

Н.З. Сафиуллин, М.Д. Файзрахманов

**РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ**



**Издательство
Казанского университета
2007**

УДК 330.1

ББК 65.01

С 21

Печатается по решению

Ученого Совета

Казанского государственного аграрного университета

Научный редактор - докт. эконом. наук, профессор **Сафиуллин Н.З.**

Сафиуллин Н.З., Файзрахманов М.Д

С 21 Тенденции развития малого предпринимательства в системе экономических интересов: Монография. — Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. — 104 с.

ISBN 5 – 7464 – 0702 - x

Книга посвящена актуальным вопросам становления и развития отечественной экономической науки в области предпринимательства, конкурентных отношений и информации. Представлено системное обобщение ранее изданных работ по развитию малого предпринимательства его информационной поддержке, конкурентным преимуществам и конкурентоспособности. Разработана методология исследования и оценки конкурентных преимуществ и конкурентоспособности объектов и субъектов хозяйствования на основе выбора базы сравнения.

Для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономического профиля, сотрудников федеральных и региональных органов власти и преподавателей вузов.

© Сафиуллин Н.З., Файзрахманов М.Д., 2007

ОГЛАВЛЕНИЕ

стр.

Введение

Глава 1. Методологические основы развития предпринимательской деятельности

- 1.1. Возникновение и эволюция экономических категорий «предприниматель» и «предпринимательство»
- 1.2. Специфика развития предпринимательских структур и их роль в экономике государства
- 1.3. Система экономических интересов предпринимательских структур и условия для ее реализации

Глава 2. Роль информации в хозяйственной деятельности малого предпринимательства на современном этапе

- 2.1. Сущность и особенности информации в экономике
- 2.2. Становление информационного рынка как важного условия развития малого предпринимательства в России
- 2.3. Уровень развития информационного рынка как важного условия становления малого предпринимательства
- 2.4. Информации как фактор производства, управленческий инвестиционный ресурс
- 2.5. Конкурентоспособность фирмы в условиях неопределенной

Глава 3. Тенденции развития предпринимательских структур в информационной экономике

- 3.1. Взаимодействие экономических интересов государственных властных и предпринимательских структур
- 3.2. Тенденции развития предпринимательства в условиях информационной экономики

Заключение

Список рекомендуемой литературы

Приложения

ВВЕДЕНИЕ

Одной из особенностей переходной экономики России заключается в том, что в социально-экономической жизни страны возник такой феномен, как предпринимательство. В связи с этим возникла острая потребность в возрождении предпринимательства, в том числе малого, как органичного элемента рыночной экономики. Однако взгляды на предпринимательство, на взаимодействие государственных и предпринимательских структур и подходы к оценке развития его форм в условиях становления информационной экономики отличаются разнообразием точек зрения и теоретических предпосылок. Очень важно в этой ситуации изучение закономерностей функционирования и тенденции развития экономических отношений между государственными и предпринимательскими структурами в системе их экономических интересов.

В современных, условиях малое предпринимательство находится в сложных экономических условиях, связанных с переходом России к информационному обществу и формированием рыночных отношений.

В развитых странах на долю малого и среднего предпринимательства приходится около половины занятости трудоспособного населения и более половины валового внутреннего продукта (ВВП). Уровень развития малого бизнеса в России - при сохранении нынешних тенденций - все больше отстает от расписания данного сектора в передовых промышленных странах и потребностей рыночной экономики, не позволяет реализовать предпринимательский ресурс в качестве фактора реального экономического роста страны.

Переход к ускоренному развитию малого бизнеса требует совершенствования внешней среды предпринимательства, одним из условий создания которой является становление рынка информации и развитие новых информационных отношений. Информация и новейшие информационно-телекоммуникационные технологии способны стать фактором повышения эффективности деятельности малого предпринимательства.

Однако малое предпринимательство дает ощутимые результаты там, где осуществляется его действенная государственная поддержка. Поэтому на современном этапе становится важным сформировать жизнеспособные

институты информационной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства. Информационная политика государства в данном случае должна быть направлена на развитие высоких технологий, современных телекоммуникаций, развитие информационной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, создание жизнеспособных институтов: регулирующих информационные отношения в малом бизнесе

Таким образом, актуальность данного монографического исследования определяется возрастающим значением информации как фактора инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства; увеличивающейся ролью информации в деятельности малых предприятий; специфической особенностью процесса информатизации в России. необходимостью становления концепции информационной поддержки малого бизнеса и формирования эффективной системы информационной инфраструктуры малого предпринимательства; необходимостью разработки и внедрения в практику предпринимательской деятельности новых информационных технологий, повысить эффективность деятельности субъектов малого предпринимательства.

ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Возникновение и эволюция экономических категорий «предприниматель» и «предпринимательство»

Мировая история свидетельствует, что эффективное развитие рыночных отношений невозможно без предпринимательства, которое является неотъемлемой, необходимой составляющей развитой рыночной системы хозяйствования. Поэтому предприниматель является центральной фигурой функционирования и развития рыночного хозяйства.

Предпринимательство обладает рядом специфических свойств. Ускоряя хозяйственные изменения, оно выступает в роли своеобразного «возмутителя спокойствия» и переводит экономику в новое состояние. Именно в предпринимательской деятельности создается и находится в обороте основная масса национальных ресурсов, являющихся питательной средой экономического роста.

Анализ истории экономической мысли показывает, что цельной теории современного предпринимательства пока не создано, несмотря на значительные теоретические разработки в этой области. До сего дня отсутствует даже общепринятое определение предпринимательства. Как отмечал известный американский экономист П.Ф. Друкер¹, «прошло уже много лет с тех пор, когда Сэй ввел в оборот этот термин, а мы все еще продолжаем путаться в определениях «предприниматель» и «предпринимательство».

Однако эти понятия использовались еще в античные времена. Так, в римском праве предпринимательство рассматривалось как занятие, дело, деятельность, особенно коммерческая, а под предпринимателем подразумевался арендатор, человек, ведущий общественное строительство. В Европе в XVI-XVII вв. его связывали с государственным подрядом в области военных заказов или в строительстве фортификационных сооружений².

Ниже нами систематизируется происхождение и развитие термина «предприниматель» и «предпринимательство» в двух направлениях: по отношению предпринимателя к категории «собственность» и по отноше-

¹ Друкер П.Ф. Рынок: как войти в лидеры. Практика и принципы. – М.: Дело, 1992. – С.31-32.

² Всемирный словарь коммерции. Париж, 1723.

нию предпринимателя к категории «экономический интерес». Такой подход связан с тем, что в экономической мысли долгое время господствовало представление, что собственность – это отношение предпринимателя к вещи, его власть на вещь, его способности и возможности распоряжаться, использовать материальные ресурсы для получения прибыли. При этом предпринимательская деятельность была связана с вещами природы.

Тенденции развития понимания термина «предприниматель» в дальнейшем теснейшим образом было связано с использованием категории «экономический интерес».

Для раскрытия этого воспользуемся работами представителей известных экономических школ.

Впервые в экономической литературе термин «предприниматель» (фр. *entrepreneur*) появился во Всемирном Словаре Коммерции, изданном в Париже в 1723 г., где указывалось, что под ним понимается лицо, берущее на себя обязательство по производству или строительству объекта.

1. А. Монкретьен. Главным направлением экономической теории и практики в XV-XVII вв. был меркантилизм. Началом всякого предпринимательства, по мнению его представителей, являются деньги, которые превращаются в денежный капитал, когда владелец нанимает на них рабочих, покупает товары для обработки или перепродажи. Этот факт лежит в основе меркантилизма. Его сутью и целью было привлечение в страну драгоценных металлов и денег. Торговая деятельность предпринимателя-коммерсанта в этих условиях огромна. От него в конечном счете зависит благосостояние общества и благополучие каждого человека¹. Не случайно А. Монкретьен сравнивал купечество с насосом, который накачивает богатства в страну. По мере совершенствования экономики меркантилисты все большее внимание стали уделять фигуре промышленника.

2. Ж.Б. Кольбер. Идеолог и практик французского меркантилизма Ж.Б. Кольбер считал, что функции промышленника состоят в увеличении вложений в собственные предприятия, использовании новых технических приемов и средств, в обеспечении снижения цен, расширении рынков

¹ Монкретьен А. Трактат политической экономии.

сбыта, увеличении производства и улучшении качества продукции¹.

Меркантилисты впервые попытались определить роль и место выполнявшего в этот период предпринимательские функции промышленника в экономическом процессе независимо от его функциональных обязанностей и его деятельности не только по форме, но и по существу².

3. Р. Кантильон. У истоков теории бизнеса, предпринимательства и предпринимательских функций стоял известный французский экономист Р. Кантильон, живший в конце XVII – первом десятилетии XVIII в. Именно ему приписывается введение в научный оборот понятия «предприниматель»³. По мнению Р. Кантильона, предприниматель – это человек, действующий на свой страх и риск для получения не постоянного дохода, осуществляющего процессы производства и обмена⁴.

Согласно его теории предпринимательство – это умение предвидеть и рисковать, покупая по известной цене и продавая по неизвестной. Акцентирование внимания на высокой степени риска как важнейшей черте предпринимательства было связано с серьезными структурными изменениями в экономике в период становления капитализма.

Кантильон рассматривал предпринимателя, в отличие от рабочего, государственного служащего, получавшего постоянное жалование, как человека, действовавшего на свой страх и риск для получения непостоянного дохода, осуществляющего процессы производства и обмена. Он приобретает товары по определенной цене с намерением перепродать их по более высокой, которая в силу самой природы рынка не может быть фиксированной и отличается неопределенностью.

Показательно, что на первый план Кантильон выдвигал торговлю. Причем наряду с ремесленником, крестьянином и торговцем в категорию «предприниматель» он включал нищих и разбойников. Кантильон не отождествлял предпринимателя с собственником капитала. Более того, он подчеркивал, что капитал может быть как собственным, так и заемным, и

¹ Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилиана. – 4-е изд. Доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – С.361; Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: теория и практика. – М.: Дашков и К°, 2003. – С.11.

² Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилиана. – 4-е изд. Доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – С.454.

³ Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилиана. – 4-е изд. Доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – С. 328.

⁴ Кантильон Р. Опыт о природе торговли вообще. 1755.

этот факт не влияет на характеристику предпринимателя. Главное, что его отличает, – желание и умение нести риск. Впервые Кантильоном выдвигается концепция риска как отличительной черты предпринимательской деятельности и размера прибыли как платы за риск. Им был определен критерий – несение риска, – в соответствии с которым собственник средств производства, живущий на проценты с капитала, или управляющий (менеджер) не являются предпринимателями, если их деятельность не включает в себя элемент неопределенности. Им был выявлен побудительный мотив предпринимательской деятельности – получение более, высокого дохода как платы за несение риска.

