



- <sup>9</sup> Долгин А. Б. Манифест новой экономике. Вторая невидимая рука рынка. М., 2010. С. 15.
- <sup>10</sup> См.: Антпина О. Н. Информационная экономика : современные технологии и ценообразование. М., 2009. С. 13.
- <sup>11</sup> См.: Рост потребления и фактор разнообразия : новей-

шие исследования западных и российских эволюционистов : сб. ст. ; пер с англ. М., 2007.

- <sup>12</sup> См.: Goldsmith R., Hofacker C. Measuring Consumer Innovativeness // J. of the Academy of Marketing Science. 1991. № 6. P. 209–221.

УДК 334.012.23:001.895

## ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О. В. Сенокосова

Саратовский государственный университет  
E-mail: senoolga@yandex.ru



Статья посвящена особенностям формирования инновационной бизнес-среды в российских условиях. Инновационная бизнес-среда находится в настоящее время на стадии формирования, неравномерность которой приводит к отсутствию инновационно активного населения, стимулирования новаторов к предпринимательству, предпринимателей к активному внедрению новшеств в производство, механизма рождения инноваций, вывода их на рынок и внедрения в производство.

**Ключевые слова:** инновации, бизнес-среда, инновационное предпринимательство, рынок инноваций.

### Formation of the Innovative Business Environment in the Russian Federation

O. V. Senokosova

Article is devoted features of formation of an innovative business environment in the Russian conditions. The innovative business environment is, now, at a formation stage, therefore practically there is not is innovative-active population, stimulation of innovators to business, businessmen to active introduction of innovations in manufacture, the mechanism of a birth of innovations, their conclusion to the market and introductions in manufacture.

**Key words:** innovations, business environment, innovative business, market of innovations.

Развитие инновационного бизнеса является одной из важных составляющих перевода российской экономики на инновационный путь. Во всех развитых странах роль инновационного бизнеса (особенно малого) в решении актуальных социально-экономических и технологических задач достаточно велика. Предполагается, что инновационные предприятия в России должны вскоре составить значительную долю ВВП страны и позволить ей уйти от сырьевой зависимости. Для полноценного функционирования бизнеса необходима среда, позволяющая развиваться и внедряться в инновационные волны.

Для создания и диффузии инноваций важны в первую очередь конкуренция и развитая биз-

нес-среда. Существует множество определений, характеризующих бизнес-среду предприятий, отраслей, рассматриваются отдельные ее стороны, выделяются внешняя и внутренняя среда.

В целом под бизнес-средой понимается совокупность факторов, способствующих развитию бизнеса. Обычно среди факторов, определяющих бизнес-среду, выделяются государственное и бюрократическое регулирование, инвестиции, коррупция, налоговое бремя, законодательное регулирование, права собственности, доступ к финансовым ресурсам и т.д.

Теоретически средообразование можно разделить на два этапа – формирование и развитие. Первый этап (подготовительный) – формирование – представляет собой процесс, состоящий из последовательного соединения и объединения элементов, находящихся в среде, итогом которого является объект среды. Данный этап заключается в наборе необходимых элементов среды с соответствующими свойствами для дальнейшего их использования. Объектом первого этапа должны быть инновации.

Второй этап (завершающий) – развитие – является логическим продолжением первого и связан с функционированием систем. Он отображает непосредственное достижение цели, поставленной перед объектом. Если результатом первого этапа является объект, то результатом второго – удовлетворение потребности (достижение цели), в котором проявляется система. Инновационная бизнес-среда России, на наш взгляд, в настоящее время находится на стадии формирования.

Инновациям в России уделяется большое внимание, во многом они понимаются слишком узко, лишь как внедрение абсолютно новых продуктов и разработок, а также как революционные прорывы. Инновации необходимо рассматривать как создание новой ценности, они должны быть тесно связаны не только с активизацией иннова-



ционной деятельности, но и с повышением роли человеческого капитала в системе производственных отношений.

Поэтому основой формирования инновационной среды должна стать трансформация роли человеческого капитала – определение его как стратегического ресурса инновационной деятельности, обеспечивающего возможность решения научно-технических задач и позволяющего реформировать промышленное производство, а также формировать предпринимательскую среду, отвечающую принципам партнерства, свободы выбора и интеграции интеллектуального ресурса в глобальное экономическое и информационное пространство.

