

КРУПНЫЙ РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС НА ИННОВАЦИОННОЙ КАРТЕ РОССИИ И МИРА: НЕУЖЕЛИ МЫ УЖЕ ВЫРАСТИЛИ «НАЦИОНАЛЬНЫХ ЧЕМПИОНОВ»?

**Комментарии к докладу «Инновационная активность
крупного бизнеса в России»**

К. Р. ГОНЧАР, Б. В. КУЗНЕЦОВ

Институт анализа предприятий и рынков ГУ–ВШЭ

Комментировать представленную читателям работу «Инновационная активность крупного бизнеса в России: механизмы, барьеры, перспективы» не так просто, поскольку по своему жанру она не типична для научного журнала. Все-таки в своей основе это не статья, а доклад, приуроченный к определенному политическому событию — Санкт-Петербургскому Международному экономическому форуму 2010 года, и ориентирован он скорее не на исследовательскую аудиторию, а на политиков и инвесторов. По всей видимости, авторы видели свою основную задачу в подаче определенных сигналов лицам, принимающим политические и инвестиционные решения, а не в постановке и решении научной задачи. Такой жанр политического доклада объективно предполагает некоторые преувеличения и упрощения. Этими обстоятельствами и объясняется,

видимо, некоторая прямолинейность выводов доклада.

В чем же состоят эти выводы? Во-первых, по мнению авторов, «на российском рынке наибольшую инновационную активность демонстрируют крупнейшие компании» (с. 82), прежде всего частные компании, работающие на мировых рынках. Во-вторых, магистральным направлениям инноваций в России стало заимствование технологий, что, по мнению авторов, нормально для России как страны с догоняющим типом развития. И наконец, «первоочередными государственными мерами по стимулированию инновационной активности должны стать повышение качества высшего образования, увеличение государственного финансирования НИОКР, налоговые стимулы для инноваций и усовершенствование законодательства» (с. 82). Если резюмировать общий вывод, то он, на наш взгляд, сводится к понятной позиции:

Данный материал представляет собой точку зрения авторов и публикуется в порядке дискуссии. — *Прим. ред.*

© К. Р. Гончар, Б. В. Кузнецов, 2010

у крупного частного российского бизнеса с инновациями все неплохо. Поэтому государству не следует вмешиваться в этот процесс, а лучше дать бизнесу еще немного денег (налоговые стимулы), а самому заняться государственными компаниями (положение дел у которых хуже, чем у частных), а также наукой и образованием.

Это вполне закономерная для рыночной экономики позиция, учитывая тип респондентов — менеджеров крупнейших компаний. Нет ничего удивительного в том, что крупные компании не выразили особой заинтересованности в развитии венчурных фондов или технопарков (не для них делается), и можно только порадоваться, что такое направление государственной политики, как защита российского рынка от иностранных конкурентов, оказалось в конце списка приоритетов (впрочем, как и вступление в ВТО).

Собственно, на этом можно было бы и закончить комментарий, похвалив авторов за то, что им удалось узнать мнение менеджеров 100 крупнейших компаний, которые действительно нечасто становятся объектом эмпирических исследований, не вникая в то, откуда берутся эти выводы. В то же время авторы позиционировали свою работу как исследование, основанное на эмпирической информации и претендующее на репрезентативность в части крупного российского бизнеса.

В этой связи интересно сопоставить полученные результаты с другими эмпирическими свидетельствами и оценить правоту выводов, посмотрев на методику их получения.

1. Предшественники

Напомним читателю, что инновации в крупных компаниях российского бизнеса не раз были предметом анализа с использованием эмпирических методов. Так, в одно время с опросом, положенным в основу информационной базы Доклада (весна 2010 г.), рейтинговое агентство «Эксперт РА» обратилось к трем сотням крупнейших компаний, регулярно и добровольно сообщающих агентству

