

МЕТОДОЛОГИЯ

УДК 334.012.64:316.422

Э.А. Гасанов, М.А. Гасанов, Э.Э. Осипов

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СТАДИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В статье рассматриваются концептуальные аспекты формирования малого инновационного предпринимательства. Исследуются основные теории и формы предпринимательства, выделяются его функции, показана значимость малого предпринимательства в контексте информационной стадии социально-экономического развития. Кроме того, описываются современные теории фирм, делающие ставку на развитие инновационных компетенций фирмы.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, малая инновационная фирма, инновационные компетенции фирмы.

Интенсивное развитие рыночной экономики всегда сопровождается активизацией предпринимательской деятельности и ростом количества и качества предпринимателей.

Предпринимательская деятельность – это проектирование, организация и соединение факторов производства для создания новых товаров и услуг, позволяющих максимизировать прибыль и удовлетворяющих потребности общества.

В зависимости от характера деятельности и используемых факторов предпринимательства различают следующие виды предпринимательской деятельности: производственное предпринимательство, коммерческое (торговое) предпринимательство, финансовое предпринимательство, посредничество, страховое предпринимательство, консалтинговое предпринимательство, информационное предпринимательство, инновационное предпринимательство.

Полагаем, что бизнес – наиболее всеобъемлющее понятие. Это любой вид экономической деятельности, приносящий доход, поэтому часто экономисты-теоретики отождествляют предпринимательскую деятельность с бизнесом. Предпринимательство не функционирует без рынка, точно так же рынок не может существовать без предпринимательства.

В рыночной экономике предпринимательская деятельность неразрывно связана с конкуренцией. Понятие конкуренции на рынке тесно связано с проблемой редкости ресурсов – ограниченности, несоответствия тому количеству, которое необходимо для удовлетворения потребностей общества. «Конкуренция, – писал Ф. Хайек еще в 1945 г. – есть процедура открытия новых знаний» [1. Р. 521–522]. Как мы полагаем, количественный и

качественный рост нового знания генерирует новые технологии, ресурсы. При этом расширяются производственные возможности общества.

Конкуренция предпринимателей – это соперничество между предпринимателями за эффективные условия и качественные факторы производства, за преимущество в деле реализации товаров и услуг. Предприниматель – это индивид, который спроектировал и организовал какое-либо производство на собственный и заемный капитал, владеющий и имеющий право единолично распоряжаться своей фирмой, ее деятельностью и рискующий своим доходом.

Предпринимательский доход включает, прежде всего, нормальную прибыль, т.е. вмененные издержки, которые не равны прибыли собственника и включают процент, дивиденд, арендную плату.

Вмененные издержки предпринимателя включают процент на капитал, вознаграждение предпринимателя за труд по организации и управлению фирмой. В этом проявляется, как считал Я. Корнай, «его дополнительные усилия для того, чтобы заработать побольше денег для собственного блага и блага своих семей» [2. С. 215]. Примерно такую же позицию занимали Ж.Б. Сей, Д.С. Миль, Б. Сениор, А. Маршал и др. Современные экономисты рассматривают этот элемент предпринимательского дохода как вознаграждение предпринимателя за особые функции в производстве, которые не могут быть отнесены ни к одному из трех факторов: труду, капиталу, земле.

Л. Девис и Д. Норт полагали, что плата за риск – это часть дохода, имеющая экономической основой эффект правильной оценки степени риска, т.е. будущей неопределенной экономической ситуации. Они возложили на предпринимателя только функцию дестабилизации системы, а также задачу создания предпосылок достижения нового равновесия. Предприниматель становится главным создателем новых институциональных соглашений, уменьшающих неопределенность и создающих базу для поиска компромисса в конфликте интересов [3. Р. 133–139].

Для Й. Шумпетера главный элемент предпринимательского дохода – это экономическая прибыль как эффект использования технологических, коммерческих и организационных инноваций. При этом роль главного создателя новых комбинаций факторов производства, новых товаров и новых рынков играет предприниматель [4. С. 169–170].

