нет времени для уныния

инновационная деятельность в кризисный период

Кризисы являются поворотной точкой
экономического развития.
Й.Шумпетер

Аннотация

Анализируется исторический опыт осуществления инновационной деятельности в периоды экономических кризисов, прежде всего, Великой депрессии в США. На основе приведенных примеров автором проводится мысль, что снижение инновационной активности в момент кризиса может являться ошибочной мерой, приводящей к потере конкурентных преимуществ компаний в будущем.

Ключевые слова: инновации, экономический кризис, Великая депрессия, S&P 500, инвестиции, глобальная экономика

Обострение конкурентной борьбы в сфере технологического и организационного перевооружения компаний, все больше испытывающих последствия глобализации в целом и финансового кризиса в частности, делает еще более актуальным вопрос об инновациях. Для России проблема инноваций актуальна всегда.

За спадом следует подъем

В периоды подобной неопределенности руководители компаний склонны приостанавливать инновационный процесс; уменьшается количество вновь регистрируемых предприятий, особенно в инновационной сфере, где риск традиционно более высок. Такая стратегия представляется вполне оправданной, поскольку «... новые предприятия зачастую страдают значительно больше, чем старые. Это объясняется следующим: у старого предприятия есть своего рода амортизатор в виде квазиренты, но прежде всего у него обычно имеются накопленные резервы... И поэтому оно гораздо более жизнеспособно, чем новое предприятие, которое находится под строгим и недоверчивым контролем, не имеет резервов,

Дмитриев
Сергей Геннадьевич
соискатель,
экономический
факультет,
Брянская
государственная
инженерно-
технологическая
академия
ihtis69@gmail.com

именно кризис побуждает искать новые возможности для роста

а в лучшем случае – располагает лишь неиспользованными остатками кредитных средств... Поэтому влияние изменения всей конъюнктуры на новые предприятия может проявиться раньше и более явно, чем на старые. И поэтому оно значительно быстрее приводит к банкротству первых, чем последних...» [5].

Однако такая стратегия представляется оправданной только на первый взгляд. Целесообразность подобного противоциклического подхода можно легко поставить под сомнение, особенно в сегодняшней ситуации, когда волатильность финансовых рынков (важнейший показатель нестабильности) достигла исторического максимума. Для этого необходимо обратиться к истории, ведь даже экономический спад необходимо использовать как отличный повод для пересмотра направлений инвестиций в инновационные разработки, именно кризис побуждает искать новые возможности для роста.

Можно привести немало примеров того, как в крайне нестабильной обстановке рождались поистине революционные инновации. Такие как вывод на рынок беспроводного телефона компании AT&T в 1947 году или в 1981 г. знаменитой модели персонального компьютера IBM PC 5150. Эти инновации были настолько важными для своего времени, что полностью изменили правила игры на рынке высоких технологий. Между тем и 1947, и 1981 годы в США были периодами спада [3].

Как бы это парадоксально ни звучало, но экономическая сущность процесса депрессии состоит в распространении – через механизм стремления к равновесию – технических достижений на все народное хозяйство [5].

Термин «депрессия» не случайно употреблен нами вместо слова «кризис»: кризис на мировых финансовых рынках и его последствия для реального сектора экономики пробудили живой интерес к временам Великой депрессии. Банкротство банков, массовая продажа недвижимости из-за неспособности заемщиков расплатиться по кредитам, и как следствие, нестабильность экономической ситуации во всем мире – все уже имело место в 30-е годы XX столетия [2].

Известно, что большинство компаний в то время боялись инвестировать в инновации. Например,

нет времени для уныния

очень показательна динамика количества патентных заявок, которые можно использовать как индикатор количества ресурсов, направленных на инновации (*рис. 1*).

