



УДК 330.1

## ОГРАНИЧЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ

О. А. Шлякова

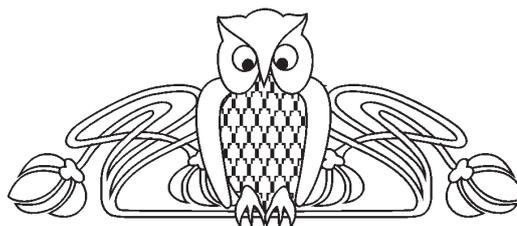
Шлякова Ольга Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и национальной экономики, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, engovatova@list.ru

**Введение.** Современное экономическое развитие России сталкивается с ограничениями коммерциализации инноваций в экономике, выявление которых явилось целью проведенного исследования. В исследовании в качестве основной проблемы инновационного развития представлено несоответствие качества структуры отраслевых рынков российской экономики, формирующих ее инновационный сегмент, и интенсивности распространения инноваций в России. **Теоретический анализ.** В статье рассмотрены неоклассические подходы, подтверждающие, что на рынке совершенной конкуренции стимулы к инновациям ниже, чем на рынке монополии. Однако и в условиях монополии существуют ограничения развития инновационной деятельности из-за высоких издержек и низкой вероятности открытий. **Эмпирический анализ** основан на анализе данных о 50 крупнейших технологических компаниях России и 30 технологических продуктах «для людей», сделанных в России. **Результаты.** Проведенное исследование позволило выявить наличие ограничений коммерциализации инноваций, связанных с организационной структурой рынка инноваций, монополизированностью рынков и низкими доходами населения. **Ключевые слова:** коммерциализация инноваций, организационная структура рынка, монополия, доходы населения.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2018-18-4-377-385>

### Введение

Инновации в современной экономике составляют важное конкурентное преимущество компании, основанное на целенаправленном использовании знаний для эффективного функционирования. Инновации предполагают определенный способ организации деятельности по воплощению знаний в практические новшества для возможно более полного удовлетворения существующих и новых потребностей индивидов и организаций, социальных групп и общностей, всего общества. Инновации способны снизить издержки функционирования организации. Вместе с тем инновации влияют на структуру рынка. Больше стимулов к инновационной деятельности существует у конкурентной фирмы, но и в условиях олигополии возможна активизация инновационной деятельности. Стимулы для инноваций возникают и в условиях монополии. С одной стороны, монополистом движет стремление к



получению прибыли выше среднего уровня, а, с другой стороны, монополист готов пожертвовать частью получаемого дохода в текущем периоде с целью получения потока доходов в перспективе. Монополист стремится к получению определенных конкурентных преимуществ и готов инвестировать в инновации. Однако, несмотря на то, что у монополиста есть стимулы к инновационной деятельности, все же объемы инноваций, продуцируемые в условиях монополии, меньше тех объемов, на которые рассчитывает общество.

Новые идеи ценны сами по себе, а в современной экономике неизмеримо возросла скорость их материализации и внедрения. Время между появлением изобретения и его практическим использованием составляло: для фотографии – 100 лет, для паровой машины – 80, для телефона – 50, для самолета – 20, для радара – 15, для атомной бомбы – 6 лет, для лазера – 2 года, для факса – 3 месяца. При этом инновационное развитие в современных условиях сопряжено с ограничениями коммерциализации инноваций в российской экономике, выявление которых являлось целью нашего исследования.

Проведенное исследование позволило установить, что переход от традиционных управленческих (минимизация издержек) к предпринимательским (создание новой ценности) механизмам обеспечения конкурентных преимуществ фирм затруднен организацией рынков инноваций. В свою очередь, монополизированная экономика России тормозит инновационное развитие, так как цены на инновации в определенном периоде высокие, что ограничивает их потребление со стороны домашних хозяйств, у которых низкие доходы.

Среди проблем коммерциализации российских разработок исследователи отмечают следующие:

- слабость политики государства по поддержке промышленного воспроизводства [1];
- сложность коммерческой оценки предлагаемых разработок, технологий;
- незавершенность большинства исследований;
- низкий уровень правовой грамотности;
- низкий уровень реализации накопленного человеческого капитала [2];



– недостаточность инфраструктуры для коммерциализации технологий [3].

