

## Введение

Проблемы предпринимательства в инновационной деятельности являются актуальными в обсуждении современной экономической науки. В то же время исследования осуществляются, как правило, либо преимущественно в контексте развития предпринимательства, либо в рамках проблематики инновационного процесса.

Проведенный анализ состояния научно-технической сферы показывает, что эффективное функционирование хозяйственных систем ведущих стран мира во многом определяется развитием инновационного предпринимательства, обеспечивающего устойчивый экономический рост. Однако в нашей стране благоприятные условия для широкомасштабного развития инновационного предпринимательства фактически не созданы. В настоящий момент в российской экономике наблюдается диспропорция между наличием инновационных возможностей и их реальным воплощением на практике. Начиная с начала XXI века в России формируется и постепенно развивается политика инновационного развития и ее правовое обеспечение.

Обеспечением экономического роста России является не только развитие сектора малого предпринимательства, но и его инновационная направленность. Развитие инновационного предпринимательства имеет большое значение для превращения экономики России в конкурентоспособную, использующую достижения научно-технического прогресса. Малое предпринимательство является основой для функционирования и дальнейшего развития инновационных процессов. Суть проблемы состоит в том, что отсутствуют комплексные исследования, методологические разработки и концептуальные подходы к оценке инновационного потенциала бизнеса и эффективности его использования. В виду этих причин, актуальность исследования инновационного развития предпринимательской деятельности определяется потребностью выработки и проведения активной инновационной политики, механизмов и инструментов ее реализации.

Проблемы предпринимательства и инновационной деятельности являются одними из наиболее обсуждаемых в современной экономической науке. При этом работ, интегрирующих оба направления исследований, существенно меньше.

Среди исследователей предпринимательства и проблем его развития в контексте многогранности проявления необходимо отметить труды таких ученых, как: С. А. Агапцов, М. Алле, У. Баумоль, Р. Г. Брокгауз, Т. Веблен, В. И. Верховин, О. Р. Верховская, С. К. Волков, В. Б. Гартнер, И. Н. Герчикова, Г. К. Гинс, М. Грановеттер, Е. Г. Дмитрик, П. Друкер, П. Дубини, В. Зомбарт, Р. Кантильон, И. М. Кирцнер, Дж. Коулман, А. А. Купанин, С. Б. Логинов, Д. МакГрегор, Л. фон Мизес, И. А. Морозова, А. Ф. Московцев, Ф. Найт, М. Г. Светуньков, А. Смит, Л. Е. Сорокина, И. Тюнен, Ф. Уокер, Ф. фон Хайек, А. Хоскинг, А. Ю. Чепуренко, В. З. Черняк, С. Ю. Чудинов, М. Шкаратан, Й. Шумпетер и др.

Теоретические и практические аспекты мотивации и стимулирования предпринимательской деятельности рассматривались в работах О. Е. Акимовой, И. Д. Афанасенко, В. И. Белых, И. С. Варданяна, Р. Р. Дадахановой, А. В. Елисеевой, Н. В. Кетько, Н. Ю. Кругловой, Е. А. Лапа, А. А. Манаенковой, В. И. Нагорнова, В. В. Негреевой, Ю. В. Нефедова, А. Нигматуллиной, Т. Г. Озерниковой, Г. И. Сидуновой, С. И. Сметанина, А. В. Суровцевой, Т. Н. Хачикьян, И. М. Хрупина, Л. С. Шаховской, Н. Б. Энкельманна; а также зарубежных исследователей: Б. Берда, Н. Бойда, В. Врума, К. Ву, А. Кирзнера, Н. Когана, К. Коллинза, А. Купера, К. Кэрролла, Л. Лейтона, Г. Литвина, Д. МакКлелланда, Г. Олдриха, Р. Рюттингера, Р. Смайлора, Д. Сэкстона, Р. Фрэнкина, Д. Эванса и др.

Предпринимательская деятельность и ее роль в развитии инновационной экономики стали объектом научного осмысления в российской экономике лишь в последние десятилетия. Среди исследователей, внесших наиболее существенный вклад в данную проблематику, можно отметить таких отечественных ученых, как: В. С. Балабанов, С. П. Бараненко, В. В. Власова, Н. В. Высоцкая, Л. М. Гохберг, Б. К. Злобина, Т. Е. Кузнецова, Н. В. Лясников, Е. В. Омельченко, А. И. Пригожин, В. А. Рудь, Т. А. Тормышева, Я. В. Хоменко, В. М. Яковлев, Ю. В. Яковец и др. Анализу тех или иных проблем функционирования инновационного предпринимательства посвящены работы О. Е. Акимовой, Г. Л. Багиева, А. О. Блинова, Л. М. Борисова, А. В. Бусыгина, Н. Ф. Газизуллина, И. Г. Ельмеевой, С. А. Иванова, С. Д. Ильенковой, А. Б. Крутика, М. Г. Лапусты, И. А. Морозовой, А. И. Муравьева, А. И. Попова, В. А. Рубе, С. А. Смирнова, Е. А. Таран, Е. А. Титенко, Л. С. Шаховской, С. Ю. Шевченко, А. А. Шулуса и др.

