

УДК 330.342.172

Э.Р. КОВАЛЕВА,

*старший преподаватель**Институт экономики, управления и права (г. Казань)*

## ИННОВАЦИИ И РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

*В данной статье рассматриваются влияние различных типов рыночных структур на инновации, гипотеза Шумпетера и особенности инновационного поведения в условиях российской экономики.*

В современных условиях инновационная деятельность является главным средством получения долговременных и значимых конкурентных преимуществ для предприятий. Особую актуальность приобретает проблема инновационного развития в условиях обострения экономического кризиса. Как известно, в докризисный период в России рост ВВП обеспечивался в большей мере за счет энергетических ресурсов, благоприятной мировой рыночной конъюнктуры, но не сопровождался модернизацией отечественной промышленности, ростом ее конкурентоспособности. Высокая зависимость промышленного производства и экономики страны в целом от экспорта сырьевых ресурсов – причина ее устойчиво низкой инновационности, а отсюда и конкурентоспособности. В условиях обострения экономического кризиса у России есть хороший шанс преодолеть «голландскую болезнь» и задействовать свой главный ресурс – человеческий капитал. От создания условия для его развития в немалой степени зависит инновационный уровень экономики. И не только в России, но и во всем мире инновационная деятельность рассматривается в настоящее время как одно из главных условий модернизации экономики, повышения ее конкурентоспособности.

При определении степени воздействия инноваций на конкурентоспособность следует учитывать влияние следующих факторов: во-первых, принадлежность предприятия к определенному типу рыночной структуры; во-вторых, учет действия других составляющих конкурентного преимущества; в-третьих, учет факторов институционального порядка; в-четвертых, учет действия внешних эффектов; в-пятых, учет неопределенности и асимметричности информации инновационных отношений. Рассмотрим более подробно влияние различных типов рыночных структур на инновации, учитывая, что данный аспект исследования является предме-

том острых дискуссий среди экономистов. В частности, дискуссии ведутся вокруг полярных типов рыночных структур монополии и совершенной конкуренции. Еще Шумпетер считал, что монополия и большой размер фирм стимулируют нововведения. Свою гипотезу он обосновывал тем, что для осуществления инноваций требуется много ресурсов, что подразумевает необходимость получения соответствующей прибыли в будущем. Что же касается фирм, действующих в условиях совершенной конкуренции, то их стимулы к инновациям может подрывать немедленная имитация нового товара или процесса другими конкурирующими фирмами. В таком случае это приводит к потере выгоды от разработки и внедрения инноваций. Следовательно, только для той фирмы, которая может достигнуть хотя бы временной монополии власти, сдерживающей имитацию ее товаров конкурентами, инновационная деятельность будет привлекательной. По мнению Шумпетера, постоянная боязнь потерять выгодное положение, за счет инноваций в связи с тем, что другие фирмы также будут осуществлять инновации, является высшей из уместных форм конкуренции. Он отмечал, что в капиталистической действительности, в отличие от ее картины в учебниках, не столько имеет значение ценовая конкуренция, сколько конкуренция со стороны новых товаров, новых технологий, новых источников предложения... Едва ли необходимо подчеркивать, что конкуренция, о которой мы сегодня говорим, действует не только когда она уже существует, но также и когда она является только реальной угрозой. Даже будучи единственным в своей области, бизнесмен ощущает себя в конкурентной ситуации [1]. В действительности, многие нововведения были сделаны фирмами, имеющими большую долю рынка. В качестве примера можно привести корпорацию Microsoft на рынке программного обеспечения. Монополисты имеют