В отличие от существующих отечественных и зарубежных разработок в представленном исследовании в качестве основной проблемы инновационного развития показано несоответствие качества структуры отраслевых рынков российской экономики, формирующих ее инновационный сегмент, и интенсивности распространения инноваций в России. Согласно «гипотезе Шумпетера», стимулы к инновациям ниже на рынке совершенной конкуренции, чем на рынке монополии. Однако в российской экономике, структура подавляющего большинства отраслевых рынков которой далека от совершенной конкуренции, коммерциализация инновационных разработок затруднена, т.е. существующая структура отраслевых рынков ограничивает развитие инноваций.

### Теоретический анализ

Стоит выделить как минимум две идеи об инновациях на отраслевых рынках. Так, Й. Шумпетер привлек внимание к тому, что динамичный предприниматель изобретает новые комбинации факторов производства, которые и являются источником предпринимательской прибыли. Й. Шумпетер выделил пять таких комбинаций [4].

Конкуренция постоянно побуждает производителей к созданию новых продуктов и технологий. Конкуренция порождает предпринимателей-первопроходцев. Также конкуренция способствует быстрому продвижению и распространению инноваций. Ведь в условиях конкуренции никто не может долго почивать на лаврах. Хороший продукт быстро находит подражателей и имитаторов. Преимущество, которого достигает предприниматель-новатор, как правило, бывает трудно долго сохранять. В принципе, это положительный момент, от этого все получают пользу: и сам предприниматель, и общество.

Вместе с тем рост скорости распространения инновации порождает определенные проблемы. В случае, когда новинки копируются очень быстро, новатор не успевает покрывать издержки, связанные с разработкой новшества, возникает риск финансовых потерь, что снижает стимулы к инновационной деятельности. Если инновации приносят убытки, их просто нецелесообразно внедрять. Избежать данной ситуации позволяют патенты, по крайней мере, на так называемые радикальные изобретения. Патенты особенно важны в фармацевтической промышленности, где, как правило, требуются годы для того, чтобы разработать и вывести на рынок новый препарат. Столь длительные сроки обусловлены, с одной

стороны, научной сложностью задач, а с другой – серьезнейшими требованиями к безопасности медицинских препаратов, которые предъявляет государство. Патентование разработок позволяет таким компаниям покрыть издержки долгосрочного внедрения. Патент обеспечивает инноватору сохранение права собственности на изобретение в течение определенного срока и тем самым получение дохода.

По мнению В. Ойкена, существует одна-единственная сфера, где конкуренция не нужна и оправдана монополия на национальном уровне – сфера денежного обращения. Ойкен решительно высказывается в пользу «предоставления Центральному банку исключительной привилегии на эмиссию денег» [5, с. 89].

Нобелевский лауреат по экономике Ф. Хайек [6] сформулировал концепцию, ядром которой является представление о рынке как особом информационном устройстве, осуществляющем выявление, использование и координацию знаний миллионов независимых друг от друга людей. Конкурентный рынок позволяет минимизировать неизбежную асимметрию этой информации, а также обеспечить синтез предельно конкретного знания (практические навыки и умения, мастерство, профессиональные приемы и привычки) с предельно абстрактным знанием. Опираясь на информационную функцию цены, каждый экономический агент получает оценку своих специфических знаний.

О. Шаем выделяют два вида инноваций: *инновации процессов* – разработка новых технологических процессов производства существующих товаров, т.е. поиск новых низкочастотных способов производства, по сути, снижения издержек, и *инновации продуктов* – исследования, направленные на появление и внедрение технологий производства новых товаров, т.е. появление совершенно нового рынка с совершенно новым спросом [7].

Также в современных исследованиях [8, 9] выделяются нерадикальные инновации, которые видоизменяют существующие средства для лучшего удовлетворения имеющихся потребностей, и радикальные инновации, открывающие принципиально новые практические средства для новых потребностей.