Результаты исследований данных авторов формируют научную и теоретико-методологическую базу для изучения проблем развития предпринимательских структур на основе инновационного процесса. В то же время в качестве источника развития российской экономики по инновационному типу предпринимательская деятельность практически не стала предметом научного анализа, особенно на региональном уровне. Недостаточная изученность проблемы, теоретическая и практическая значимость стимулирования инновационного предпринимательства в регионах России послужила поводом для написания данной монографии.

# Глава 1

## Теоретические аспекты исследования инновационного предпринимательства

### 1.1. Сущность инновационного предпринимательства

Использование терминов «предпринимательство», «предприниматель» восходит к временам Римской империи, их содержание в течение столетий менялось, однако, всегда связывалось со свободой выбора, финансовой ответственностью, риском и предпринимательским доходом.

У истоков теории предпринимательства стоит английский экономист ирландского происхождения Р. Кантильон, который впервые выдвинул положение о риске в качестве основной функциональной характеристики предпринимательства и ввел в научный оборот термин «предприниматель». Согласно позиции Кантильона, предприниматель — есть любой индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются и надеждой получать доход, и готовностью к потерям. Р. Кантильон впервые отделил предпринимательскую функцию от функций капиталиста — собственника и управляющего.

Весомый вклад в разработку теории предпринимательства внес австрийский экономист Й. Шумпетер, который связал получение предпринимательского дохода с инновациями, поэтому определяющей чертой мотивации предпринимателя считал постоянное стремление к новаторству.

По мнению Г. К. Гинса, «для понимания сущности предпринимательства надо принять во внимание, прежде всего, психологические свойства предпринимателя. Предприниматель — это разновидность хозяина, именно хозяина, а не собственника. Собственник коллекций и собственник, живущий на проценты от своих вкладов, — не хозяева. Хозяин дома, заботливо поддерживающий свое имущество, — не предприниматель. С другой стороны, антрепренер, на чужие деньги организующий спектакли, — предприниматель, хотя и не имеющий собственности, и даже само название «антрепренер» по-французски означает также «предприниматель». Поскольку базовые понятия предпринимательского труда опосредуются хозяйственной психологией, то предпринимателем является

тот хозяин, который творчески, нестандартно подходит к делу, вводит новые хозяйственные комбинации, как описывал Й. Шумпетер, заглядывает в будущее и осуществляет новые планы, как говорил В. Зомбарт. «С психологической точки зрения, — пишет Г. К. Гинс, — предпринимателем является человек со свободной инициативой, рискующий своими средствами ради получения выгодного хозяйственного результата».

Современный этап развития теории предпринимательской функции сосредотачивает внимание не только на предпринимательстве как способе ведения дел на самостоятельной, независимой основе, но и внутрифирменном предпринимательстве, или интрапренерстве.

П. Друкер в своей концепции предпринимательского общества обратил внимание на то, что предпринимательство как инновационная активность, связанная с использованием имеющихся возможностей с максимальной выгодой, не ограничивается только сферой экономики, но может проявляться в самых разнообразных сферах социальной деятельности.

Согласно экспериментальной теории трудовой мотивации, все компоненты предпринимательства, социальный статус предпринимателя и т. п. должны быть тесно связаны с результатами труда, что в значительной степени зависит от государственной политики в этой области.

В целом, стоит отметить, что исторически многие исследователи рассматривали инновационность в качестве одного из признаков предпринимательства, однако не выделяли инновационное предпринимательство в отдельную форму.

Следует отметить, что в российской экономической мысли все исследователи предпринимательства акцентируют внимание на отдельных чертах данного понятия при его определении.

Например, по мнению Л. Е. Сорокина, предпринимательство — это деятельность, направленная на максимизацию прибыли. Понятие предпринимательства в своих работах расширяет А. А. Купанин, определяя его как инициативную деятельность граждан по производству товаров и услуг, направленную на получение прибыли и осуществляемую в рамках действующего законодательства и этических норм современного общества.