больше возможностей для инноваций, так как они могут устанавливать цены выше предельных издержек и за счет этого могут получать большую прибыль. Последняя может быть реинвестирована в новые технологии. В пользу данной точки зрения говорит и такое обстоятельство, что крупная фирма-монополист легче диверсифицируется в разные продуктовые области, следовательно, может лучше использовать результаты своих исследований. В то же время фирма, работающая в узко ограниченной области, не заинтересована поставлять на рынок новый товар, не связанный с основным направлением деятельности фирмы. Таким образом, крупным диверсифицированным фирмам имеет смысл осуществлять инновации, в отличие от мелких однопродуктовых фирм. Другое преимущество крупной фирмы с точки зрения инновационной деятельности состоит в том, что она имеет возможность привлекать наиболее талантливых работников. Поддерживая в целом гипотезу Шумпетера, в то же время следует отметить, что чистая монополия является абстракцией. Поэтому здесь, видимо, следует говорить не столько о чистой монополии, сколько об олигополиях и монополистической конкуренции. Так, по мнению Филипса, существует такой уровень конкуренции, который занимает промежуточное положение между совершенной конкуренцией и монополией, при этом он максимально стимулирует инновации [2]. В условиях монополистической конкуренции, в силу дифференциации продукта, инновационная активность должна проявляться в большей мере, чем в условиях совершенной конкуренции.

Причинно-следственные связи рыночной структуры и инновационной деятельности направлены в обе стороны. Тип рыночной структуры может воздействовать на скорость инновации, но инновации, в свою очередь, также могут изменять структуру рынка. Дело в том, что многие инновации требуют крупные вложения, а это в свою очередь ведет к росту концентрации производства. На базе концентрации производства создаются олигополии. Представители эволюционного институционализма Р. Нельсон и С. Уинтер пришли к заключению, что олигополия – именно та рыночная структура, которая эволюционировала в тех отраслях, где относительно быстро протекало финансирование и изобретение новых технологий. Олигополистическая структура потенциально сочетает лучшие стороны как конкуренции и плюрализма, так и интернализации выгод от НИОКР [3].

Й. Шумпетер, рассматривая процесс созидательного разрушения, отмечал, что непрерывный инновационный процесс на фирмах разрушает существующие рыночные структуры и создает новые.

Следует отметить, что взаимосвязь между степенью рыночной силы и инновациями неоднозначна. С одной стороны, крупные компании обладают большими возможностями для ведения научных исследований и внедрения изобретений, и здесь нельзя категорически утверждать, что их гигантские размеры – это абсолютное зло. В этой связи эволюционные институционалисты придерживаются шумпетерианского подхода, согласно которому несовершенные рыночные структуры с высокой концентрацией производства являются платой за технический прогресс в экономике, поскольку именно такие структуры благоприятствуют появлению и диффузии инноваций. В то же время есть немало примеров того, что революционные прорывы в области технологий были осуществлены предприятиями малого бизнеса.

Рассматривая вопрос о влиянии размера предприятия на инновационную активность, следует учитывать также отраслевую принадлежность предприятия. В этой связи следует согласиться с мнением А. Стародубовой, что инновационная активность малых фирм выше в некапиталоемких отраслях: пищевой промышленности, легкой промышленности, информатике; для крупных фирм – выше в капиталоемких отраслях: химической отрасли, нефтепереработке, сталелитейной промышленности. В русле рассмотрения данной проблемы существует и такая позиция экономистов, согласно которой большой размер и монополия власть расцениваются как дополняющие друг друга признаки, первый влияет на широту рынка для инноваций, а второй – на их долговременность [4].

Дискуссионность вопроса о том, какой тип рыночной структуры предпочтителен с точки зрения его воздействия на инновации, вызвал необходимость многочисленных эмпирических исследований, проведенных зарубежными экономистами [5]. Однако результаты этих исследований не позволяют однозначно ответить на этот вопрос. И здесь, видимо, надо учитывать ряд моментов: во-первых, следует согласиться, что крупные предприятия, и в основном это олигополии, действительно имеют больше возможностей для инновационной деятельности. Однако это не дает никакой гарантии, что поведение фирм будет инновационным; во-вторых,