Наряду с указанными элементами предпринимательского дохода вознаграждение предпринимателя, по А. Караянису, включает такие и нематериальные вещи, как свобода контролировать других и чувство «выполнения своих идей и нечто своего собственного» [5. С. 216].

Экономисты-теоретики выделяют следующие теории предпринимательства:

1) теория инноваций Й. Шумпетера: предприниматель осуществляет инновационную политику, если видит возможность дохода: создает новые продукты, новые рынки, более производительные процессы, более эффективно организует фирму;

2) согласно неоавстрийской теории (И. Кирцнер) предпринимательство обеспечивает установление экономического равновесия;

3) теория перераспределения и координации ограниченных ресурсов (Т. Шульц, М. Кассон), согласно которой предприниматель осуществляет поиск новых ресурсов, что требует их переаллокации в условиях ограниченности;

4) синтетический подход (А. Караянис), согласно которому теория предпринимательства должна быть построена на связи трех предыдущих, так как они не являются взаимоисключающими;

5) в качестве «пассивной» рассматривается теория предпринимательства как несущего на себе риск неопределенности (Р. Кантильон, А. Гамильтон, Ф. Найт).

В целом же, как мы полагаем, предпринимательство – это креативная, инициативная инновационная деятельность по производству новых товаров и услуг с принятием на себя риска в целях максимизации прибыли. Эмпирическое понятие предпринимательства – осуществление производства традиционных товаров и услуг, т.е. любой бизнес. Научное понятие предпринимательства – осуществление не репродуктивной (повторяющейся), а продуктивной экономической деятельности: освоение новых рынков, новых товаров и услуг, новых ресурсов, организационных инноваций и креативных подходов.

Считаем что предпринимательство – это процесс создания добавленной стоимости, обладающей новизной (в рамках его ответственности), приносящей в результате предпринимательский доход и удовлетворение потребителям. В развитых странах мира ренессанс инновационного предпринимательства обусловлен:

- повышением доходов, уровня образования, активизацией рыночных начал, результатами современного этапа информационно-технологической революции (производится техника индивидуального использования, повысилась роль информации и информационных технологий);

- развитием и усложнением индивидуальных и общественных потребностей, которые служат толчком к инновационной активности малых форм предпринимательства – мелкие фирмы дали первые автомобили, самолеты, кондиционеры, фотокамеры Кодак, ксероксы, молнии, огнетушители, безопасные бритвы и т.д.;

- трансформационным фактором – перерастанием функционирующего корпоративного капитализма в смешанную экономику с большей степенью экономической свободы и формированием основ информационного хозяйства.

В некоторых странах мира причиной возрождения и развития предпринимательства стала трансформация административных экономик в рыночные.

Экономические выгоды существования любых форм предпринимательства включают:

- 1) увеличение производственных возможностей общества;
- 2) создание инновационных товаров и услуг;
- 3) помощь экономике в достижении динамичного равновесия (в соединении с другими факторами равновесия);

4) минимизация Х-неэффективности, связанной, по Х. Лейбенштайну, с разбуханием и бюрократизацией системы управления, ослаблением стимулов к инновациям вообще и риску в частности.

Главным условием функционирования предпринимательства является, прежде всего, неопределенность, которая выступает и как результат неполной информации, а также вследствие перманентного изменения условий рынка и соответствующей непрерывной адаптации к нему. Важным условием также является неустойчивость – ни одна тенденция на рынке не продолжается долго, все циклично. На данное обстоятельство указывал еще К. Маркс: «Производительность изменяется и изменяет условия производства. Условия, со своей стороны, изменяют производительность. А получающиеся в результате этого расхождения проявляются отчасти в поверхностных колебаниях, которые выравниваются в течение короткого срока, отчасти в постепенном накоплении отклонений, которые или ведут к кризису, к насильственному кажущемуся возвращению к прежним отношениям, или же лишь очень постепенно пробивают себе дорогу и добиваются признания в качестве изменений условия производства [6. С. 544–545]. Еще одним условием выступает риск, где требуется интуиция, логичный анализ ситуации (К. Татеиси: правило 70/30%, но сейчас – 30/70%) [7]. Эти условия характеризуют макроэкономическую среду, в которой функционирует предприниматель. В развитых странах – это среда свободного рынка при оптимальном государственном регулировании экономики. В этой макроэкономической среде, кроме отрицательных факторов (олигополистическая структура рынка, безработица и т.д.), действуют также принципы конкуренции, экономическая и политическая свобода, механизм поощрения, которые ведут к высокой степени экономического роста. Изменяющаяся среда предпринимательства, «сигналы» общества, т.е. культура, которая определяет индивидуальность, человеческую автономию и основные аспекты лидерства, – всё это в сочетании с личными чертами предпринимателя определяет уровень инновационной активности и ее поощряет.