Например, в период с 1929 по 1937 г. в течение пяти лет наблюдался рост ВВП и в течение четырех лет – его сокращение. Динамика количества подаваемых патентных заявок следовала за трендом динамики ВВП с отставанием в один год: количество патентных заявок возрастало в течение каждого года, следующего за годом роста ВВП, и сокращалось в течение года, если в предыдущий год наблюдалось падение ВВП (исключение составили только два года – 1934-й и 1935-й). Теряя значительные капиталы в нестабильные годы Великой депрессии, многие компании регулярно меняли свой взгляд на окупаемость инвестиций в инновации.

Тем не менее некоторые успешные компании решили не откладывать инвестиции в разработку инновационных технологий. Одной из них стала компания DuPont. Благоприятная конъюнктура рынка рабочей силы в сфере НИОКР и низкий уровень цен на сырье позволили компании удержать объем инвестиций в научные разработки на приемлемом уровне. Неопрен (синтетический каучук), об открытии

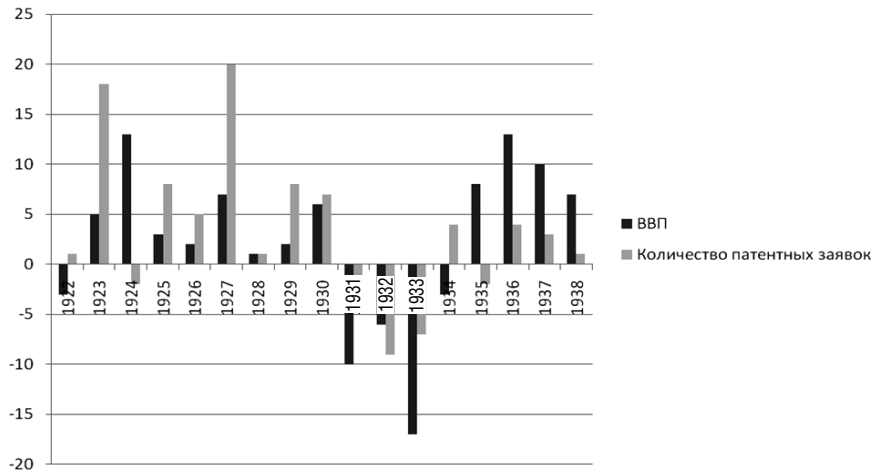


Рис. 1. Динамика количества патентных заявок в США (по компаниям, имевшим собственные научно-исследовательские лаборатории; данные приведены с отставанием от данных по ВВП на один год) [2]

которого компания DuPont официально объявила в 1931 г., стал одной из главных инноваций XX века. К 1939 г. неопреновые компоненты применялись при производстве каждого автомобиля и каждого самолета в Соединенных Штатах [2].

Как показывают результаты исследования, проведенного компаний McKinsey в марте 2010 года, в котором приняли участие 532 представителя высшего руководства компаний со всего мира, по мере восстановления экономики после мирового кризиса приоритетность научно-исследовательской деятельности в стратегических планах развития компаний резко повысилась. 40% руководителей заявили, что в 2010 г. бюджет их компаний, выделенный на НИОКР, будет превышать или даже значительно превышать бюджет, выделенный на аналогичные цели в 2009 г. Кроме того, в 2010 г. вдвое больше участников опроса сообщили, что их компании планируют расширять деятельность в сфере НИОКР (44% по сравнению с 22% в 2009 году) [1].

Стремительно нагрянут перемены...

Компании, активно внедряющие инновации, создают более высокую добавленную стоимость. В 2007 г. компания McKinsey провела исследование Global Innovation Benchmarking Survey, посвященное сравнению эффективности инноваций в различных странах мира. В ходе исследования было опрошено 800 руководителей, чтобы установить, чем отличаются успешные компании и как им удается следовать принципу тотальных инноваций. Вывод: компании, эффективно внедряющие инновации, растут на 13 процентных пунктов быстрее, чем прочие, а объемы их прибыли превышают аналогичные показатели других компаний на 3 процентных пункта [3].

Новейшая история доказывает, что компании, построенные «на века», тем самым заранее запрограммированы на неудачу и поражение. Условия бизнеса сегодня в большей степени, чем когда-либо, требуют нового мышления – дискретного взамен конвергентного.