В случае нерадикальных инноваций инноватор либо будет сосуществовать на рынке с другими компаниями, что не приводит к монополизации структуры рынка, либо, если инноватор желает быть единственным продавцом, он должен устанавливать цену, ориентируясь на издержки своих конкурентов, которые инновации не осуществили. Нерадикальная инновация мо-



жет привести к снижению цены, если интенсивность конкуренции между компаниями до инновации была не очень высока. Но по сравнению с той ценой, которая устанавливалась бы на рынке, где продавцы конкурируют по Берtrandу [7], цена снизится в лучшем случае на  $\varepsilon$ . На рынке, на котором коммерциализированы нерадикальные инновации, можно также ожидать перераспределения долей. Однако имеются меньшие основания ожидать появления монопольной структуры рынка. Нерадикальная инновация позволяет монополисту получить больший выигрыш в результате внедрения разработки, и монополист готов увеличивать расходы на инновационную деятельность. Монопольная власть повышает стимулы к инновациям.

Радикальная инновация приводит к снижению цены, новое значение которой зависит от масштаба снижения затрат. Внедрение радикальных инноваций, соответственно, приводит и к более радикальному изменению структуры рынка. Наличие у отдельной компании преимуществ в издержках приводит к формированию на рынке монополии. Стимулы к радикальной инновации имеет продавец с конкурентной структурой рынка.

Конкурентное предприятие, локально внедряя новшество, характеризуется тем, что оно ограничивается производством и потреблением новшества лишь той фирмой, которая его заказала. Само по себе это способствует росту инновационного потенциала конкурентного предприятия, однако не способствует коммерциализации нововведения и, следовательно, запуску самого инновационного процесса (создания, распространения и использования новшества), обеспечивающего воспроизводство инноваций.

Сопоставление финансовых результатов компаний, имеющих монопольное положение на рынке, владеющих значительной долей рынка, и компаний, функционирующих в условиях конкуренции, владеющих незначительной долей рынка, позволяет утверждать, что выгоды от внедрения инновации компания-монополист получает более длительный отрезок времени. Объясняется данный факт только монопольным статусом компании. Несмотря на то, что конкурентное предприятие внедряет инновацию с высокой скоростью в условиях высокого уровня расходов, общий размер его прибыли от инновации становится меньше размера прибыли монопольного предприятия от внедрения инновации. Следовательно, монополист имеет объективные причины и преимущества инновационной деятельности. Также монополист имеет возможность продавать свою продукцию через внешний

рынок, адресуя ее многим потребителям. Таким образом, рыночные механизмы работают, но ограничены наличием единственного производителя, который определяет рыночные цены и получает монопольную сверхприбыль.

Распространение инновации, когда производство новшества осваивается многими фирмами, способствует воспроизводству инновационной деятельности, цикл инновационного процесса становится полным. Рыночный механизм интегрирует акторов инновации и интенсифицирует инновационный процесс. Отсутствие данного механизма ограничивало развитие инновационного процесса в централизованно планируемой экономике, сосредоточивало его в отдельных секторах экономики.

В отраслях, где есть угроза прихода на рынок нового игрока, уже работающие на рынке компании стараются внедрить инновации, чтобы защитить свое положение. Они готовы купить патент, но не готовы производить продукцию. Поэтому инновации могут повлиять на изменение структуры рынка, но это не обязательный результат.

Модель, отражающая сегмент экономики, в котором две независимые фирмы, работающие на рынке, инвестируют в инновации, изображена на рис. 1 [7].

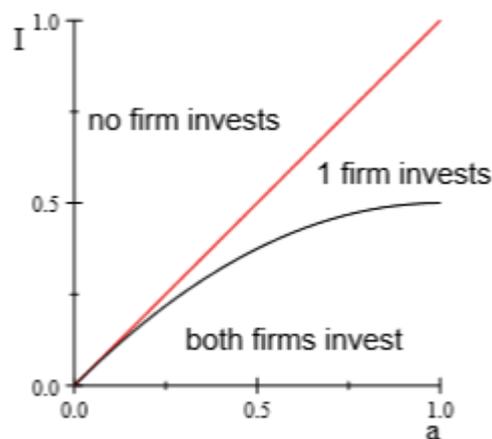


Рис. 1. Гонка инноваций

Fig. 1. Race of Innovation

В большинстве случаев фирма, первой совершившая открытие, получает преимущество в борьбе с конкурентами, и на то есть две причины. Во-первых, у такой фирмы есть право запатентовать свое изобретение и монопольно продавать его, получая соответствующую монопольную прибыль, по крайней мере, в течение нескольких лет. Во-вторых, потребители часто ассоциируют фирму, производящую инновационные товары, с высоким качеством продукции,



и поэтому они готовы переплачивать за бренд, выпущенный на рынок фирмой-инноватором.