Целями предпринимателя на информационной стадии социально-экономического развития выступают: производство инновационных товаров и услуг, максимизация прибыли, социальные эффекты, развитие фирмы. Извлечение прибыли совместимо с обеспечением эффективного благосостояния общества.

Роль предпринимательства в экономике определяется выполняемыми им функциями: соединением факторов производства (К. Маркс), принятием решений (М. Массой), введением новаций (Й. Шумпетер), несением риска (Кантильон, Гамильтон, Найт), обеспечением тенденций к равновесию (И. Кирцнер), переаллокацией ресурсов (Т. Шульц).

Сущность предпринимательства проявляется в соответствующих основополагающих функциях, которые укрупненно можно представить в виде положений, приведенных на рис. 1.



Рис. 1. Доминантные, инновационные и стабилизирующие функции предпринимательства

Доминирующей характеристикой предпринимательства как особого фактора производства выступает следующая, присущая лишь предпринимателям, общая черта – потребность в научно-технических достижениях (Д. Макклиллонд, Х. Брокхауз). Креативные личности с высокой потребностью в научно-технических достижениях – это индивиды, предпочитающие быть лично ответственными за решение проблем и достижение поставленных целей своими собственными усилиями. У таких индивидов присутствует очень сильное желание знать: а) насколько эффективно они выполняют свои задачи; б) склонность (средняя) к принятию риска; в) личные ценности; г) вера в возможность повлиять на ход событий.

В российской экономической литературе в значительной степени условно выделяют две формы предпринимательства: классическое и инновационное. Классическое предпринимательство ориентировано на получение прибыли на основе использования традиционных – сложившихся, статичных – средств производства, технологий, способов организации и управления и т.д. Инновационное предпринимательство ориентирует на поиск эффективных инноваций – новых технологий, товаров, экономических методов ведения хозяйства и т.д.

Главным эндогенным источником развития предпринимательства выступают креативность и профессионализм. Они являются основой формирования уникальных комбинаций инновационных факторов производства с целью выпуска инноваций и получения максимальной прибыли.

Инновации, используемые в процессе производства, не сводятся к технико-технологическим, а включают широкий спектр экономических и социальных инноваций. Для рынка характерна нестабильность рыночного равновесия и движение к новому рыночному равновесию на инновационной основе. Предприниматель определяет инновационный процесс благодаря своим способностям к инновационной деятельности и выбору необходимых инноваций для формирования предложения инновационных товаров, наиболее ценных для покупателя.

Экономическую сущность предпринимательства в рамках динамичной информационной стадии социально-экономического развития можно выра-

зить в следующем определении: предпринимательство – комбинация предвидения, основанного на способности трансформировать сигналы о будущих изменениях спроса и экзогенных факторов в прогнозы посредством собственной практической энергии, с уникальными стержневыми компетенциями, реализующимися в новых товарах и услугах в процессе инновационной деятельности с целью получения предпринимательского дохода.

Данное определение позволяет сделать следующие выводы: предпринимательство в новых координатах развития – это специфический бизнес, не имеющий ничего общего с упомянутой классической формой предпринимательства, основанной на статичных факторах производства, технологиях и методах хозяйствования.

П. Друкер подчеркивал, что разработка категорий «предпринимать» и «предпринимательство» лежит вне сферы классической экономики и не совпадает с последней [9]. Вместе с тем классическая форма предпринимательства по существу является отражением статичного бизнеса, который функционирует до сих пор в современной российской экономике.

