий (доля предприятий, имеющих партнерские отношения, в общем числе обследованных инновационных предприятий по типам кооперации, %)



вести к повышению уровня новизны реализуемых инновационных проектов, конкурентоспособности производимой продукции, капитализации предприятия и др.

Что касается кооперационных связей с другими типами организаций (рис. 3), то в первую очередь это партнерство с потребителями продукции, которое при прочих равных условиях повышает шансы на успех нового продукта на рынке. Для компаний обрабатывающей промышленности характерно также сотрудничество с поставщиками сырья, материалов и комплектующих (69%), для предприятий сферы услуг – с поставщиками услуг (43%).

4. Предприятия обрабатывающей промышленности и сферы услуг в процессе разработки инноваций и технологического обмена, как правило, сотрудничают с региональными контрагентами. Причина в том, что сфера их деятельности в значительной степени ограничивается территорией расположения, региональным и даже локальным рынками. Вполне вероятно, что возникновению такого «регионального» акцента способствовало формирование сети инновационных территориальных кластеров, предусмо-

тренных Стратегией инновационного развития до 2020 года³ и другими документами, регламентирующими их государственную поддержку. Действительно, в рамках кластерной политики внимание уделяется именно развитию кооперации между предприятиями и организациями – участниками кластера, чаще всего находящимися на одной территории; стимулированию развития малого и среднего бизнеса, возникающего вокруг «якорных» фирм. Хотя конечным