В случае создания условий, когда в инновации вкладываются несколько участников рынка, возникает гонка патентов (рис. 2).

Область А на рисунке символизирует такое состояние рынка, при котором никто не инвестирует в инновации, так как низка вероятность успеха или высоки издержки (даже если фирма одна на рынке, т.е. монополия).

Область В символизирует такое состояние рынка, при котором инвестирует в инновации только одна фирма.

Область С символизирует состояние рынка в равновесии. присутствуют две фирмы, но инвестирует только одна, так как это оптимально с точки зрения социального оптимума, потому что слишком высоки издержки дублирования исследовательской деятельности.

Область D на рисунке символизирует ситуацию, в которой обе фирмы инвестируют, поскольку низкие издержки разработки и вывода на рынок инноваций.

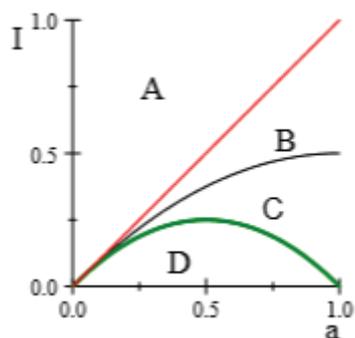


Рис. 2 Гонка инноваций двух фирм  
Fig. 2. Race of Innovations of Two Firms

Если две фирмы участвуют в гонке, то каждая наталкивается на две важные неопределенности: первая – технологическая неопределенность, т.е. отсутствие уверенности в том, что открытие действительно будет сделано данной фирмой; вторая – рыночная неопределенность, заключающаяся в том, что открытие может быть сделано конкурентом.

Конкуренция снижает прибыль, и у монополиста увеличиваются стимулы оставаться монополистом и не пускать никого на рынок, т.е. нет стимулов превращаться в дуопольный рынок.

Получается, что «Гипотеза Шумпетера» в отношении инноваций подтверждается, а именно что на рынке совершенной конкуренции стимулы к инновациям ниже, чем на рынке монополии. Однако и в условиях монополии существуют

ограничения развития инновационной деятельности из-за высоких издержек и низкой вероятности открытий.

### Эмпирический анализ

Инновационная деятельность включает в себя следующие составляющие:

- исследования;
- открытия;
- разработки;
- усовершенствования;
- приложения;
- коммерциализации нового продукта.

Отрасли с высокой долей затрат на инновации включают:

- аэрокосмическую промышленность (23%);
- производство офисной техники и компьютеров (18%);
- электронику (10%);
- производство медикаментов (9%).

Отрасли, в которых доля затрат на инновации не превышает 1%:

- производство продуктов питания;
- переработка нефти;
- типографские работы;
- мебельная промышленность;
- текстильная промышленность (OECD, данные 1980 г.).

На протяжении многих лет, в течение которых осуществляются технологические инновации, отчетливо видно лидерство такой отрасли, как добывающая. Здесь зафиксирован максимум инновационных затрат в расчете на одну организацию – 369 млн руб. А среднетехнологичные сектора – это химическая промышленность, металлургия, автомобильное производство и др. При этом стоит заметить, что в высокотехнологичных секторах затраты в расчете на одну организацию в 7 раз ниже.

В рамках существующего технологического уклада происходит развитие гибкой автоматизации производства, космических технологий, производство конструкционных материалов с заранее заданными свойствами, атомная промышленность, авиаперевозки. В этой связи стоит проанализировать два рейтинга – [10] и [11]. Один из них включает 50 технологических компаний России. Лидерами здесь являются в основном государственные компании (34 из 50), производящие технику военного назначения (табл. 1).

Таким образом, национальная инновационная система (НИС) России имеет те же признаки, что и в период Советского государства. Главный мотив создания инноваций – это административный ресурс, который максимально эффективен в военно-технической области.