Инновационное предпринимательство следует определить как динамично поисковое, с высокой степенью риска и неопределенности для получения ожидаемых результатов. При этом рост прибыли фирм в результате инновационной деятельности является достаточным стимулом креативных процессов. Но отложенное во времени получение эффекта снижает заинтересованность в них производства. В целом инновационное предпринимательство является основным фактором информационной стадии социально-экономического развития и увеличения ВВП.

Эффективность инновационного предпринимательства в первую очередь состоит в следующем:

- 1) использование научно-технического задела и творческого потенциала науки;
- 2) локализация инновационных рисков на малых фирмах и ограничение колебаний эффективности на крупных и средних фирмах;
- 3) сокращение издержек разработки и освоение инноваций;
- 4) производственная и рыночная апробация инноваций (новых товаров и услуг), сближение величин планируемого и реального эффектов.

Недостатки инновационного предпринимательства на практике проявляются в следующем [10]:

- 1) потенциально эффективные инновации не внедряются или внедряются со значительной задержкой во времени;
- 2) внедряемые инновации не обладают необходимой новизной и рыночным потенциалом;
- 3) внедрение инновации в силу явного или скрытого сопротивления или плохой организации внедрения не дает ожидаемого результата;
- 4) внедрение инновации требует значительно больших издержек, и сроки внедрения оказываются значительно большими, чем планировалось.

Эти недостатки в основном являются следствием неэффективной организации производства и деятельности фирмы в целом. По различным причинам для крупных фирм реализация рискованного инновационного проекта

бывает затруднительной. Такие проекты имеют больший шанс на успех, если они предприняты малыми инновационными фирмами.

Предпринимательство, которое зарегистрировано, действует либо на основании лицензии, либо в качестве юридического лица (фирма).

Юридическая организация ведет к образованию фирмы [11]. Основное предназначение фирмы состоит в организации экономической деятельности в целях эффективного использования ресурсов, получения прибыли.

Фирма имеет юридическую, хозяйственную, финансовую и организационную самостоятельность. Для однозначного понимания в дальнейшем анализе понятия «фирма» и «предприятие» будем употреблять как синонимы.

Совокупность знаний относительно фирм и их внешней среды получает в экономической теории систематизированное выражение в виде «теории фирмы». Обзор теорий фирмы можно найти в работах Р.М. Гусейнова и В.А. Семенихина, Г.Б. Клейнера, В.С. Катыкало, Ф. Махпупа.

В поисках конкурентного преимущества фирма обращает внимание на эндогенные факторы, стараясь идентифицировать те способности, которые будут лежать в основе планируемых процессов. Задача идентификации и использование эндогенных факторов стали инкубатором идей о способностях и компетенциях инновационной фирмы (эволюционная теория фирмы).

Ресурсная теория фирмы гласит, что фирма – это совокупность компетенций, позволяющих получать ей фундаментальные выгоды (Г. Хэмэл, К. Прахалад). В рамках этой теории определены ключевые компетенции как навыки и умения, которые позволяют фирме предоставлять потребителям фундаментальные выгоды. Г. Хэмэл и К. Прахалад обосновали необходимость понимания фирмы как «портфеля компетенций». Они выступают сторонниками более динамичного подхода – создания фирмой стратегической архитектуры. Это означает, что инновационная фирма должна сконцентрироваться на изменении правил деятельности в своей отрасли и создать новую конкурентную отрасль.

Данную теорию фирмы развивает К. Эндрюс, используя похожий термин «отличительные компетенции» для определения того вида деятельности, в котором фирма проявляет себя более эффективно.

Г. Ансофф предлагает «сетку компетенций», которая регулярно должна составляться как для самой фирмы, так и для ее конкурентов с целью проведения сравнительного анализа и выявления относительной силы конкурентов на данном рынке.

Х. Итами отмечает необходимость основываться на сильных сторонах фирмы. Это «невидимые активы», которые были определены как атрибуты фирмы, имеющие потенциал создания прибыли, но не отображаемые в балансовом отчете, такие как репутация, товарная марка, технические знания и опыт, компетентность фирмы. Этот потенциал носит долговременный характер, является источником конкурентного преимущества.

