

**С.Д. Бодрунов**

### **Дуализм экономики инновации**

В настоящее время инновационная деятельность провозглашается в России как один из главных приоритетов, а инновации – едва ли не как панацея от всех наших промышленных бед – технологической отсталости, неэффективности промышленного производства, низкой производительности труда и т.п.

В связи с этим целесообразно рассмотреть экономическую суть инновационного процесса, чтобы определить, может ли инновационная экономика быть эффективной, и если да, – то при каких условиях.

Субъектом инновации всегда является хозяйствующий субъект (компания, фирма, холдинг), работающий над созданием некоего продукта, ведущий опытно-конструкторские или иные работы инновационного характера. В результате этой деятельности субъект инновации получает определенный объект интеллектуальной собственности (ОИС).

ОИС (обычно являющийся в стандартном понимании «разработкой»):

увеличивает стоимость продукции, предлагаемой потребителю, ее ценность для потребителя (дает рост выручки и прибыли) либо

улучшает (ускоряет, делает более эффективным и т.п.) процесс создания продукции (дает снижение производственных издержек и также – рост прибыли).

Следовательно, с помощью ОИС создается некая стоимость, входящая как составная часть в стоимость продукта. Дальнейшая судьба этой стоимости может состояться в трех вариантах:

первый – в виде прибыли у компании-владельца ОИС (включая компании, использующие данный ОИС в производстве конкретного продукта);

второй – в виде скрытого дохода потребителя, который может получить ее в условиях жесткой конкуренции путем приобретения более дешевого продукта, чем если бы он приобрел его на менее конкурентном рынке, на котором владелец ОИС мог бы включить стоимость, созданную с использованием ОИС, в состав стоимости продукта; на конкурентном рынке владелец ОИС вынужден за счет этой дополнительной стоимости либо ее части снижать общую стоимость продукции, передавая (даря, уступая) таким образом фактически часть стоимости продукта потребителю;

третий – в виде скрытого дохода конкурентов за счет уступки владельца ОИС в цене своей продукции вследствие давления конкурентов; в этом случае конкуренты, которые «не жнут, не пашут» на ниве создания данного ОИС, не вкладывают в него средств, только за счет фактического копирования продукта, содержащего в своей стоимости долю стоимости, созданную с помощью ОИС, могут продавать продукт дешевле, чем владелец ОИС, который вынужден терять свою законную прибыль, вплоть до некупаемости ОИС вообще.

Таким образом, экономическая привлекательность инновации, заключающейся в создании ОИС и доведении продукта с ним до рынка, зависит от эффективности механизмов ее защиты на рынке. Инноватор заинтересован в том, чтобы прибыль от продажи продукта была максимальная, как и период, в течение которого эта прибыль вообще имеет место быть.

В свою очередь, эти два параметра зависят от способов защиты интеллектуальной собственности, ситуации на конкретных рынках, с одной стороны, и от естественнонаучного и естественно-экономического хода истории, а именно – скорости смены технологических переделов, технологических платформ и т.п. (в частности, в первой половине двадцатого века цикл смены технологических поколений составлял около 20 лет, сейчас он приближается примерно к 5 годам; например, в авиастроении предыдущее, четвертое поколение авиаприборной техники базировалось на определенной технологической платформе в течение 12-15 лет, в то время как пятое технологическое поколение ориентировочно имеет длительность около 6-7 лет).

Таким образом, интерес субъекта инновационной деятельности заключается в извлечении максимальной прибыли от инновации, он должен успеть не только окупить затраты на создание ОИС и разработку на его базе инновационного продукта, но и получить обычную прибыль от производства и реализации продукта. Проблемы, возникающие в ходе этих процессов, резко снижают интерес предпринимателя к инновациям. Отсюда задача общества – усиление защиты интеллектуальной собственности, поддержка инноваторов. В противном случае общество рискует получить застой в развитии продуктового ряда, в качестве потребления и т.д.

В то же время общество имеет абсолютно противоположную задачу – как можно быстрее добиться максимально широкого распространения инновации, поскольку массовое использование ОИС, без необходимости оплаты его создания, очевидно, ведет к существенному удешевлению производства продукта, увеличению производительности труда, возрастанию конкуренции, снижению стоимости продукции для потребителя и к общему повышению эффективности экономики. Следовательно, в этом случае общество, развивая конкуренцию, фактически работает против инноватора.

Таким образом, общество, с одной стороны, заинтересовано в достижении максимально разнообразного и недорогого потребления, с другой стороны, инноватор заинтересован в противоположном. Однако без поддержки инноватора общество в конечном итоге не получит ни разнообразия, ни доступного уровня цен.

Выход из положения – создание справедливой системы распределения доходов от использования ОИС с учетом интересов обеих сторон – инноватора и потребителя. В мире существуют различные механизмы достижения такого равновесного состояния системы «инноватор-потребитель». Среди них развитое законодательство по защите интеллектуальной собственности, предполагающее систему роялти за использование ОИС, защиту от несанкционированного (безвозмездного) использования ОИС либо незаконного извлечения прибыли от такого использования, с одной стороны, с другой стороны – это меры экономического и регулятивного

характера, позволяющие снизить издержки инноватора при производстве ОИС и осуществления инновационного процесса (различные льготы, помощь в привлечении инвестиций и др.).

В России с настоящее время и с тем, и с другим дело обстоит нехорошо. У нас нет ни развитой системы защиты интеллектуальной собственности, ни развитой инновационной системы, включающей в себя упомянутые выше меры поддержки субъектов инновационной деятельности. Именно в этом причина низкого уровня инновационной активности российских субъектов хозяйственной деятельности и предельно низкая эффективность от реализации тех отечественных инноваций, которым все-таки удается пробиться на российский рынок. Не является парадоксом успех многих российских компаний, предложивших инновационные продукты не на российский, а на более защищенные иностранные рынки, имеющие меньшие страновые риски для инвестпродуктов, при том, что им приходится преодолевать дополнительные «барьеры вхождения» на эти рынки.

## Литература

1. Бодрунов С.Д., Золотарев А.А. Инновационная активность российских корпораций – переход к инновационному типу развития. /Сб. «Аэрокосмическое приборостроение России». Сер. 1. «Экономика России». Вып. 9. СПб. НААП, 2009, с. 75-87.

2. Бодрунов С.Д., Буйских Д.С. Прогнозирование затрат на создание производственных инноваций в промышленных корпорациях. /«Мир авионики», №1, 2009, с. 33-35.

3. Бодрунов С.Д. Венчурная модель обеспечения инновационной деятельности крупных корпораций. /«Мир авионики», №1, 2009, с. 30-32.

4. Бодрунов С.Д., Мартыненко А.В. Формирование корпоративного механизма внедрения инноваций. /«Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов», №1, 2008, с. 260-262.

5. Галица И.А., Шевченко Н.Н., Киндзерский Ю.В. и др. Совершенствование управления инновационного развития в постсоциалистических странах. /«Экономическое возрождение России», №1 (23), 2010, с. 19-27.

6. Гордеев Д.А. Самоорганизация как элемент конкурентной стратегии предпринимательских структур при реализации инноваций. /«Экономическое возрождение России», №1 (23), 2010, с. 58-64.