итогом инициативы является повышение общего уровня инновационной активности в стране, этот результат достигается за счет эффективного взаимодействия производственных предприятий между собой, а также с научными и образовательными структурами, расположенным на конкретных территориях. Кооперация в рамках кластера содействует росту конкурентоспособности всех партнеров благодаря эффекту экономии от масштаба, распределению затрат, снижению рисков, повышению технологического уровня и др.

Для абсолютного большинства промышленных предприятий характерно партнерство с ре-

³ http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20120210_04 (дата обращения: 02.02.2015).

гиональными органами государственной власти и местного самоуправления (83%), региональными вузами (81), поставщиками услуг (79%) (рис. 4). Среди национальных контрагентов промышленных предприятий выделяются научные организации (69%)⁴, предприятия-смежники (64), поставщики сырья (61), потребители (60) и конкуренты (56%). Доля зарубежных контрагентов составляет менее 35%. Это в основном конкуренты и поставщики сырья, материалов и комплектующих.

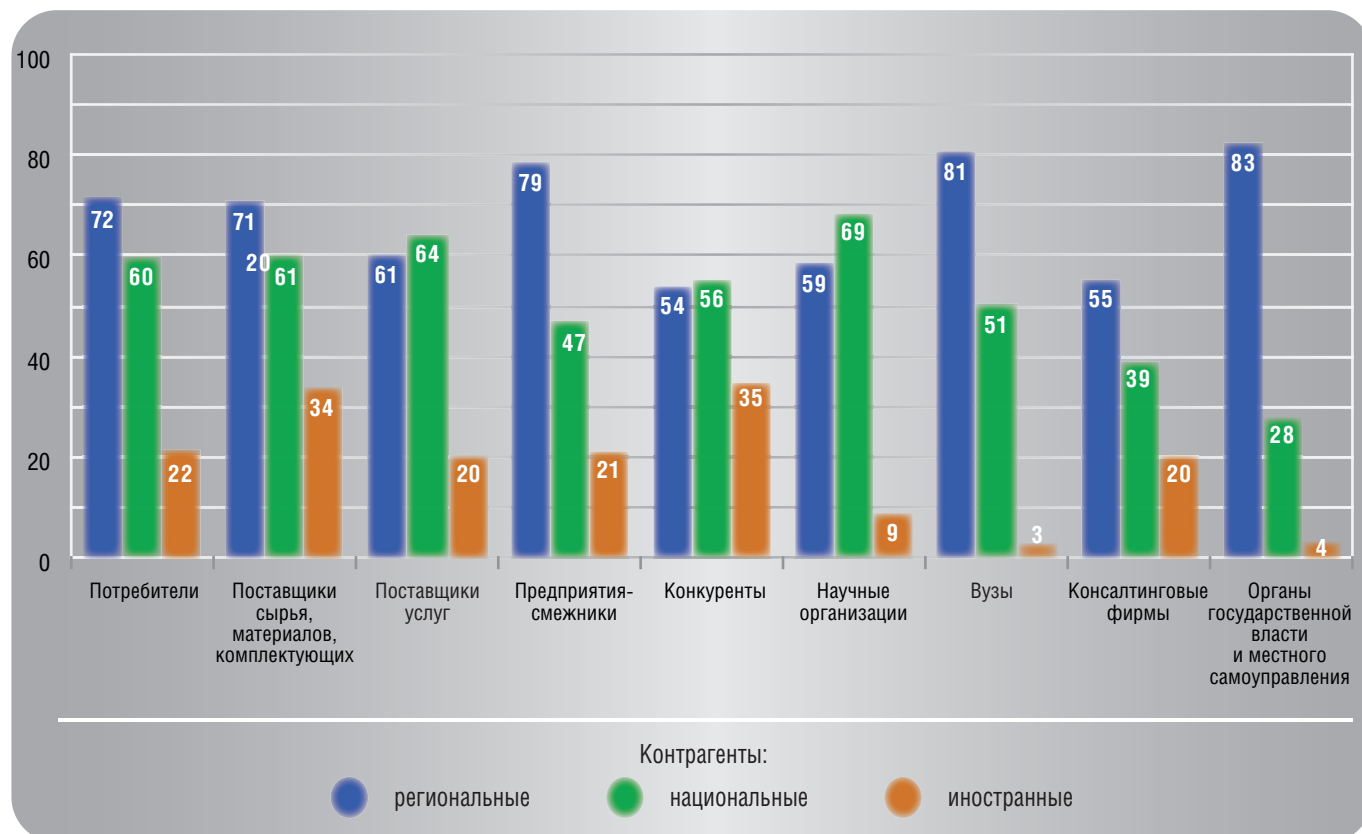
Предприятия сферы услуг еще в большей степени ориентированы на региональный рынок и региональных партнеров (рис. 5), что объясняется особенностями и ориентацией выпускаемой продукции. При этом, как и для предприятий промышленности, среди национальных партнеров выделяются научные организации. Доля зарубежных партнеров не превышает 20%, что, скорее всего, является следствием неразвитости международных кооперационных связей.

