

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ФИРМ НА ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

STIMULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF FIRMS IN THE OLIGOPOLISTIC MARKET

M. Nanusheva

Annotation

In the article the incentives to innovations are considered under the conditions of oligopoly market structure, and also the stimulation of innovative activity of firms through government innovative policy, including through the tax regulation.

Keywords: Oligopoly, innovations, innovative activity, government innovative policy, tax regulation.

Нанушева Маргарита Окаевна
Астраханский
Государственный
Университет

Аннотация

В статье рассматриваются стимулы к инновациям в условиях олигополистической структуры рынка, а также стимулирование инновационной активности фирм посредством государственной инновационной политики, в том числе посредством налогового регулирования.

Ключевые слова:

Олигополия, инновации, инновационная деятельность, государственная инновационная политика, налоговое регулирование.

Современное состояние мировой экономики показывает, что уровень развития и динамизм инновационной сферы – науки, новых технологий, наукоемких отраслей и компаний – обеспечивают основу стабильного экономического роста, определяют границу между богатыми и бедными странами. На сегодняшний день инновации стали стратегическим фактором экономического роста, они влияют на структуру общественного производства и стабилизируют социальную ситуацию в стране.

Любой стране важно экономическое развитие, и научно-технический прогресс (НТП) является одной из составляющих такого развития. Исходя из этого, главной задачей государства является стимулирование инновационной активности. С точки зрения микроэкономики значение инновационной деятельности меркантильно, и поэтому, идя на рискованный проект, фирмы, главным образом, видят своей целью обогащение за счет нововведения. Чтобы остаться на рынке, фирмы заинтересованы вести активную инновационную деятельность.

Сегодня развитие экономики напрямую связано с достижением высокой инновационной активности в предпринимательском секторе. Научные достижения и уровень технического развития страны во многом определяют экономический рост, уровень конкурентоспособности страны и уровень обеспечения национальной безопасности. Это может быть связано с возросшей потребностью в наукоемких проектах экономическим прогрессом.

Под инновациями подразумевается создание новых

товаров и услуг, технологий производства, появление новых организационно-правовых форм бизнеса, которые могут содействовать конкуренции не только отдельных экономических субъектов, но и страны в целом.

Существует несколько определений понятию инновации. К примеру, инновация – это внедренное новшество, имеющее своей целью обеспечение качественного роста эффективности продукции или процессов, необходимых для общества. Иначе говоря, инновация является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации [1]. В одном из законодательных проектов РФ "Об инновационной деятельности и инновационной политике в Российской Федерации" (http://www.soros.karelia.ru/projects/1998/simbrk/rus/innovation/legislation/russian_federation/project_zakona_ob_innovac_politike.html) говорится, что "инновация (нововведение) – это использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленных на совершенствование процесса и его результатов".

В экономической теории очень часто затрагиваются такие рыночные структуры, как совершенная конкуренция и монополия в качестве крайних случаев. При определении стимулов к инновациям с такими структурами легко работать: в случае монополии все тривиально – нет конкурентов; в случае совершенной конкуренции – все фирмы так малы, что не оказывают никакого влияния на другие фирмы, и здесь не требуется ожидать реакции фирм на принятое решение. В реальной жизни мы имеем

дело с ситуацией, где оперируют сразу несколько фирм (их, конечно, больше одной, но меньше, чем на рынке совершенной конкуренции). Такая экономическая модель носит название олигополии, либо дуополии, если действует всего лишь две фирмы.

Олигополия – это тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, при которой в реализации какого-либо товара занимается крайне малое количество фирм [7]. Сегодня олигополии уверенно занимают позиции как на национальном, так и на международном уровнях.

По словам Дж. Гэлбрейта, отрасль из нескольких крупных компаний является отличным средством для стимулирования технического прогресса. Такая отрасль хорошо обеспечена для финансирования технических разработок. Ее организация располагает к тому, чтобы предпринимать разработки и в дальнейшем использовать их.

По утверждениям Р. Нельсона и С. Уинтера, олигополия является именно той рыночной структурой, которая эволюционировала в тех отраслях, где относительно быстро протекало финансирование и изобретение новых технологий.

В условиях олигополии у фирмы, которая ввела и поставила новый продукт на рынок первой или же первой изобрела старый продукт по технологии, которая сокращает издержки, рост числа покупателей будет больше, чем у ее конкурента. Следовательно, такая фирма будет получать дополнительную прибыль. Получается, что в условиях этой рыночной структуры у небольших фирм более сильные стимулы к инновациям в отличие от фирм-гигантов. Это объясняется тем, что фирмы-"переводники" в качестве выгоды получают дополнительный спрос на товар, а следовательно, и дополнительную прибыль.

Помимо всего этого, такие небольшие фирмы быстрее реагируют на инновации своих конкурентов. Поэтому олигополистические рынки с невысоким уровнем концентрации при наличии значительного числа фирм-конкурентов небольшого размера будут демонстрировать наивысшие темпы технического прогресса.

Известно, что на создание какой-либо вещи необходимо некоторое время, а на создание некоего неординарного продукта нужно очень много времени. В условиях олигополии время имеет огромное значение. За это время конкуренты могут симитировать инновационный продукт, и зачастую этот продукт может незначительно превосходить по технико-эксплуатационным показателям продукт фирмы-"переводника". Это приведет к снижению предельных издержек и первоначальных преимуществ фирмы-инноватора (в качестве примера можно привести ситуацию быстрого вытеснения компании SmithKline фирмой Glaxo с фармацевтического рынка).