Кантильон не изобрел никакой теории. Но его определение предпринимателя и предпринимательства, появившееся задолго до современных форм рыночного хозяйства, частично соответствует пониманию термина «предприниматель» нашего времени.

Новая экономическая теория, захватившая в XVIII в. умы монархов, аристократии, растущей буржуазии, стала называться физиократической. Ее основатели – физиократы начинали свой путь экономического развития с критики меркантилизма. Они перенесли вопрос о происхождении богатств из сферы обращения в производство. Последнее ими понималось весьма ограниченно – только как сельскохозяйственное производство, в котором возможны проявления самостоятельности, энергии, внедрения разнообразных новшеств, т.е. всего того, что сегодня включает понятие предпринимательство.

4. А. Смит в своем труде «Исследовании о природе и причинах богатства народов» он довольно большое внимание уделил характеристике предпринимателя¹.

Отправной точкой его анализа являлась идея о том, что человеческое общество есть меновой союз, члены которого обмениваются продуктами труда и услугами. По его мнению, важную роль в этом процессе играет предприниматель. Во времена Смита предприниматель – это собственник капитала, берущий на себя риск хозяйствования. Смит образно описывает скрытую пружину рынка свободной конкуренции, где личный интерес побуждает каждого производителя поступать так, будто его ведет неведомая

¹ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Пер с англ. в кн.: Антология экономической классики. В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. – М.: Эконов, 1993.

рука ради достижения той цели (богатство всех), которая никак не входит в его намерения. Являясь собственником капитала, предприниматель ради реализации коммерческой идеи и получения прибыли идет на риск, поскольку вложения капиталов всегда содержат в себе элемент риска. Предпринимательская прибыль и есть, по Смицу, компенсация собственника за риск. Он категорически выступает против пренебрежительного отношения к риску.

Смит обосновывает прибыль интересом капиталистов, аргументируя это тем, что иначе капиталист был бы не заинтересован вкладывать капитал. Предприниматель сам планирует, организует производство, реализует выгоды, связанные с «разделением труда, распоряжается результатами производственной деятельности. В общественной жизни, считает Смит, естественно равенство общей суммы выгод и невыгод для различных приложений труда и капитала.

5. Д. Рикардо. Представления о роли предпринимателя были развиты Д. Рикардо в «Начале политической экономики и податном обложении»¹. В капитализме он видел абсолютный, вечный и естественный способ производства, а предпринимательскую деятельность рассматривал в качестве обязательного элемента эффективного хозяйствования.

6. Ж.Б. Сэй. Современник Д. Рикардо Сэй был сторонником А. Смита. Он последовательно и неустанно популяризировал взгляды Смита. Именно он перевел книгу А. Смита на французский язык. В своем шеститомном труде «Курс политэкономии» Сэй придавал первостепенное значение производству, уделив заметное место предпринимательству¹. Выделив три стадии в производственном процессе (научную, предпринимательскую и производственную), он полагал, что на второй и третьей стадии в качестве главного действующего лица выступает предприниматель – «лицо, которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт».

Сэй включал в функцию предпринимателя соединение факторов производства – капитала и труда, сбор информации и накопление опыта, принятие соответствующих решений, запуск и осуществление производ-

¹ Рикардо Д. Начало политической экономии и податного налогообложение / Пер с англ. в кн.: Антология экономической классики. В.Петти, А.Смит, Д. Рикардо. – М.: Эконом, 1993.

ственного процесса. В целом он определял предпринимателя как экономического агента, комбинирующего факторы производства, вернее, перемещающего «экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область высокой производительности и прибыльности».

Сэй признавал активную роль предпринимателей в создании продукта. Он сформулировал тезис о трех факторах производства – капитале, труде и земле, комбинации факторов, который и сегодня широко используется в экономической науке. Каждому из факторов производства соответствует определенный вид дохода. Сотрудничество между собственниками производства создает «гармонию социального механизма». Доход предпринимателя, по Сэю, является вознаграждением за труд, способность организовать производство и сбыт продукции, обеспечить «дух порядка». Он считал, что предприниматель должен сочетать такие качества, как здравый ум, постоянство, знание людей, умение верно оценивать важность продукта, обладание талантом управления.

Таким образом, Сэй определял предпринимательство как оперирование этими тремя факторами – извлечение их в одном месте, где они дают малый доход, затем перемещение и новая их комбинация в другом месте, где они дают наибольший доход. Его определение, будучи достаточно конкретным, обладало некой всеобщностью. Поэтому оно и сегодня частично применимо к любым формам предпринимательской деятельности: торговле, производству, кредитному делу. Не случайно и сегодня любое исследование, посвященное предпринимательству, не может обойтись без прямой или косвенной ссылки на Сэя.

Теория факторов производства в последующем неоднократно дополнялась и совершенствовалась. Примером может служить теория «вменения», появившаяся на рубеже XIX-XX вв.

7. М. Вебер. «Хозяйство и общество» (1910): предприниматель – носитель рациональности, который получает максимальную выгоду от использования вложенных средств и усилий, выбора кратчайшего пути для

¹ Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии / Сост. М.К. Бункина, А.М. Семенова. – М.: Дело, 2000. – 232 с.

наиболее полного достижения желаемого¹.

На Западе М. Вебера часто называют «великим буржуазным антиподом Карла Маркса». В немалой степени это связано с разработкой Вебером проблем предпринимательской деятельности, в которой он видел воплощение рациональности – получение максимальной выгоды от использования вложенных средств и усилий, выбор кратчайшего пути для наиболее полного достижения желаемого. Носителем рациональности, по мнению Вебера, является предприниматель².

Стремление к предпринимательству проявилось у людей еще в древнейшие времена – в период перехода от варварства к цивилизованным формам организации общественной жизни.

В истории существовали два типа предпринимательства. Каждому из них свойственно «стремление к наживе, к денежной выгоде», но они отличались друг от друга. Это стремление наблюдалось, писал Вебер в работе «Протестантская этика и дух капитализма»¹, у официантов, врачей, кучеров, художников, чиновников-взяточников, солдат, разбойников, крестоносцев, посетителей игорных домов и нищих. Оно свойственно людям всех типов и сословий, всех эпох и стран мира, повсюду, где для этого существовала какая-либо объективная возможность.

Но «безудержная алчность в делах наживы ни в коей мере не тождественна капитализму и еще менее того его духу». Более того, капитализм, как его понимает Вебер, идентичен обузданию этого иррационального стремления, во всяком случае, рациональному регламентированию. Этот тип хозяйства тождествен стремлению к наживе, но в рамках непрерывно действующего рационального капиталистического предприятия, которое должно обеспечивать непрерывно возрождающуюся прибыль, рентабельность. В рамках капиталистической системы предприятие, не ориентированное на возможность получения прибыли, неминуемо осуждено на гибель. Поэтому капиталистическим Вебер называет такое ведение хозяйства, которое основано на ожидании прибыли посредством использования возможностей обмена, т.е. мирного (формально) приобретательства, Таков, по мнению Вебера, мирный и основной действительно капиталисти-

¹ Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / Избранные произведения: Пер с нем. под ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 805 с.

² Вебер М. Избранное произведение М.: Прогресс, 1990. – С.47-49.

ческий» тип предпринимательства.

Второй тип основан на насилии. Это приобретательство следует своим «особым законам, и нецелесообразно подводить его под одну категорию с той деятельностью, которая в конечном счете ориентирована на возможность получения прибыли посредством обмена».

В жизни отделить «чистое», ненасильственное, приобретательство от «нечистого», насильственного, довольно сложно. История дает много примеров того, как одни и те же лица применяли разные методы и приемы. Это тем более справедливо, когда речь идет о представителях различных поколений той или иной деловой династии. Иногда основатель рода наживал миллионы способами, далекими от норм благочестия и высокой морали, впоследствии же деньги «отмывались» его детьми и внуками.

Но нельзя отрицать существование в мире бизнеса морали и этики. А значит, нельзя отрицать и двух моделей поведения, двух различных типов предпринимательской деятельности. Надо видеть условность грани между ними и диалектическую сложность воплощения в жизни.

М. Вебер, признавая эту сложность, считал, что оба типа предпринимательства были всегда присущи человеческому обществу. Капиталистические предприятия, по его мнению, с достаточно рациональным движением капитала существовали во всех культурных странах земного шара: в Китае, Индии, Вавилоне, Египте, в других государствах древности.

Столь же древний характер имеет и второй тип предпринимательства – деятельность «авантюристов, которая носила чисто иррационально-спекулятивный характер», ориентированная на насилие в ходе военных действий или посредством длительной эксплуатации государственных подданных.

В отличие от предшествующих типов современному западному обществу, утверждал Вебер, присущ первый тип предпринимательства. Он называл его рациональной капиталистической организацией свободного (формально) труда и определял основные черты, присущие такой организации:

- ориентация на товарный рынок;

¹ Вебер М. Избранное произведение М.: Прогресс, 1990. – 628 с.

- отделение от домашнего хозяйства;
- рациональная бухгалтерская отчетность;
- юридически оформленный раздел капитала предприятия и личного имущества предпринимателя;
- форма предприятия как наилучшая организация трудового процесса;
- возникновение западной буржуазии;
- упорядоченная структура права и управления;
- рационализм» всей западной культуры;
- развитие способностей и предрасположенности людей к определенным видам поведения.

Особенно большое значение он придавал последней особенности. На развитие способностей людей очень часто оказывала влияние тесная связь капитализма с рациональной этикой аскетического протестантизма.

Именно протестантизм, по мнению Вебера, создал мировоззренческие предпосылки для рационального ведения хозяйства. Средневековый католицизм видел в деятельности, для которой нажива является самоцелью, нечто постыдное и позорное. В результате Реформации положение изменилось. Экономический успех был возведен протестантской этикой в религиозное призвание.

Вебер изучил взгляды представителей различных протестантских течений. Он выделяет среди них прежде всего призывы к трудолюбию. Не бездействие и наслаждение, а лишь деятельность служит приумножению славы Господней. Главный и самый тяжелый грех – бесполезная трата времени.

Например, с явным сочувствием Вебер цитирует Бакстера, одного из идеологов пуританского учения, считавшего, что определенная профессия представляет собой наивысшее благо для каждого человека. В выступлениях Бакстера и других протестантских проповедников создается провиденциальное истолкование стремления человека к наживе, идеализированный образ делового человека, всё́м обязанного только самому себе.

Полное одобрение трезвого буржуа сочетается с одобрением добросовестных рабочих. Новая религиозная этика предоставила в распоряжение предпринимателя-капиталиста чрезвычайно трудолюбивых рабочих, рассматривающих свою деятельность как угодную Богу цель жизни.