⁴ Напомним, что в России почти 70% организаций сектора исследований и разработок находятся в федеральной собственности.

5. Результаты проведенного обследования показывают разнообразие целей кооперации российских компаний с экономическими акторами при разработке инновационных проектов (рис. 6). Для получения нового знания предприятия сотрудничают главным образом с научными организациями (86%) и образовательными центрами (76%). Почти две трети (62%) поддерживают партнерские отношения с консалтинговыми фирмами с целью доступа к новой информации. Поиск квалифицированных кадров предприятия осуществляют в основном посредством контактов с вузами (54%) .

Расширение рынков сбыта может обеспечиваться за счет партнерства с потребителями (65%) и продвижения клиентоориентированных инноваций, а также с местными органами государственного управления (58%). Для снижения издержек 66% предприятий налаживают взаимодействие с поставщиками сырья, материалов, комплектующих, поставщиками услуг и предприятиями-смежниками.

Рис. 4. Локализация контрагентов инновационных предприятий обрабатывающей промышленности (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в общем числе обследованных инновационных предприятий обрабатывающей промышленности по типам контрагентов, %)



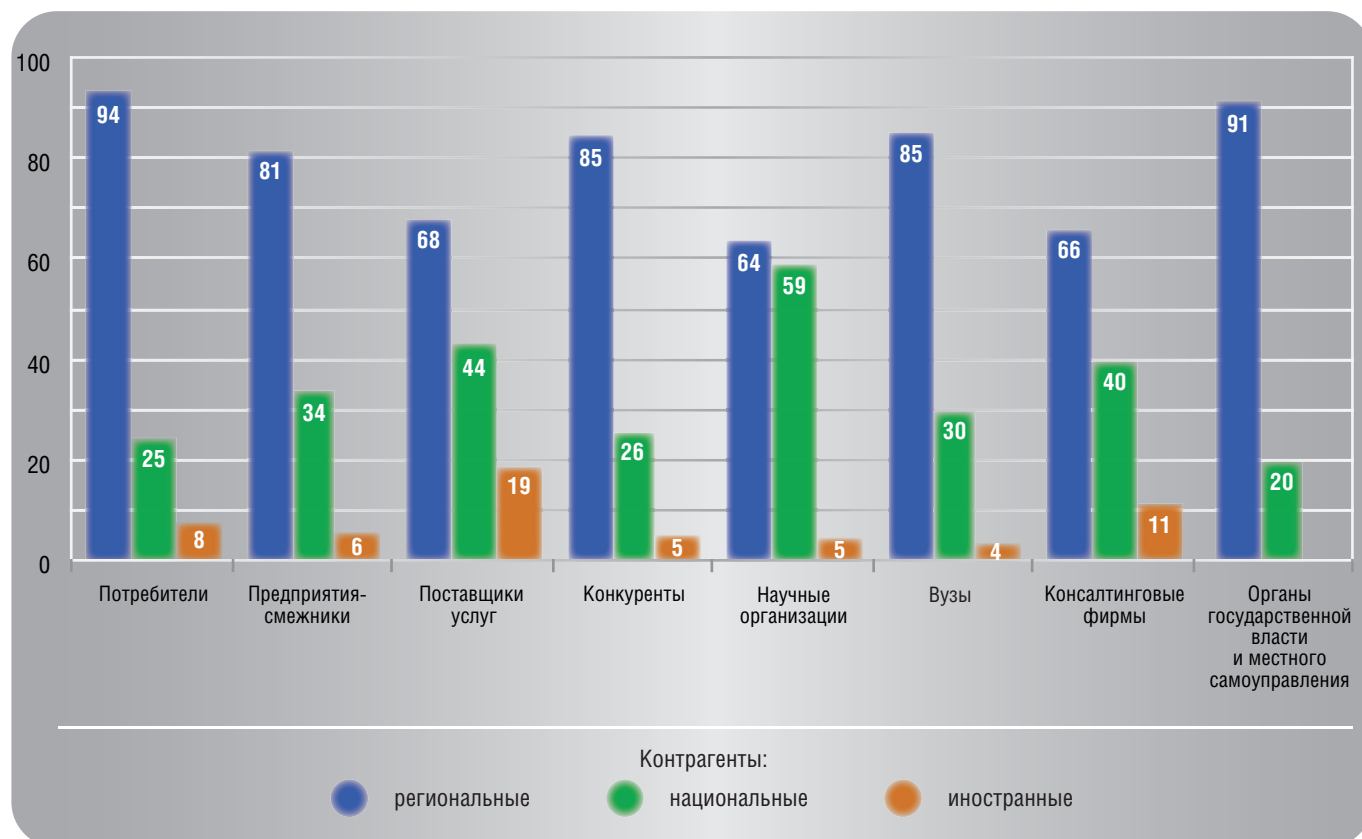
6. Российские предприятия используют преимущественно внутренние источники информации при осуществлении инновационных проектов. В основном это собственные исследования и разработки – их указали 60% обследованных предприятий (рис. 7). Менее половины респондентов (43%) заявили о привлечении рыночных каналов, что в принципе позволяет точнее учитывать предпочтения потребителей при разработке новой продукции. На практике в стране наблюдается недостаточная ориентация большей части предприятий на спрос при осуществлении инновационной деятельности.

Следует отметить также низкую долю компаний (23%), использующую научно-техническую информацию – литературу, патентные данные, сведения, которые удастся получить на различных мероприятиях. Вполне вероятно, что в последнем случае причиной незаинтересованности предприятий в использовании такой информации может быть ее низкое качество, а также неэффективность проводимых научно-технических мероприятий.

Таким образом, сетевое взаимодействие различных экономических агентов при осуществлении инноваций имеет в России ограниченный масштаб и низкую эффективность. При реализации инновационных проектов предприятия опираются прежде всего на собственные источники информации и ресурсов. Действующие схемы кооперации направлены преимущественно на партнерство с потребителями. Взаимодействие с сектором исследований и разработок, конкурентами, консалтинговыми фирмами, поставщиками, другими контрагентами менее интенсивно и продуктивно. Это при прочих равных условиях может негативно влиять на результативность нововведений. На общем фоне крайне слабо представлено международное партнерство.

В целом слабая интегрированность российских инновационных предприятий в сетевые коммуникации рассматривается в качестве серьезного барьера для перехода к инновационной модели развития страны.

