

Креативная экономика,
май 2010

• ООО Издательство
«Креативная экономика»

• **Редколлегия журнала:**
Агафонов В.В.,
Гнилицкая Е.В.,
Заходякин И.В.,
Куракин Н.В.,
Мартынов Л.М.,
Мкртчян С.С.,
Степанова Т.Е.,
Шевченко С.Ю.,
Шубаева В.Г.,
Шустрова Е.Ф.

• **Шеф-редактор**
Абрамова Н.Ю.

• **Дизайн и верстка**
Егоров Г.Д., Столбова М.С.

• **Перевод** Гайкалова Н.И.,
Журавлева В.В.

• Журнал зарегистрирован
в Федеральной службе
по надзору за соблюдением
законодательства в сфере
массовых коммуникаций
и охране культурного
наследия

Свидетельство
о регистрации:
ПИ № ФС77-24216

• **Телефон редакции:**
(495) 648-6241

• **Адрес для писем:**
117049, г. Москва,
ул. Крымский вал, д. 8

• **E-mail:**
magazine@CreativEconomy.ru
• **www.CreativEconomy.ru**

• За достоверность
сведений, указанных
в рекламных объявлениях,
ответственность несут
рекламодатели.
Точка зрения редакции
может не совпадать
с мнением авторов

• Журнал также выходит
в электронном виде

• © ООО Издательство
«Креативная экономика»,
2010

При перепечатке
ссылка на журнал
«Креативная экономика»
обязательна

Леонид Степанович ТАРАСЕВИЧ

*доктор экономических наук,
профессор,
президент
Санкт-Петербургского
государственного
университета
экономики и финансов,
главный редактор журнала
«Известия СПбГУЭФ»*



Журнал «Креативная экономика» зарождался на моих глазах, и за эти практически 4 года он превратился в один из известных в России средств научной периодики, отражающий динамику развития, так называемой, новой, лучше – инновационной экономики наших дней.

Любые нововведения немыслимы без привлечения человеческих ресурсов. Поэтому они сегодня все в большей степени становятся основными экономическими ресурсами. А это значит, что их углубленное исследование современными экономистами является животрепещущей научной проблемой. И очень приятно, что журнал «Креативная экономика», в работе которого принимают активное участие, в том числе и ученые из нашего Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, публикует на своих страницах результаты самых последних исследований в этой области.

Весьма похвально и то, что научно-редакционный совет журнала с целью расширения возможности делиться результатами своих исследований предоставляет аспирантам, докторантам и молодым ученым не только печатные полосы, но постоянно действующую электронную площадку в виде проведения интернет-конференций (<http://econference.ru/>) с последующей официальной публикацией их докладов на бумажных и электронных носителях.

Уверен, что и научное, и организационно-техническое руководство журнала «Креативная экономика» будет и впредь находить все новые и новые формы работы по информационному обеспечению научного и предпринимательского сообщества теми знаниями, которые отражают потребности динамично развивающейся экономики современной России.

*С уважением, Л.С. Тарасевич
Редакционная коллегия журнала
«Креативная экономика»*

Обсуждение этой статьи в нашем блоге:

blog.creativeconomy.ru/2010/05/12/CE-Tarasovich

содержание

- 3 **А. Фигурко** • Модернизация на инновациях •

инновационное предпринимательство

- 8 **О. Трофимов, Ю. Ефимычев, Т. Трофимова** •

Заимствуем... или сделаем сами? • стратегии инновационного развития

- 14 **Е. Хаустова** • От вложений к обновлению • инновации и инвестиции

- 22 **М. Белошевич** • Банкротство или развитие? • инновационные стратегии

- 28 **И. Кормановская** • Вклады и... развитие • инновации и инвестиции

- 33 **И. Коршенико, А. Коршенико, П. Кузнецов, П. Кузнецов** •

Выбор стратегии развития • региональная экономика

- 41 **Е. Дубровская** • Выход – в инновациях • региональная экономика

информационные технологии

- 46 **В. Табаков** • За облаками вычислений • информационные технологии

- 52 **Д. Серов** • Содействие инновациям • информационные технологии

- 55 **Д. Губайдулина, Л. Барт** • Факторы информатизации •

информационная экономика

- 60 **О. Базюкина** • Финансовые сигналы • информация и инвестиции

- 65 **Е. Кузьменко** • При всем богатстве выбора... • креативный маркетинг

- 71 **Ю. Максимова** • Что скрывают потребности? • креативный маркетинг

образование и бизнес

- 78 **А. Архипов** • Поток, зовущий в... регион • образование и бизнес

- 82 **В. Аюпова** • Имидж говорящий • образование и брендинг

- 87 **И. Товышева** • Отметка для вуза • образование

- 91 **С. Савзиханова** • Впередсмотрящий... вуз • образование и бизнес

- 95 **Н. Борисова, Н. Изоткина** • Механизм мотивации •

управление персоналом

- 98 **Р. Камалдинова** • Отчуждение человеческого капитала... •

человеческий капитал

- 103 **Д. Пескова** • Доступно не для всех • коммерческая тайна

- 109 **М. Чайков** • Великая коммерческая тайна • коммерческая тайна

- 115 **Н. Минеева** • Получаем или зарабатываем? • экономика труда

- 120 **Н. Захаров, С. Яшин** • Затягивающая новизна • экономика предприятия

- 126 **К. Кирий** • И совершенству снова нет предела • экономика предприятия

- 133 **А. Старовойтов** • А за спадом приходит подъем • экономика предприятия

модернизация на инновациях

участие малого и среднего предпринимательства
в модернизации экономики

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы интенсификации процесса модернизации российской экономики путем вовлечения в него предприятий малого и среднего бизнеса. Обсуждаются пути снижения предпринимательских рисков предприятий инновационной направленности.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, технико-внедренческая зона, развитие, инновации, субконтрактация, тиражирование бизнеса

В последние годы широко обсуждается необходимость перехода российской экономики на путь инновационного развития. При этом основное внимание уделяется фундаментальным исследованиям и основывающимся на них – опытно-конструкторским разработкам.