Информационно-технологическая революция обуславливает появление оптимальной теории компетенций фирмы, делающей ставку не на конкурентные преимущества в усиливающейся конкурентной борьбе, а на сотрудничество как основу существования, развития и процветания предпринимательства. При этом наиболее эффективная форма подобного

сотрудничества между конкурентами строится на взаимодополнении способностей и компетенций участвующих фирм. Поэтому особенно важно научиться фирме определять компетенции и способности с тем, чтобы добиться оптимальной их конфигурации в рамках создаваемого партнерства или альянса.

Недостатком теории компетенций фирмы (неявная эволюционная теория) – всеобъемлющим, но устранимым – является сравнительно молодой возраст, что выступает причиной недостаточной развитости аналитических моделей. Поэтому нельзя требовать от нее четкости и законченности формулировок, а также мощной базы эмпирических подтверждений.

Проблемой создания, управления и оценки знаний фирмы в разрезе неявной эволюционной теории (концепция, основанная на знаниях) занялись ряд отечественных ученых, таких как В. Макаров, Б. Мильнер, Г. Клейнер, В. Глухов.

Так, например, понятие «корпорация будущего», которое использует Г. Клейнер, строится на совершенно иных основах, чем понятие «фирма» по Й. Шумпетеру. Именно «корпорация будущего» станет создателем, хранителем и распространителем знаний.

В условиях информационной стадии социально-экономического развития и глобализации рыночных отношений резко увеличивается количество фирм [12, 13]. Вновь возникающие фирмы обычно имеют небольшие размеры. Такие фирмы принято называть малыми фирмами – хозяйствующие субъекты малого предпринимательства.

Универсального определения малой инновационной фирмы не существует. В развитых странах используются различные варианты названий для такого рода фирм: инновационное малое предприятие (innovative SME), высокотехнологичная фирма (high technology firm), фирма новейшей технологии (new technology-based firm NTBF), фирма, основанная на использовании знаний (knowledge-based firm), и т.д. На практике используется комбинированный подход к определению малой инновационной фирмы (МИФ). Здесь выделяются критериальные признаки МИФ, т.е. количество работников или финансовые показатели деятельности и показатели инновационной активности фирмы – количество научных сотрудников, количество инноваций, количество публикаций по результатам научных исследований, объем инвестиций, направленных на научные исследования. Критерием для выделения малых инновационных фирм является и наукоемкость продукции (R&D), т.е. уровень издержек на НИОКР. В международной статистике фирмы, у которых затраты на НИОКР превышают 5% от оборота, отражаются как высокотехнологичные.

В Руководстве Осло, подготовленном ОЭСР совместно с Евростатом, технологическая продуктовая и процессная инновационная фирма (technological product and process innovating firm) определяется как организация, которая внедрила технологически новые или значительно усовершенствованные продукты, процессы или их комбинации в течение отчетного периода.

В России согласно ФЗ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» установлены новые условия отнесения

к субъектам малого и среднего предпринимательства. Так, средняя численность работников за предшествующий год не должна превышать следующие предельные значения:

а) от 101–250 человек включительно для средних предприятий;

б) до 100 человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия – до 15 человек.

Оптимальный размер фирмы определяется минимизацией совокупности производственных и непроизводственных (не связанных непосредственно с производством, а возникающих по мере ведения дел) издержек, вложенных в выпускаемую единицу продукции. Оптимальные размеры фирмы также определяются точкой, где предельные издержки использования рынка становятся равными предельным издержкам использования административного контроля.

Сегодня к малым фирмам относят очень разные по размеру фирмы: в США малой считается фирма с числом занятых до 20 человек, от 20 до 100 и от 100 до 499 человек [14. С. 228].