В настоящее время не полностью сформирована такая инновационная среда, которая бы увеличивала долю инновационно активного населения России, стимулировала новаторов к предпринимательству, а предпринимателей к активному внедрению новшеств в производство, и внутри которой был бы создан действенный механизм рождения инноваций, вывода их на рынок и внедрения в производство. Традиционные сектора экономики в большинстве не осваивают новые технологии, уже имеющиеся на рынке, не развиваются и не повышают производительности труда, что, в свою очередь, ведет к деградации экономики в целом и понижению ее конкурентоспособности на мировом рынке.

Помимо «классических» факторов, формирующих бизнес-среду, необходимо акцентировать внимание и на следующих позициях: состоянии научно-технического, технологического, инновационного потенциала общества, политических, социокультурных, природных, международных, ресурсных факторах.

Инновационная бизнес-среда должна отвечать следующим требованиям:

1) не ограничивать конкуренцию, обязаны функционировать антимонопольные структуры, должны быть обеспечены низкие границы входа на рынок, минимизированы бюрократические барьеры для бизнеса;

2) помогать инновационному бизнесу: должны быть сформированы организационные структуры поддержки бизнеса (бизнес-инкубаторы, технопарки), созданы условия для финансовой, информационной, консультационной поддержки инновационных проектов, обеспечения квалифицированными кадрами и т.д.

3) стимулировать к инновациям через различные социальные институты, в том числе формирование позитивного отношения к инноваторам, налоговые преференции и т.п.

4) обеспечивать защиту интеллектуальной собственности и экономическую и физическую безопасность, защиту от бюрократических препятствий и т.п.

В российских условиях инновационная бизнес-среда пока в полном объеме не отвечает этим требованиям, поэтому для развития инновационного бизнеса в неблагоприятных условиях характерен не рост, а некое торможение. Невозможно в условиях не сформированной инновационной среды повышение инновационной активности бизнеса.

Рассмотрим некоторые перекосы в создании бизнес-среды, позволившие сформировать современное состояние бизнеса в сложившихся условиях.

1. В рамках инновационной политики реализован ряд важных мер, направленных на формирование бизнес-среды, стимулирование компаний к инновациям, развитие инструментов поддержки технологической модернизации. Однако при наличии отдельных улучшений до сих пор сохраняется фрагментарность и неустойчивость общего прогресса в данной сфере.

2. Среди ключевых проблем формирования и реализации государственной инновационной политики – недостаточное качество бизнес-среды, неконкурентоспособный инвестиционный климат, сохранение неразвитости условий для справедливой конкуренции на рынках.

3. Сохраняются значительные барьеры для распространения новых технологий. Они обусловлены нынешним отраслевым регулированием, а также реализацией процедур сертификации, таможенным и налоговым администрированием.

4. Недостаточны усилия региональных и муниципальных властей по улучшению условий для инновационной деятельности. Некоторые российские регионы демонстрируют существенный прогресс в формировании благоприятных условий для инновационного бизнеса, в развитии различных инструментов поддержки инноваций, однако весьма медленно идет процесс межрегионального распространения лучших практик.

5. Взаимодействие бизнеса и государства в формировании и реализации инновационной политики пока не носит регулярного характера, не обеспечивает сбалансированного представления интересов различных инновационно активных предприятий, особенно в слабо концентрированных и создающихся секторах.

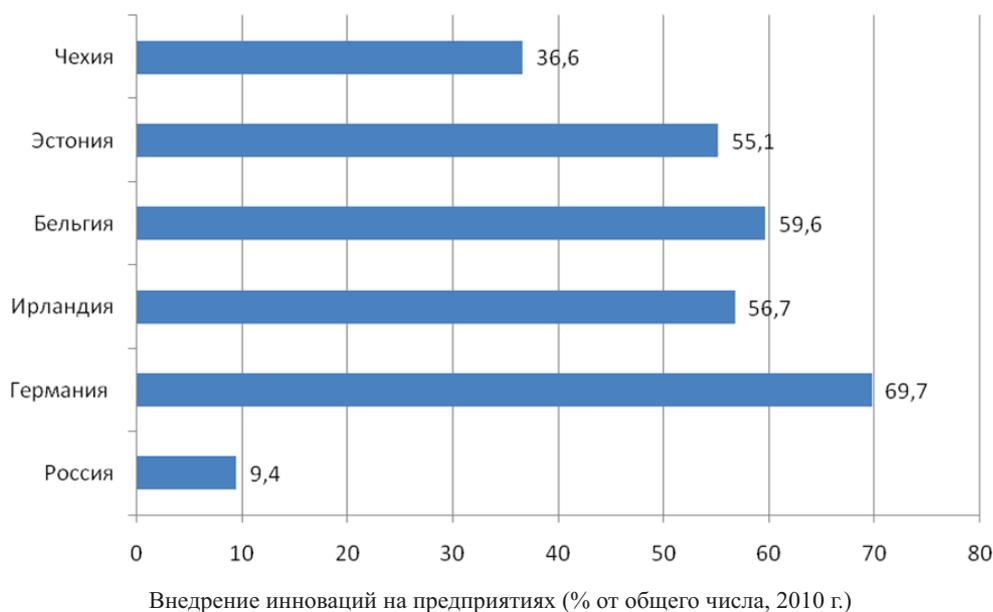
6. Недостаточна эффективность инструментов государственной поддержки инноваций, которая выражается в ограниченной гибкости, неразвитости механизмов распределения рисков между государством и бизнесом, слабой ориентированности на стимулирование связей между различными участниками инновационных процессов.

