

УДК 330.322

МЕХАНИЗМ ВКЛАДА БЫСТРОРАСТУЩИХ КОМПАНИЙ В ИННОВАЦИОННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ

Н.М. Караваева, ст. преподаватель кафедры мировой экономики и экономической теории

Электронный адрес: Natalibu@rambler.ru

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

Статья посвящена анализу влияния быстрорастущих компаний на экономическое развитие страны. Одним из факторов воздействия на экономику со стороны таких компаний является возникновение инновационных производственных кластеров, что формирует условия для «заражения успехом» всех участников, аккумулируя дальнейшее прогрессивное развитие. Появление динамично развивающейся компании обуславливает возникновение синергетического эффекта. На сегодняшний день наибольший удельный вес быстрорастущих компаний приходится на ИКТ-сектор.

Ключевые слова: быстрорастущая компания; модель; инновационный кластер; прогрессивное развитие; модернизация.

Мировой опыт показывает, что успех в развитии экономики зависит от трех компонентов: создания, распространения и применения инноваций. Первичным является спрос не на инновации как таковые, а на конечные продукты, заключающие в себе инновации или произведенные с использованием инновационных разработок. Одной из важнейших особенностей быстрорастущих фирм, установленной как на западном, так и в российском опыте, является способность быстрорастущих компаний (определяемых Дэвидом Бёрчем как компании-«газели») создавать спрос на свою продукцию и быстро расти во всех, в том числе в традиционных отраслях, а не только в сфере хайтека. «Традиционные» товары приобретают у компании-«газели» такие потребительские свойства, которые обеспечивают ей долговременный рост и рыночный успех. Благодаря деятельности быстрорастущих компаний резко расширяется сфера инновационной активности в стране. Потенциально она может охватывать всю экономику, а не только «прогрессивные» ее сектора. Таким образом, мощный поток спроса, который умеют создавать быстрорастущие фирмы, может служить спусковым механизмом раскрутки естественной модернизации и, как следствие, перехода к прогрессивному развитию.

Международная практика показывает, что сильный хайтек возникает не там, где он работает сам на себя, на удовлетворение внутрисекторных потребностей, а там, где его продукция востребована всей экономикой, включая

насыщение передовой техникой и продуктами низкотехнологичных производств. В последние годы даже появился термин «низкотехнологичные инновации». Оказывается, фирмы из традиционных отраслей, активно привлекающие технологические новшества из-за пределов своей отрасли, способны сами становиться моторами инноваций, революционизирующими консервативное окружение, в котором они действуют. Фирмы-«газели», способные создавать повышенный конечный спрос на свою продукцию, так как они заинтересованы в постоянном ее улучшении, являются естественными потребителями новых технологий, т.е. являясь производителями инноваций, они продолжают формировать спрос на инновации, при этом собственный рыночный успех позволяет увеличивать материальные ресурсы для подкрепления спроса на инновации как внутри региона, так и внутри страны.

Применительно к России это особенно важно, так как сегодня именно недостаток спроса на инновации со стороны большинства традиционных производств стал ключевой проблемой перемен. При этом крупнейшие компании, относящиеся преимущественно к сырьевому сектору, обладающие достаточными финансовыми ресурсами, предъявляют ограниченный спрос на инновации, как правило, под государственным давлением.

Об ограниченном спросе на инновации со стороны крупного бизнеса в России свидетельствуют следующие экспертные оценки: из 400 крупнейших компаний России

тратили на НИОКР не более 0,5% от оборота, в кризис эта цифра снизилась до 0,2% [1]. Для сравнения: по утвержденным ОЭСР международным стандартам фирмы и отрасли, тратящие на НИОКР менее 0,9% оборота, признаются низкотехнологичными, что свидетельствует о низком пороге инновационной активности.

Компенсирующее значение малого бизнеса в транслировании инноваций в западной практике в России характеризуется специфическими особенностями: так, по результатам национального отчета «Глобальный мониторинг предпринимательства» по России даже в благоприятные предкризисные годы (2007, 2008 гг.) ни один из участвовавших в опросе владельцев устойчивых малых предприятий не относил свой продукт к инновационному [2].

Ограниченность спроса на инновации со стороны крупного и малого производства актуализирует значимость среднего бизнеса не только в России, но и в мировой практике.