Активная роль протестантизма как средства формирования капитали-

стической рациональности, по мнению Вебера, проявилась и в настойчивом утверждении честности как основы поведения предпринимателя. В XVIII в. фраза «честен, как гугенот» вошла в поговорку. Интересны подсчеты Вебера, согласно которым большое число мультимиллионеров Северной Америки и Европы являлись выходцами из различных течений протестантизма, особенно баптизма.

Взгляды Вебера на предпринимателя-капиталиста как носителя рациональности оказали большое влияние на общественное мнение в западных странах. Однако некоторые его представления о формализации, доходящие до «обезличенности» предпринимателей и менеджеров, не были поддержаны. И это не удивительно. Объективное развитие экономики в XX в. потребовало от предпринимателей большой личностной активности, мобильности, развития творческой инициативы. Это нашло отражение в новых теоретических концепциях.

В XX в. выработался новый подход к предпринимателю, прежде всего как к субъекту поиска и реализации новых идей.

8. Й. Шумпетер. Создателем теории предпринимателя-новатора был выдающийся экономист Й. Шумпетер¹. Его можно называть одним из самых известных интерпретаторов капитализма, понявших, что новаторство – это важный источник развития капитализма в прошлом и является единственным шансом, открывающим капиталистическому обществу дорогу в будущее.

Предприятие и предприниматели, утверждал Шумпетер, являются основными двигателями механизмов производства, обмена и распределения в условиях рыночной экономики. Предприятие он определял как организацию, которая, комбинируя затраты на различные факторы производства, продавая «благо» или услуги на рынке, добивается наибольшего денежного дохода, т.е. разницы между собственными издержками и рыночной ценой.

Предприятие – это «действие, которое еще надо осуществить», а предприниматель – «агент, реализующий все новые и новые комбинации факторов производства (за счет обновления товарной продукции, поиска новых рынков и т.д.)».

¹ Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.

Есть ряд признаков определения новых комбинаций, которые осуществляет предприниматель. Во-первых, эти комбинации хотя бы какое-то время сохраняются наряду со старыми, не трансформируются в них. Во-вторых, они осуществляются вне привычных рамок деятельности, следовательно, отсутствует показатель их эффективности и труд предпринимателя приобретает новое качество, основанное на особом «чутье», способности видеть вещи в ином свете, требующее усилия воли индивида. В-третьих, новые комбинации могут встретить сопротивление со стороны старых, противодействие социальной среды, правового или политического характера. Отсюда следует, что деятельность предпринимателя – это не труд, а если и труд, то качественно иной формы, заключающийся в умении идти вперед в одиночку.

Определение предпринимателя с точки зрения выполняемых им функций создания новых комбинаций не позволяет, согласно Шумпетеру, длительное время заниматься предпринимательской деятельностью. Как только новая комбинация вступает в процесс кругооборота, она теряет свою новизну, а индивид, ее осуществлявший, – возможность называться предпринимателем.

Предприниматель должен постоянно преодолевать инерцию, связанную с привычками и укоренившимися традициями. Главный его враг – сопротивление внешней среды. Поэтому новаторство предпринимателя – это и источник общего движения, и конституирующий признак. Например, по мнению Шумпетера, Форд стал настоящим предпринимателем не с 1906 г., когда он уже был владельцем завода, а с 1909 г., когда начал выпуск своей знаменитой модели автомобиля. Данное обстоятельство носит принципиальный характер.

Для Шумпетера статус собственника не является определяющим и обязательным свойством предпринимателя, так как самостоятельность индивида или его финансовая независимость еще не есть выполнение функций по осуществлению новых комбинаций. Заниматься предпринимательской деятельностью можно и не являясь собственником. Но хозяйствующий субъект должен быть наделен всеми полномочиями по распоряжению предоставленной ему собственностью. Шумпетер выделил три целевых мотива в деятельности предпринимателя:

- потребность в господстве, власти, влиянии;

- воля к победе, стремление к успеху, достигнутому в борьбе с соперниками и с самим, собой;
- радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дел.

Предприниматель – это лицо, стремящееся конкурентному преимуществу и достигающее конкурентоспособности.

Расширенное толкование понятия предпринимательства обусловило необходимость его классификации. В работах Й. Шумпетера выделялись четыре типа предпринимателя. На первое место он ставил «фабриканта-торговца». Как правило, это был капиталист. Как собственник средств производства, он принадлежал к определенному социальному классу. Этому типу предпринимателя, считал Шумпетер, присущи автократические «концепции своей роли на предприятии». Фирма – его «вещь», его «дело». Зачастую фабрикант сам и руководил предприятием.

Второй тип Шумпетер называл «капитанами индустрии». Они не обязательно должны были быть собственниками предприятия. Хотя часто «капитаны индустрии» обладали пакетами акций, нередко контрольными, дававшими им право на фактическое распоряжение имуществом компании. Важной чертой «капитана» являлось большое личное влияние. Он, как правило, выполнял роль председателя правления компании или занимал какой-либо другой высокий административный пост. По сравнению с «фабрикантом» «капитан» имел меньше связи с персоналом.

Третью группу составляют «директора», которых Шумпетер изредка называл менеджерами. «Директор» может осуществлять действенное руководство «новыми комбинациями факторов производства», даже если он просто наемный служащий. Получая зарплату, он все же занимает промежуточное положение, поскольку он заинтересован в росте прибылей предприятия. Он стремится увеличить эту прибыль. Но среди побудительных мотивов деятельности «директора» более важное значение имеют стремление к качественному выполнению своей работы, профессиональная ответственность, желание укрепить авторитет и добрую репутацию среди специалистов, а также среди клиентов и широкой публики.

К четвертой группе Шумпетер относил так называемых основателей. Эти люди специализировались на разработке проектов создания предприятий и их осуществления. Но, как только предприятие начинало свою деятельность, «основатели», получив определенные доходы, тем или иным

способом прекращали свое участие в нем. Это были своего рода посредники. Часто их моральный уровень, признавал Шумпетер, был ниже, чем у представителей других групп предпринимателей.

Все четыре группы имели общие черты. К ним Шумпетер относил стремление к господству, «спортивный вкус» к одержанию «новых побед радость творчества».

В «Теории экономического развития» Шумпетер сформулировал следующие функции предпринимательской деятельности¹:

производство нового, еще незнакомого для потребителя материального блага или прежнего блага, но с новым качеством;

введение новых методов производства, не применявшихся в ней ранее;

освоение новых экономических рынков сбыта или широкое и глубокое использование прежних;

освоение новых источников и видов сырья;

осуществление новой организации производства и сбыта.

Данная функция предпринимателя является дискретной и не закреплена навечно за определенным носителем. Она тесно связана с особенностями личности предпринимателя: специфической мотивацией, своеобразным интеллектом, сильной волей и развитой интуицией. Шумпетер считал предпринимательство особым экономическим фактором в добавление к трем общеизвестным – капиталу, труду и земле.

Для него предпринимательство выступает в роли основного фактора экономической динамики. Все модели экономической эволюции, анализируемые Шумпетером, основываются в той или иной степени на новаторстве. Последнее играет решающую роль и в формировании прибыли, которую он рассматривает как продукт новой комбинации факторов производства. Главным вопросом при анализе прибыли Шумпетер считает выяснение источника, который не зависит от характера общественной системы или типа предприятия. Этот источник он видит в новаторстве. Из новаторской функции предпринимателя он выводит такие важнейшие экономические явления, как прибыль, процент, экономические циклы.

В работе «Капитализм, социализм и демократия» (1942): предприни-

¹ Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.

матель – основной двигатель механизмов производства, обмена и распределения в условиях рыночной экономики – это «агент, реализующий все новые и новые комбинации факторов производства (за счет обновления товарной продукции, поиска новых рынков и т.д.)». предпринимательский статус непостоянен, субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда он осуществляет функции инноватора.

9. Ф. Найт. Однако, наиболее полное развитие фактор предпринимательского риска, получил у американского экономиста Ф. Найта, по мнению которого риск является важнейшей составляющей предпринимательской функции. Риск по Ф. Найту, представляет собой объективную вероятность того, что то или иное событие произойдет, и может быть выражено количественно, в частности, в виде формализованного математически вероятностного распределения доходов. Следовательно, Ф. Найт связывал появление предпринимательского дохода не с любым видом риска¹.

Исследования Ф. Найтом природы предпринимательского дохода легли в основу современных точек зрения на риск и неопределенность. Его результаты дают возможность оценить границы между традиционным управлением корпорацией и предпринимательством.

Функция управления сама по себе, как он считал, не подразумевает предпринимательства. Однако, менеджер становится предпринимателем, когда его действия носят характер самостоятельного суждения, включающего готовность к ошибке.

10. Дж. М. Кейнс. Проблема предпринимательства получила рассмотрение в творчестве известного английского экономиста Дж. М. Кейнса. Как известно, в его трудах отразилось резкое обострение противоречий западного общества, связанных с мировыми войнами, мировым экономическим кризисом 30-х гг., потрясениями в России и других странах мира². Кейнс считал, что в подобных условиях капитализм нуждается в поддержке, с помощью которой можно преодолеть трудности. Решающую роль в этом он отводил государству.

Книга Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег», вышедшая в свет в 1936 г., явилась теоретическим обоснованием необходимости целенаправленных государственных мероприятий для поддержания пол-

¹ Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 360 с.

² Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос-АРВ, 2002. – 352 с.

ной занятости, ограничения стихийности экономических процессов.

Под влиянием идей Кейнса в ряде западных стран сформировалась государственная политика регулирования экономики. Ярким ее примером послужил «Новый курс» Ф. Рузвельта. В результате его осуществления был принят ряд законов, ограничивавших власть предпринимателей и защищавших интересы трудящихся. В США и ряде других стран был введен минимум заработной платы, создана система социального обеспечения и пособия по безработице, осуществлены меры поддержки фермерского хозяйства, расширены права профсоюзов.

«Новый курс», основывавшийся на положениях кейнсианства, спас от крушения немалое количество промышленных предприятий и банков. Однако государственная экономическая политика, сковывавшая частнохозяйственную инициативу, наталкивалась на сопротивление части предпринимателей. Поэтому, когда главная опасность миновала, они стали добиваться свертывания вмешательства государства в экономику. Но полностью вернуться к прошлому было уже невозможно. «Дикий» капитализм ушел в прошлое. Политика 30-х гг. означала качественное повышение степени социализации западного общества.

Интерес Кейнса к общим проблемам воспроизводства, к государству, к теории занятости отнюдь не означал недооценки роли предпринимателя и его деятельности.

В работах Кейнса понятие «предприниматель» трактуется как своеобразный социально-психологический тип хозяйственника, для которого характерны не столько рациональная калькуляция или новаторство, сколько набор определенных психологических качеств: умение правильно соотносить между собой потребление и сбережение, способность к риску, дух активности, уверенность в перспективах, несмотря на трудности, и др.