7. Издержки небольших компаний на получение прямой государственной поддержки при реализации инновационных проектов весьма высоки, а возможности федеральных органов исполнительной власти администрировать предо-



ставление поддержки по множеству не крупных проектов крайне ограничены. Пока не наблюдается значительного прогресса в реализации различных механизмов поддержки инновационной деятельности предприятий через отраслевые бизнес-ассоциации. Отсутствуют работоспособные механизмы регулярного выявления неэффективных или морально устаревших инициатив и последующего их «свертывания».

8. Восприимчивость бизнеса к инновациям технологического характера остается низкой. В 2010 г. разработку и внедрение технологических инноваций осуществляли 9,4% от общего числа предприятий отечественной промышленности, что намного ниже значений, характерных для Германии (69,7%), Бельгии (59,6%), Эстонии (55,1%), Финляндии (52,5%), Швеции (49,6%) (рисунок)<sup>1</sup>.



9. Мала доля предприятий, инвестирующих в приобретение новых технологий (11,8%). Низка не только доля инновационно-активных предприятий, но и интенсивность затрат на технологические инновации, составляющая в промышленности России 1,9% (аналогичный показатель в Швеции – 5,4%, Финляндии – 3,9%, Германии – 3,4%)<sup>2</sup>.

Недостаточный уровень инновационной активности усугубляется низкой отдачей от реализации технологических инноваций. Хотя в абсолютном выражении объемы инновационной продукции постоянно повышаются (в 1995<sup>3</sup>–2009 гг. – на 34%), затраты на технологические инновации растут еще быстрее (за тот же период – втрое)<sup>4</sup>.

Рост бюджетного финансирования, направляемого на поддержку исследований и разработок, развитие сектора генерации знаний, не привел к должному росту инновационной активности предприятий. За период с 2005 по 2009 г. доля средств отечественного предпринимательского сектора во внутренних затратах на исследования и разработки уменьшилась с 30,0 до 26,6% при увеличении доли средств государства с 61,9 до 66,5%. В целом затраты на технологические инновации организаций промышленного производства составили в 2009 г. 358,9 млрд руб. (0,9% к ВВП)<sup>5</sup>.

В целом расходы российских компаний на НИОКР (в процентах к ВВП) значительно ниже (1,24%), чем в странах – инновационных лидерах (2,5–4,5%) и в странах «второго эшелона» (1,5–2,5%).

Абсолютное доминирование наименее передовых типов инновационного поведения (заимствование готовых технологий и т. д.) характеризует российскую инновационную систему как ориентированную на имитационный характер, а не на создание радикальных нововведений и новых технологий.

Неразвитость инфраструктуры экспериментальных исследований не позволяет вывести российские научные лаборатории на уровень, сравнимый с западным. Очень скромно выглядят российские компании и на мировых рынках. В 2010 г. доля произведенных ими товаров и оказанных услуг в общемировых объемах экспорта высокотехнологичной продукции гражданского назначения составила 0,25% (в 2003 г. – 0,45%), что несравнимо меньше доли таких стран, как Китай (16,3%), США (13,5%), Германия (7,6%) и др. Стабильно слабые позиции российские предприятия-экспортеры занимают в таких областях, как офисное и компьютерное оборудование (0,05% мирового экспорта), электронные компоненты и



телекоммуникационное оборудование (0,1%) и фармацевтическая продукция (0,09%), то есть в сегментах, рассчитанных на массового конечного потребителя. Наибольшая же активность сосредоточена в узких специфических направлениях: неэлектрические машины (2,02%), химическая продукция (0,77%, преимущественно радиоактивные материалы), авиакосмическая техника (0,39%).