о своей работе, с просьбой рассказать об инновационной деятельности. Опрос проводился в рамках подготовки к форуму «Русские инновации», главной темой которого стала инновационная активность крупного бизнеса. Респондентов просили доложить не просто о новых для компании продуктах и технологиях, как принято в международной и российской статистике, — по этим показателям крупные компании безусловно лидируют в России и выглядят не хуже аналогичных компаний в других странах с переходной экономикой. Сведения собирались и о результатах реализации инновационных проектов — таких оказалось только 50 на тридцать три отчитавшихся компании. Среди компаний, представивших проектные доказательства «инновационной невинности», — практически все государственные корпорации, лидеры нефтяного и металлургического рынков, а также «Вымпелком» с АФК «Система». Это больше, чем ничего, но значительно меньше, чем хотелось бы, что дало повод авторам исследования обозначить инновации в крупном бизнесе как «романтическое развлечение» собственников, а не как способ зарабатывать деньги.¹ Заметим, что это не первая попытка «Эксперта РА» оценить инновации в крупном бизнесе. В 2007 и 2008 гг. замерялись расходы крупных компаний на НИОКР. Результат показал: большинство крупнейших компаний сообщает о тратах в границах от 3 до 10 млн руб в год, а средний показатель доли расходов на НИОКР в выручке равен 0,5% при отраслевом разбросе от 0,1 до 2,2% (в целом очень низкий уровень).²

Среди других известных нам недавних эмпирических работ следует отметить опрос РСПП, в котором среди 1200 респондентов 339 можно отнести к крупному бизнесу, если руководствоваться критерием числа занятых свыше 500 человек.³ В инструмен-

¹ Результаты исследования изложены, например, в [Заславская, 2010].

² Подр. см.: [Гришанков, Кабалинский, 2008].

³ Анализ инновационной активности бизнеса по данным этого опроса представлен в работе [Гончар, Кузнецов, Симачев, 2010].

тарий обследования включили «мягкий» критерий инновационности: в результате 2/3 крупных компаний сообщили о том, что в кризисном 2008 г. они занимались выводом на рынок новых продуктов, освоением новых технологий и новых рынков.

Предпринимались попытки оценить инновации в крупном бизнесе на основе анализа статистики и качественных неформализованных интервью [Гончар, 2009]. Рассматривались сверхкрупные компании с числом занятых свыше 10 тыс. человек. Исследование показало, что, хотя такие компании стоят в центре российской инновационной системы, инновации находятся слишком далеко от центра их корпоративных стратегий. Отдается предпочтение импорту ключевых знаний из-за рубежа, что менеджеры объясняют неопределенностью спроса, высокой капиталоемкостью проектов, чрезмерной глубиной технологического отставания, оставляющей мало шансов на недогоняющие стратегии, а также тем, что пока у респондентов все еще есть возможность подождать и присмотреть за направлением развития рынков.

Стоит также упомянуть обширную западную литературу шумпетерианской школы, показывающую, что крупные фирмы на концентрированных рынках неизбежно становятся локомотивами технологического прогресса, поскольку им посильны соответствующие издержки; они более диверсифицированы и поэтому лучше позиционированы для нетривиальных разработок, на их поведение воздействуют эффекты экономии от масштабов и разнообразия. Только крупные фирмы могут вести сразу несколько проектов и обладают лучшим доступом к внешнему финансированию. Роль же концентрации состоит в том, что компании с доминирующим положением могут позволить себе тратить на инновации большую долю прибыли [Schumpeter, 1950; Scherer, 1970; Freeman, Soefe, 1997]. Вопреки ожиданиям перераспределения конкурентных преимуществ в пользу менее крупных компаний по мере развития рыночных реформ в России, пока исследо-

вания демонстрируют сохранение преимущества размера и экономии от масштабов [Rinaldi, 2008].

2. Проверка на сходимость результатов

Любой научный эксперимент становится фактом науки, если его можно воспроизвести. Попытаемся сравнить результаты опроса авторов доклада с результатами обследования предприятий обрабатывающей промышленности, проведенного Институтом анализа предприятий и рынков (ИАПР) ГУ–ВШЭ по заказу Министерства экономического развития в 2009 г. Сразу оговоримся, что мы осведомлены об уязвимости сравнения средних на разных выборках с ограниченным числом наблюдений, когда не совпадают ни структура, ни объем выборки, ни формулировки вопросов, ни методы сбора информации (у нас это были прямые интервью с первыми лицами компании, в рецензируемом докладе — почтовая рассылка). Поэтому будем обращать внимание не на конкретные цифры, а на общие и различные тренды самых интересных из обсуждаемых результатов. Для того чтобы сравнение было вообще возможно, мы сделали из нашей выборки 1000 крупных и средних предприятий подвыборку из компаний, годовая выручка которых превышает 100 млн долл. Таких объектов наблюдения оказалось 31.⁴ Эти компании представлены по всем 8 ОКВЭД обрабатывающей промышленности, вошедших в наш опрос с некоторым смещением в пользу металлургии. Напомним, что в рецензируемом проекте было опрошено 100 компаний десяти ОКВЭД, включая энергетику, финансы и добывающую промышленность, причем собственно в обрабатывающей промышленности число компаний также составляет чуть более 30.