в условиях совершенной конкуренции выпускается однородная продукция и, следовательно, отсутствует дифференциация продукта. Здесь инновации возможны, и они будут создавать конкурентные преимущества, но в основном с точки зрения снижения издержек производства. Поэтому инновационная деятельность будет более эффективной при монополистической конкуренции и олигополии. Говоря об инновациях в условиях монополистической конкуренции, следует учитывать отраслевую принадлежность предприятий и организаций. Например, вряд ли можно говорить об инновационном поведении собственника овощной лавки или парикмахерской. Однако на предприятиях легкой промышленности, пищевой промышленности инновационная деятельность вполне уместна. И, наконец, следует учитывать и то обстоятельство, что многие вопросы, касающиеся факторов, влияющих на инновации, глубоко связаны с другими аспектами экономических исследований, такими как общественные блага, внешние эффекты, неопределенность, асимметрия информации и др.

Что же касается крупных российских предприятий, то их поведение далеко не всегда соответствует тем олигополиям, которые существуют в странах с развитыми рыночными отношениями. Это связано со многими обстоятельствами, среди которых – особенности их формирования в ходе реформирования российской экономики. Главной особенностью монополий российского рынка является то, что они сложились в условиях государственного монополизма социалистической экономики. Поменяв форму собственности и превратившись в акционерные общества, российские компании устремились к монопольному положению на рынке.

Олигополии в развитых странах возникли в результате постепенной концентрации и централизации капитала и под воздействием конкурентной борьбы. Советские производственные монополии насаждались «сверху» и действовали в нерыночных условиях. Олигополистом в развитых странах чаще всего становилось предприятие-лидер, которое использует передовые технологии, имеет значительный научно-технический и производственный потенциал.

В России олигополии распространены в нефтегазовом комплексе, металлургической промышленности, машиностроении. Отсутствие конкуренции во многих отраслях российской экономики не создает стимулы для инновационной деятельности.

По оценкам экспертов, около 20% крупных предприятий в обрабатывающей промышленности не чувствуют особого конкурентного давления, а еще 29% не чувствуют конкурентного давления со стороны иностранных предприятий [6]. Если взять нефтегазовый рынок, то большинство регионов поделено между крупнейшими компаниями, которые диктуют там свою политику. Отсутствие конкуренции дает прибавку к цене на нефтепродукты. К тому же ведущие эксперты, работающие в нефтяных компаниях, входят в состав законодательных органов, поэтому большинство законопроектов принимается в их интересах.

Автомобильная промышленность в России также является примером олигополии. В свое время АвтоВАЗ являлся несомненным лидером в производстве легковых автомобилей. Данное предприятие в свое время можно было бы назвать и монополистом. Дело в том, что продукция АвтоВАЗа пользовалась большим спросом на внутреннем рынке, чем автомобили других отечественных производителей. Пользуясь своим монопольным положением АвтоВАЗ регулярно повышал цену на свою продукцию. Однако в ходе развития рыночных отношений на российский рынок стали проникать зарубежные автомобильные компании для формирования собственной сбытовой сети. Цены на продукцию АвтоВАЗа приблизились к зарубежным, тогда как качество последних было намного выше. В конце концов, под нажимом отечественных автопроизводителей правительство было вынуждено ввести высокие пошлины на импортируемые автомобили. Ожидалось, что защита отечественного автопрома от иностранной конкуренции даст возможность предприятиям развивать научно-технический потенциал, создавать новую продукцию и укреплять тем самым свои позиции на отечественном рынке. Однако вместо этого предприятия, пользуясь своим монопольным положением, повышали цены на свою продукцию. И не случайно в настоящее время, и особенно в условиях экономического кризиса, автомобильная промышленность является одной из самых «больных» отраслей российской экономики. Таким образом, многие крупные российские предприятия, располагающие высококвалифицированными кадрами, из-за отсутствия конкуренции не проявляют достаточную инновационную активность. Поэтому для российских предприятий может существовать негативная связь между монополистическим положением и инновационной активностью фирмы.