Российские компании тратят на инновации значительно меньше своих зарубежных конкурентов в соответствующих секторах. В рейтинге 1000 крупнейших компаний, осуществляющих исследования и разработки, представлены только три российские компании: Газпром, Автоваз, ОАО «Ситроникс».

Для сравнения, доля расходов на исследования и разработки в бюджетах компаний – лидеров мировой автомобильной индустрии более чем в 6 раз выше, чем у российского автопроизводителя: у General Motors (2-е место в рейтинге по объему затрат на исследования и разработки) она составляет 4,4% от выручки, у Toyota (4-е место в рейтинге) – 3,9%. Для ведущих мировых телекоммуникационных компаний соответствующий показатель в десять раз выше, чем у российского лидера: так, у компании Qualcomm (США, 43-е место в рейтинге) он составляет 20,6% от выручки<sup>6</sup>.

Несмотря на то, что в условиях кризиса доля инновационно активных предприятий промышленного производства и ряда отраслей сферы услуг в России почти не изменилась (с 8,0% в 2008 г. до 7,7% в 2009 г.), в целом ситуация остается неблагоприятной. Большинство предприятий, столкнувшись с необходимостью жесткой оптимизации издержек, экономит в первую очередь на развитии, откладывая на неопределенное будущее инновационные проекты, расходы на НИОКР и перевооружение.

В этом контексте равномерное формирование инновационной бизнес-среды является одной из ключевых задач на данном этапе развития экономики России и требует доработок в обеспечении следующих базовых условий:

– проведение последовательной политики государства, направленной на устранение административных барьеров, содействие конкуренции;

– исключение практики предоставления индивидуальных преференций деятельности федеральных, региональных и муниципальных органов исполнительной власти, создания искусственных барьеров, использования административного ресурса;

– обеспечение прозрачности и открытости процедур передачи прав на государственное и муниципальное имущество, присоединения к электрическим, газовым сетям, системам водо- и

теплоснабжения. Антимонопольное регулирование будет одним из важнейших инструментов содействия инновационному развитию;

– совершенствование использования всех инструментов экономического регулирования, в том числе налоговой политики, таможенно-тарифного регулирования, планирования, государственных закупок и тарифного регулирования естественных монополий, а также миграционной политики;

– повышение качества взаимодействия разных сторон (бизнеса, науки, государства, общества) при формировании и реализации государственной политики по развитию инструментов частно-государственного партнерства.

В то же время формирование гармоничной инновационной бизнес-среды – процесс сложный и длительный, требующий обновления (иногда принципиального) ряда существующих институтов. В этой связи меры по развитию инновационной среды должны (особенно на первом этапе) сочетаться с мерами по поддержке инновационной деятельности компаний, старта новых инновационных бизнесов, по стимулированию связей между различными участниками инновационных процессов (например, между крупными компаниями и малым и средним бизнесом, между научно-образовательными организациями и бизнесом). Только при обеспечении этих условий возможно создание инновационной бизнес-среды, когда постоянные инновации становятся неотъемлемым элементом цивилизованной конкуренции между компаниями, когда именно инновационно активные компании получают долгосрочные преимущества на рынке и в этой связи их собственники заинтересованы в результативных инновациях, когда инновационный бизнес пользуется уважением со стороны общества.

## Примечания

- 1 См.: Venture business news. URL: <http://www.venture-news.ru> (дата обращения: 21.11.2011).
- 2 См.: «Инновационная Россия» уповаает на бизнес // ТПП-Информ. Торгово-промышленные ведомости. 05 сентября 2011 г. URL: [http://tpp-inform.ru/economy\\_business](http://tpp-inform.ru/economy_business) (дата обращения: 03.12.11).
- 3 См.: Кузык Б., Яковец Ю. Россия – 2050 : стратегия инновационного прорыва. М., 2005. С. 62.
- 4 См.: Козак С. Сила бизнеса в его единстве // Торгово-промышленные ведомости. URL: <http://tpp-inform.ru> (дата обращения: 03.12.11).
- 5 См.: Асаул А. Н. Национальная стратегия инновационного развития // Экономическое возрождение России. 2010. № 1(23). С. 23–26.
- 6 См.: Исмаилов Т. А., Гамидов Г. С. Инновационная экономика – стратегическое направление развития России в XXI веке // Инновации. 2004. № 1. С. 23.