

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 экономическо-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.