В Европейском союзе более 80% фирм относятся к малым. Термин «малые и средние» предприятия (SME) используется в ЕС. Согласно классификации комиссии ЕС малые и средние предприятия (small and middle enterpriseship) – 0–499 человек. Она включает микрофирмы (0–9 человек), малые фирмы (10–99 человек) и средние (100–499 человек). В SME занято в три раза больше работников, чем в крупной фирме. На одну крупную фирму приходится 1 тысяча мелких фирм [15. С. 80].

Тенденции изменения размера фирм различны в ЕС и США. X – лучшее положение. А (ЕС) и В (США) экономики занимают не лучшее положение, так как в обоих случаях предельные издержки выше минимальных, но движение к минимуму различно: в ЕС (А) надо укрупнять, а в США (В) – уменьшать размеры фирмы (антитрестовская политика) (рис. 2).

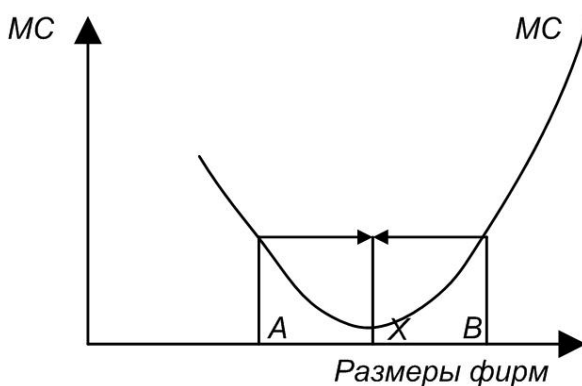


Рис. 2. Тенденции изменения размеров фирм в ЕС и США

О. Уильямсон более осторожен в оценках, предлагая зависимость между размером фирмы и интенсивностью инноваций (R&D) [16. Р. 182], представленную на рис. 3.

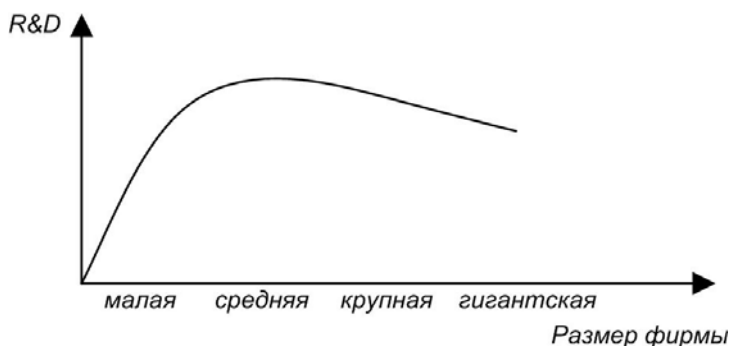


Рис. 3. Зависимость между размером фирмы и интенсивностью инноваций

Оживление деятельности малых фирм в современных конкурентных условиях – очевидный факт. Многие исследователи склонны связывать деятельность малых фирм с новыми требованиями, которые вытекают из содержания современной информационно-технологической революции.

Эти новые требования доказывают, что информационно-технологическая революция создала условия для: 1) фрагментаризации производственного процесса; 2) разрушения старых структур как обеспечивающих привычную координацию деятельности; 3) развития малых фирм. Малые фирмы могут преуспеть и даже изменить свой статус, если они выбрали то самое направление среди текущих рисков, которое открывает новую сферу будущих экстенсивных инвестиций, характерных для фазы подъема на длинной волне конъюнктуры.

По мнению А.А. Олейника, инновации имеют волнообразную форму и если соотнести их с «длинными волнами» Кондратьева, то принципиальные организационные изменения приходится на начало периода возрастания полувековых циклов.

Соотношение организационных инноваций с цикличностью необходимо потому, что оно позволяет дифференцировать характер организационных инноваций и соотнести те или иные инновации со специфическим типом инноватора, будь то предприниматель, социальное движение или стихийный процесс [17. С. 62].

