

## Роль кооперации в развитии международного разделения труда

*В.В.Уваров*

УДК 339.94  
ББК 65.5  
У-180

Перед государственной инвестиционно-инновационной политикой России стоит задача полного завершения «восстановительного» периода, компенсации огромных потерь, понесенных в годы «перестройки», и особенно реформ 1990-х гг., в результате которых последовали невиданный до сих пор спад производства, гибель многих крупнейших предприятий, упадок целых отраслей промышленности и сельского хозяйства, снижение жизненного уровня огромной части населения. До сих пор эти последствия не преодолены, и прежде всего не достигнут в полной мере дореформенный объем товарного производства, если иметь в виду 1989 г. или, в крайнем случае, 1990 г. Хозяйственная практика позволяет сделать вывод, что основными стимулами для модернизации российской промышленности в целом и, особенно, ее стратегически наиболее важных в социально-экономическом плане отраслей, может стать рост как наиболее наукоемких секторов народного хозяйства, так и потребителей металлопродукции (машиностроения, станкостроения, автомобильных производств, а также строительной отрасли и транспорта), так как спрос на сталь, металлоконструкции, а также продукцию с новыми потребительскими свойствами требует увеличения производственных мощностей и внедрения инновационных технологий.

Если мы стремимся к привлечению ПИИ и расширению научно-производственной кооперации, то должны опереться на те отрасли и сектора экономики, где уже достигнут высокий потенциал, способный и привлечь ПИИ, и быстро освоить и адаптировать к национальным хозяйственным интересам новейшие, высокие технологии, повышая конкурентоспособность российских промышленных компаний. Практический аспект понятия «инновационный потенциал» нашел свое отражение в работах П. Друкера, где он исследует источники развития современной промышленности [1, 2,]. В частности, Друкер отмечал, что инновации начинаются с анализа имеющегося потенциала с целью его эффективного использования. Принимая во внимание сказанное, необ-

ходимо подчеркнуть, что потенциал предприятия является первоосновой инновационной деятельности. Поэтому методологической базой сущности инновационного потенциала является понятие «потенциал», который имеет специфические особенности с учетом целевой направленности, то есть обеспечения желаемого уровня инновационной активности предприятия.

Понятие «инновационный потенциал» является концептуальным отражением факта инновационной деятельности. Оно обосновывалось и уточнялось в ходе методологических, теоретических и эмпирических исследований, а сравнительно недавно введено в число понятий экономической науки как экономическая категория. Однако научная общественность до сих пор не выработала достаточно точного определения понятия «инновационный потенциал», его составных частей, механизма формирования. Часто инновационный потенциал воспринимается как научно-технический задел в форме открытий, изобретений, исследований, а также как научно-технический уровень разработок, позволяющий решать новые задачи или инновационный потенциал – это экономические возможности предприятия по эффективному вовлечению новых технологий в хозяйственный оборот и рост конкурентоспособности. С этим мнением можно согласиться лишь частично, потому что инновационный потенциал является более сложным понятием, в основе которого лежит и комплексное ресурсное обеспечение. Поэтому автор предлагает следующее определение – инновационный потенциал представляет пока не вполне использованные, т.е. скрытые возможности накопленных ресурсов (прежде всего интеллектуальной собственности и возможностей человеческих ресурсов), которые могут быть приведены в действие для достижения экономических целей.

Процесс инновационного развития на основе международной кооперации можно представить в виде следующей последовательности действий:

- Определение задач совместного предпринимательства;
- Определение стратегических хозяйственных единиц (СХЕ) партнеров;
- Установление целей совместного проекта;
- Комплексный анализ ситуации для каждого СХЕ (анализ окружающей среды маркетинга/анализ деятельности предприятия);
- Разработка бизнес-плана кооперационного проекта и его места в стратегическом плане предприятия;
- Реализация инновационного проекта.

