

Кооперационные стратегии в инновационной деятельности предприятий

В современной экономике одним из действенных инструментов получения доступа к новым знаниям на уровне предприятий и организаций является формирование и реализация кооперационных стратегий. В процессе создания инноваций компании уделяют внимание не только поддержке собственных (внутрикорпоративных) исследований и разработок, но и привлечению новых идей, интеллектуальных результатов и компетенций извне.

Абсолютное большинство (98.5%) российских инновационно-активных предприятий обрабатывающей промышленности, как и в других странах, сотрудничают с внешними организациями в процессе создания, коммерциализации и использования инноваций. Однако зачастую эти взаимодействия носят нерегулярный характер. Система взаимоотношений компаний с партнерами в инновационной сфере опирается на разнообразные типы и формы кооперационных связей (рис. 1).

Рис. 1. Партнеры по кооперации инновационно-активных предприятий обрабатывающей промышленности (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в общем числе обследованных инновационно-активных предприятий, %)*



* Вопрос: «С кем сотрудничает ваше предприятие при осуществлении инноваций?»

Наиболее распространенной формой кооперации является сотрудничество внутри цепочки поставок, прежде всего, с непосредственными потребителями продукции (78%) и поставщиками сырья, материалов и комплектующих (74.3%). Относительно высокая доля предприятий-участников жесткой вертикальной кооперации свидетельствует о нежелании бизнеса включать в процесс производства сторонние организации.

Интенсивность взаимодействия с сектором производства знаний — с научными организациями и университетами — существенно ниже (менее 30% по каждой группе). Между тем, сектор исследований и разработок может стать важным стратегическим партнером, контакты с которым позволяют обеспечить более высокий уровень новизны инновационной продукции и технологий, конкурентоспособности производимой продукции.

Органы государственной власти — стратегически важные партнеры по кооперации, так как они одновременно создают правовую, а зачастую, и финансовую основу для сотрудничества, реализуют важные инициативы в инновационной сфере. Тем не менее только порядка 23% инновационно-активных промышленных предприятий хоть раз вступали в сотрудничество с органами государственной власти и местного самоуправления по релевантным вопросам.

Анализ кооперационных связей показал, что в российской обрабатывающей промышленности можно выделить несколько типичных моделей инновационного сотрудничества (табл. 1), характеризующихся фокусом на вертикальной кооперации — взаимодействии только внутри цепи поставок; горизонтальной кооперации — сотрудничестве с различными участниками рынка; институциональной кооперации — активном взаимодействии с сектором исследований и разработок; сетевых контактах — комбинации различных кооперационных стратегий при разработке инноваций.

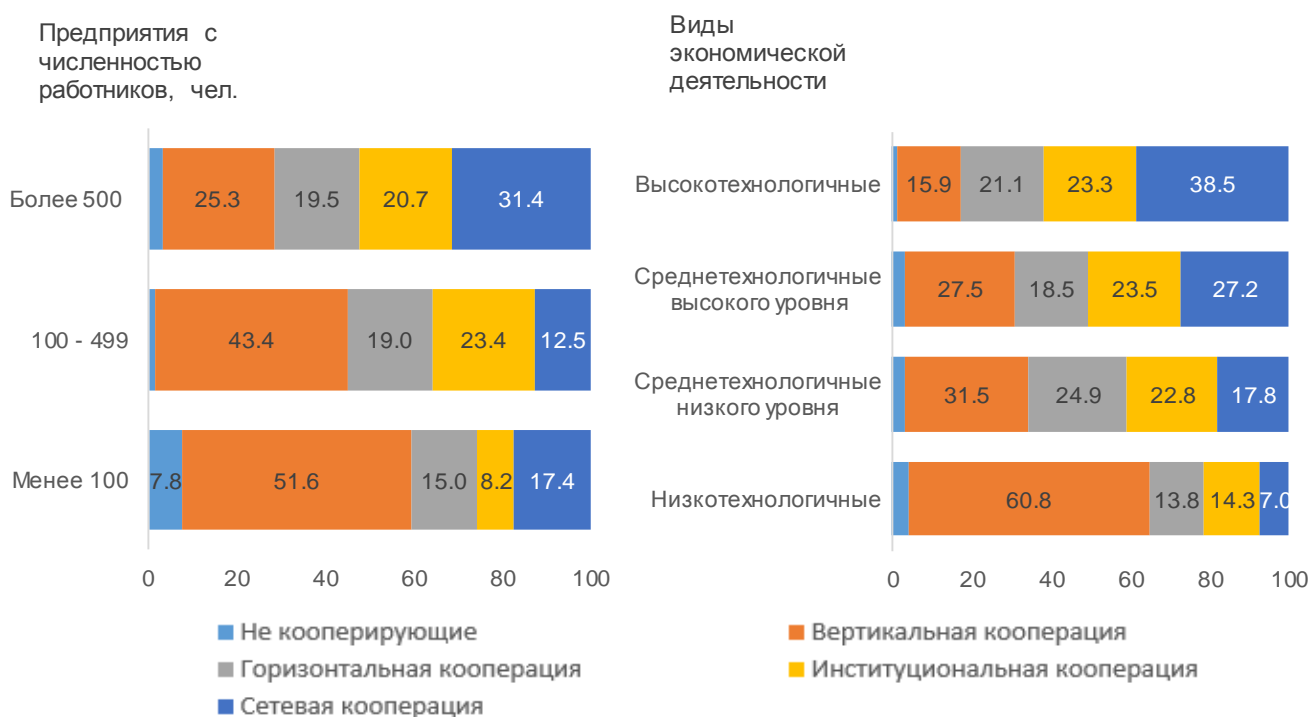
Таблица 1. Модели инновационной кооперации в российской обрабатывающей промышленности