Здесь действует некий закон, гласящий, что чем дольше конкуренты воздержатся от имитаций (чем сложнее имитировать новый продукт), тем большую часть рынка получит фирма-инноватор [11]. Отсюда вытекает, что чем быстрее другие фирмы симитируют продукт-инновацию, тем меньшей долей рынка овладеет фирма-инноватор и, соответственно, полученная от введения инновации прибыль последней либо будет незначительной, либо быстро исчезнет.

Фирма, которая последует за фирмой-инноватором, будет получать такую же прибыль, но при этом понесет меньшие издержки. Таким образом, стратегия имитации более выгодна, чем стратегия инновации.

В условиях олигополии инновационная деятельность приобретает "оборонительный" характер, так как угроза конкурентных инновационных продуктов существует всегда и повсюду. Именно по этой причине многие специалисты придерживаются мнения, что на сегодняшний день олигополия представляет собой рыночную структуру, условия которой эффективнее для технического прогресса и для реализации технических и технологических возможностей.

Для стимулирования инновационной активности фирм государством предусмотрена инновационная политика. Государство в этом вопросе играет огромную роль, так как бюджетные средства являются ключевым источником финансирования НИОКР.

В РФ инновационная политика осуществляется на двух уровнях: общегосударственном (федеральном) и региональном (местном). Важнейшая задача общегосударственной инновационной политики заключается в формировании благоприятного инновационного климата для реализации государственных приоритетов в сфере НТП.

Наиболее продуктивным способом стимулирования инновационной активности фирм является налоговое регулирование. Налоговое регулирование – это система мероприятий в области налогообложения, охватывающая предприятия, отрасли и сектора национальной экономики [1].

Норма рентабельности и некоторые показатели эффективности по тем или иным проектам могут быть повышены через налоговые льготы, вводимые правительством. Без них многие инициативы воспринимались бы компаниями как нецелесообразные для реализации, несмотря на то, что для общества они были бы весьма полезными. Так, внедрение фундаментальных НИОКР фирмами будет далеко не целесообразным по коммерческому критерию, поскольку здесь учитываются долгий период окупаемости инновационного проекта, неопределенность по отношению к возможному эффекту и тому по-

добное, но с точки зрения общественной эффективности эти новшества окажутся вполне перспективными для дальнейшего развития.

Уровень налоговых льгот в РФ не достигает уровня зарубежных стран ни по количественным ни по качественным показателям. Наиболее сложной проблемой налогообложения инновационных фирм является высокий уровень страховых взносов. В отличие от основной массы предприятий, в расходах научных и инновационных фирм удельный вес занимают расходы на оплату труда (от 50 до 80%), а следовательно, и на уплату страховых взносов. Поскольку с 2011 года была увеличена ставка страховых платежей в социальные фонды с 26% до 34%, это является тяжелым моментом для инновационных компаний [1]. С 1-ого января 2012 года ставка страховых взносов была снижена до 30%, из которых 22% составляют выплаты в Пенсионный Фонд РФ, 2,9% – в Фонд

социального страхования и 5,1% – в Фонд обязательного медицинского страхования. Для организаций, имеющих статус резидента технико-внедренческой особой экономической зоны, таких как "Сколково", "Дубна" и других, ставка страховых взносов на 2012 год предусмотрена в размере 14%.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: государство должно стимулировать НТП, начиная от фундаментальных исследований и заканчивая внедрением разработок в производство, при этом принимать в учет общественные приоритеты и ограниченность ресурсов. Создание благоприятного климата для российских олигополистических структур с целью стимулирования инновационной активности позволит не только усовершенствовать технологическую базу ведущих отраслей экономики, но и кардинально повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барышева А.В., Балдин К.В., Голов Р.С., Передеряев И.И. Инновации [Текст]: Учебное пособие / под. общ. ред. д.э.н. проф. А.В. Барышевой. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2008. – 382с.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика [Текст]: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа. 1997. Т.2. 503с.
3. Гутник А.Г., Ефремова Т.М. Проблемы налогового стимулирования инновационной деятельности в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/6657> – Загл. с экрана.
4. Елизов Р.Г., Лукин М.Ю. Микроэкономика [Текст]: Учебник. 2-е изд. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова. Издательство "Дело и Сервис", 1999. – 320с.
5. Инновационный менеджмент [Текст]: Учебное пособие / под ред. д.э.н. проф. А.В. Барышевой. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2008. – 384с.
6. Кабраль, Льюис М.Б. Организация отраслевых рынков [Текст]: вводный курс / Льюис М.Б. Кабраль; Пер. с англ. А.Д. Шведа. – М.: Новое знание, 2003. – 365с.
7. Корниенко О.В. Микроэкономика [Текст]: Учебное пособие / О.В. Корниенко. – Ростов н/Д: "Феникс", 2005. – 352с. – (Высшее образование).
8. Микроэкономика [Текст]: 2-е изд. / А.С. Селищев. – СПб.: Питер, 2003. – 448с.: ил. – (Серия "Учебное пособие").
9. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics): [Текст]: учебник. – 2-е изд., испр. / под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. – М.: КНОРУС, 2005. – 672с.
10. Мэнкью Н.Г. Принципы микроэкономики [Текст]: Учебник для вузов. 4-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2010. – 592с.: ил. – (Серия "Классический зарубежный учебник").
11. Розанова Н.М. Структура рынка и стимулы к инновациям [Текст] / Н.М. Розанова // Вопросы экономики. – 2001. – №3. – с. 50–67.
12. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков [Текст]: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 442с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).
13. Российская Федерация. Законы. О страховых взносах в Пенсионный Фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования [Электронный ресурс]: федер. закон: [принят Гос. Думой 17 июля 2009 г. № 212-ФЗ] Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс".
14. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков. Пер. с англ. – М.: Инфра. – М., 1997. – 698 с.