Основным сектором, формирующим большую долю инноваций, является ИКТ-сектор, при этом общеизвестно, что высокотехнологичные сектора хозяйства и новаторские фирмы в сфере хайтека не могут существовать независимо, автаркично. Эти фирмы нуждаются в активных «применителях» своей продукции, способных адаптировать в течение длительного времени готовый продукт, для определения сегментов рынка с высоким. Именно такими качествами обладают компании-«газели», которые сами, как правило, не принадлежат к хайтек отраслям, но активно используют их достижения для завоевания собственного рынка. Именно посредством этого механизма возможна пульсация прогрессивного развития на основе стихийной модернизации.

Картина процессов модернизации с учетом роли быстрорастущих компаний представлена на схеме в виде матрицы «Динамика спроса – Степень технологичности» (рис. 1), где авторы рассматривают ее следующим образом [3].

Динамика спроса	Степень технологичности		
	Low-tech (низкотехнологичные)	Middle-tech (среднетехнологичные)	High-tech (высокотехнологичные)
Низкая	Неуспешный традиционалист		Невостребованный инноватор
Средняя	Успешный традиционалист		Шаткий инноватор
Высокая	Потребитель инноваций	Интегратор инноваций	Звезда инновации

Рис. 1. Матрица «Динамика спроса - Степень технологичности»

«Невостребованный инноватор». Отсутствует спрос на инновацию фирмы, данная категория инноваторов существует во всем мире, но в России она особенно обширна в силу неразвитости технологий коммерциализации разработок. «Невостребованные инноваторы» получают поддержку в доведении продукта до условий востребованности рынком в статусе резидента бизнес-инкубатора или технопарка.

«Шаткий инноватор». Спрос на его продукцию существует, но ограничен по объему и динамике. Инноватор не вырастает до международно значимого размера и потому остается в зоне потенциального вытеснения с рынка или поглощения.

Обратимся к нижней строчке матрицы. Вся она представлена быстрорастущими фирмами, в том числе компаниями-«газелями». Даже низкотехнологичные фирмы-«газели» способны быть потребителями инноваций или генераторами спроса на них. Однако еще более перспективной представляется ситуация, когда динамичный спрос формируется продукцией не низко-, а среднетехнологичной компании-«газели». Чаще всего такая фирма берет на себя функции интегратора инноваций и последующего транслятора. Продукция «звезд инноваций» не только высокотехнологична, но и по-

рождает масштабный и динамичный спрос со стороны участников рынка.

Как отмечают исследователи быстрорастущих компаний, именно тогда формируются рыночные изменения хозяйства, возникает синергия фирм-создателей инноваций и фирм-носителей рыночного успеха.

При этом данная модель не лишена недостатков. Поэтому далее построим авторскую модель, описывающую транслирующую природу быстрорастущих компаний на прогрессивное развитие экономики. Итак, российские рынки обладают большим количеством свободных ниш, которым соответствуют неудовлетворенные потребности покупателей. Поэтому основатели быстрорастущих фирм сознательно ищут перспективную нишу, оценивают ресурсы, необходимые для успешной деятельности в ней, накапливают их, а затем предпринимают смелые и зачастую рискованные управленческие решения, направленные на занятие данной ниши. При этом создаваемый ими продукт может быть уже изначально инновационным (рис. 2).



Рис. 2. Модель «Направления модернизационного воздействия компаний-«газелей» на экономику» (ч. 1)

Собственная инновационная активность и адаптация чужого опыта - взаимодополняющие пути. Источником заимствований обычно служит опыт не только зарубежных фирм, но и фирм из других отраслей.

Если компания-«газель» находит рыночную нишу с острой недовольством потребностью, то ограничения по спросу в этой ситуации резко ослабевают, а значит, пропадают и причины колебания объемов производства, обусловленные то сокращениями, то увеличениями спроса. Можно сказать, что компания-«газель» действует в условиях квазиограниченного (в

сравнении с объемом выпуска) спроса. Темп ее роста в таких условиях лимитируется не спросом, а способностью наращивать предложение продукта, а значит, – темпом увеличения внутренних специфических активов компаний-участников.

За счет внедрения производимых быстрорастущими компаниями технологий происходит автоматическое повышение эффективности всего хозяйства, в том числе и качества жизни. При этом компании-«газели» способны находить скрытые возможности вне очевидных точек роста экономики, оживлять даже депрессивные отрасли (рис. 3).