Л. Гумилев считал, что предпринимательский успех обеспечивают не столько способности человека, сколько сила его

энергетического потенциала. Энергетические способности — есть источник инициатив, приводящих к успеху. Дух капитализма, воспетый М. Вебером в рамках протестантской этики, который К. Маркс назвал основным движущим мотивом предпринимательской деятельности, есть, в то же время, квинтэссенция капитализма как социально-экономической системы. Дух социализма имел в своей основе совсем другой движущий мотив — это не личная прибыль, а служение своему народу, хотя и в том, и другом случае присутствует мотивация предпринимательской активности как таковой.

Радость и удовлетворение от процесса и результатов самостоятельной деятельности, которой присущи инновации и поиски точки наиболее благоприятных условий приложения сил у предпринимателей-капиталистов во имя личной выгоды, у предпринимателей социалистической направленности — во имя интересов общества. Именно эта разница в целевых устремлениях предпринимателей в рамках различных экономических систем обуславливает до сих пор особенность развития российской предпринимательской деятельности в новых социально-экономических условиях.

С несколько иных позиций рассматривают предпринимательство В. И. Верховин и С. Б. Логинов. Они определяют его как инновационную модель экономического поведения, ориентированного на остаточный доход, недоступный стандартно действующему агенту рыночного процесса, а предпринимательское поведение трактуют в более широком смысле — как одну из многих инновационных форм социального поведения, которая реализуется в пределах воспроизводственного цикла.

В западных странах современное предпринимательство характеризуется как особый, новаторский стиль хозяйствования, в основе которого — постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации, умение привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников. Такой подход имеет весьма важное значение и для развития предпринимательства в нашей стране. Но следует подчеркнуть при этом, что для создания и развития своего предприятия предприниматель должен «искать» источники ресурсов на основе действующего законодательства и специфики функционирования российской экономики.

Предпринимательство (от англ. enterprise) — это инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица. Предприниматель (от англ. entrepreneur) может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами».

С научной точки зрения «предпринимательство — это искусство деловой активности и мыслительный процесс; умение организовать собственный бизнес и достаточно успешно осуществлять функции, связанные с ним». «Предпринимательство, как особый вид деятельности предполагает наличие у субъектов этой деятельности определенного образа мышления, особого стиля и типа хозяйственного поведения. Это проявляется в свободной инициативе, постоянном стремлении к новаторству и, что особо важно, постоянной готовности к риску и изысканию способов его преодоления».

Предпринимательство также можно рассматривать и как идеологию развития экономики, и как мобилизующую идеологическую схему, содержащую набор рационализирующих схем, относящихся как к индивидуальному действию, так и к общественному развитию, поведению фирмы и кругообороту национального капитала.

Предпринимательство зародилось в обстановке частноправовых экономических отношений и находится в тесной связи с собственностью, и еще более — со свободной хозяйственной инициативой, с хозяйством децентрализованным, не подчиненным государству. В этой связи, его необходимо рассматривать как сложное и многоуровневое явление во взаимосвязи всех существующих подходов к определению (экономическом, социальном, психологическом, юридическом, политическом, организационном), которое должно трактоваться как: экономическая категория; метод хозяйствования; тип (модель) экономического мышления; стиль жизни, образ поведения (нацеленный на ведение бизнеса как формы существования собственника средств производства, источника его дохода и дохода наемных работников, которые в нем заняты); профессия

и призвание; фактор (условие) производства; институт, явление культуры; инструмент социального преобразования; система нравственно-этических ценностей.

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений. Как правило, в основе предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. Инновации служат специфическим инструментом предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур.

Инновационное предпринимательство — это высшая стадия предпринимательской деятельности, предоставляющая клиентам новые решения их проблем (новые изделия, услуги, технологии и другое), а также выявляющая новые инновационные возможности для собственного бизнеса, т. е. решения внутренних проблем (структурные изменения, реинжиниринг бизнеса и знаний и прочее). В общем плане его можно определить, как общественный технико-экономический процесс, приводящий к созданию лучших по своим свойствам товаров (продукции, услуг) и технологий путем практического использования нововведений.

Рассматривая рыночную экономику как сложную, постоянно изменяющуюся, динамичную систему, в которой функционирует множество субъектов, большинство зарубежных и российских ученых подразделяют предпринимательство на три группы: крупное, среднее, малое. Крупное предпринимательство — это одна из основ современной экономики, а мелкое и среднее предпринимательство — важный показатель его состояния и развития. Как правило, внедрение инноваций и развитие инновационного предпринимательства возможно только в рамках симбиоза крупного, среднего и малого бизнеса. Для крупных фирм новации означают увеличение прибыли или расширение рынков сбыта, для мелких — основа существования и выживания. Однако при этом у мелких фирм не всегда достаточно финансовых возможностей для внедрения инноваций, в то время как они имеются у средних или крупных фирм. Поэтому неудивительно, что крупные корпорации не стремят-



ся применять технологические или технические новшества, в корне меняющие процесс производства, пока не убедятся в их действительной эффективности или пока их не начнут применять конкуренты, а мелкие компании не используют инновации вследствие недостаточности имеющихся ресурсов.