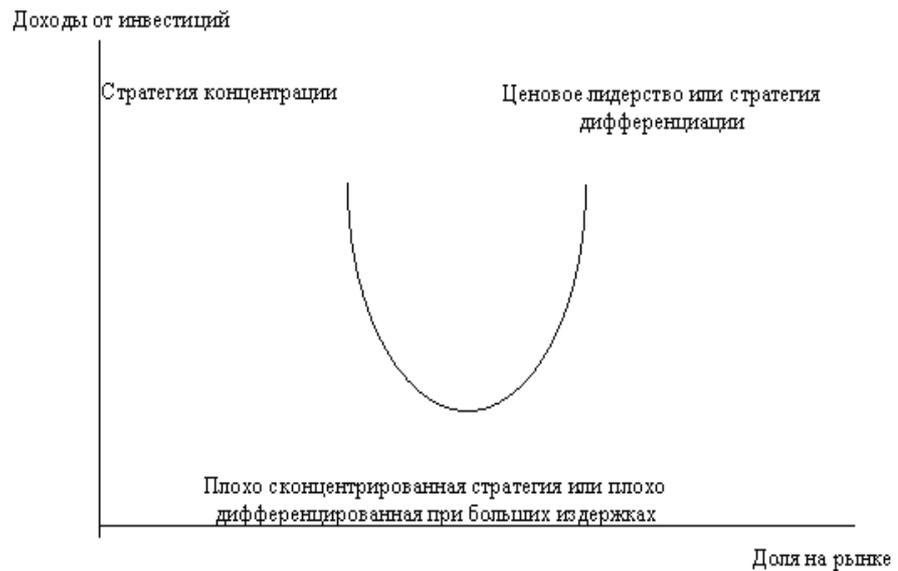
Опираясь на модель Портера/4/ целесообразно рассмотреть для данного кооперационного проекта следующие стратегии: стратегию низких издержек и стратегию концентрации. Издержки можно уменьшить за счёт экономии ресурсов, создания дешёвых моделей, монополии на дешёвое сырьё, совершенствование технологии, оптимизации управления. Стратегия дифференциации, наиболее используемый вид стратегии, который заключается в политике выделения предприятием своей продукции в качестве особой, отличной от конкурентов. Для предприятия возможны несколько методов такого выделения: • обеспечение высокого качества и специфических потребительских свойств; • надежности в эксплуатации;



- владение запатентованными технологиями по производству данной продукции;
- сбыт продукции в комплексе с сопутствующими услугами, которые не предоставляются основными конкурентами;
- выделение своей продукции в качестве особенной на основе обеспечения “узнаваемости” её на рынке. Стратегия концентрации, в рамках которой возможно выделить специфический сегмент рынка, опираясь на такие факторы, как низкие цены или уникальное торговое предложение.

Рисунок 1

**Зависимость между долей рынка и прибылью**



Предприятие в этом случае может контролировать свои издержки:

- концентрацией усилий на ключевых видах продукции, предназначенных для ограниченного круга специфических потребителей (фокусирование);
- созданием особой репутации при обслуживании рынка, который не удовлетворен конкурентами. Любое предприятие может завязнуть на полпути к реализации инновационного проекта, если оно не обладает уникальной продукцией и преимуществами по общим издержкам. Согласно матрице Портера/5/ небольшое предприятие может иметь прибыль, концентрируясь на какой-либо одной конкурентной “нише”, даже если её общая доля на рынке невелика. Предприятие необязательно должно быть большим, чтобы иметь хорошие показатели. Следующим шагом

является определение совместимости элементов стратегии с долгосрочными задачами предприятия и устранения всех имеющих место противоречий. Такими противоречиями могут быть, например, противоречия между желанием получить краткосрочную прибыль на случайном сегменте рынка, который не совпадает с долгосрочной рыночной стратегией и в долгосрочном плане может привести к большим финансовым потерям, вызванным, например, несвоевременным выходом на основные сегменты рынка.

Согласно модели Портера [4,5] зависимость между долей на рынке и прибыльностью имеет U-образную форму. Из приведенной на графике 1 кривой видно, что предприятие с небольшой долей рынка может преуспеть посредством разработки четко сконцентрированной стратегии, предприятие, имеющее большую долю рынка, преуспеет в результате преимуществ по издержкам или дифференцированной стратегии.