Различия результатов анализа «мягких» индикаторов инновационности (рис. 1) вполне объяснимо разной структурой выборок, которая в случае Доклада смещена

⁴ Конечно, этого маловато для количественного анализа, но все-таки попробуем.

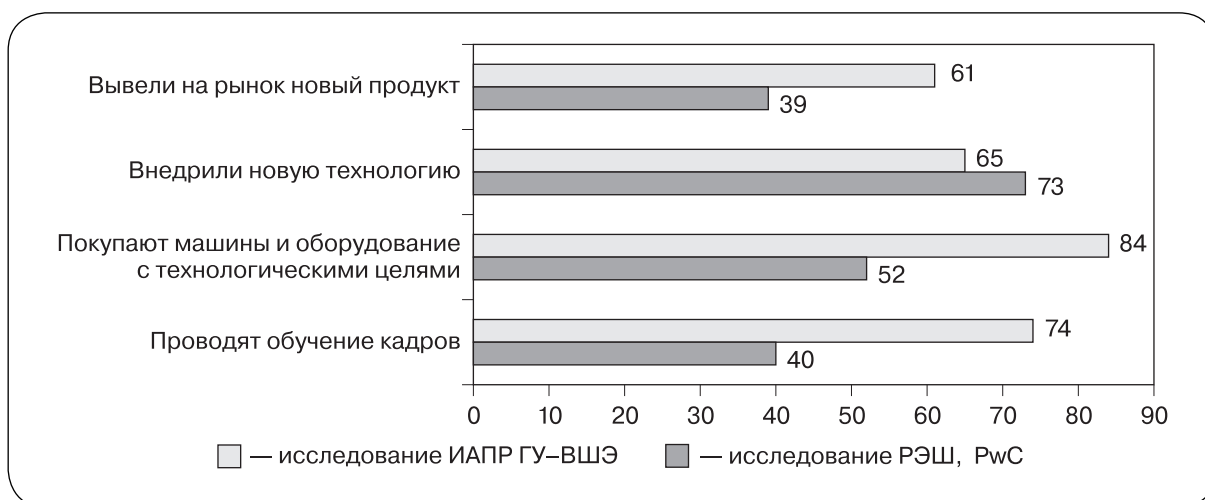


Рис. 1. Сопоставление некоторых индикаторов уровня инновационной активности крупных компаний, 2009 г., % от числа ответивших

в сторону крупнейших добывающих компаний. Последние значимо больше инвестируют, чем компании обработки, и значимо меньше экспериментируют с новыми продуктами. Немного странно, что они так мало обучают кадры, но и этот результат интерпретируем. Сопоставление же «жестких» индикаторов инновационных занятий (рис. 2), свидетельствует о том, что авторы Доклада, возможно, поспешили распространить выводы о 100 случайно выбранных компаниях на всю генеральную совокупность. Разница не в частностях, а в том, что, по нашим данным, значительная часть крупных компаний (почти 40%) вообще ничего не тратит на НИОКР, и вывод Доклада о соответствии средних показателей интенсивности затрат на НИОКР мировому уровню, похоже, преждевременен.

Соответственно, не удивительно, что наибольшие расхождения у нас отмечаются по показателю доли глобальных инноваторов среди предприятий, сообщивших о выводе на рынок нового продукта. Опрос ГУ-ВШЭ показал, что только 5% крупных предприятий — инноваторов полагают свой продукт новым для мирового рынка, большинство все-таки ориентирует продуктовые инновации на национальный российский рынок. В выборке Доклада оказалось 36% иннова-

торов в глобальном масштабе. Вывод прост: или мы пропустили крупный массовый инновационный триумф российских производителей на мировом рынке, или что-то неверно с оценками. В этой связи полезно повнимательнее посмотреть, каким образом эти оценки были получены.