Характеризуя, например, мотивы потребления и, сбережения, присущие предпринимателям, Кейнс выделяет несколько их основных типов. Среди них фигурировали:

- осторожность. По мнению Кейнса, примером могут служить побуждения к образованию резервов на случай непредвиденных обстоятельств. Это качество имело немаловажное значение в условиях 30-х гг.;
- предусмотрительность. Кейнс считает это качество особенно важным, в частности, в том случае, когда заранее ясно, что в будущем соотноше-

ние между доходами и расходами станет иным;

- расчетливость, понимаемая как стремление обеспечить себе доход в форме процента либо воспользоваться будущим предполагаемым увеличением ценности имущества;
- стремление к лучшему, исходя из того, что в будущем ожидается увеличение доходов;
- стремление к независимости, что характерно для любого человека, постоянно добивающегося укрепления самостоятельности;
- предприимчивость, понимаемая как обеспечение свободы для коммерческих операций, или, как писал Кейнс, желание обеспечить ресурсы для осуществления дальнейших капиталовложений;
- желание оставить наследникам состояние;
- чувство скупости как таковое.

Большое значение Кейнс придавал фактору риска. Он сравнивал предпринимательскую деятельность с биржевой игрой, которой и сам отдавал немало времени и средств. Ученый описывает несколько разновидностей риска, например, чисто предпринимательский риск, или риск заемщика. Он возникает из-за сомнений в том, насколько полно удастся предпринимателю получить прогнозируемый доход и расплатиться с кредитором. У заимодавца возникают сомнения относительно честности должника. В эпоху финансово-экономических потрясений всегда существует, возможность изменения ценности денег и т. п. В общем, повсюду предпринимателя поджидают опасности. Но выигрывает только тот, кто не боится риска.

Преодолеть трудности предприниматель может лишь сохраняя оптимизм и уверенность в себе. Интересно отметить, что человек, которого нередко называли «декадентом капитализма», постоянно апеллировал к оптимизму. Когда иссякает жизнерадостность и приходится полагаться на один математический расчет, предпринимательство, по словам Кейнса, «хиреет и испускает дух». Частная инициатива в инвестиционных процессах возможна лишь в том случае, «когда разумные расчеты дополняются и поддерживаются духом жизнерадостности».

Кейнс и его последователи видели в предпринимателе основную фигуру капиталистической экономики, механизмы которой они призывали усовершенствовать. Но уже в 30-е гг. появляются концепции, которые от-

рицали ведущую роль традиционного предпринимателя, обосновывали новое видение предпринимательства.

Антиподом государственного регулирования стали различные либеральные (в США – консервативные) концепции. В последние десятилетия активность сторонников этих концепций резко увеличивается.

По Кейнсу, предприниматель – социально-психологический тип хозяйственника, для которого характерны не столько рациональная калькуляция или новаторство, сколько набор определенных психологических качеств: умение правильно соотносить между собой потребление и сбережение, способность к риску, дух активности, уверенность в перспективах, несмотря на трудности и др.¹.

11. Ф.А. Хайек. Наиболее крупным идейным вдохновителем этой концепции является лауреат Нобелевской премии Ф.А. фон Хайек. Все его творчество посвящено защите «нормальной» рыночной экономики и критике «искусственного» регулирования хозяйственной деятельности со стороны централизованных структур. В лекции «Конкуренция как процедура открытия» Хайек отмечал, что «защиты частной инициативы и предприимчивости можно добиться только с помощью частной собственности и всего комплекса либеральных правовых институтов»².

Научное осмысление процессов развития рыночного хозяйства и предпринимательства в 20 в. связано с современной австрийской школой, начиная с Л. Мизеса и Ф.А. Хайека. В противовес сложившимся взглядам на предпринимательство, традиционно рассматривавшееся как деятельность по поиску и извлечению прибыли, дохода в ситуации неравновесного рынка, представители австрийской школы считают, что нереализованные возможности для извлечения предпринимательской прибыли существуют и в ситуации равновесия рынков (по спросу и предложению) и связаны с процессом конкуренции.

Хайек рассматривает предпринимательство не просто как вид деятельности, а как характеристику особого типа поведения, сориентированного на поиск и реализацию новых экономических возможностей. Предпринимательство как развивающийся процесс имеет свои движущие силы,

¹ Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос-АРВ, 2002. – 352 с.

² Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия // МэиМО. – 1989. – №12.; Хайек Ф.А. Дорога к рабству. – М.: 1992. Хайек Ф.А. Экономическая теория и знание. – М.: 1937.

обусловленные сложной системой разнопорядковых интересов, главный из которых – получение прибыли. Однако всю сложную систему интересов, а соответственно и мотивации предпринимательской деятельности нельзя сводить к получению прибыли.

Решающее значение при этом он всегда отводил рыночным механизмам. Рынок понимается Хайеком как сложное передаточное устройство, позволяющее с наибольшей полнотой и эффективностью использовать информацию, рассеянную среди бесчисленного множества индивидуальных агентов.

С его помощью происходит максимально полное сопоставление спроса и предложения. Естественным результатом этого выступает цена как выражение равновесия, временного и относительного, но достаточного для осуществления той или иной сделки. Рынок не устанавливает цены, а лишь констатирует их, объективно способствуя их формированию. Тем самым рынок выполняет роль механизма, способствующего утверждению оптимальных результатов экономической деятельности.

Хайек часто использовал слова А. Смита о «невидимой руке» рынка, стимулирующей наиболее рациональное использование факторов производства. Хотя каждый из участников рыночных отношений не ставит перед собой цели добиться социального оптимума, часто даже не понимает ее необходимости, с помощью рынка общество приближается к достижению такой цели.

Из этого, однако, не следует, что Хайек выступал за неограниченную свободу предпринимательской деятельности. С его точки зрения, ограничения не могут создаваться искусственно государством, а должны определяться общими правилами поведения, спонтанно формирующимися в ходе общественного развития.

Особо важными для поддержания рыночного порядка Хайек считал два правила: отказ от присвоения чужой собственности и выполнение добровольно взятых на себя договорных обязательств. Деятельность предпринимателей, как и всех других членов общества, должна быть честной конкурентной борьбой и вестись по правилам.

Стремление к распределению дохода «по заслугам» или по каким-то другим критериям социальной справедливости расценивается Хайеком как атавизм. Он считал, что любые попытки втиснуть рыночный процесс в

схемы общественного распределения доходов неизбежно ведут к экономическому регрессу, утрате экономической эффективности.

Правила справедливого поведения Хайек называл «правлением права». Правовые требования признаются при этом обязательными для всех членов общества и всех социальных институтов, в том числе и для органов политической власти.

Либеральная позиция, отмечал Хайек, «основана на мужестве и доверии, на готовности допустить, чтобы изменения шли своим ходом, даже если мы не способны предсказать, куда они приведут». Либерализм традиционно выступал как доктрина, подчеркивающая, что в свободном обществе власть правительства должна быть сведена к минимуму. Монополия государства на организованное насилие терпима в той мере, в какой она предотвращает насилие со стороны частных лиц. Но как избежать перерождения государства из «ночного сторожа» и «грабителя среди дня»? Как защитить право от его же профессиональных стражей? Для либерала, каким являлся Хайек, это основной вопрос. Его решение становится возможным в рамках «ограниченного государства», действующего на основе «правления права».

Хайек в своей работе «Экономическая теория и знание» (1937): выдвигает проблему формирования ожиданий (прогноза) предпринимателей. Принцип свободного предпринимательства. Знания формируют ожидания предпринимателя, и эти ожидания корреспондируются с планами других индивидуумов.

12. М. Аллэ. Ставка на рыночные отношения и ключевую роль предпринимательской деятельности характерна творчеству лауреата Нобелевской премии по экономике М. Аллэ¹. Используя методы экономико-теоретического и сравнительно-исторического анализа, Аллэ доказывает, что, во-первых, только рыночная, конкурентная организация хозяйства с ведущей ролью предпринимателей может быть экономически эффективной и, во-вторых, без такой эффективной работы экономической системы не может быть реального социального прогресса.

М. Аллэ известен также своими работами по теории риска, в которых он показал, что считавшаяся на протяжении более 40 лет общепризнанной

¹ Аллэ М. Единственный критерий истины – согласие с данными опытами // МЭМО. 1989. – № 11. – С.304.

теории максимизации ожидаемой полезности не применима в процессе принятия многих эмпирических решений в условиях риска и неоднородности. А именно в этих условиях и работают предприниматели.

Как повысить результативность хозяйственной деятельности? «Главный вопрос, – пишет Аллэ, – для стран Востока и Запада один и тот же: обеспечить «децентрализацию решений, обеспечить заинтересованность каждого в поиске и реализации наилучших решений. С точки зрения выполнения этих условий трудно заменимым институтом является, на мой взгляд, частная собственность. Государство сможет действительно выполнять свои собственные задачи, лишь отказавшись от того, что гораздо лучше делает рынок»¹.

Бурное развитие неолиберальных концепций, формирование на их основе экономической политики с лозунгами приватизации и дерегулирования, широкая деятельность по хозяйственному разгосударствлению, охватившая значительные участки экономики западных стран, – все это показатели возрождения либерализма, возврата к его истокам, к теориям основателей западной экономической науки.

13. И. Кирцнер (1973). Предприниматель – использует возможности неравновесной ситуации, который базируется на расхождении между спросом и предложением, как во времени, так и в пространства. Это служит возможностью для получения добавочной прибыли².

14. П. Друкер. В последние годы предпринимательство довольно активно изучается конкретными экономическими науками, в частности, в рамках менеджмента. Один из ведущих специалистов по современному менеджменту американский ученый П. Друкер считает, что предпринимательство нельзя отнести ни к науке, ни к искусству¹. Это конкретная деятельность, практика, содержанием которой являются нововведения во всех сферах, в том числе в управлении. Согласно Друкеру, «нововведения являются особым инструментом предпринимателей, средством, при помощи которого они и используют изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса и услуг. В задачу предпринимателей входит целенаправленный поиск источников

¹ Аллэ М. Единственный критерий истины – согласие с данными опытами // МЭМО. 1989. – № 11. – С.304. – С. 217-241.

² Kirzner I. Competition and Entrepreneurship. Univ. of Chicago press. 1973.

нововведений, а также изменений и их признаков, указывающих на возможность достижения успеха».

При таком понимании не все, кто занимается бизнесом, являются предпринимателями. Так, в США под предпринимателем понимается человек, который открывает свой собственный мелкий бизнес, но «не каждый новый мелкий бизнес является предпринимательством или представляет предпринимательство». Чтобы называться предпринимательскими, предприятия не обязательно должны быть новыми и небольшими, так как принципы предпринимательства широко практикуются на крупных и старых предприятиях. В бизнесе предприниматели в собственном смысле слова составляют меньшинство. Капиталист и инвестор, взятые сами по себе, не являются предпринимателями, хотя последние и нуждаются в капиталах и инвестициях. Отличительная особенность предпринимателей состоит в том, что «они пытаются создать что-то новое и отличное от уже имеющегося, изменяют и преобразуют ценностные установки». Предпринимательство, по мнению Друкера, не ограничивается сферой бизнеса.