И крупные, и мелкие фирмы, связанные с научными исследованиями и разработками, заинтересованы в сотрудничестве друг с другом. Для крупных корпораций это возможность, во-первых, быстрого и относительно дешевого получения результатов, требующих лишь минимальной доработки, а, во-вторых, снижения степени риска для проведения аналогичных НИОКР собственными силами.

Для небольших предприятий — это повод решить многие проблемы, связанные с завершением работ и выходом на рынок, поскольку крупные фирмы в данном случае выступают как организаторы и источники финансирования.

Существует несколько форм кооперации малого и крупного бизнеса:

- работа по заказам крупных фирм;
- создание мелких новаторских фирм самим крупным бизнесом;
- включение мелких исследовательских фирм в комплекс крупных корпораций;
- рисковое финансирование.

Мелкие внедренческие фирмы являются как бы связующим звеном между фундаментальными и прикладными исследованиями. Поэтому они часто основываются учеными, ранее работавшими в университетах или крупных лабораториях, а также инженерами, работавшими в крупных фирмах и желающими самостоятельно воплотить свои идеи в жизнь.

В экономической литературе выделяют три основных вида инновационного предпринимательства:

1) основанное на продуктовых инновациях — процесс обновления сбытового потенциала предприятия, обеспечивающий выживаемость фирмы, увеличение объема получаемой прибыли, расширение доли на рынке, сохранение клиентуры, укрепление независимого положения, повышение престижа, создание новых рабочих мест и т. д.;

2) основанное на инновационных технологиях производства — процесс обновления производственного потенциала,

направленный на повышение производительности труда и экономию энергии, сырья и других ресурсов, что, в свою очередь, дает возможность увеличить объем прибыли фирмы, усовершенствовать технику безопасности, провести мероприятия по защите окружающей среды, эффективно использовать внутрифирменные информационные системы;

3) основанное на социальных инновациях — общий процесс планомерного улучшения гуманитарной сферы предприятия; применение инноваций такого рода расширяет возможности на рынке рабочей силы, мобилизует персонал предприятия на достижение поставленных целей, укрепляет доверие к социальным обязательствам предприятия перед сотрудниками и обществом в целом.

По способу организации инновационного процесса в фирме можно выделить три модели инновационного предпринимательства:

1) на основе внутренней организации, когда инновация создается и (или) осваивается внутри фирмы ее специализированными подразделениями на базе планирования и мониторинга их взаимодействия по инновационному проекту;

2) на основе внешней организации при помощи контрактов, когда заказ на создание и (или) освоение инновации размещается между сторонними организациями;

3) на основе внешней организации при помощи венчуров, когда фирма для реализации инновационного проекта учреждает дочерние венчурные фирмы, привлекающие дополнительные сторонние средства.

Наиболее широко распространена вторая модель — фирма размещает заказ на разработку новшеств, а осваивает их собственными силами. Относительная редкость использования первой модели объясняется недостаточным потенциалом «заводской науки». В России использование подобной модели затруднено вследствие неблагоприятного финансового положения многих промышленных предприятий не сырьевого сектора и неблагоприятных перспектив на заполнение портфелей заказов научных организаций.

В основе всех видов инновационного предпринимательства — создание и освоение новых видов продукции (товаров, услуг), изготовление, создание вещей, ценностей, благ, понимаемых в самом широком смысле слова. Главной и определяющей

ющей частью такого предпринимательства являются создание и производство научно-технической продукции (товаров, работ, услуг) информации, духовных (интеллектуальных) ценностей, подлежащих последующей реализации покупателям, потребителям.

Инновационное предпринимательство — многогранный вид экономической деятельности. В качестве предпринимателя выступают физические и юридические лица, разрабатывающие инновационный продукт (технологии) и выполняющие посреднические функции (оказание услуг, связанных с продвижением инновационного продукта и его передачей от непосредственного создателя его потребителю).

В качестве юридических лиц выступают инновационные компании — компании, вкладывающие ресурсы в разработку реальных НИОКР, что обеспечивает качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции, т. е. серьезно повышает эффективность действующей системы.