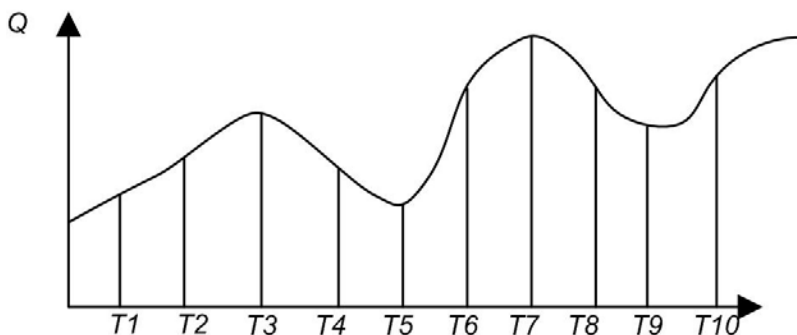


Рис. 4. Изменение эффективности производства во времени

Если Q – результирующие характеристики объемов или эффективности производства, то их изменение во времени можно изобразить графически (рис. 4). На понижательной фазе длинной волны Кондратьева (ТЗ–Т4) крупные по сравнению с малыми фирмами имеют более устойчивое положение. Крупные фирмы, однако, не препятствуют в это время малым фирмам в освоении рыночного пространства в пределах обособленных и сравнительно малозначимых его элементов. Это время, когда существенно обостряется конкурентная борьба между крупными компаниями. Аутсайдеры же действуют вполне автономно. Коллизия, которую переживают в этот период фирмы, занимающие на рынке лидирующие положения, получила название дилеммы олигополистов. С.М. Меньшиков и Л.А. Клименко справедливо отмечают, что «в период спада, когда эффективность капитала чрезвычайно низка, прибыли падают, риск становится для многих фирм единственным способом выживания». Возможно, что к стратегии осторожности в этих условиях могут прибегать только крупные фирмы, но лишь в той мере, в какой им удастся сохранить свое монопольное положение и сравнительно высокие прибыли. Именно тогда возрастает роль мелких фирм как инициаторов пионерских инноваций [18. С. 196].

Поисковая деятельность и «рисковые» институциональные предприятия являются в кризисные периоды скорее правилом, чем исключением. В этих условиях институциональной альтернативой стало развитие малых инновационных фирм, действующих в условиях максимального риска. Наступает период малых фирм, которые берут на себя всю тяжесть инновационных рисков [3. Р. 213].

В областях нижней поворотной точки, т.е. в интервалах Т4–Т6, Т8–Т10, начинается этап интенсивных инвестиций в инновации [19].

Повышение роли малых фирм еще связано с тем, что для разработок новых проектов на первых этапах требуются небольшие инвестиции. Малые фирмы способны в короткое время обеспечить как научно-технический, так и организационный задел для будущих инвестиций. Ключевая роль в конечном успехе малых фирм зависит от качества человеческого капитала.

Крупные же фирмы, желая удержать уже завоеванные позиции на рынке, идут по пути модификации и улучшения традиционно выпускаемой продукции, ориентируются на рост прибыли и расширение рынков. Малые фирмы способствуют появлению новых видов продукции, по сути, создают новые рынки, более динамичные, работающие с большей эффективностью. Чаще всего малые инновационные фирмы ориентируются на реализацию побочных решений и результатов подработок крупных фирм, на выполнение рискованных мелких разработок, разработок на стыке наук, инициативных разработок.

Малые фирмы обладают рядом специфических свойств и конкурентных преимуществ. Одним из самых главных конкурентных преимуществ является их инновационная составляющая и вытекающая из нее инновационная функция. При ее использовании малые фирмы могут повлиять на ускорение инновационных процессов в экономике, повысить их эффективность, перевести их на принципиально новую технологическую основу, интенсифицируя воспроизводство инноваций и их диффузию.

При этом освоение радикальных инноваций связано с высоким риском. Малые инновационные фирмы не имеют крупных капиталов. В то же время их способности к рискованной инновационной деятельности выше, чем у крупных фирм. К тому же реализация инноваций – основной шанс занять свою нишу на конкурентном рынке или в сотрудничестве с крупными фирмами.

Малые инновационные фирмы имеют и другие достоинства:

- 1) оперативное реагирование на изменение конъюнктуры спроса и предпочтений потребителей;
- 2) гибкое управление с наименьшими издержками;
- 3) активная и результативная роль в поддержании устойчивости конкурентной среды в экономике;
- 4) формирование гибкой предпринимательской культуры и социализация современного предпринимательства.