15. Као (1989) / Х. Пихлер. «Малые и средние предприятия» (2003): предприниматель – делец, удовлетворяющий потребность, которая до сих пор не была удовлетворена, организующий предприятия, опираясь на не одни только привычные методы².

16. Кристофер Пасс и др. Словарь по экономике (1998): предприниматель – индивид, который объединяет и организует факторы производства, создавая предприятия с целью получения прибыли.

Этот термин относится к любому индивиду, группе людей или экономическим агентам, которые выполняют выше описанные функции несения риска и организации. В соответствии с этими определениями предприниматели стремятся максимизировать прибыль. Однако все большее число экономистов признает, что отделение собственности от управления, влияя на характер поведения групп людей, руководящих корпорациями, может побудить их преследовать цели иные, нежели максимизация прибыли.

17. К. Макконелл, С. Брю. Авторы известного учебника «Экономикс» К. Макконелл и С. Брю рассматривают предпринимательство как особый

¹ Друкер П.Ф. Рынок: как войти в лидеры. Практика и принципы. – М.: Дело, 1992. – С.31-32.

² Пихлер Х. Малые и средние предприятия. – М.: 2003.

вид деятельности, в основе которой лежит ряд неперенных условий и требований. Во-первых, предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товаров и услуг¹. Выполняя роль катализатора, он является движущей силой производства и посредником, сводящим вместе другие ресурсы для осуществления процесса, который обещает быть прибыльным.

Во-вторых, предприниматель берет на себя трудную задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса, те рутинные решения, которые и определяют курс деятельности предприятия. В-третьих, предприниматель – это новатор, стремящийся вводить новые продукты, новые производственные технологии и новые формы организации бизнеса. Наконец, в-четвертых, предприниматель – это человек, идущий на риск. Он рискует не только временем, трудом, деловой репутацией, но и вложенными средствами – собственными и своих компаньонов.

В таблице 1.1. нами представлены в систематизированном виде высказывания ученых-экономистов 15-20 вв. о содержательной сущности понятия «предприниматель».

Таблица 1.1

Развитие содержательной сущности понятия «предприниматель»

| <i>Автор (источник), год</i> | <i>Определение термина «предприниматель»</i> |
|---|--|
| История предпринимательства, XVII в. | Лицо, заключающее с государством контракт на производство работы, стоимость которой оговорена заранее. Такой человек берет на себя всю финансовую ответственность за выполнение условий контракта, но если ему удастся уложиться в меньшую сумму, то разницу он присваивает себе |
| Всемирный словарь коммерции, Париж, 1723 | Предприниматель – лицо, берущее на себя обязательства по производству или строительству объекта. |
| Р. Кантильон, конец 17го-нач.18 вв. | Предприниматель – это человек, действующий на свой страх и риск для получения не постоянного дохода, осуществляющего процессы производства |

¹ Макконелл К., Брю С. Экономикс; принципы, проблемы, политика. В 2-х т. / Пер с англ. – М.: Инфра-М, 1992.

| <i>Автор (источник), год</i> | <i>Определение термина «предприниматель»</i> |
|---|---|
| | и обмена |
| А. Смит (1723-1790) Исследование о природе и причине богатства народов (1766) | Предприниматель – это собственник капитала, берущий на себя риск хозяйствования. Являясь собственником капитала, предприниматель ради реализации коммерческой идеи и получения прибыли идет на риск, поскольку вложения капитала всегда содержат в себе элемент риска. |
| П. Бодо (1725) | Лицо, несущее ответственность за предпринимательское дело; тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием |
| Ж.Б. Сей (1767-1832) Трактат о политической экономии (1803) | Предприниматель – лицо, которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт. В целом он определяет предпринимателя как экономического агента, комбинирующего факторы производства и перемещающего экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область высокой производительности и прибыльности |
| Д. Рикардо (1772-1823) «начало политической экономии и налогового обложения» (1817) | Предприниматель – обязательный элемент эффективного хозяйствования капитализма |
| Ф. Уокер (1876) | Следует различать тех, кто предоставляет капитал и получает за это проценты, и тех, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям |
| М. Вебер (1864-1920) хозяйство и общество (1910) | Предприниматель – носитель рациональности, который получает максимальную выгоду от использования вложенных средств и усилий, выбора кратчайшего пути для наиболее полного достижения желаемого |

| <i>Автор (источник), год</i> | <i>Определение термина «предприниматель»</i> |
|--|---|
| И.А. Шумпетер (1883-1950) капитализм, социализм и демократия (1942) | Предприниматель – основной двигатель механизмов производства, обмена и распределения в условиях рыночной экономики – это агент, реализующий все новые и новые комбинации факторов производства (за счет обновления товарной продукции, поиска новых рынков и т.д.). Предпринимательский статус непостоянен, субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда он осуществляет функции инноватора |
| Д.М. Кейнс (1883-1946) общая теория занятости, процента и денег (1936) | Предприниматель – социально-психологический тип хозяйственника, для которого характерны не столько рациональная калькуляция или новаторство, сколько набор определенных психологических качеств: умение правильно соотносить между собой потребление и сбережение, способность к риску, дух активности, уверенность в перспективах, несмотря на трудности и др. |
| Ф.А. фон Хайек (1899-1992) Экономическая теория и знание (1937) | Выдвигает проблему формирования ожиданий (прогноза) предпринимателей. Принцип свободного предпринимательства. Знания формируют ожидания предпринимателя и эти ожидания корреспондируются с планами других индивидуумов |
| П. Друкер (1964) | Предприниматель – это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой |
| Г. Пиншот (1983) | Интрапренер и антрепренер: интрапренер – это антрепренер, действующий в условиях уже существующего предприятия, в отличие от собственно антрепренера – предпринимателя, создающего новое предприятие |
| Р. Хизрич (1985) | Предприниматель – это человек, который затрачивает на создание чего-то нового силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетво- |

| <i>Автор (источник), год</i> | <i>Определение термина «предприниматель»</i> |
|---|---|
| | рение достигнутым |
| И. Кирцнер | Предприниматель – использует возможности неравновесной ситуации, который базируется на расхождении между спросом и предложением, как во времени, так и в пространства. Это служит возможностью для получения добавочной прибыли |
| Т.Ю. Горькова (1993) | Предприниматель – это центральная фигура в бизнесе, он ставит своей задачей соединение всех факторов производства в единый хозяйственный процесс |
| Большой экономический словарь А.Н. Азрилиана | Предприниматель – физическое лицо, осуществляющее государственную регистрацию в качестве предпринимателя и которое самостоятельно и на свой риск осуществляет активную экономическую деятельность учреждения какого-либо предприятия, кроме крестьянского (фермерского) хозяйства |

В любом обществе имеет место сложное сплетение экономических интересов. В значительной степени они выступают как социальные противоположности. Так, частные владельцы заинтересованы в росте прибыли за счет сокращения заработной платы наемных рабочих. Напротив, рабочие заинтересованы в росте заработной платы, невзирая на уменьшение прибыли. Противоречия экономических интересов ярко проявляются во всех формах конкурентной борьбы.

Но, стремясь к удовлетворению собственных интересов, предприниматели вынуждены обеспечивать условия для соблюдения интересов других слоев общества. Не удовлетворив интересы потребителя, не может удовлетворить свои интересы и производитель. Таков непреложный закон рыночной экономики.

В условиях нашего переходного общества экономические интересы также приобретают достаточно сложную структуру. Они выступают в виде гаммы, в которой в упрощенном плане можно выделить: во-первых, интересы индивидуальные, во-вторых, коллективные (групповые), в-

третьих, региональные, в-четвертых, всенародные.

В современных условиях значительно расширилась самостоятельность предприятий. В интересах общества желательно использовать значительную часть ресурсов на расширение производства. обновление техники. А коллективный интерес работников толкает их на то, чтобы, прежде всего, рос фонд заработной платы.

В связи с этим возникает вопрос об иерархии интересов концепции, что на первом плане должны стоять интересы всего общества, затем – коллективные интересы, а индивидуальные интересы должны быть подчинены интересам более высоких рангов, оказалась небезупречной. Если экономические интересы – это движущая сила, то их удовлетворение на нижней ступени – это фундамент всех побудительных факторов роста производства, а следовательно, и удовлетворения потребностей коллективов, регионов и всего общества.

Рыночная экономика более приспособлена для оптимального соотношения между различными рангами интересов, в особенности, когда стихийные регуляторы удачно дополняются административными.

Проблема экономических интересов теснейшим образом связана с принципами экономической реализации прав собственности, т.е. какие и сколько материальных и духовных благ достается собственнику средств производства.

В результате обобщения выводов отечественных и зарубежных ученых, анализируя историю и тенденции развития рынка, а следовательно, и экономической категории «предприниматель», мы приходим к необходимости его дополнения и корректировки. Нам представляется, что предприниматель размышляющий о максимизации прибыли, а также преследующий другие цели, неизбежно обращается к вопросам информации и знания. Подход к определению термина «предприниматель» с точки зрения информации и знания представляется весьма плодотворным и углубляет наше понимания предпринимательской способности, т.к. знание и информация является своеобразным капиталом. Поэтому любые из них, в чем бы они не заключались, должны быть созданы. При этом на них затрачиваются определенные ресурсы.

В рамках категории «экономический интерес» термин «предприниматель» сформулируем следующим образом. Предприниматель – это про-

фессия, определенная специфическим состоянием человека, действующим под влиянием его экономических интересов и формируемых под действием его определенных наклонностей, способностей в условиях воздействия органов государственной власти и окружающей (внешней) среды.

Динамика и эффективность развития предпринимательства непосредственно влияют на динамику и эффективность развития рыночного хозяйства, и наоборот. История развития предпринимательства отражает определенные ступени развития рыночного хозяйства, по мере развития которого проявлялись и главные черты предпринимательства.

При рассмотрении предпринимательства необходимо разделять экономическую деятельность и предпринимательство в собственном понимании этого слова. Первая возникла с появлением человека. Собираательство, охота, земледелие, ремесло представляли собой формы экономической деятельности, характерные для различных исторических эпох. Предпринимательство же возникло на определенном этапе развития общества и связано с определенным типом экономической системы.