Таблица 1/ Table 1

**Крупнейшие технологические компании России**  
**The Largest Technological Companies in Russia**

Компания	Отрасль	Форма собственности	Известные продукты
1	2	3	4
«Сухой»	Авиационная промышленность	Государственная	Истребители Су-22М4, Су-22М3 и др.
«Яндекс»	IT	Частная	Яндекс
«Mail.Ru Group»	IT	Частная	Социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир», почтовый сервис Mail.Ru, мессенджер ICQ
Корпорация «Иркут»	Авиационная промышленность	Государственная	Истребители Су-30СМ, Су-30МК, пассажирские самолеты МС-21, учебно-боевой самолет ЯН-130
Казанский вертолетный завод	Авиационная промышленность	Государственная	Вертолеты Ми-8, Ми-17, «Ансат»
Улан-Удэнский авиационный завод	Авиационная промышленность	Государственная	Вертолеты гражданские Ми-8АМТ, Ми-171, МИ-В/17, военные Ми-ВАМТШ, Ми-171Ш
Корпорация МИТ	Оборонная промышленность, машиностроение	Государственная	Ракета-носитель «Старт-1», баллистическая ракета Р-30 «Булава»
ГКНПЦ им. М. В. Хруничева	Машиностроение	Государственная	Ракеты-носители «Протон-М», «Рокот», «Космос-3М», разгонный блок «Бриз-М» и другие, модули МКС «Заря», «Звезда», космические аппараты
«Роствертол»	Авиационная промышленность	Государственная	Вертолеты гражданские Ми-26, военные Ми-35М, Ми-28Н «Ночной охотник»
Уфимское моторостроительное ПО	Авиационная промышленность	Государственная	Двигатели АЛ-31Ф, АЛ-41Ф-1С, газоперекачивающие агрегаты 16-Р «Уфа», 16-АЛ «Урал», газотурбинные приводы
«Севмаш»	Судостроение, нефтяное машиностроение	Государственная	Атомные подводные лодки, морская стационарная платформа «Приразломная»
Новочеркасский электро-возостроительный завод	Железнодорожное машиностроение	Частная	Пассажирские электровозы ЭП1М, ЭП1П и другие, грузовые электровозы 4ЭС5К, 3ЭС5К
Ульяновский автомобильный завод	Автомобильная промышленность	Частная	УАЗ
РКК «Энергия» им. С. П. Королева	Ракетно-космическая отрасль	Государственная	Космодром «Морской старт», ракета-носитель «Зенит», грузовой космический корабль «Прогресс», пилотируемый корабль «Союз», спутник связи «Ямал-200», электротрицикл
Завод им. Дегтярева	Оборонное производство, производство мототехники	Частная	Пулеметы КОРД, 6П60, Калашникова и другие, гранатометные комплексы и гранатометы, другое стрелковое вооружение, мототехника



Окончание таблицы 1/End of table 1

1	2	3	4
«Адмиралтейские верфи»	Судостроение	Государственная	Подводные лодки 636, «Амур 1650», глубоководный аппарат «Русь», моторные лодки «Мастер», арктические танкеры Р-70046, танкеры 15966, 05-55 и другие, ледокольный буксир
РКЦ «Прогресс»	Машиностроение	Государственная	Ракета-носитель «Союз-2» и другие, космический комплекс «Зенит» и другие, блоки выведения «Волга», «Икар», легкий двухмоторный самолет «Рысачок»
«Лаборатория Касперского»	IT	Частная	Антивирус Kaspersky
Центральное КБ морской техники «Рубин»	Судостроение	Государственная	Подводные крейсера проекта 955, подводные лодки проектов 949, 949А, 877

Практически никто из участников рейтинга не производит товары и услуги для населения.

В экономической теории существует дилемма в отношении государственной политики в отношении инноваций или стимулирования конкуренции. А именно государство в России осуществляет политику поддержки инноваций в связи с задачей перехода на инновационный путь развития. По крайней мере, государство стремится предпринимать гораздо более активные меры по стимулированию инноваций, чем это принято в большинстве зарубежных стран. В то же время в России стоит задача развития конкуренции на многих рынках, где она недостаточно развита.