Основные виды стратегий по разработке новой продукции фактически сводятся к проведению работ в следующих ориентированных на производственные инновации стратегических направлениях: • разработка принципиально новой продукции, отличающейся от продукции конкурентов существенной новизной, защищенной патентами; • разработка продукции с улучшенными характеристиками относительно ранее выпускаемой продукцией для аналогичного использования; • разработка новых видов использования ранее выпускаемой продукции за счет ее модернизации или дополнительных приспособлений; • сокращение ассортимента выпускаемой продукции или снятия с производства продукции, не пользующейся спросом. Так Б. Санто рассматривает инновацию как «общественный - технический - экономический» процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если инновация ориентируется на экономическую выгоду, на прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход./7/ Автор же считает, что при правомерности этих позиций они слишком прямолинейны.

Приступая к планированию ассортимента и разработке новой продукции, следует всегда помнить, что никакие, самые хорошо продуманные планы сбыта и рекламы не могут компенсировать ошибки, допущенные ранее при планировании ассортимента продукции, т.е. при отборе и оценке продукции, его техническом испытании, изучении рынка и проведении пробной продажи. Потенциальные трения между производственными подразделениями и службой маркетинга могут свести на нет лучшие намерения и тех и других, и привести к принятию неудачного компромиссного решения. Планирование ассортимента продукции предполагает координацию целого ряда взаимосвязанных видов деятельности: научно-технических исследований и разработок, исследований рынка, организации товародвижения, стимулирования сбыта и рекламы. Максимальная эффективность достигается не столько за счёт оптимизации каждого элемента в отдельности,



сколько суммой составных частей. Какое бы огромное значение ни имело внедрение новой продукции для долгосрочного развития предприятия, оно остаётся крайне рискованным делом. Зарубежные специалисты подсчитали, что, в среднем, удельный вес неудачных нововведений в различных товарных группах колеблется между 50 и 90%. Каким же образом риск, связанный с новой продукцией, может быть снижен до приемлемого уровня? Во-первых, предприятие может добиться этого систематическим планированием ассортимента продукции, включающим все проверочные этапы – испытание продукции, исследования рынка и пробную продажу, а так же решением всех вопросов, пока продукция ещё находится в стадии планирования. Действуя таким образом, оно обеспечивает себе гарантию того, что её решения будут основываться не на догадках, а на знании фактов при условии, что эти факты могут быть получены своевременно и ценой приемлемых издержек. Во-вторых, предприятие может сократить риск, анализируя опыт многих предприятий, обеспечивших успех внедрения новой продукции на рынок, выявляя закономерности успеха, где это возможно, и, используя знания этих закономерностей в своей работе.

Нет отработанных методик внедрения разработанных технологических инноваций или заимствования и быстрой адаптации успешных зарубежных производственных технологий. В этом проявляются недостаточные компетенции и креативность управленческих кадров. При присоединении к ВТО даже лучшее ресурсное обеспечение и не очень высокая цена рабочей силы не позволит достичь необходимого уровня конкурентоспособности.

Ключевым фактором оптимизации модернизации промышленных отраслей и всего народного хозяйства России в целом становится международная кооперация, одной из форм которой являются международная производственная кооперация и совместные предприятия, которые создаются в России с участием крупнейших мировых производителей технологического оборудования с целью развития производственной цепочки от первичной обработки сырья до готового изделия, востребованного на мировом рынке, или реализации новых проектов, требующих значительных инвестиций.

В российской экономике было достигнуто некоторое опережение и создан научно-производственный потенциал в авиа-космической и металлургической отраслях, и именно поэтому кооперационное сотрудничество и привлечение инвестиций, знаний и технологий именно здесь может дать основу для решающего прорыва на мировом рынке с опорой на эффект от международной научно-производственной кооперации.