Оно является продуктом капиталистического развития. Его возникновение теснейшим образом связано с формированием капиталистических социально-экономических и политико-правовых отношений. Можно выделить несколько важнейших предпосылок и факторов, способствовавших его появлению и утверждению. Они сводятся к следующим:

возникновение гражданского общества и правового государства;

формирование идеи личности, которая наделена от рождения комплексом неотчуждаемых прав и свобод и интересы которой могут вступить в конфликт с интересами общества и государства;

утверждение идеи неотчуждаемого права на частную собственность в современном ее понимании и связанной с ней идеи экономической свободы, или свободы экономического выбора;

отделение собственности от государственной власти и соответственно экономической власти от политической власти;

разделение экономической, социальной и политической сфер жизни;

возникновение рыночной экономики и т.д.

Во многих литературных источниках используются сокращенные определения – среда предпринимательства или социально-экономическая среда. Среда предпринимательства исследована в работах зарубежных и

отечественных ученых, в том числе, А. Хоскинга¹, В.Г. Игнатова, О.Ю. Бородиной, А.И. Поповой и Т.Г. Романовой, М.Г. Лапусты, Л.Г. Шаршуковой, А.И. Муравьевой, А.М. Игнатьева, А.Б. Крутика, а также в диссертационных исследованиях. Поэтому в данной работе проблема среды предпринимательства нами не рассматривается.

Проведенный обзор литературных источников и работ ученых-экономистов также позволяет провести систематизацию определения термина «предпринимательство». Результаты анализа содержательной сущности «предпринимательства» представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2

**Развитие содержательной сущности понятия
«предпринимательство»**

| <i>Автор или источник, год</i> | <i>Определение термина «предпринимательство»</i> |
|--------------------------------|---|
| Р. Кантильон | Предпринимательство – это умение предвидеть и рисковать, покупая по известной цене и продавая по неизвестной |
| Й. Шумпетер | Предпринимательство – основной фактор экономической динамики |
| Ф.А. Хайек | Предпринимательство не просто вид деятельности, а характеристика особого типа поведения, сориентированного на поиск и реализацию новых экономических возможностей. Предпринимательство как развивающийся процесс имеет свои движущие силы, обусловленные сложной системой разнопорядковых интересов, главный из которых – получение прибыли |
| П. Друкер | Предпринимательство – это конкретная деятельность, практика, содержанием которой являются нововведения во всех сферах, в том числе в управлении |
| Большой | Предпринимательство – инициативная самостоя- |

¹ Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993.

| <i>Автор или источник, год</i> | <i>Определение термина «предпринимательство»</i> |
|---|--|
| <p>экономический словарь А.Н. Азрилиана</p> | <p>тельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность и от имени и под юридическую ответственность юридического лица. Предпринимательство предполагает имущественную ответственность в пределах, определяемых организацией правовой формой предприятия (государственное, открытые АО, закрытое АО, товарищество, индивидуальное частное предприятие, производственный кооператив, муниципальное и унитарное предприятие)</p> |
| <p>Большой экономический словарь А.Н. Азрилиана</p> | <p>Малое предпринимательство – предпринимательство, осуществляемое субъектами, признанными малыми в соответствии с законодательством. К субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия субъектов РФ, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одним или нескольким юридическим лицам, не являющимся объектами малого предпринимательства, не превышает 25 и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает предельных установленных уровней. Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Многопрофильные малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности, относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является</p> |

| <i>Автор или источник, год</i> | <i>Определение термина «предпринимательство»</i> |
|--------------------------------|--|
| | наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли |

Таким образом, проблема предпринимательства и предпринимательской деятельности достаточно давно и многообразно решается экономической наукой. Сегодня при всем различии подходов общим является определение предпринимательства как чрезвычайно сложного и многогранного вида экономической деятельности, распространяющейся на все отрасли хозяйства и сферы экономики.

Однако такие определения термина «предпринимательство» на сегодняшнем уровне развития экономической науки представляются весьма узкими, так как они не оставляют места для полного исследования и толкования понятия «предпринимательство». Это связано с тем, что предпринимательская деятельность осуществляется в условиях окружающей среды, а в определениях этот фактор, как правило, отсутствует.

Здесь отметим, что неоднородность экономического рынка подробно проанализирована профессором, доктором экономических наук Сафиуллиным Н.З.¹, где показано, что понятие окружающей среды предпринимательства непосредственно связано с государством и в частности с регионом, где осуществляется предпринимательская деятельность. Поскольку регионы не однородны по социально-экономическим уровням развития, по географическому положению, по ресурсам и другим факторам, определяющим окружающую среду предпринимательской деятельности, то окружающая среда также неоднородна, т.е. неоднородность окружающей среды в целом и неоднородность социально-экономических условий оказывает непосредственное влияние на экономические интересы предпринимателей.

Окружающая среда предпринимательства определяется совокупностью условий и факторов, которые влияют на формирование и развитие предпринимательства и обеспечивают реализацию предпринимательской деятельности.

¹ Сафиуллин Н.З. Многомерный рынок: теория и методология. – Казань: Изд-во Казанск. Ун-та, 2002. – 214 с.

Таким образом, наша концепция состоит в том, что предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность предпринимателя, т.е. граждан и их объединений (в производстве, торговле, финансовой сфере, менеджменте, в сфере услуг и т.д.), связанная с удовлетворением системы экономических интересов предпринимателя, осуществляемая в условиях социально-экономической среды государства и в частности региона, от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица, цель которой – получение прибыли или личного (коллективного) дохода.

1.2. Специфика развития предпринимательских структур и их роль в экономике государства

Одной из особенностей специфики развития предпринимательской деятельности предпринимательских структур в условиях преобразования экономики выступает развитие малого предпринимательства, являющегося одним из точных показателей экономического и социального здоровья государства. Например, в ряде стран Западной Европы доля малого предпринимательства в ВВП доходит до 50%, а в некоторых – до 70%. Еще выше этот показатель в таких странах, как Япония, Китай.

В Российской Федерации, по данным Государственного комитета по статистике, доля малого предпринимательства в ВВП составляет порядка 10-11%. В городах нашей страны насчитывается порядка 900 тысяч малых предприятий. Численность работников в этой сфере составляет около 7 млн. человек (примерно 9% всего занятого населения); из них, около 5 млн. человек занимается индивидуальной предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Число малых предприятий в промышленности составляет порядка 130 тыс.; в научно-технической сфере – 30 тыс.

При этом малые предприятия, удельный вес которых в промышленности составляет 15%, производят 30% общего объема выпуска товаров и услуг, обеспечивают занятость в среднем почти 21% от численности работающих.

В аграрной сфере действует около 300 тыс. крестьянских (фермер-

ских) хозяйств, а также более 2,5 млн. семейных подворных хозяйств производят и поставляют свою продукцию на рынок. При этом их совокупный вклад в валовое производство сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в России составляет около 20%¹.

Малое предпринимательство в условиях преобразования российской экономики представляет самый многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический и отчасти политический уровень развития страны, являясь при этом важнейшим элементом развития среднего класса населения в Российской Федерации.

Несмотря на то, что качественно и количественное развитие предпринимательства в России, получившее за последние 15 лет столь стремительный взлет, все же желает большего – достижения уровня развития предпринимательства в развитых странах мира. Однако исходя из сложившегося опыта функционирования предпринимательства в России и ее регионах можно отметить следующие положительные и негативные отличительные особенности российского предпринимательства.

В быстро изменяющихся условиях среды российские предприниматели вынуждены с целью обеспечения необходимой устойчивости объединять в рамках одного малого предприятия нескольких видов деятельности.

Большинство отечественных малых предприятий стремятся к максимальной самостоятельности, в то время как значительная часть малых предприятий за рубежом работает на условиях субподряда.

Необходимо также отметить очень положительный фактор – это высокий уровень квалификации кадров малого бизнеса в связи с оттоком таких специалистов из государственного сектора экономики. В связи с чем обеспечивается достаточная степень приспособляемости российского предпринимательства к сложной экономической обстановке. Этот факт отмечают и зарубежные эксперты и аналитики.

Вместе с тем, существует и ряд отрицательных моментов, во-первых, общий низкий технический уровень и слабая технологическая оснащенность в сочетании с достаточным инновационным потенциалом; во-

¹ Сафиуллин Н.З. Сафиуллин Л.Н. Аграрная политика. Казань: Центр инновационных технологий. – 2004. – 275 с.

вторых, низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта и культуры рыночных отношений; в-третьих, неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки предпринимательства как на федеральном, так и на региональном уровнях; в-четвертых, работа отечественного предпринимателя происходит в условиях отсутствия полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка, неразвитости системы информационных, консультационных и обучающих услуг.

Следует также отметить, что многие специфические отличительные особенности становления и деятельности малого предпринимательства в России напрямую связаны с основными проблемами, мешающими развитию нормальных рыночных отношений и частного предпринимательства в целом. По данным социологических опросов, сами предприниматели располагают эти проблемы по уровню значимости в следующей последовательности: налоги, законодательство, бюрократия, коррупция, инфляция, экономическая ситуация в целом, трудности получения кредитов и большие ставки за пользование ими, неплатежеспособность и недобросовестность партнеров и клиентов, рэкет.

Как видно, и об этом говорится на каждом шагу и с самых «высоких» трибун, главными барьерами на пути становления предпринимательства видятся высокое налогообложение и давление чиновников. К примеру, 60,1% предпринимателей своей главной производственной проблемой считают несовершенство системы налогообложения, 32,2% – высокий уровень коррупции, обусловленный наличием бюрократических барьеров, и только 16,1% – недоступность финансовых ресурсов. Как следствие, основным способом приспособления предпринимателей к бюрократическим, фискальным и криминальным явлениям стала практика ухода в тень, которая реализуется через неучтенный наличный оборот, использование бартерного обмена и различных финансовых ухищрений (искажение реальной стоимости операций, фиктивные сделки, псевдострахование, и т.д.).

В результате, чтобы минимизировать налогообложение, представители малого бизнеса вынуждены уводить до половины своих операций в сферу наличного оборота. Соккрытие значительной части дохода все чаще производится путем выполнения работ без оформления договоров. По данным социологических опросов, средняя доля работ, не оформленных

договорами, составляет от 30 до 45% от общего их объема. До 70% обанкротившихся малых предприятий бывают доведены до такого состояния штрафами за неуплату, либо недоплату налогов.

При этом необходимо отметить, что эта проблема является значимой прежде всего для предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в основном легально. Для исправления такой ситуации Министерство по налогам и сборам РФ, Минфин РФ и Минэкономразвития РФ подготовили две главы Налогового кодекса, посвященные специальным налоговым режимам для малых предприятий. Одна касается упрощенной системы налогообложения, другая – единого налога на вмененный доход.

До сих пор в России предпринимательство рассматривается лишь как один из возможных дополнительных факторов, влияющих на сокращение безработицы, активизацию инновационных процессов, развитие конкуренции, насыщение определенных сегментов рынка товарами и услугами. Однако, на наш взгляд, в формирующейся хозяйственной системе России и ее регионов предприниматели представляют собой некое инородное тело, а их существование допускается в основном для заполнения ниш, непривлекательных для крупного капитала и выполнения наиболее тяжелых, трудоемких и наименее выгодных операций, на наш взгляд, связано не адекватным определением термина «предприниматель».