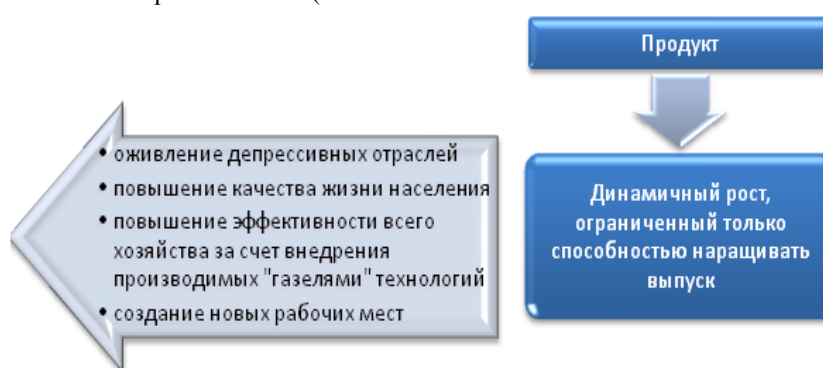


Рис. 3. Модель «Направления модернизационного воздействия компаний-«газелей» на экономику» (ч. 2)

Все действия участников рынка и быстрорастущих компаний объективно способствуют их интеграции, характер которой может быть разнообразным.

Наличие компаний-«газелей» может способствовать возникновению производственных кластеров на основе «заражения успехом», так как

появление динамично развивающейся компании обуславливает возникновение синергетического эффекта: вокруг таких компаний образуются новые, оказывающие им определенные услуги. Одна хорошо работающая компания заставляет и другие поддерживать тот же уровень развития (рис. 4).



Рис. 4. Модель «Направления модернизационного воздействия компаний-«газелей» на экономику» (ч. 3)

Прогрессивное развитие страны на основе данного механизма транслирования инно-

ваций возможно только при условии формирования самой быстрорастущей компании. Эконо-

мические сектора или отрасли растут быстро за счет реального спроса и если выявить их потребности в технологиях, инновациях, то, используя этот рост, можно объективно сформировать большие модернизированные кластеры, определяющие траекторию инновационного развития.

Формирование спирали роста предполагает вовлечение в деятельность быстрорастущей фирмы целого спектра поставщиков сырья и комплектующих. Здесь у российской экономики есть невероятный потенциал, так как быстрорастущие компании вынуждены приобретать значительную часть сырья и комплектующих за границей. Таким образом, с общегосударственной точки зрения имеются естественно возникшие ядра высокотехнологичных кластеров, которые при умной реализации политики целевого создания кластера могут сформировать вокруг себя спектр технологичных смежных произ-

водств и создать мощную волну обновления экономики.

Стремление к постоянному изменению и росту становится стержнем развития стратегии газели, основанном на поиске новых возможностей для роста (новые продукты, рынки, технологии). Завоевание новых рынков и придание продукции уникальных потребительских свойств «толкает» компании-«газели» к постоянному улучшению продукта. Превращение фирмы в подлинную «газель» определяется не удачной инновацией как таковой, а способностью устойчиво генерировать поток инноваций на весь сегмент рынка длительный период.

На основании всего изложенного можно обобщить следующее: сила влияния компаний-«газелей» на модернизационные процессы состоит в том, что внедряемые инновации интегрируются ими в свой динамично развивающийся бизнес (рис. 5).