Основными характеристиками инновационных компаний выступают: современные и передовые технологии производства продукции, новые каналы дистрибуции, продуктовые инновации, открытый диалог с потребителями и контрагентами.

Выделяют четыре вида инновационных компаний.

- 1) венчурные компании;
- 2) компании-эксплореры;
- 3) компании-пациенты;
- 4) компании-виоленты;
- 5) компании-коммутанты.

Специфика рискованного предпринимательства заключается, прежде всего, в том, что средства предоставляются на безвозвратной, беспроцентной основе, не требуется и обычного при кредитовании обеспечения. Переданные в распоряжение венчурной фирме ресурсы не подлежат изъятию в течение всего срока действия договора. Возврат вложенных средств и реализация прибыли происходит в момент выхода ценных бумаг фирмы на открытый рынок. Для российской экономики венчурное предпринимательство является весьма привлекательным, особенно в ВПК.

На Западе инновационные фирмы возглавляют инженер, являющийся автором технической стороны проекта, и менеджер,

имеющий организационный и коммерческий опыт. Механизм такого союза формируется из-за скептического отношения крупных компаний к рискованным проектам. Не получив возможности реализовать новшество на своем предприятии, менеджер увлекается новой идеей, оставляет прежнее место работы. После этого он пытается реализовать эти идеи как независимый предприниматель.

Компании-эксплеренты получили название «пионерских». Они работают в «окрестностях» этапа максимума цикла изобретательской активности и с самого начала выпуска продукции. Перед фирмой-эксплерентом (пионером) возникает проблема объема производства, когда привлекательная для рынка новинка уже создана. Для этого эксплеренты заключают альянс с крупной фирмой. Эксплерент не может самостоятельно тиражировать зарекомендовавшие себя новшества. Промедление же с тиражированием грозит появлением копий или аналогов. Союз же с мощной фирмой (даже при условии поглощения и подчинения) позволяет добиться выгодных условий и даже сохранения известной автономии. Выбор такого партнера зависит от специфики потребителя.

Работа компаний-пациентов основана на удовлетворении потребностей узкого сегмента рынка, сформированных под воздействием модных тенденций, рекламных и других коммуникационных средств. Они действуют на этапах роста выпуска продукции и одновременно на стадии падения изобретательской активности. В таких фирмах целесообразна должность постоянного инновационного менеджера, призванного обезопасить их деятельность.

В сфере крупного стандартного бизнеса действуют компании-виоленты.

Компании-виоленты — фирмы с «силовой» стратегией. Они обладают крупным капиталом, высоким уровнем освоения технологии. Виоленты занимаются крупносерийным и массовым выпуском продукции для широкого круга потребителей, предъявляющих «средние запросы» к качеству и удовлетворяются средним уровнем цен. Виоленты работают в «окрестностях» максимума выпуска продукции. Их научно-техническая политика требует принятия решений о сроках постановки продукции на производство (в т. ч. о приобретении лицензий); о снятии продукции с производства; об инвестициях и расширении производства; о замене парка машин и оборудования.

Средним и мелким бизнесом, ориентированным на удовлетворение местно-национальных потребностей, занимаются компании-коммутанты.

Компании-коммутанты действуют на этапе падения цикла выпуска продукции. Их научно-техническая политика требует принятия решений о своевременной постановке продукции на производство, о степени технологической особенности изделий, выпускаемых виолентами, о целесообразных изменениях в них согласно требованиям специфических потребителей.

В современных условиях основой динамичного развития любой экономической системы выступает инновационная деятельность, обеспечивающая высокий уровень ее конкурентоспособности. Степень развития национальной инновационной сферы формирует основу устойчивого экономического роста, является необходимым условием полноправного участия страны в мировом разделении труда. С целью активизации инновационных процессов в ряде стран, начиная с середины 80-х годов, сформированы национальные инновационные системы, выступающие основой развития инновационной экономики. Инновационная система позволяет повысить интенсивность экономического развития страны за счет использования эффективных механизмов получения, передачи и использования в хозяйственной практике результатов научно-технической и инновационной деятельности.

Инновации и новые технологии, начиная со второй половины XX века, постепенно превратились в основной фактор экономического роста промышленно развитых стран. По оценкам экспертов до 90% прироста ВВП в последнюю четверть XX века в этих странах обеспечивалось за счет создания новых и модернизации действующих технологий на основе инноваций, роста квалификации рабочей силы, повышения качества управления.