В результате неравноправие проявляется и при распределении государственных финансовых ресурсов. Так, например, на цели государственной поддержки предпринимательства выделяется несоизмеримо меньше средств, чем направляется в так называемые важнейшие отрасли народного хозяйства, и в отдельных случаях, используются неэффективно. Что касается привлечения для кредитования средств коммерческих банков, то здесь предпринимателей не устраивают: очень высокие проценты – 50% ответивших, нереальные требования по поводу залога и гарантий возврата кредита – 30%, ограниченность сроков кредитования – 20%, длительность процедуры принятия решений, трудности, связанные с оформлением соответствующих документов, необходимость личных связей в банке 10-15%¹.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что одной из основных

¹ Крутик А.Б., Стадник Д.В. Управление финансами в малом бизнесе. – СПб., 1996.

проблем сдерживающих развития предпринимательства в России является недостаточная финансовая поддержка и отсутствие реальных финансово-кредитных механизмов ее реализации. Обеспечить доступ предпринимателей к кредитам – значит не только поддержать существующий сектор малого предпринимательства и вывести его из тени, но и стимулировать появление новых предприятий, обеспечить развитие существующих, в том числе их техническое перевооружение.

Как известно, все многообразие видов предпринимательских структур является проявлением видовых различий трех организационных форм предпринимательства: индивидуальной, партнерства и корпорации. Названные формы принято делить две группы – частные и общественные. К первой группе относятся индивидуальные предприниматели и партнерства, а ко второй – корпорации. Деление носит не формальный характер.

Во-первых, для индивидуальной формы и товарищества обычно характерно непосредственное объединение функций владения и управления, в то время как корпорации присуще полное обособление этих функций.

Во-вторых, что касается частных форм, то хозяйственная ответственность по осуществлению предпринимательской деятельности, как правило, распространяется на самих владельцев. Здесь собственность предприятия не отделена от собственности владельца, в отличие от корпорации, где отделение четко зафиксировано, ограничивая ответственность ее владельцев.

В-третьих, если корпорации обязаны функционировать в открытой для общества форме, публикуя ежегодно отчет о результатах своей финансовой деятельности, то индивидуальные предприниматели и товарищества вправе сохранять конфиденциальность в этом отношении, предоставляя подобную информацию только уполномоченным органам (табл. 1.3)¹.

¹ Курс экономической теории. Учебник МГУ им. М.В. Ломоносова. Под рук. А.В. Сидоровича. – М.: ДИС, 1997. – С. 500.

Характеристики предпринимательских структур

| | <i>Единоличное предприятие</i> | <i>Партнерство</i> | <i>Корпорация</i> |
|--|--|--|--|
| Сложность образования | Простота и легкость образования, низкие затраты организации и оформления | То же, что и у единоличного предприятия, плюс договор между участниками | Требует значительных усилий и материальных затрат, что связано со специальным законодательным регулированием |
| Способность мобилизации капитала | Ограничена размерами сбережений собственника | Увеличивает возможность привлечения капитала путем объединения сбережений участников | Очень высока, может быстро мобилизовать капитал путем эмиссии ценных бумаг |
| Масштабы ответственности собственника | Полная по всем обязательства, включая имущество | Полная разделенная субсидиарная, включая имущество участников | Ограничена стоимостью удерживаемых ценных бумаг |
| Степень контроля со стороны собственника | Полный над всей деятельностью | Разделенная между участниками, что является источником разногласий | Соответственно удерживаемой доле акций |
| Продолжительность существования | Ограничена продолжительностью жизни владельца | Зависит от условий соглашения между партнерами | Неограниченная, прекращение возможно только в случае банкротства |
| Налогообложение | По ставке налога на личные доходы | То же, что и в единоличных предприятиях | Двойное налогообложение |

| | <i>Единоличное предприятие</i> | <i>Партнерство</i> | <i>Корпорация</i> |
|-------------|--------------------------------|--|-------------------|
| Ликвидность | Низкая, трудности продажи | Довольно низкая, трудности продажи пая | Высокая |

Структура предпринимательства нами рассматривается как самоорганизующаяся система, которая существует и развивается (расширение масштабов, возникновение новых видов деятельности, выход как за региональные, так и за национальные границы и т.д.) под влиянием системы внешних и внутренних факторов государства, системы социально-экономических интересов государственных и предпринимательских структур. Определяющими внешними факторами являются факторы внешней среды, такие, как развитые цивилизованные рыночные отношения, развитая рыночная инфраструктура, благоприятная стабильная политическая и экономическая обстановка, рационально построенная система денежного обращения и кредитования, правовые, социально-культурные условия, природно-географические факторы региона. Все они формируют относительно целостное социально-экономическое пространство, на территории которого осуществляется жизненная деятельность предпринимателя, где образуется его основная сфера деятельности на основе использования экономических ресурсов. К внешним факторам относится также состояние экономических связей предпринимателя с его рыночными контрагентами, в том числе конкурентная среда других регионов.

Внутренние факторы, влияющие на развитие предпринимательства: цели и принципы работы фирмы, организационно-экономические отношения внутри фирм и хозяйственных звеньев, производственный и управленческий потенциал, финансовая деятельность, стимулирование труда, организация маркетинга и др. Характерная черта современного регионального предпринимательства – ориентация на региональные инновации, на что нацелены все его подсистемы – организационная, структурная, функциональная.

Субъектами предпринимательства выступают граждане и организации региона, имеющие статус физических и юридических лиц, принима-

ющие участие в хозяйствовании в тех организационно-правовых формах, которые установлены законодательством конкретной страны. В зависимости от формы собственности структура предпринимательства может быть государственной, частной, носить смешанный характер. Кроме того, предпринимательская деятельность может осуществляться общественными организациями региона. В зависимости от размеров предприятий существует малое, среднее и крупное предпринимательство. Система предпринимательства имеет сложную структуру, включающую подсистемы разных сфер: производственное, коммерческое, финансовое предпринимательство, предпринимательство в сфере услуг¹.

Производственное предпринимательство связано с созданием материально-вещественной продукции, осуществляется в промышленной сфере (в разных отраслях), строительстве, аграрном секторе экономики.

Коммерческое предпринимательство – торговые отношения, реализуемые индивидуальными предпринимателями, предприятиями, товарными биржами, торговыми организациями в формах товарно-денежных и товарно-обменных операций.

Финансовое предпринимательство – реализация экономических отношений между продавцами и покупателями финансовых ресурсов (денег, валюты, ценных бумаг). Субъектами выступают коммерческие банки, фондовые биржи, инвестиционные компании и другие многочисленные агенты финансового рынка. Финансовые предприниматели имеют также право продавать государственные ценные бумаги (акции, облигации), коммерческие ценные бумаги (векселя, денежные обязательства). Определенной сферой деятельности финансового предпринимательства служит валютный рынок и рынок золота.

Предпринимательство в сфере услуг связано не с производством материально-вещественной продукции, а с предоставлением услуги. Специфичность данной формы предпринимательства обусловлена значительно меньшей капиталоемкостью по сравнению с производственным и коммерческим предпринимательством, следовательно, большей доступностью для менее обеспеченных слоев населения. Сравнительная простота в организации, небольшая капиталоемкость предопределяют ускоренное разви-

¹ Попов А.И., Романова Т.Г. Теории трудовой стоимости и предельной полезности – методологическая основа институционализма. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 325 с.

тие данной формы предпринимательства, ее мобильность в зависимости от социально-экономических, природно-климатических и других условий, доступность для обеспечения занятости населения.

В процессе определения тесноты связи по разным поступлениям, в том числе, от малого, среднего, крупного предпринимательства, участников других регионов, государственного сектора и так далее мы можем определить экономическую структуру, как региона, так и государства.

В развитой рыночной экономике по организационно-правовым формам предпринимательство выступает как: а) индивидуальное; б) партнерство; в) корпорация. В ряде стран имеет место промежуточная форма между партнерством и корпорацией – общество с ограниченной ответственностью.

В Российской Федерации в целом в 1990-е годы сформировались различные организационно-правовые формы предпринимательства:

1) индивидуальное – индивидуальные предприниматели, крестьянские (фермерские) хозяйства;

2) юридические лица – коммерческие, некоммерческие организации. Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации «гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального».

Индивидуальное предпринимательство характеризуется тем, что предприниматель осуществляет деятельность за свой счет, несет полную личную ответственность за ее результаты, сам управляет своим предприятием, полностью самостоятелен в организации и развитии своего дела, единолично решает вопросы распределения полученного дохода после уплаты налогов. Все это обуславливает возможность предпринимателя к гибкой адаптации при изменяющихся внешних условиях, и вместе с тем, повышает степень риска. Как известно, индивидуальный предприниматель так же, как и юридическое лицо, вправе привлекать наемный труд, но в отличие от юридического лица имеет право завещать свое имущество. Наибольшее распространение индивидуальное предпринимательство получило в розничной торговле, сельском хозяйстве, сфере услуг, подсобных промыслах.

Организационно-правовые формы предпринимательства, имеющего

правовой статус юридического лица, более разнообразны: коммерческие организации, имеющие целью получения прибыли; некоммерческие организации, которые могут заниматься предпринимательством лишь для достижения своих основных целей¹.

К некоммерческим организациям, наделенным правами юридического лица, занимающимся предпринимательством, относятся: общественные или религиозные организации, фонды, потребительские кооперативы и другие учреждения и организации.

Согласно общеизвестной классификации коммерческие организации подразделяются на унитарные и корпоративные предприятия. К унитарным относятся: государственные, муниципальные и казенные предприятия. Унитарные предприятия не наделены правом собственности на закрепленное за ними имущество, капитал не разделен на доли участия. В корпоративных предприятиях капитал подразделяется на доли участия. В соответствии с Гражданским кодексом РФ юридические лица как коммерческие организации могут создаваться только в следующих организационно-правовых формах: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Корпоративные предприятия наиболее широко представлены:

а) в хозяйственных товариществах, основанных на объединении лиц (в виде полных товариществ и товариществ на вере – коммандитных товариществ);

б) в хозяйственных обществах, основанных на объединении капиталов.

Хозяйственные общества существуют в следующих формах: общество с ограниченной ответственностью (ООО), акционерное общество (АО), общество с дополнительной ответственностью (ОДО).

Среди предпринимательства особо выделим малое предпринимательство, имеющее важное значение для регионов в условиях преобразования российской экономики.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает экономике региона необходимую гибкость.

¹ Жилинский С.Э. Предпринимательское право: Учебник для вузов. М.: НОРМА, 2001.

