

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Особенности деятельности малых инновационных компаний: анализ государственной политики

Ваганов Д.А.¹, Гурьянов В.А.², Мухин Д.С.³

1 - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Физический факультет, 2 - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Физический факультет, 3 - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Физический факультет, Москва, Россия
E-mail: dmvaganol@gmail.com

Проблема развития инновационной экономики в России была поставлена на высшем уровне и была отчетливо сформулирована и оформлена в виде конкретных поручений в 2008-2010 гг. В настоящее время разработаны программы и стратегии развития отдельных отраслей с отдельным рассмотрением вопроса инновационного развития. Также на рассмотрение Правительства вынесен проект Стратегии инновационного развития России до 2030 года, где предложены варианты решения проблемы недостатка в РФ эффективного инновационного бизнеса.

Важно отметить, что, несмотря на наличие институтов развития инноваций и соответствующего бизнеса, полноценно система до сих пор не заработала. Возникшая в России проблема фрагментарности поддержки инновационного бизнеса и отсутствия цельной цепочки от идеи/концепции до рыночного продукта, производимого конкурентоспособным инновационным предприятием, требует изучения с точки зрения жизненного цикла компании с упором на процессы межстадийного перехода.

Традиционные финансовые институты, способствующие развитию бизнеса, - банковская сфера – начинают работать со стадии роста – при наличии выведенного на рынок продукта, сложившихся бизнес-процессов и бизнес-модели и стабильного денежного потока. Развитие банковской сферы РФ достаточно для обеспечения стабильного (при благоприятной макроэкономической ситуации) кредитного финансирования. Вопрос в том, как малой инновационной компании пройти первые стадии жизненного цикла, каковы основные драйверы процесса и какие инструменты следует использовать государству для стимулирования этого процесса.

Так как компания является открытой системой, то ее динамика не может быть описана в отрыве от внешней среды, важнейшим элементом которой являются рынки, на которых она работает.[1] Намеренно опустим вопрос о влиянии стейкхолдеров на жизненный цикл малой инновационной компании в российских условиях, в силу социальной специфики общества России, тяготеющего к «ближнему порядку» взаимодействия акторов, что значительно усложняет выявление статистических закономерностей.

На каждой из начальных стадий жизненного цикла инновационное предприятие взаимодействует с двумя основными типами рынков: рынков инвестиций и «продуктовым рынком».

Основным вопросом при анализе эффективности развития инновационного бизнеса в той или иной стране является вопрос о характеристике инвестиционного и продуктового рынков и наборе тех инструментов, которые позволят обеспечить компании устойчивое развитие на них.[2]

В силу того, что инструменты инновационной политики РФ были транслированы из опыта США (широкая практика использования венчурных фондов) и Европы (технологические платформы и другие коммуникативные инструменты, значительное государственное фондирование), изучение характеристик основных для инновационной компании рынков целесообразно производить через сравнение с соответствующими рынками «стран-источников политики бенчмаркинга». Ярче всего отличия выражены в сравнении с американским опытом инновационного развития. [3] Сравнительная характеристика рынков инвестиций и продуктов приведена на рис.1 и 2.

Объектом исследования были выбраны малые инновационные компании МГУ (19 штук). Был проведен опрос компаний, в котором выявлялись основные проблемы, с которыми сталкиваются малые инновационные компании в России, работая на рынке инвестиций и потребительском рынке.

Из проведенного анализа следует, что на первых двух стадиях жизненного цикла инновационная компания в России взаимодействует преимущественно с государством как экономическим агентом и основным игроком на рынках инвестиций и «продуктов». Вследствие этого, функция маркетинга – базовая для инновационного бизнеса в США – все полнее заменяется в России на функцию GR или отдельные ее части. Таким образом, стратегия развития инновационного бизнеса микро- и мезо- уровня в современных российских условиях базируется на анализе и прогнозе рынка государственного финансирования и госзакупок.[3] В этот контур также включаются государственные корпорации, компании с государственным участием и федеральные государственные унитарные предприятия в силу их высокой подверженности административному воздействию (см. кампанию по разработке компаниями с государственным участием программ инновационного развития).

Итак, какими инструментами должно государство воспользоваться и какие меры предпринять для расширенного воспроизводства среды инновационного бизнеса в России? Концептуально данные меры с учетом среднесрочной и долгосрочной перспективы приведены на рис.3.

Как видно, государственная политика в области инновационного развития сосредоточена в «краткосрочной» области. Так, Государственную Думу РФ внесен законопроект о поддержке инновационной деятельности, одним из основных тезисов которого является создание фонда, нацеленного на инновационно-технологическое развитие экономики РФ. [4] Расширение доступа к капиталу фондов поддержки и субсидирования инновационных компаний (Фонд «Сколково», «фонд Бортника», возрождение технологического фонда при Министерстве образования и науки РФ) также свидетельствует о попытках радикально расширить «рынок инвестиций» для российских инновационных компаний. [5]

В то же время есть тенденции, позволяющие судить о смещении ориентации в долгосрочный период, что позволяет надеяться на повышение в долгосрочной перспективе российских инновационных компаний на международном рынке. К таким тенденциям, в частности, относятся:

1) Расширение горизонта планирования

· Обширные инвестиции в отрасли с протяженным жизненным циклом проектов (нефтегазодобыча, топливная и нефтехимическая переработка углеводородов, атомная промышленность, машиностроение, фармацевтика)

- Удлинение электорального цикла
- Расширение практики использования долгосрочных контрактов
- Инициативы государства в области стратегического планирования
- Повышение компетенций российского менеджмента в области стратегического развития

2) Расширение спектра инструментов оценки конкурентного положения и внешней среды экономических игроков

- Осознание конкурентного положения государством и государственным сектором экономики

· Понимание экономическими агентами важности эффективного взаимодействия с внешней средой

3) Поставленные задачи обеспечения внешнеэкономической устойчивости экономики РФ

- Стремление к установлению устойчиво положительной динамики сальдо торгового баланса

· Стремление государства обеспечить бездефицитность бюджета при наращивании активности в социальной сфере и исторически недоинвестированных секторах экономики.