Мировая практика успешного технологического развития свидетельствует о том, что оно становится достижимым сегодня преимущественно в странах, развитие которых базируется на принципах общественной солидарности, верховенства закона, равенства перед ним всех субъектов экономической, политической и других сфер жизни, их гражданской ответственности перед обществом. Без соблюдения этих принципов оказывается невозможным формировать и управлять чрезвычайно усложнившимися процессами технологических преобразований, лежащими в основе всего общественного развития.

К основным признакам и условиям, характеризующим факторы инновационной экономики, относят следующие:

- устойчиво высокий уровень финансирования науки (около 3% ВВП);

- устойчиво высокая доля занятых исследованиями и разработками (исследователей) на 10000 занятых в экономике;

- высокий уровень оплаты труда занятых исследованиями и разработками;

- преобладание интенсивных факторов (инноваций и новых технологий) в приросте ВВП;

- значительные налоговые и таможенные льготы на выполняемые НИОКР.

Современные предприятия воспринимают инновации как средство увеличения прибыли и завоевания более широкого сегмента рынка. Правительства считают их панацеей с точки зрения ускорения экономического роста посредством повышения конкурентоспособности в мире.

Инновации создают стоимость и материальные богатства, опираясь на некую форму изменений (в любой области — технологии, материалов, цен, услуг, демографии или даже геополитики), формируя новый спрос или прибегая к новым способам замещения основного капитала и использованию «зрелых рынков». Инновации содействуют перемещению ресурсов в сферу более высокой производительности и прибыли. Именно инновации объясняют причину, по которой уровень отдачи от инвестиций в США, странах Западной Европы и Японии был значительно выше во второй, а не первой половине XX века. Тенденция к росту прибыли тесно связана с развитием интеллектуальноемких производств, в которых важны ресурс человеческого капитала, навыки, дорогостоящие информационные секреты и ноу-хау.

В мировом хозяйстве формируется новая парадигма роста на базе использования знаний и инноваций как важнейших экономических ресурсов, а научно-технический прогресс меняет масштабы и структуру производства, оказывая существенное влияние на состояние всей мировой экономики. Опыт экономически развитых стран свидетельствует, что экономический прогресс общества в основном обеспечивается на базе инноваций, которые являются результатом соединения возможностей общества с экономическими потребностями.

Таким образом, можно говорить о том, что новые технологии инновационного уклада уже оказывают заметное влияние на экономику и структуру производительных сил общества.

## **1.2. Детерминанты развития инновационного предпринимательства**

Глобализация мировой экономики, являющаяся объективным процессом, оказывает определяющее влияние на развитие всех стран. Основу этого процесса образует «экономика знаний» — инновации, новые технологии, высокообразованный, квалифицированный персонал. В условиях глобализации главным показателем, определяющим место любой страны в мировом сообществе, является конкурентоспособность, которая выступает главной детерминантой развития инновационного предпринимательства.

Согласно определению, данным М. Портером, конкурентоспособность представляет собой «способность успешно управлять цепочкой ценностей компании по сравнению с конкурентами в производстве».

Конкурентоспособность, по мнению О. Сабдена, определяется, как «возможность приспособиться производителю к быстро меняющимся условиям рынка и конкурентной среде».

По мнению Р. А. Фатхутдинова «конкурентоспособность — это состояние или способность субъекта с объектом занимать лидирующие позиции в отрасли и успешно конкурировать со своими конкурентами на конкретном рынке». Отметим, что конкурентоспособность является одной из важнейших характеристик, которая используется для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

На конкурентоспособность инновационной компании влияют:

- внутренние и внешние факторы деятельности компании;
- факторы, основанные на конкурентоспособности продукции;
- факторы, базирующиеся на конкурентоспособности потенциала каждого бизнес- процесса компании.

Совокупность факторов конкурентоспособности инновационной компании разделяют на внутренние и внешние. Рассмотрим данные факторы более подробно.

Итак, отметим критерии, из которых складываются внутренние факторы.

1) Деятельность работников, обеспечивающих процесс работы компании. На данном этапе руководитель компании должен — мотивировать работников, уделять внимание их деятельности, разрабатывать программы для повышения их квалификации, а также развивать корпоративную культуру. Именно ее развитие способствует увеличению ответственности работников за качество выпускаемого ими продукта.

2) Маркетинговая деятельности компании. Изучению маркетинговой среды придается очень важное значение, поскольку с помощью этой деятельности координируются возможности производства и распределение товаров и услуг, а также определяется, какие шаги необходимо предпринять, чтобы продать товар или услугу конечному потребителю. Именно маркетинговая деятельность включает такие важные характеристики, как анализ рынка компании, анализ каналов сбыта, объема продаж. Таким образом, маркетинговая деятельность должна совершенствовать производство товаров и услуг для улучшения эффективности работы компании. Следует отметить, что именно маркетинговая деятельность отражает современные условия развития рынка, ведь, как известно, рынок по своей структуре довольно хаотичен, и находится под влиянием заранее установленных хозяйственных связей, где одна из особых ролей отводится потребителю.