Международная кооперация, осуществляемая нашими компаниями путём интеграции в зарубежные рынки, позволяет использовать существующие различия многих национальных рынков и привлекать международные ресурсы (материальные, финансовые, трудовые, технологические, информационные,

организационные). Географическая и продуктовая диверсификация способствуют достижению дополнительных конкурентных преимуществ, смягчению конкуренции и сглаживанию рисков вертикальной интеграции. В рамках ЧТП указанные отрасли должны быть поддержаны и организационными мерами (так, например, космическую отрасль могло бы контролировать высокоспециализированное министерство).

Изменение институциональной и экономической среды при переходе к интегрированной вдоль технологической цепочки структуре приводит к положительным эффектам за счёт уменьшения двойной надбавки, снижения транзакционных издержек и обеспечения устойчивого сбыта продукции, в том числе и в первую очередь – инновационной. Обеспечиваемые интеграцией финансовые и организационные ресурсы способствуют реализации программ по модернизации производства.

Интеграционный подход не только существенно снижает издержки на НИОКР и модернизацию в целом, но и дает так необходимый сейчас выигрыш во времени. Ориентация в интеграционных проектах на высокотехнологичные сектора экономики, тем более там, где у России уже имеется положительный задел, позволяет занять значительные доли мирового рынка, выйти в лидеры, поднять экономический потенциал в целом, улучшив социально-экономические показатели и мотивацию основной части трудовых ресурсов на развитие наукоемких производств.

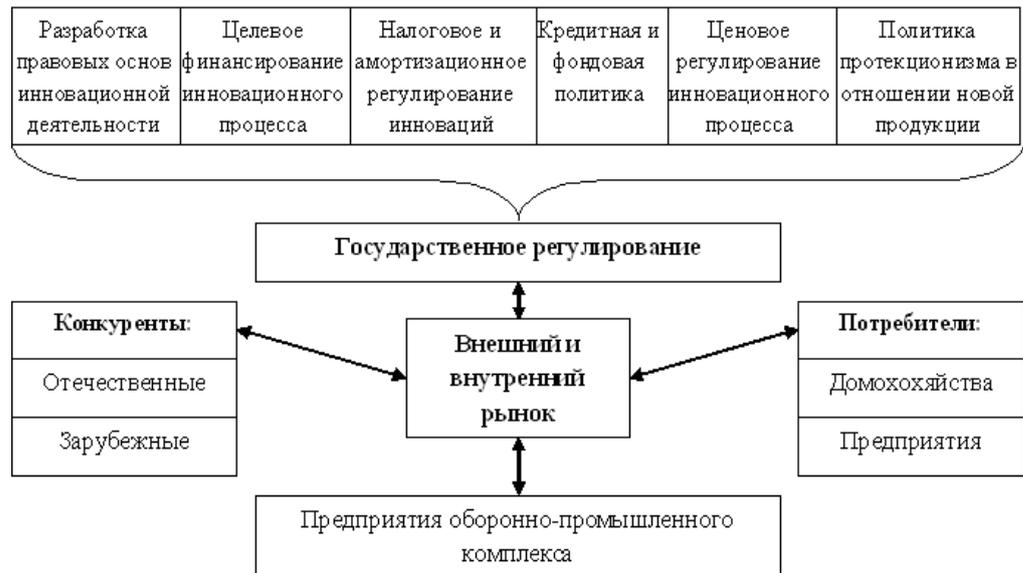
Государство является крупнейшим потребителем товаров и услуг, производимых на территории России, ежегодный объем государственных закупок (на федеральном уровне и уровне субъектов РФ) оценивается на сумму около 4 трлн рублей. Этот факт позволяет утверждать, что и государственные закупки на стадии становления национальной инновационной системы оказывают существенную поддержку промышленным высокотехнологичным компаниям, лидирующим в инновационном развитии, в реализации товаров и услуг, формируя спрос на инновационную продукцию. Раннее вовлечение производителей как отечественных, так и их партнеров по кооперации в процесс закупок могло бы стать стимулом к ускорению инновационного развития. Используя госзакупки как инструмент стимулирования инноваций в конкретных стратегически важных областях, надо указывать потенциальным компаниям-участникам (в том числе определяемым и на конкурсной основе) на возможности применения инноваций. Приоритет инновационного развития перед традиционными стратегиями конкуренции является глобальным императивом времени и одновременно реальной возможностью России преодолеть накопленное в 90-е гг. технологическое отставание. Эффективное регулирование инновационных процессов возможно, во-первых, при наличии разветвленной организационной инфраструктуры (в российских условиях это – государственные учреждения, государственно-