3. Методы

Прежде всего, возможные смещения в оценках Доклада могут быть связаны с размером и особенностями формирования выборочной совокупности. Безусловно, неправомерно предъявлять авторам претензии по поводу того, что их выборка невелика по размеру. Собственно, и сами авторы признают, что «выборка недостаточно велика и не претендует на репрезентативность по размеру и отраслевой принадлежности компаний» (с. 85). Однако понимание того, как именно сформирована выборка, важно, на наш взгляд, для оценки доказательности результатов и их интерпретации. Насколько можно судить по отрывочной информации, данные собирались методом почтового опроса. Скольким компаниям послалась анкета, каков был «отклик» (response rate), кто в компании отвечал на вопросы анкеты? Если судить по тексту Доклада, то «анкета направлялась топ-менеджерам компаний

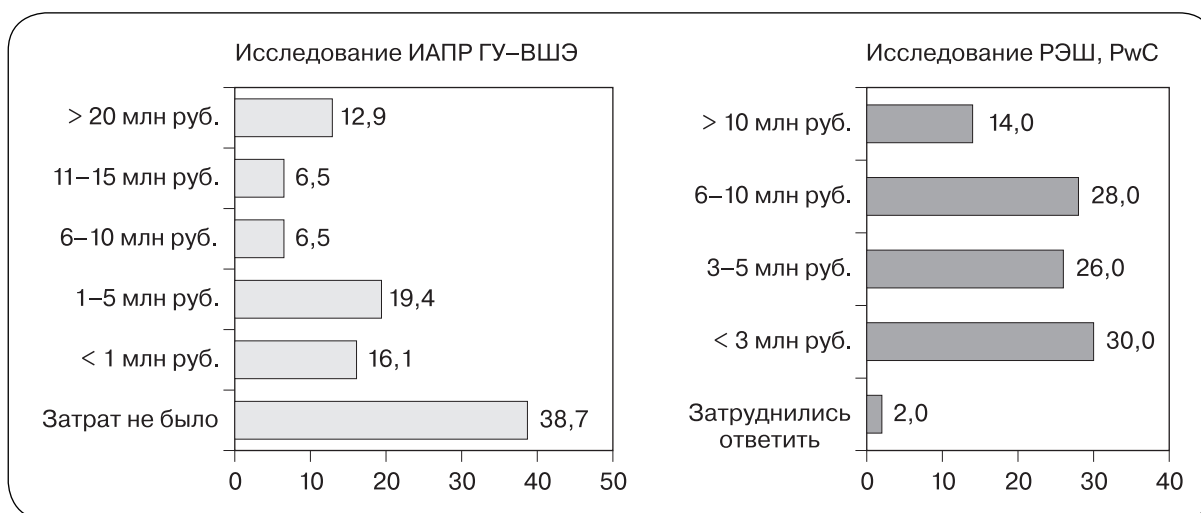


Рис. 2. Затраты крупных компаний на НИОКР, % от числа опрошенных

с выручкой не менее 100 млн долл. США» (с. 85), т. е. более чем в 3 тыс. компаний. И ответили 100 компаний, т. е. всего 3%.⁵ Тогда с высокой степенью вероятности можно предположить, что ответили прежде всего те, кому было что сказать про свою инновационную активность. Но в этом случае оценки очевидно будут завышены. Возможно, именно этим объясняется тот факт, что если распространить результаты опроса в части расходов на НИОКР как доли от оборота компании, то получится, что только компании генеральной совокупности расходуют на НИОКР в несколько раз больше, чем общая сумма финансирования НИОКР в России, включая как частные, так и государственные расходы⁶. Еще раз подчерк-

⁵ Если рассылка осуществлялась по неполному кругу (т. е., например, у 100 спросили, 100 и ответили), то важно знать, как формировался список респондентов и почему так велики отклонения в отраслевой структуре выборочной и генеральной совокупности (табл. 1 Доклада, с. 86).

⁶ Действительно, по данным опроса более 70% компаний тратили в 2009 г. более 3% выручки на НИОКР. Резонно предположить, что самые крупные в основном вошли в эти 70% (данные опроса показывают, что они тратят существенно больше по отношению к выручке, чем меньшие по размеру). Общий оборот этих 70% в таком случае составляет никак не менее 70% от оборота генеральной

нем, что это не упрек авторам — завышенные оценки расходов компаний на НИОКР и инновации имеют место и в других исследованиях, основанных на опросных данных, — а лишь призыв к читателю осторожнее интерпретировать полученные результаты, особенно занимаясь межстрановыми сопоставлениями.