Теперь рассмотрим более подробно внешние факторы, складывающиеся из совокупности экономических, политических и технологических факторов.

Итак, экономические факторы отражают экономическое состояние и развитие страны. Благодаря экономическим факторам инновационная компания либо имеет возможность появиться, эффективно функционировать и прогнозировать спрос на свои товары и услуги в странах реципиентах, либо нет.

На факторы политического окружения влияют особенности государственного и законодательного уровня, а именно налоговое, антимонопольное и патентное законодательство, а также денежно-кредитная политика. Следует отметить, что для компаний, ведущих свой бизнес на международном уровне, данный фактор имеет весомое значение, поскольку политическая стабильность в обществе определяет уровень притока ин-



вестиций, а также политику, проводимую местными органами власти в установлении различных льгот и пошлин.

Фактор технической оснащенности одновременно выступает в роли и внешнего и внутреннего фактора. Рассматривая данный фактор в качестве внешнего, следует отметить, что к нему относят уровень научно-технического развития. Отметим, что данный фактор определяет, насколько эффективно компания в своей деятельности использует новое оборудование, а также в целом пользуется достижениями научно-технического прогресса. Развитие технологической базы должно способствовать внедрению инновационной продукции. В конечном итоге ориентация на снижение технологической отсталости приведет к повышению конкурентоспособности продукции. Если рассматривать данный фактор как внутренний, то он указывает на то, как компания использует достижения научно-технического прогресса в целях увеличения эффективности своей деятельности.

Рассмотрев внутренние и внешние факторы конкурентоспособности компании, отметим, что внешние факторы в основном зависят от внешнего окружения и оказывают решающее воздействие на деятельность компании, а внутренние факторы являются регулируемыми и контролируемыми.

Конкурентоспособность поступающего на рынок товара определяется исходя из того, насколько товар отвечает требованиям данного рынка в данный период времени. Рассмотрим факторы, влияющие на конкурентоспособность продукта. В условиях конкурентной борьбы деятельность компании, которая хочет успешно функционировать и быть конкурентоспособной, должна быть ориентирована на потребителя.

Следует отметить, что прочность положения компании на рынке определяется конкурентоспособностью производимой ею продукции, и возможностями вести конкурентную борьбу.

Конкурентоспособная продукция должна обладать определенными свойствами и качеством. Продукт должен отличаться от аналогов конкурентов по качественным и социально-экономическим признакам, и также приносит значительную долю прибыли компании.

Рассмотрим подробнее следующие индикаторы конкурентоспособности продукта:

- назначение (полезность продукта);

- качественная характеристика продукта;
- цена товара.

Уровень качества и технический уровень продукции задаются техническим уровнем современного производства, а для оценки конкурентоспособности необходимо сопоставить его с уровнем развития потребностей.

Рассмотрим этапы оценки конкурентоспособности.

Первый этап состоит из анализа рынка и выбора наиболее конкурентоспособной продукции. Второй этап — это определение сравнительных параметров образцов продукции. Третий этап — расчет интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого продукта.

Следует отметить, что на конкурентоспособность продукции во многом оказывает влияние и конкурентоспособность самой компании, которая складывается из ее репутации и финансово-экономического состояния.

Как известно, устойчивость компании складывается из организации управления компанией и ее технологического уклада. Если разрыв между организацией управления и техническим уровнем производства в компании весьма значителен, то тем быстрее она теряет свою конкурентоспособность.

Для того, чтобы компания была конкурентоспособной, ей необходимо производить конкурентоспособную продукцию, и при этом минимизировать затраты, но не всегда у компании получается соблюдать данные условия.

В противном случае в условиях рынка данная тенденция приведет к снижению эффективности, уменьшению прибыли и, как следствие, ухудшению финансового положения компании.

В таком случае потребуются дополнительное финансирование, что в результате понизит конкурентоспособность производителя. Следовательно, для получения дохода от произведенной продукции, компания должна применять интенсивные технологии, а также иметь высокий уровень технической оснащенности производства.

Итак, для того, чтобы производить товар на уровне мировых стандартов, необходимы новые технологии и современное оборудование. Это требует значительных инвестиций, способных обеспечить не только высокое качество российских товаров, но и создать новые рабочие места. Кроме того, конкурентоспособная продукция даст возможность противостоять

растущей конкуренции, и в долгосрочной перспективе привлекать внимание потребителей к продукции компании меньшими усилиями, а значит и с меньшими затратами.