Потенциальные конкурентные преимущества малых фирм в инновационной сфере заставляют крупный бизнес сотрудничать с ними. Организационными механизмами такого сотрудничества могут служить:

- кооперационные связи малых инновационных фирм с крупными фирмами (рыночная интеграция);
- участие крупной фирмы в формировании самостоятельных малых фирм путем создания корпоративных инновационных инкубаторов венчурного финансирования;
- создание автономных малых инновационных фирм в рамках крупных фирм путем выделения или поглощения;
- одновременное использование нескольких форм взаимодействия (рыночной интеграции и автономных подразделений, рыночной интеграции и инкубирования).

Активность малых инновационных фирм – это способ их существования, в то время как инновационная активность крупных фирм есть всего лишь фаза развития, стадия их жизненного цикла. Малая инновационная фирма – небольшая команда профессионалов, действующих самостоятельно или в составе крупной фирмы. Она специализируется на узком направлении инновационной деятельности и имеет возможность быстрой переориентации (эта мобильность особо важна в таких сферах, как электроника, робототехника, биотехнология, связанных с повышенным риском).

Малая инновационная фирма – специфическая организационная структура, создаваемая на период осуществления проекта с целью своевременного достижения запланированных результатов. Состав и функции малой инновационной фирмы зависят от масштабов, сложности, сроков и других характеристик инновационного проекта. Эти фирмы носят временный характер и распадаются по мере выполнения поставленной задачи (или при отрицательном результате) – разработки и внедрения опытно-конструкторских решений. Главный принцип здесь – максимальное и быстрое использование инновационного потенциала малой фирмы.

Литература

1. *Hayek F.A.* The use of knowledge in Society //AER. 1945. Vol.35, № 4. P. 519–530.
2. *Корнай Я.* Дефицит. М.: Наука, 1992. 608 с.
3. *Davis L., North D.* Institutional Change and American Economic Growth: A first step towards a theory of Institutional Innovation // Journal of Economic History. 1970. Vol. 30, № 1. P. 131–149.
4. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Исследование предприятий, прибыли, капитала, кредита процента и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс, 1982. 454 с.
5. *Экономика: краткий словарь.* Ростов н/Д: Феникс, 2001. 336 с.
6. *Маркс К., Энгельс Ф.* // Соч. Т. 26.
7. *Окумура Х.* Корпоративный капитализм в Японии. М.: Мысль, 1986. 252 с.
8. *Друкер П.Ф.* Бизнес и инновации. М.: Вильямс, 2007. 432 с.
9. *Друкер П.Ф.* Эффективное управление. М.: АСТ: Астрель, 2004.
10. *Кошелева Т.Н.* Стратегическое развитие инновационных венчурных предприятий. СПб.: ГУАП, 2009. 236 с.
11. *Гусейнов Р.М., Семенихина В.А.* Экономическая теория. М.: Омега Л, 2008. 440 с.
12. *Гасанов Э.А., Гасанов М.А.* Инновационные контуры роста и социальная конверсия экономики. Томск: ТУСУР, 2006. 246 с.
13. *Гасанов Э.А.* Инновационный вектор развития информационной экономики // Инновации. 2004. № 5. С. 10–14.
14. *Малый бизнес* / под ред. В.Я. Горфинкеля. М.: КНОРУС, 2011. 336 с.
15. *Нестеренко Ю.* Малые инновационные предприятия в институциональной структуре «новой экономики» // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 11. С. 78–86.
16. *Williamson O.E.* Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust implications. A. Study in the Economics of Internal Organization. N. Y., 1975.
17. *Олейник А.Н.* Институциональные аспекты социально-экономических трансформаций. М.: ЭФ МГУ, ТЕИС, 2000. 158 с.
18. *Меньшиков С.М., Клименко Л.А.* Когда общество меняет кожу. М.: Международные отношения, 1989. 272 с.
19. *Мостовая Е.Б.* Основы экономической теории. М.: Инфра-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1997. 496 с.