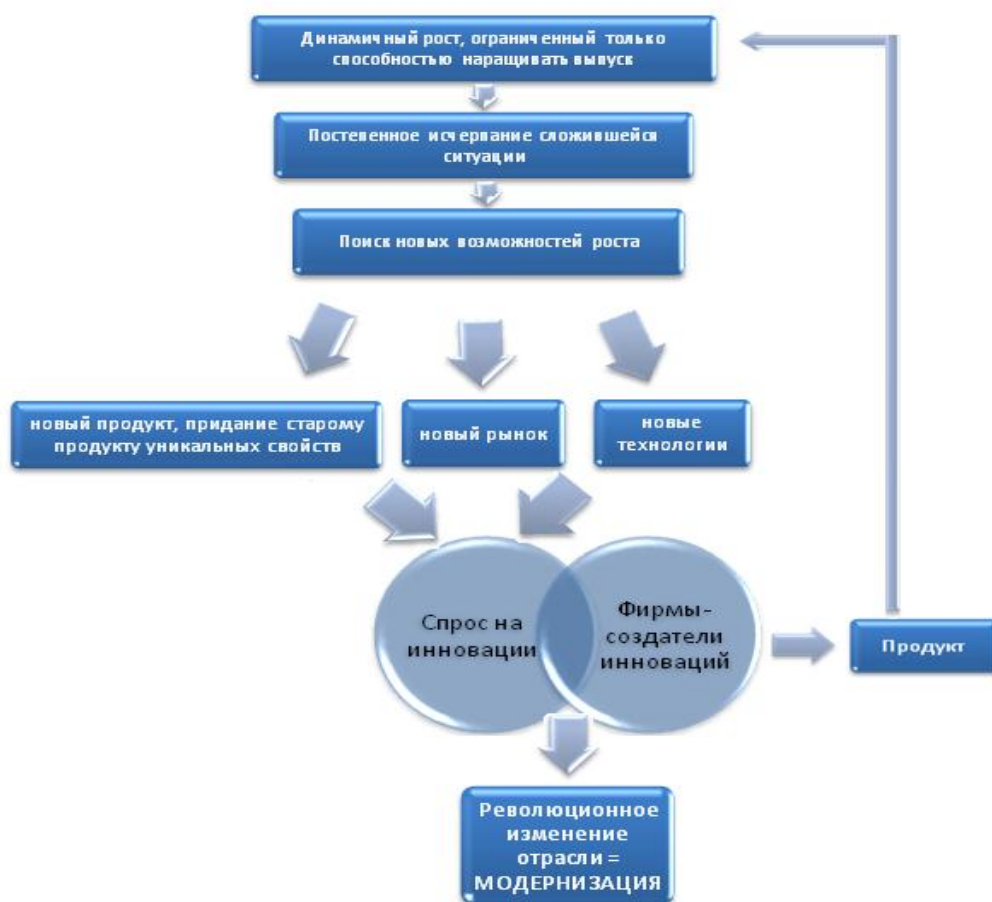


Рис. 5. Модель «Направления модернизационного воздействия компаний-«газелей» на экономику» (ч. 4)

Свойственный компаниям-«газелям» быстрый рост постоянно заставляет их создавать новые производственные мощности. Последние же, естественно, строятся с использованием инновационных решений. Благодаря деятельности фирм-«газелей» высокотехнологичные фирмы

получают потенциальный доступ к массовому сбыту своей продукции.

Становление в рамках российского среднего бизнеса сильных фирм-интеграторов приносит модернизационным процессам следующую пользу:

1) в стране и за рубежом отбираются, взаимоувязываются и модифицируются для применения в российских условиях лучшие технологии;

2) в комплексной и адаптированной форме технологии становятся привлекательными для российских пользователей, т.е. формируется спрос на инновации по всем компонентам комплекса;

3) накапливаются компетенции по созданию итогового продукта.

В случае удачного развития этого процесса владеющие новейшими технологиями иностранные поставщики комплектующих фактически начинают заниматься контрактным производством для российского интегратора.

Можно выделить следующие механизмы распространения благоприятных изменений внутри отраслей и в смежных секторах деятельности:

1. Подражание. Фирмы-подражатели в случае успеха фирмы-новатора создают сходную продукцию.

2. Соперничество. Соперничество с прямыми конкурентами фактически равносильно принуждению к внедрению новшеств. Действительно, рост конкурентоспособности инициатора перемен означает для его соперников угрозу вытеснения с рынка. Они вынуждены копировать новинку или искать асимметричные ответы.

3. Синергия. Синергетический механизм распространения позитивных изменений связан с включением в процесс эволюции фирм, расположенных вверх, вниз и «вбок» по технологической цепочке от новаторов. Состоит он в том, что взаимодействующие фирмы обнаруживают более мощную и устойчивую тенденцию к росту, чем те же фирмы, будь они изолированы.

Целостная картина позитивного влияния быстрорастущих компаний на экономику представлена на рис. 6.