Следствием такого подхода становится то, что различные налоговые преференции, материально-техническая поддержка и т.д. предоставляется предприятиям, уже располагающим наукоемкими технологиями на основе права интеллектуальной собственности, либо вкладывающим ресурсы в разработку таких технологий. При этом из инновационного процесса исключается широкий круг его потенциальных участников, а именно: предприятия малого и среднего бизнеса.

Как показывают статистические данные, удельный вес произведенной продукции, работ и услуг малыми предприятиями по отраслям экономики в процентном отношении к затратам по разделу «Наука и научное обслуживание» составляет лишь 2% [2]. В Москве, где сосредоточена четверть всех предприятий малого бизнеса, по объему вклада в суммарную

Фигурко А.А.

доцент факультета
экономики
и менеджмента,
Томский
государственный
архитектурный
университет
figurko@mail.ru

не следует ожидать от среднего и тем более малого бизнеса участия в инновационном процессе на его ранних стадиях

выручку отрасли «Наука и научное обслуживание» составляет 3% [3].

Компании, ориентирующиеся на максимизацию прибыли, вынуждены избирать краткосрочную стратегию, что особенно ярко проявляется в кризисные периоды. Так, по итогам I квартала 2009 г. объем инвестиций в основной капитал в целом по экономике сократился на 15,6%, по крупным и средним предприятиям – на 5%, по малым и средним предприятиям – более чем на 40%. [4]

Причина такого положения кроется в ресурсной ограниченности субъектов *малого и среднего бизнеса* (МиСБ), приводящей к их неспособности и нежеланию финансировать долгосрочные высокорискованные проекты.

Приведенные цифры подтверждают идею о том, что не следует ожидать от среднего и тем более малого бизнеса участия в инновационном процессе на его ранних стадиях. Необходимость последующего доведения научных идей до промышленного и рыночного применения – задача для этой категории предпринимателей заведомо непосильная.

Любопытно в данном контексте данные патентного ведомства КНР, согласно которым на начало 2006 года только три из 10 тыс. китайских предприятий являлись обладателями интеллектуальной собственности на основные технологии выпускаемой ими продукции [5]. Впечатляющий рост китайской экономики связан не столько с достижениями отечественной науки, сколько с импортом готовых к внедрению импортных технологий.

Для китайской экономики, опирающейся на малый и средний бизнес (доля МиСБ в общей численности занятых составляет 81,9% [6]), мизерные вложения предпринимателей в исследования и разработки естественны ввиду упоминавшихся уже ресурсных ограничений.

Роль малого бизнеса

Какова же роль массового малого предпринимательства в формировании инновационной экономики? Очевидно, на разных этапах инновационного процесса вклад может быть различен.

На начальном этапе (фундаментальные исследования) роль малого и среднего бизнеса не может быть значительной. Механизм окупаемости таких иссле-

дований включает в себя ресурсы, далеко выходящие за пределы возможностей предприятий малого и среднего бизнеса, и сроки такой окупаемости находятся далеко за пределами горизонта планирования таких предприятий.

При этом в отечественной литературе стало уже общим местом ставить знак равенства между научно-исследовательскими, опытно-конструкторскими работами и инновационной деятельностью. Между тем, в соответствии с проектом ФЗ «Об инновационной деятельности в Российской Федерации», внесенном 23 октября 2009 на рассмотрение в Государственную Думу, к *инновационной деятельности* относятся, в частности, «производство новой или усовершенствованной продукции (работы, услуги) и/или применение новой или усовершенствованной технологии в начальный период до достижения нормативного срока окупаемости инновационного проекта».

По сути, под это определение подпадает практически любое техническое переоснащение производства. Малый и средний бизнес, безусловно, может и должен принимать участие в модернизации экономики именно на этом этапе. Почему же этого не происходит?

Роль экономических зон

Существующая на сегодняшний день система особых экономических зон (ОЭЗ) технико-внедренческого типа подразумевает опять-таки создание условий скорее для опытных работ, нежели для их широкого внедрения. Такие зоны становятся полигонами, где творческие коллективы доводят свои научные и технические идеи до практического воплощения.

Что же должно последовать за внедрением перспективной разработки на территории одной отдельно взятой ОЭЗ? Безусловно, средних размеров компания получает возможность пожинать плоды своего успеха. Но при отсутствии развитой системы «тиражирования» выпуска инновационной продукции можно ожидать, что плоды такого успеха для экономики в целом не будет значительным.

Резидентами, приступившими к осуществлению деятельности на территории *технико-внедренческих зон* (ТВЗ) на конец 2008 года было зарегистри-

впечатляющий рост китайской экономики связан не столько с достижениями отечественной науки, сколько с импортом готовых к внедрению импортных технологий