Рис. 5. Локализация контрагентов инновационных предприятий сферы услуг (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в числе обследованных инновационных предприятий сферы услуг по типам контрагентов, %)



Особенности взаимодействия инновационных предприятий с другими участниками инновационного процесса

Рис. 6. Цели сотрудничества с контрагентами (доля предприятий, отметивших соответствующие цели, в общем числе обследованных инновационных предприятий по типам контрагентов, %)

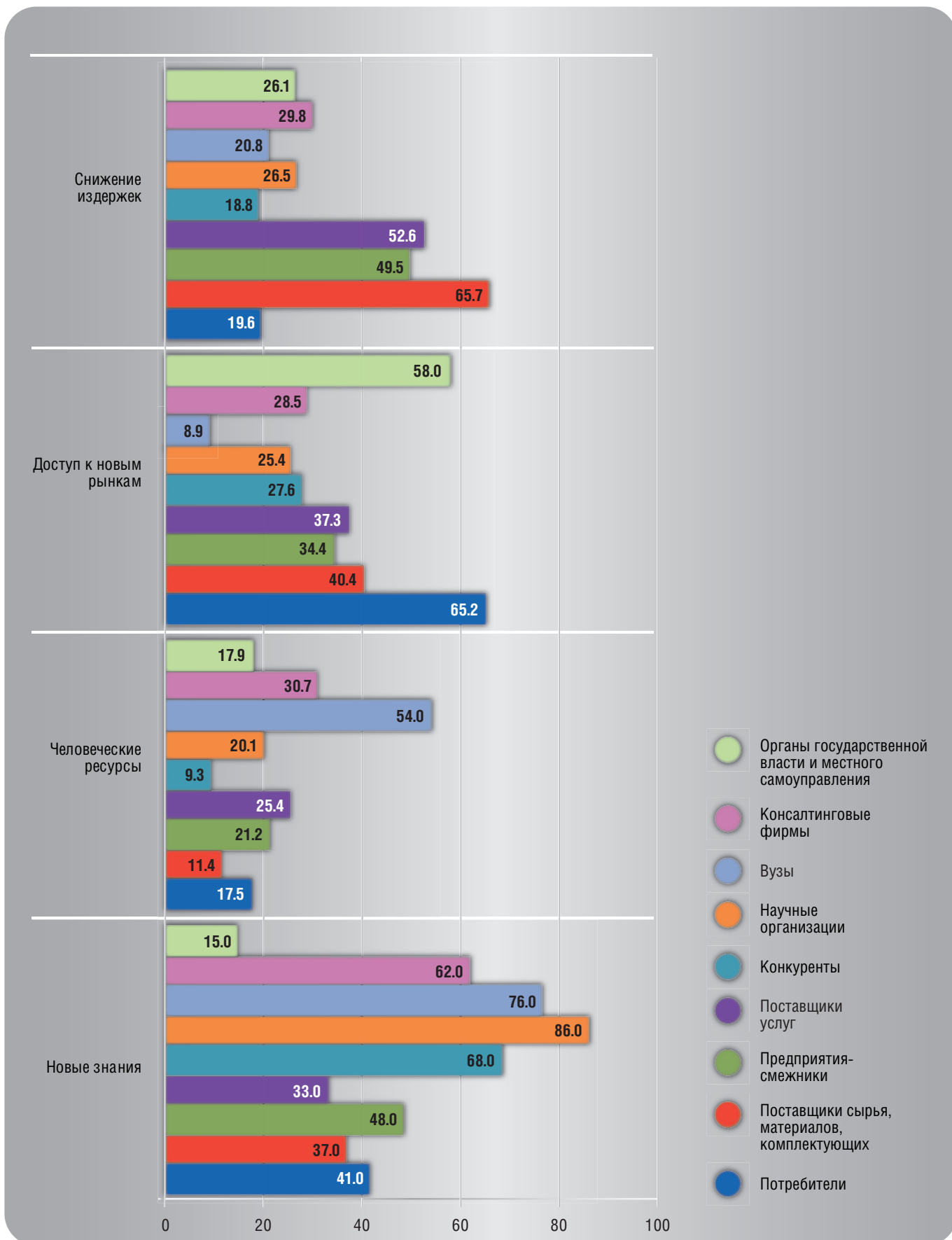


Рис. 7. Источники информации для разработки новых продуктов (доля предприятий, указавших соответствующий источник, в общем числе обследованных инновационных предприятий, %)



Источники:

Kuznetsova T., Rud V., Zaichenko S. (2013) Comparative study of innovation behavior of R&D organisations and innovative enterprises in Russia / Working paper in co-athorship. HSE Working Papers.

Zaichenko S., Kuznetsova T., Roud V. (2014) Features of Interaction Between Russian Enterprises and Research Organisations in the Field of Innovation // Foresight-Russia. Vol. 8. No. 1. P. 6–23.

Над материалом работали:
Александрова Е.А., Кузнецова Т.Е., Рудь В.А.