частные партнерства, в перспективе и венчурные фонды и т. д.), во-вторых, соответствующей законодательной базы нескольких уровней (федерального, местного, отраслевого). Не последнюю роль играют и социально-экономические соответствия, должностные, квалификационные нормы и вознаграждение. Этот многофакторный базис в современных условиях России требует радикального совершенствования. Однако уже сейчас, как уже было отмечено выше, достигнуты серьезные результаты по внедрению инноваций в области высоких технологий. Успешные примеры государственного управления инновационными проектами имеются и в сфере высшего образования. При реализации международного кооперационного сотрудничества в сфере высоких технологий особую роль приобретает, как пристальное внимание к правовым аспектам/4/, так и опора на механизмы частно-государственного партнерства. Такой подход важен и при кооперационных сделках в сфере малого и среднего предпринимательства/6/.

Рисунок 2

**Государственное регулирование инноваций**



**Источник:** разработано автором

Целями и предпосылками международной интеграции являются: снижение уровня неопределенности в снабжении и сбыте (заметим, что это относится не только к предприятию, осуществляющему интеграцию; ограничение конкуренции

(такую возможность предоставляет не только горизонтальная, но и прямая и обратная вертикальная интеграция; облегчение внедрения и диффузии технологических новшеств; снижение издержек (в частности, могут сокращаться транспортные расходы, расширяться масштабы производства при уменьшении удельных условно-постоянных расходов. Указанные цели вполне реализуются как в предложенном примере, так и в актуальных международных проектах в космической отрасли, в сфере ВТС, а также в малом и среднем бизнесе.

### БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Друкер П. Бизнес и инновации. — М.: Вильямс, 2007. — 432 с. (Druker P. Biznes i inovacii. — М.: Vil'jams, 2007. — 432 s.)
2. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Приор, 2012. — 512 с. (Druker P. F. Zadachi menedzhmenta v XXI veke. М.: Prior, 2012. — 512 s.)
3. Портер Майкл Э. Конкуренция. / Пер. с англ.: Уч. пос. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000 - 495 с. (Porter Majkl E. Konkurencija. / Per. s angl.: Uch. pos. М.: Izdatel'skij dom «Vil'jams», 2000 - 495 s.)
4. Портер Майкл Э. Международная конкуренция. / Пер. с англ. под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с. (Porter Majkl E. Mezhdunarodnaja konkurencija. / Per. s angl. pod red. i s predisloviem V.D. Shhetinina - М.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1993. - 896 s.)
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999. — 127 с. (Ansoff I. Novaja korporativnaja strategija. SPb.: Piter, 1999. — 127 s.)
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) (ред. от 27.07.2006) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2006) (Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii (Chast' pervaja)» ot 30.11.1994 N 51-FZ (prinjat GD FS RF 21.10.1994) (red. ot 27.07.2006) (s izm. i dop., vstupajushhimi v silu s 01.09.2006))
7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Пер. с венг. - М.: Прогресс. - 2006. - Сайт «ЦИРКОНИЕВЫЕ БРАСЛЕТЫ» <http://medik.al.ru/circon.htm> (Santo B. Innovacija kak sredstvo jekonomicheskogo razvitija. Per. s veng. - М.: Progress. - 2006. - Sajt «CIRKONIEVYE BRASLETY»)
8. Промышленная кооперация в малом и среднем бизнесе. // <http://www.dist-cons.ru> (Promyshlennaja kooperacija v malom i srednem biznese)