Благодаря разумному использованию факторов, которые оказывают влияние на эффективность и конкурентоспособность производства, а также соблюдению основополагающих принципов рыночной системы, происходит повышение конкурентоспособности компании.

Следует отметить, что развитие конкурентоспособности в условиях глобализации необходимо рассматривать с позиции четырёх уровней:

- микроуровень (товар, фирма);
- мезауровень (отрасль, регион);
- макроуровень (национальная экономика);
- мегауровень (межстрановый).

Данные уровни являются взаимосвязанными, и каждый закладывает потенциал для другого уровня, заметим, что они дополняют друг друга и выступают как одно целое. Отметим, что конкурентоспособность одного уровня определяет конкурентоспособность другого уровня в экономической системе.

Данная взаимосвязь указывает на то, что конкурентоспособность одного субъекта не может быть достигнута без обеспечения конкурентоспособности других. Заметим, что важное значение несет микроуровень, в нем закладывается потенциал для развития международного бизнеса, но в свете расширения международных экономических отношений, интеграции и глобализации, жесткая конкурентная борьба происходит именно на мегауровне.

Рассмотрев данные уровни, необходимо подчеркнуть, что о каком бы уровне ни шла речь, нужно помнить, чтобы быть конкурентоспособным, нужно иметь определенное конкурентное преимущество.

Вопрос преимуществ, определяющих конкурентоспособность, был поднят еще меркантилистами, которые отнесли к ним дешевую рабочую силу или сырье и протекционистские меры со стороны государства.

Позже А. Смитом была предложена идея абсолютных преимуществ, в соответствии с которой «страна специализируется на том, что получается экономичнее, а то, в чем производительность ниже, импортирует из других стран». Д. Рикардо

говорит о сравнительных преимуществах. Сегодня, по словам ведущего специалиста по конкуренции М. Портера, «парадигма», которая управляет конкуренцией между отдельными местами, сместилась от сравнительного преимущества на более широкое понятие конкурентного преимущества».

Следует отметить, что конкурентное преимущество может меняться исходя из конкретных условий, на него могут влиять различные факторы, также оно может относиться к товару, компании, отрасли, экономике в целом, быть долгосрочным и краткосрочным, устойчивым и нестабильным, уникальным и легко воспроизводимым.

В условиях инновационного развития и глобализации экономики изменяются характер и структура конкурентных преимуществ:

- преимущества перестали быть статическими, они изменяются под воздействием инновационного процесса;
- в условиях глобализация бизнеса компании вынуждены учитывать национальные и международные интересы для поддержания конкурентных преимуществ;
- государство, территория рассматриваются как основа стратегии компании.

В соответствии с концепцией ключевых компетенций, предложенной К. Прохаладом и Г. Хэмелом, возможно определить характер устойчивости конкурентных преимуществ. Рассмотрим понятие «ключевая компетенция» более подробно. Итак, ключевая компетенция — это особый навык или технология, создающая уникальную ценность для потребителя.

Рассмотрим свойства, которыми характеризуются ключевые компетенции:

- первое что, что следует отметить, что они вносят непропорционально большой вклад в окончательную потребительскую ценность или эффективность этой ценности;
- второе обеспечивают основу для проникновения на новые рынки. В этой связи ключевые компетенции можно рассматривать как первопричину конкурентного преимущества инновационной компании.

Таким образом, использование в практике менеджмента положений теории ключевых компетенций позволяет создать устойчивые источники конкурентного преимущества.

Превращение мировой экономики в систему с постоянно снижающимися барьерами для торговли, инвестиций, движения людей, уменьшение издержек на транспортное сообщение и коммуникации, растущие информационные потоки, перемещающиеся между странами и континентами с огромной скоростью, способствуют тому, что не только крупные компании, но и индивидуальные хозяйствующие субъекты могут с большей простотой, чем ранее, выходить в своей предпринимательской деятельности за пределы национальных границ.

Отметим, что следствием расширяющейся и глобализирующейся предпринимательской деятельности становится обострение соперничества между представляющими разные государства производителями товаров (услуг), а также владельцами авторских прав и обладателями технологий за место на мировом рынке, стремление усилить свои позиции.



*Рис. 1. Сила воздействия на отраслевую конкуренцию*

Если рассматривать конкурентоспособность не на глобальном уровне, а в рамках бизнеса, то следует отметить, что данное понятие предполагает получение и удержание конкурентных преимуществ.

По мнению М. Портера, для удержания лидерства в отрасли и общей рентабельности бизнеса компании могут использовать

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)