При отсутствии в стране должного уровня конкуренции, подталкивающей предпринимателя к инновациям, должна возрасти роль государства как стимулятора научно-технического прогресса.

В то же время на тех предприятиях, которые вынуждены конкурировать с импортом, и на тех, которые работают на зарубежных рынках (экспортируют свою продукцию), уровень инновационной активности значительно выше. Причины низкой инновационной активности связаны не только с монополизмом отечественных предприятий, но и, в немалой степени, с несоответствием человеческого капитала потребностям инновационного развития предприятий. Поэтому при определении пути инновационного развития российской экономики во главу угла должен быть поставлен человеческий капитал. Именно от него должен идти импульс, потому что лучшие товары экономики знаний рождаются в голове. При этом особую актуальность приобретает подготовка инженерных кадров высокой квалификации. Однако за годы реформ российской экономики, престиж инженерной профессии резко снизился. Интересно отметить, что в конце 80-х гг. США столкнулись с такими же проблемами, с какими российское общество сталкивается сегодня. Количество поступающих на инженерные специальности резко сократилось: молодое поколение предпочитало школы бизнеса и юриспруденцию. Но инновационная экономика, к созданию которой США приступили в этот период, требовала расширенного воспроизводства технических кадров высшей квалификации. Возможности мощного научно-технического комплекса страны оказались под угрозой, так как во многом именно от инженерного корпуса зависит создание инноваций. К моменту прихода к власти администрации Дж. Буша-младшего положение оценивалось как критическое. Лидерству США был брошен серьезный вызов. Япония и Китай стали уверенно догонять их по числу подготовленных инженеров. Поэтому новая администрация объявила задачу подготовки инженерно-технических кадров высшей квалификации для новой экономики, основанной на знаниях, одним из национальных приоритетов [7]. В свое время в нашей стране

ведущие технические вузы страны готовили высококвалифицированных специалистов для стратегических отраслей. Однако за годы экономических реформ качество подготовки инженерных кадров резко ухудшилось. Между тем, инновационное развитие экономики России требует, чтобы сама система образования базировалась на инновациях, на принципах конкуренции.

Проанализировав состояние инноваций в российской экономике и влияние на этот процесс рыночных структур, следует отметить, что не существует универсального инструмента ускорения российской модернизации. Модернизация экономики России представляет длительный процесс, который нельзя форсировать только с помощью правительственных решений. Важно подготовить соответствующую «почву» для инновационного развития, преодолевая болевые места в российской экономике. При этом акцент должен быть сделан на преодоление монополизма в российской экономике, устранение административных барьеров, укрепление финансового обеспечения инновационной деятельности, введение налоговых льгот, и самое главное, требуются крупные вложения в человеческий капитал.

#### Список литературы

1. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Экономика, 1995. – С. 128–129.
2. Phillips A. Market Structure, innovation and investment // Patents and progress; the sources and impact of advancing technology / ed. by W. Alderson; V. Terpstra, J. Shapiro. – Irwin, 1965. – P. 37–58.
3. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений: пер. с англ. – М.: Дело, 2002. – 487 с.
4. Стародубова А. Взаимосвязь структуры рынка и инновационно-инвестиционной активности предприятий: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Казань, 2009. – С. 15.
5. Камьен М.И., Шварц Н.Л. Структура рынка и инновации: обзор. – URL: [http://seinsitute.ru/Files/v5-15\\_kam\\_p429-499.pdf](http://seinsitute.ru/Files/v5-15_kam_p429-499.pdf)
6. Литвак Д. Перспективы инновационной модели экономики в России // Коммерсантъ. – 2006. – № 228 (3559).
7. Кочетков Г. Инновационная экономика и инженерный корпус. Опыт США и уроки для России // Человек и труд. – 2008. – № 6.

*В редакцию материал поступил 16.03.10*

*Ключевые слова:* рыночные структуры, конкуренция, монополия, олигополия, инновации, гипотеза Шумпетера.