Существует еще одна методическая проблема, которая связана с отраслевой структурой выборки. И дело не только в том, что для ряда укрупненных отраслей (сфер деятельности) число наблюдений составляет менее 10, а этого, как нам представляется, недостаточно для статистического анализа. Авторы утверждают, что «для того, чтобы учесть эффекты смещенности выборки по размеру, отраслевой принадлежности и (возможной) смещенности по структуре собственности и другим характеристикам, использовался регрессионный анализ» (с. 87). Однако при таком числе наблюдений контроль перечисленных факторов (по крайней мере, всех одновременно) вряд ли может дать надежные статистические результаты.

совокупности, т. е. около 1,5 трлн долл. Нетрудно прикинуть, что общие расходы на НИОКР составляют тогда более 45 млрд долл., что примерно втрое выше данных официальной статистики для всех расходов на НИОКР в России.

Впрочем, в работе не приводятся (опять-таки, в силу особенностей жанра) конкретные спецификации, используемые методы счета и эконометрические результаты, поэтому мы не можем подвергать их сомнению. Странно другое: в анкете респонденту предложено назвать *одну* отрасль деятельности компании. При этом в анкете существует вариант ответа «многоотраслевой холдинг». Можно было бы предположить, что таких в выборке должно быть немало. Однако в таблице структуры выборки все компании распределены по конкретным отраслям. Неужели ни одного многоотраслевого холдинга в выборку не попало? Если это так, то она также, очевидно, смещена.

Отметим, также в качестве методического замечания, что ряд вопросов анкеты сформулирован, на наш взгляд, недостаточно четко и позволяет неоднозначную интерпретацию их респондентами (что особенно важно при почтовых опросах, когда респондент не может уточнить у интервьюера, что именно имеется в виду). Так, в вопросе 36 о препятствиях инновационной активности подсказка сформулирована как «избыточная бюрократизированность», но бюрократизированность чего именно — не уточняется. В тексте доклада авторы по-

ясняют, что имелось в виду: «сложность сертификации новой продукции и т. д.», но сертификация новой продукции имеет смысл для меньшей части компаний в выборке, а что вкладывали респонденты в «и т. д.», остается неясным. Тем не менее это препятствие оказывается на втором месте по важности для бизнеса (66% респондентов отметили его как крайне значимое).

Список вопросов к методике исследования можно продолжать (впрочем, как в случае с практически любым исследованием такого рода), однако это было бы, на наш взгляд, не вполне справедливо по отношению к авторам, которые все-таки ставили перед собой более ограниченные задачи, чем корректный анализ эмпирических данных. Заметим лишь, что техника анализа должна быть адекватна качеству и количеству имеющейся эмпирической информации. Доклад, как нам представляется, несет важную информацию о мнениях и оценках 100 крупных российских компаний, касающихся проблем инновационной деятельности, их чаяниях в отношении государственной политики. И это уже весьма немало, даже если невозможно корректно распространить результаты на всю совокупность крупного российского бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

- Гончар К. Р. 2009. Инновационное поведение крупнейших российских компаний. *Мировая экономика* (3): 3–14.
- Гончар К., Кузнецов Б., Симачев Ю. 2010. *Конкурентоспособность российского бизнеса и ее развитие в ближайшем будущем*. Материалы к докладу РСПП. М.: РСПП.
- Гришанков Д., Кабалинский Д. 2008. Нано-эффект мегабизнеса. <http://www.raexpert.ru/ratings/expert400/2008/part2/>
- Заславская О. 2010. Похвастаться нечем. http://www.raexpert.ru/researches/publications/boast_nothing/
- Freeman Ch., Soefe L. 1997. *The Economics of Industrial Innovation*. 3rd ed. MIT Press: Cambridge, MA.
- Rinaldi G. 2008. The size of the firm in a transitional economy: Downsizing and economies of scale. The case of Russian footwear. *Economic Systems* (32): 389–409.
- Scherer F. M. 1970. *Industrial Market Structure and Economic Performance*. 2nd ed. Rand McNally College Pub. Co.: Chicago.
- Schumpeter J. A. 1950. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. 3rd ed. Harper: N. Y.

Статья поступила в редакцию
15 декабря 2010 г.