В 1917 г. Берти Чарльз Форбс составил свой первый список ста крупнейших американских компаний. В 1987 г. журнал Forbes поднял тот список и продемонстрировал, что с ним стало: из 100 крупнейших компаний 1917 г. прекратили свое существование 61. Как известно, первый фондовый индекс

экономическая сущность процесса депрессии состоит в распространении – через механизм стремления к равновесию – технических достижений на все народное хозяйство

ет времени
я уныния

рейтингового агентства Standard & Poor's был рассчитан в 1920-е гг. на основе акций 90 ведущих американских корпораций. Участники того списка оставались в нем в среднем на протяжении 65 лет. К 1998 г. ротация компаний в индексе S&P 500 приблизилась к 10%, то есть средняя продолжительность пребывания компаний в нем уменьшилась с 65 до 10 лет. Экстраполяция данных за предшествующие периоды позволяет утверждать, что к концу 2020 г. средняя продолжительность пребывания компаний в индексе S&P 500 сократится примерно до 10 лет и все меньше компаний сохранят шансы на пребывание в категории «долгожителей» [4].

Большинство руководства успешных компаний обычно пребывает в уверенности, что завтрашний день будет более или менее похожим на день сегодняшний; значительные изменения маловероятны и не поддаются точному прогнозу, сдвиги обычно происходят медленно, поэтому их фирмам следует сосредоточить усилия на повышении эффективности текущих операций. Однако когда наступает время перемен, они происходят стремительно. И, в конечном счете, конкурентные преимущества получат те участники рынка, которые займут атакующую позицию в инновационной войне; как бы ни был высок риск нововведений, неспособность к их осуществлению порождает еще больший риск.

Здесь нам уместно вернуться к эпиграфу: кризисы являются поворотной точкой экономического развития. Деструктивные явления, им сопутствующие, не должны заслонять важного аспекта: уничтожая то, что изжило себя, кризисы способствуют созидательному разрушению, т.е. процессу, который непрерывно реконструирует экономическую структуру изнутри, разрушая старую структуру и создавая новую.

Вывод

Для компаний, у которых есть деньги и смелые идеи, кризис, во время которого происходит исчезновение неэффективных хозяйствующих субъектов, высвобождение капитала для новых отраслей за счет отмирания нежизнеспособных секторов, приток высококвалифицированной рабочей силы к более сильным игрокам рынка, открывает огромные стратегические возможности, реализовать которые невозможно без инноваций.

условия бизнеса сегодня в большей степени, чем когда-либо, требуют нового мышления – дискретного взамен конвергентного

Литература

1. Барретт К., Муссо К., Падхи А. НИОКР после кризиса // The McKinsey Quarterly. – 2010, апрель [Электронный ресурс] // http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue21/11_0210.aspx?tid=24.
2. Николас Т. Инновации в кризис: уроки прошлого // The McKinsey Quarterly. – 2008, декабрь [Электронный ресурс] // http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue21/03_0210.aspx?tid= 8.
3. Рот Э. Инновации – путь к повышению эффективности // The McKinsey Quarterly. – 2010, №21 [Электронный ресурс] // http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue21/04_0210.aspx?tid=24.
4. Фостер Р., Каплан С. Созидательное разрушение. Почему компании, «построенные навечно», показывают не лучшие результаты и что надо сделать, чтобы поднять их эффективность [Текст]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития [Текст]. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.

КЭ

Sergey G. Dmitriev
Degree-seeking Student, Economy Faculty,
Bryansk State Engineering Technology Academy

Innovation Activity in Crisis Period

Abstract

Article analyzes historical experience of innovation activity implementation in periods of economic crisises, especially in period of Great Depression in USA. Base on described examples author sounds idea that reduction of innovation activity in crisis period could be the mistaken arrangement which could be the reason of company's competitive advantages loss in future.

Keywords: innovations, economy crisis, Great Depression, S&P 500 investments, global economy