Анализируя данные рейтинга, можно сделать вывод, что в РФ государство однозначно выбирает инновации, установив полный контроль над той сферой, где создается наибольшее количество инноваций, т.е. в отрасли Военно-промышленного комплекса (ВПК). И вопрос цены этих инноваций не так важен. Да и вопрос эффективности сложно поддается оценке.

И здесь прослеживается тренд, что для проведения инновационной политики все компании, которые подают надежды в этом отношении, собираются в крупные холдинги под идеей стимулирования международной конкурентоспособности и развития инноваций. Одновременно с этим исключается конкуренция на внутреннем рынке.

Однако все же технологические продукты «для людей» создаются российскими компаниями. Второй рейтинг включает 30 компаний, сфера интересов большинства которых лежит «в Сети»: 18 участников – это интернет-проекты, а другие 12 продуктов развиваются не только в онлайн (табл. 2).

Анализируя предложенные данные, можно сказать, что объемы рынков технологий военного

и двойного назначения и технологий «для людей» несопоставимы. В одном преобладают монопольные структуры, что мешает развитию инноваций, в другом конкуренция присутствует, близка к монополистической, но ограничителем развития инноваций выступают низкие доходы населения.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) в годовом выражении, в мае 2018 г. по сравнению с маем 2017 г. произошло резкое замедление роста реальных доходов россиян: они увеличились только на 0,3%. В первые месяцы 2018 г. реальные доходы россиян росли куда быстрее – на 5,7% в апреле, на 4,7% в марте и на 4,4% в феврале (основной вклад в этот рост внесли бюджетники накануне политических мероприятий в марте 2018 г.). Однако до этого на протяжении четырех лет в России фиксировался спад реальных доходов (в 2017 г. они сократились 1,7%, в 2016-м – на 5,8%, в 2015-м – на 3,2%, в 2014-м – на 0,7%), сменившийся ростом только в январе 2017 г., когда правительство решило выплатить пенсионерам 5 тыс. руб. в виде «отступных» за отказ от полноценной индексации пенсии в 2016 г. Рост доходов, зафиксированный в январе 2018 г., стал первым случаем повышения доходов после 26 месяцев падения.

Можно говорить, что в основном в структуре инноваций в нашей стране присутствуют инновации процессов. Если говорить о радикальных или нерадикальных инновациях, то радикальность инноваций процесса определяется тем, какова была бы цена монополиста, установленная после снижения издержек в результате инноваций. А поскольку в технологических секторах России преобладает монополия структура и снижения цен в этих секторах не происходит, можно заключить, что здесь преобладают нерадикальные инновации процесса.



Таблица 2/ Table 2

**Технологические продукты «для людей», сделанные в России**  
**Technological Products “for People” Made in Russia**

Продукт	Описание	Показатель
Cut the Rope	Мобильная игра (игра-головоломка для мобильных платформ. Задача игроков – кормить монстрика АмНяма)	450 млн скачиваний
LADA Granta	Легковой автомобиль (бюджетный автомобиль)	520 тыс. шт. продано
ECG Dongle	Кардиофлэшка (небольшая флешка весом 9 г для измерения частоты сердечных сокращений)	40,6 млн руб. выручки с начала продаж
Telegram	Мессенджер	180 млн пользователей было в феврале 2018 г.
Gardenscapes	Мобильная игра (по сюжету пользователь должен создать идеальный сад, решая головоломки)	40 млн игроков
Paradise Island	Мобильная игра (игрок управляет небольшим курортом)	100 млн игроков
Ivi.ru	Онлайн-кинотеатр	33 млн уникальных пользователей в месяц
YotaPhone 2	Смартфон	46,2 млн долл. заплатил фонд REXGlobal за 30% компании
Coub	Сервис зацикленных видео (сервис, позволяющий создавать короткие зацикленные видеоролики из сюжетов, размещенных на YouTube и подобных ему хостингах)	52 млн активных пользователей в месяц
БризерТion	Приточная вентиляция (высокотехнологичная система вентиляции воздуха для дома или офиса)	30 тыс. устройств продано
Prisma	Приложение для обработки фото	100 млн скачиваний на январь 2018 г.
«Яндекс.Такси»	Сервис вызова такси	2,2 млн уникальных пользователей в месяц
Dr.Web для Android	Антивирус	100 млн пользователей
Domofond.ru	Сервис поиска недвижимости	4,3 млн уникальных пользователей в месяц
«Фоксфорд»	Онлайн-уроки (онлайн-платформа, которую используют в основном ученики 5–11-х классов для подготовки к государственным экзаменам ЕГЭ и ГИА)	1 млн зарегистрированных пользователей
Planeta.ru	Краудфандинговая платформа (крупнейшая в России краудфандинговая платформа, которая помогает привлечь финансирование для разного рода продуктов и мероприятий)	593 тыс. зарегистрированных пользователей
WarThunder	Компьютерная игра (бесплатная онлайн-игра, посвященная боевой технике времен Второй мировой и холодной войн)	20 млн игроков
Облако Mail.Ru	Облачное хранилище	8,3 млн зарегистрированных аккаунтов
Ponominalu.ru	Сервис покупки билетов (компания занимается продажей билетов на культурные мероприятия)	1 млн уникальных покупателей
ДОТ-тест	Генетический тест	6 тыс. тестов проведено