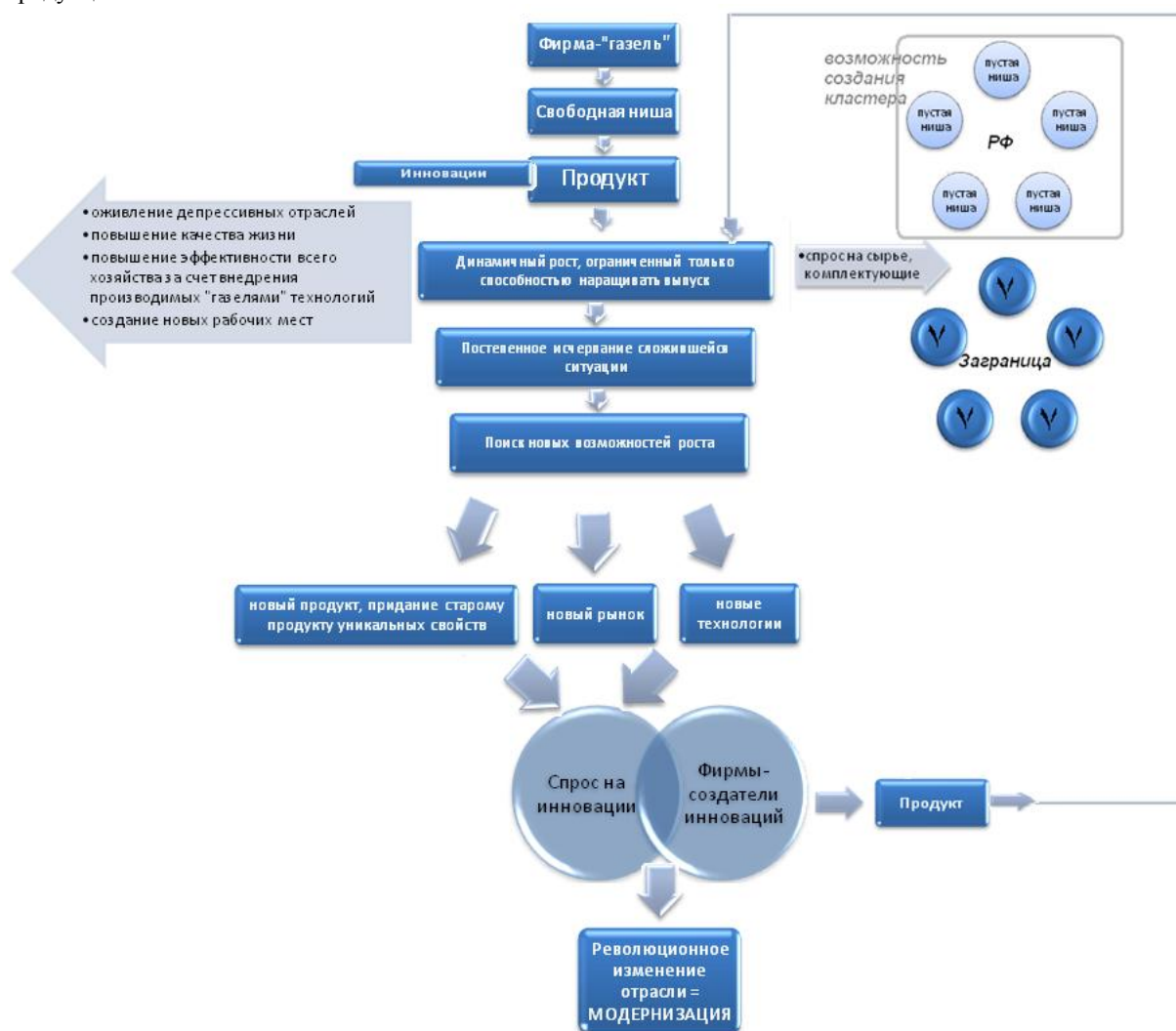


Рис. 6. Модель «Направления модернизационного воздействия компаний-«газелей» на экономику»

Одной из важнейших особенностей быстрорастущих фирм, выявленных на основе западного и российского опыта, является способность компаний-«газелей» создавать спрос на свою продукцию и быстро расти во всех, в том числе и традиционных отраслях. Благодаря деятельности быстрорастущих компаний резко расширяется сфера инновационной активности в стране. Потенциально она может охватывать всю экономику, а не только «прогрессивные» ее сектора. Сила влияния компаний-«газелей» на модернизационные процессы состоит в том, что внедряемые инновации интегрируются ими в свой динамично развивающийся бизнес. Благодаря деятельности фирм-«газелей» высокотех-

нологичные фирмы получают потенциальный доступ к массовому сбыту своей продукции, формируя условия для прогрессивного развития экономики.

Список литературы

1. Виньков А., Гурова Т., Рубан О., Юданов А. Создатели будущего – газели с мозгом обезьяны // Эксперт. 2011. № 10 (744). С. 16-31.
2. Ермак С., Орлова Е. Шило как внутренний стержень // Эксперт Урал. 2011. № 18(464). С. 9-16.
3. Юданов А. Ю. Вторая половинка модернизации // Эксперт. 2011. № 20. С. 44-50.