По итогам исследования следует заключить, что стратегической задачей на пути перехода от краткосрочных ориентиров государственной поддержки малого инновационного бизнеса следует считать переход от рынков «отчетности» к рынкам «бизнес-моделей», позволяющим эффективно связать ранние стадии жизненного цикла инновационных предприятий посредством многостадийного участия частного венчурного капитала.

Литература

1. Смирнов Е.П. Инновации: на пути к стратегической политике // Инновации №10, 2008. – 22 с
2. Инновационные державы: как стать членом клуба // Harvard Business Review, № 5 (48) Май 2009
3. Фролов И.Э. и др. III.6. Состояние и перспективы развития наукоёмкого, высокотехнологического сектора промышленности // Колл. монография под ред. Ивантера В.В. и Комкова Н.И. Проблемы и перспективы технологического обновления российской экономики. М.: МАКС Пресс, 2007. – 740 с
4. В ожидании бизнес-ангелов: где взять деньги на становление инновационных предприятий // Российская Бизнес-газета №494 от 1 февраля 2005 г.
5. Молчанова О.П. Малое предпринимательство в научно-технической сфере как движитель национальной инновационной системы России: современное состояние и проблемы, Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество) №2 – 2010 г.
6. Сташевская Г. Н. Инновационный кластер как ядро инновационно-ориентированной экономики // Инновации №9, 2009. – 112 с

Иллюстрации

Стадия жизненного цикла инновационной компании	Характеристика рынка инвестиций, США	Характеристика рынка инвестиций, РФ
Посев	<ul style="list-style-type: none"> • Бизнес-ангелы • Венчурные фонды • Гранты (как из государственных, так и из негосударственных источников) 	<ul style="list-style-type: none"> • Государственные гранты и субсидии • Государственные фонды поддержки • Частные фонды поддержки и бизнес-ангелы (редко)
Стартап	<ul style="list-style-type: none"> • Венчурные фонды следующей ступени • Профильные компании (игроки той же/смежной отрасли) 	<ul style="list-style-type: none"> • Государственные фонды и институты развития следующей ступени • Профильные компании (редко)

Рис. 1: Сравнительная характеристика рынка инвестиций для инновационных компаний в США и в РФ

Стадия жизненного цикла инновационной компании	Характеристика рынка продуктов, США	Характеристика рынка продуктов, РФ
Посев	«Продукт» – команда, концепция, бизнес-модели, прототип и отдельные наработки по нему, компания в целом Продажа «продукта» инвесторам следующей ступени	«Продукт» - отчетность перед государственными органами (фондами, институтами развития, профильными министерствами и т.д.) Рынок бизнес-моделей не развит.
Стартап	Более зрелая бизнес-модель продается следующему инвестору. Первые продажи продукта конечному потребителю. Использование методологии «воспитания покупателя», стратегии «голубого океана» по созданию новых рынков Государственные закупки как возможная альтернатива.	Государственный сектор в качестве инвестора следующей стадии. Продуктовые рынки обладают высоким административным барьером входа. Стратегия голубого океана возможна через административно-регулирующее воздействие на экономических агентов. Рынок госзакупок в качестве основного рынка сбыта (высокие административные издержки).

Рис. 2: Сравнительная характеристика рынка продуктов для инновационных компаний в США и в РФ

Тип рынка	Действия государства	
	Достижение цели в кратко- и среднесрочной перспективе	Достижение цели в долгосрочной перспективе
Рынок инвестиций	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение расходов на фонды поддержки инновационного развития и институты развития • Использование административных и дипломатических каналов привлечения финансирования инновационных компаний (инновационная ориентация государственного сектора экономики, поиск государством стратегического партнера для инновационных компаний) 	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование изначально глобальной ориентированности во вновь создаваемых инновационных компаниях • Стимулирование частного венчурного инвестирования • Оказание государственной поддержки на рыночных условиях и по рыночным принципам • Стимулирование реинжиниринга бизнес-процессов инновационных компаний с упором на маркетинг
Рынок «продуктов»	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение рынка государственных закупок и его антимонопольная защита • Привлечение экспортоориентированных государственных компаний с продвижением продуктов российских инновационных компаний на зарубежных рынках 	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение административных барьеров входа на рынок • Повышение конкуренции на существующих рынках как стимул для применения стратегии «голубого океана» • Либерализация нормативной политики и политики в области промышленных стандартов для обеспечения реализации стратегии «голубого океана» • Снижение доли государства в экономике и на ключевых рынках, что, в силу отличий в мотивации государственного и частного капиталов приведет к уменьшению административных барьеров входа на рынки

Рис. 3: Меры, которые могут стимулировать развитие инновационного бизнеса в РФ