В интенсификации инновационных процессов отводится роль и компаниям малого бизнеса. Они обычно отличаются инициативностью, гибкостью, способностью быстро приспосабливаться к новым требованиям и в условиях растущей диверсификации и индивидуализации производства могли бы обеспечивать более результативное освоение и выпуск мелкосерийной инновационной продукции. В России в отсутствие плодотворной среды для малого бизнеса (неадекватная налоговая политика, отсутствие гарантий ликвидности инвестиций, низкая компетентность предпринимателей, крайне дифференцированные доходы населения) и при недостаточно развитой инфраструктуре его поддержки малые фирмы пока не могут оказать существенного влияния на повышение инновационной активности.

### Результаты

Настоящее исследование обосновывает наличие ограничений коммерциализации инноваций как составляющей инновационного развития в российской экономике.

1. Организационная структура рынка инноваций, которая тормозит переход к предпринимательским механизмам обеспечения конкурентных преимуществ фирм.

2. Монополизированность рынков. А монополия – неоднозначное явление в инновационном развитии. С одной стороны они создают радикальные инновации в таких отраслях, как фармацевтика, и защищаются патентом, который на определенное время закрепляет за фирмой-монополистом получение монопольной прибыли. С другой стороны, усовершенствования, которые снижают цену продукции, не мотивируют монополии производить инновации. И ожидания общества от монополии в той или иной отрасли выше, чем монополия на самом деле их продуцирует.

3. Низкие доходы населения, которое сильно дифференцировано по доходам и в условиях понижающего тренда уровня реальных располагаемых доходов в течение последних четырех лет ограничивает свое потребление дорогих инновационных продуктов.

### Список литературы

1. Челнокова О. Ю. Вертикальная интеграция как необходимое условие экономического роста в России // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2010. Т. 10, вып. 2. С. 33–38.
2. Шлякова О. А. Актуальность теории человеческого капитала в современной России // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2010. Т. 10, вып. 2. С. 39–44.
3. Гаунова М. А. Особенности системы финансирования инновационной деятельности // Российское предпринимательство. 2012. Т. 13, № 24. С. 83–90.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2008. 862 с.
5. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. М.: Прогресс, 1995. 496 с.
6. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. М.: Новости; Catallaxu, 1992. 304 с.
7. Шай О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение: учебник / пер. с англ. Н. В. Шиловой; под науч. ред. М. И. Левина. М.: ИД ВШЭ, 2014. 504 с.
8. Перес К. Технологические революции и финансовой капитал. Динамика пузырей и периодов процветания. М.: Дело, 2011. 232 с.
9. Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Конкурентная политика: состав, структура, система // Современная конкуренция. 2010. № 1. С. 5–20.
10. Рейтинг РБК: 50 крупнейших технологических компаний России. URL: <https://www.rbc.ru/ratings/business/04/06/2015/55674b3d9a7947eee1956ff0> (дата обращения: 11.07.2018).
11. Ренкинг РБК: 30 сделанных в России технологических продуктов «для людей». URL: <https://www.rbc.ru/magazine/2017/05/58f5f15f9a7947773c8a8346> (дата обращения: 11.07.2018).