Модель кооперации	Особенности стратегии компании
Не кооперирующие	Не сотрудничает с внешними организациями при разработке и внедрении инноваций
Простая вертикальная кооперация	Взаимодействует только с потребителями, поставщиками сырья и материалов, услуг
Горизонтальная кооперация	Сотрудничает с предприятиями-смежниками и конкурентами, не сотрудничает с наукой
Институциональная кооперация	Сотрудничает с научными организациями, вузами/ университетами, не сотрудничает с участниками рынка
Сетевая кооперация	Одновременно сотрудничает с участниками рынка (предприятиями-смежниками и/или конкурентами) и сектором производства знаний (научными организациями и/или вузами/университетами)

Инновационно-активных предприятий, не имеющих кооперационных связей, в российской обрабатывающей промышленности практически нет; одновременно не так много и продвинутых предприятий, которые имеют разветвленную партнерскую сеть, взаимодействуют с контрагентами из разных секторов экономики в рамках конкретного инновационного проекта или направления деятельности (рис. 2).

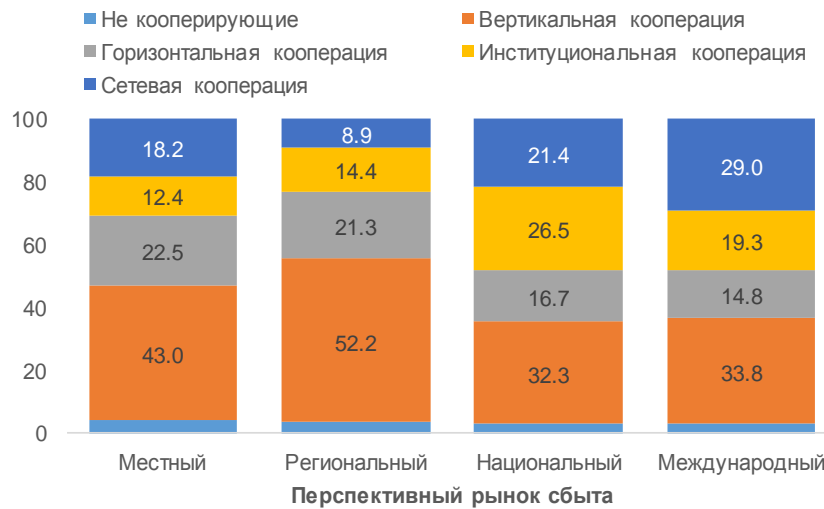
Размер предприятия и вид экономической деятельности часто обуславливают выбор модели кооперации. Так, самая простая, вертикальная модель межфирменной кооперации, характерна для большинства респондентов, относящихся к сегменту малых низкотехнологичных предприятий (более 50%). Крупный инновационный бизнес, ориентированный на производство высокотехнологичной продукции, что обычно связано с высокими затратами и риском, как правило, является основным участником сетевых взаимодействий.

С ростом численности персонала и технологической сложности промышленной деятельности доля инновационно-активных предприятий, которые помимо участников цепочки поставок сотрудничают с сектором производства знаний, увеличивается, однако все равно остается недостаточно высокой (менее 25%).

Рис. 2. Распределение моделей инновационной кооперации в российской обрабатывающей промышленности в зависимости от размера предприятий и вида экономической деятельности (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в общем числе обследованных инновационно-активных предприятий, %)

Промышленные компании в целях закрепления своих конкурентных позиций на местных и региональных рынках взаимодействуют в процессе осуществления инновационной деятельности в основном с участниками цепочки поставок (43% и 52.2% соответственно). Предприятия, планирующие выход на национальный и зарубежные рынки, чаще сотрудничают с сектором научных исследований и разработок, участвуют в различных сетевых взаимодействиях (рис. 3).

Рис. 3. Модели инновационной кооперации в российской обрабатывающей промышленности по перспективным рынкам сбыта инновационной продукции (доля предприятий, отметивших соответствующую опцию, в общем числе обследованных инновационно-активных предприятий, %)*



* Вопрос: «Укажите рынки сбыта, с которыми Вы связываете перспективы развития Вашего предприятия»

Выбранная кооперационная стратегия отражает, с одной стороны, имеющийся инновационный потенциал предприятия, влияет на решение о выходе на новые рынки сбыта. С другой стороны, именно наличие инновационных компетенций и текущая география рынка сбыта во многом определяют модель сотрудничества с внешними организациями в процессе создания и внедрения нововведений.



Источник: Мониторинг инновационной активности субъектов инновационного процесса, реализуемый в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, 2014-2015 гг.

■ Материал подготовили **В.В. Власова, Т.Е. Кузнецова, В.А. Рудь**

© Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, 2016

При перепечатке ссылка обязательна.