### Образец для цитирования:

Шлякова О. А. Ограничения коммерциализации инноваций в России // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2018. Т. 18, вып. 4. С. 377–385. DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2018-18-4-377-385>

### Constraints of Commercialization of Innovations in Russia

O. A. Shlyakova

Olga A. Shlyakova, <https://orcid.org/0000-0002-0899-5271>, Saratov State University, 83, Astrakhanskaya Str., Saratov, 410012, Russia, [engovatova@list.ru](mailto:engovatova@list.ru)

**Introduction.** The nature of Russia's current economic development encounters restrictions on the commercialization of innovations in the economy, the identification of which was the purpose of the study. In the presented research, the inconsistency of the quality of the structure of the industrial markets of the Russian economy, forming its innovative segment, and the intensity of innovation spread in Russia is presented as the main problem of innovative development. **Theoretical analysis.** The article considers neoclassical approaches



confirming that in the market of perfect competition incentives for innovation are lower than in the monopoly market. However, in the conditions of monopoly, there are limitations to the development of innovation activity due to high costs and low probability of discovery. **Empirical analysis** is based on the analysis of the data on the 50 largest technology companies in Russia and 30 technological products “for people” made in Russia. **Results.** The conducted research made it possible to reveal the presence of restrictions on the commercialization of innovations related to the organizational structure of the innovation market, the monopolization of markets and low income of the population.

**Key words:** commercialization of innovations, organizational structure of the market, monopoly, income of population.

## References

1. Chelnokova O.Yu. Vertical Integration as a Necessary Condition of the Economic Growth in Russia. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Economics. Management. Law*, 2010, vol. 10, iss. 2, pp. 33–38 (in Russian).
2. Shlyakova O.A. Urgency of the Human Capital Theory in Modern Russia. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Economics. Management. Law*, 2010, vol. 10, iss. 2, pp. 39–44 (in Russian).
3. Gaunova M. A. Features of the Financing of Innovation Activity. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2012, vol. 13, no. 24, pp. 83–90 (in Russian).
4. Schumpeter J. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya* [Theory of Economic Development. Capitalism, socialism and democracy]. Moscow, Eksmo Publ., 2008. 862 p. (in Russian).
5. Eucken W. *Osnovnye printsipy ekonomicheskoi politiki* [Basic principles of economic policy]. Moscow, Progress Publ., 1995. 496 p. (in Russian).
6. Hayek F. A. *Pagubnaia samonadeiannost'. Oshibki sotsializma* [Harmful self-confidence. Socialism errors]. Moscow, Novosti Publ., Catallaxy, 1992. 304 p. (in Russian).
7. Shay Oz. *Organizatsiya otraslevykh rynkov. Teoriya i eio primeneniye* [Organization of industrial markets. Theory and its application. Textbook / trans. with Engl. N. V. Shilova; sci. ed. by M. I. Levin]. Moscow, Publ. House of HSE, 2014. 504 p. (in Russian).
8. Perez K. *Tekhnologicheskie revoliutsii I finansovyi kapital. Dinamika puzyrei I periodov protsvetaniya* [Technological revolutions and financial capital. Dynamics of bubbles and periods of prosperity]. Moscow, Delo Publ., 2011. 232 p. (in Russian).
9. Avdasheva S. B., Shastitko A. E. Competitive policy: composition, structure, system. *Sovremennaiia konkurentsitsiya* [Contemporary competition], 2010, no. 1, pp. 5–20 (in Russian).
10. Reiting RBK: 50 krupneishikh tekhnologicheskikh kompaniy Rossii (RBC rating: 50 largest technology companies in Russia). Available at: <https://www.rbc.ru/ratings/business/04/06/2015/55674b3d9a7947eee1956ff0> (accessed 11 July 2018) (in Russian).
11. Renking RBK: 30 sdekannykh v Rossii tekhnologicheskikh produktov “dlia liudei” (Ranking: 30 technological products made in Russia “for people”). Available at: <https://www.rbc.ru/magazine/2017/05/58f5f15f9a7947773c8a8346> (accessed 11 July 2018) (in Russian).

## Cite this article as:

Shlyakova O. A. Constraints of Commercialization of Innovations in Russia. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Economics. Management. Law*, 2018, vol. 18, iss. 4, pp. 377–385 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2018-18-4-377-385>