Существенный вклад вносит малый бизнес в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной региональной экономики имеет первостепенное значение.

Поэтому малый бизнес – важнейший элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство. Он во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к нормальной рыночной экономике.

Роль малого предпринимательства в мировой экономике резко возросла в 80-90-е годы. По данным ООН, в целом на малых и средних предприятиях в мире занято почти 50% трудового населения и производится 33-60% национального продукта.

Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряет деятельность малого бизнеса. В мировой экономике функционирует огромное количество малых фирм, компаний и предприятий. Например, в Индии число МП превышает 12 млн., а в Японии 9 млн. Этот малый бизнес, например, только в США дает почти половину прироста национального продукта и две трети прироста новых рабочих мест.

Немаловажна роль малого бизнеса в осуществление прорыва по ряду важнейших направлений НТП, прежде всего в области электроники, кибернетики и информатики. В России и ее регионах эту роль трудно переоценить, имея в виду, развернувшийся процесс конверсии. Все эти и многие другие свойства малого бизнеса делают его развитие существенным фактором и составной частью реформирования экономики России.

В регионе малые предприятия создают необходимую для рынка конкуренцию, многообразие форм, быстро возникающих и исчезающих, обладают готовностью реагировать на любые изменения рыночной конъюнктуры. Отметим важную социальную роль малых предприятий, связанную с созданием новых рабочих мест. Они смягчают жесткость безработицы, когда крупные предприятия сокращают свой персонал. Кроме того, малый бизнес формирует среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика, как на региональном, так и в России в целом, невозможна.

Очевидно, в условиях перехода к рыночной экономике малое предпринимательство объективно должно выйти на передний план хозяйственных преобразований. Это объясняется тем, что с развитием широкой сети малых предприятий более эффективно, как показывает мировой опыт, решаются многие социально-экономические задачи, в частности, насыщение рынка промышленными товарами, продовольствием и услугами; преодоление монополии товаропроизводителей и создание конкуренции между ними; оптимальное формирование рыночной инфраструктуры; расширение возможностей эффективной разработки и внедрения в короткие сроки нововведений; финансовое наполнение доходной части местных бюджетов; увеличение занятости населения; смягчение социальной напряженности в обществе и демократизация рыночных отношений.

Таким образом, малый бизнес, во-первых, обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немислима его высокая эффективность. Во-вторых, он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. В-третьих, создавать атмосферу конкуренции. В четвертых, он создает ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках региона. Социальная роль малых предприятий в занятости населения достаточно высока. По численности занятых на первом месте малые и средние предприятия промышленности 36% против 22%, занятых в сфере услуг. По отдельным отраслям доля малых и средних предприятий еще выше: 57,6% в пищевой промышленности, 68,7% – в производстве товаров текущего потребления. В абсолютных цифрах малые и средние предприятия промышленности обеспечивает 2 млн. человек на 30 тыс. предприятий.

Несмотря на то, что большая часть научного потенциала сосредоточена на крупных компаниях, малые и средние фирмы по широкому кругу продукции чаще начинают коммерциализацию новых товаров. Например, исследование 500 значительных технологических нововведений и изобретений, зарегистрированных на протяжении последнего 20-летия в Германии и США, обнаружило важную роль небольших фирм даже в воплоще-

нии в жизнь существенных технологических нововведений

Успех малого бизнеса в этой области можно объяснить следующими причинами. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях. Мелкие фирмы также охотно берутся за освоение оригинальных нововведений, поскольку при выпуске принципиально нового изделия снижается значение крупных лабораторий с устоявшимися направлениями исследований. К тому же малые фирмы стремятся как можно скорее наладить массовое производство.

Тем самым, значение разработок, проводимых мелкими предприятиями достаточно важно, прежде всего, с точки зрения расширения рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения (вновь рожденного) спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Отношение нововведений к затратам на научные исследования и разработки малых предприятий в 3-4 раза выше, чем в крупных. Если проследить путь изобретения, использованного крупными монополиями, то нередко оно оказывается результатом работы отдельных ученых или мелких фирм. Однако последующее внедрение осуществляется компаниями, обладающими необходимыми для этого финансовыми и материальными ресурсами.

Обобщая все вышесказанное, можно подчеркнуть, что малое предпринимательство воздействует на структуру рынка и расширение рыночных отношений, прежде всего в результате изменения количества субъектов рынка, повышения квалификации и степени приобщенности все более и более широких слоев населения к системе предпринимательства и делового администрирования.

Развитие специализации и кооперации вовлекает мелких и средних предпринимателей в сферу влияния крупных объединений. Фактически они теряют свою независимость и превращаются в отдельные звенья более крупных монополий, хотя официальная статистика учитывает их как самостоятельные единицы. Крупные предприятия привлекают узкоспециализированные мелкие фирмы, производящие для них отдельные детали и

узлы. Вокруг монополий, особенно в отраслях машиностроения, электронной промышленности группируется обычно по несколько десятков тысяч мелких предприятий, которые пользуются финансовой и технической помощью монополий.

Для хозяев, монополистических объединений, мелкие субподрядчики также удобны и выгодны: они поставляют свою продукцию по достаточно низким ценам. Их производственные, социальные и другие проблемы мало заботят руководителей монополий. В периоды неблагоприятной конъюнктуры и других осложнений, монополии (хозяева) рвут связи со своими мелкими поставщиками, бросая их произвол судьбы. В последнее десятилетие во многих странах усилилась тенденция к объединению мелких предприятий на основе специализации и кооперации производства в крупные отраслевые структуры, которые сейчас производят большие объемы разнообразной продукции, в том числе высокого технического и технологического уровня, и довольно успешно конкурируют на рынках с крупными компаниями и монополиями,

Важность малых предприятий еще в том, что, ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка, ведь, чтобы существовать, надо получать средства к существованию, а значит быть лучше других, чтобы прибыль доставалась именно им.

Малый бизнес содержит большой потенциал для оптимизации путей развития экономики и общества в целом. Характерной особенностью малого предприятия является высокая интенсивность использования всех видов ресурсов и постоянное стремление к оптимизации их количества, обеспечению их наиболее рациональных для данных условий пропорций. Практически, это означает, что на малом предприятии не может быть лишнего оборудования, избыточных запасов сырья и материалов, лишних работников. Данное обстоятельство является одним из важнейших факторов достижения рациональных показателей экономики в целом.

Малое предпринимательство антимонопольно по самой своей сути в силу существующих жестко детерминированных ограничений критериев отнесения предприятий к малым. В этой особенности малого бизнеса реализуется его роль в поддержании конкурентной среды в условиях рыноч-

ной экономики¹.

Необходимо особо подчеркнуть региональную направленность малого бизнеса, являющегося подлинной базой рыночной экономики в регионе. Малый бизнес приносит значительные доходы в местный бюджет. В свою очередь, малые предприятия весьма заинтересованы в тесном и эффективном сотрудничестве с органами власти на местах, т.к. большинство проблем развития малых предприятий связано именно с решением вопросов регионального и местного значения.

Также роль малого предпринимательства для региона определяется классическими задачами, которые решает малый бизнес. Это, в первую очередь,

сглаживание колебаний экономической конъюнктуры посредством особого механизма сбалансирования спроса и предложения;

развитие здоровой конкурентной среды экономики, создающее систему сильных мотивационных стимулов для более полного использования знаний, умений энергии и трудолюбия населения, что в свою очередь позволяет более активно разрабатывать и использовать имеющиеся материальные, кадровые, организационные и технологические ресурсы;

формирование диверсифицированной и качественной системы бытовых, организационных и производственных услуг;

создание значительного количества новых рабочих мест, формирование важнейшей прослойки общества – среднего класса; развитие инновационного потенциала экономики, внедрение новых форм организации, производства, сбыта и финансирования.

Подтверждением наших выводов является то, что в известных документах ООН [66] отмечается, что для борьбы с бедностью большое значение имеет целевая финансовая помощь, направляемая в том числе и на развитие малого предпринимательства. Эта помощь должна идти на создание социальной и производственной инфраструктуры, поддержку индивидуального и семейного предпринимательства, малых и средних предприятий. Именно малый бизнес способен дать людям работу, вывести их из нищеты, постепенно создавая условия для самодостаточного существования. Решение этих задач исключительно актуально для многих отсталых

¹ Дадашев А., Гловацкая Н., Лазуренко С., Нешиной А. Эффективность поддержки малого предпринимательства// Вопросы экономики. 2002. – №7. – С. 127-128.

российских регионов.

Малое предпринимательство образует самую разветвленную сеть предприятий, действующих, в основном, на региональных местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг. Сектор предпринимательства является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Именно в этом секторе создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Социальная значимость предпринимательства определяется массовостью группы мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наемных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа деятельного населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка. При этом действуют следующие важнейшие социальные факторы:

развитие предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющиеся основой социально-экономических реформ;

занятие малым бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности;

объективно неизбежная реструктуризация экономики вынуждает все большее число граждан заняться самостоятельной предпринимательской деятельностью;

сектор малого предпринимательства способен создавать новые рабочие места, а следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной напряженности в стране;

массовое развитие малого предпринимательства способствует изменению общественной психологии и жизненных ориентиров основной массы населения, является единственной альтернативой социальному иждивенчеству.

Развитие малого бизнеса создает предпосылки для ускоренного экономического роста, способствует диверсификации и насыщению региональных местных рынков, позволяя вместе с тем компенсировать издержки рыночной экономики (безработица, конъюнктурные колебания, кризисные явления).

Таким образом, предпринимательство содержит большой потенциал для оптимизации путей развития экономики и общества в целом. Характерной особенностью предпринимателей является их высокая интенсивность использования всех видов ресурсов и постоянное стремление к оптимизации их количества, обеспечению наиболее рациональных для данных условий пропорций. Практически, это означает, что не может быть лишнего оборудования, избыточных запасов сырья и материалов, лишних работников. Данное обстоятельство является одним из важнейших факторов достижения рациональных показателей экономики региона в целом.

Предпринимательство характеризуется определенным содержанием, направленностью на получение прибыли, последовательностью действий, процедур, выполняемых физическим субъектом бизнес-процесса – предпринимателем в условиях воздействия социально-экономической среды региона.

Из нашего анализа предпринимательства, в том числе малого, мы можем сделать еще один важный вывод, связанный с проблемой времени. Развитие в регионе малого предпринимательства, обладающего большой маневренностью.

Из-за большой маневренности рыночная информация не устаревает, принимаемые предпринимателями решения выполняются в необходимом объеме и в срок, что непосредственно связано с равновесием спроса и предложения. При этом сохраняется полезность информации, приобретенного знания.

Если принимаемые решения не укладываются в выбранный отрезок времени, то оно уже не представляет никакого интереса. Таким образом, по нашему мнению, для предпринимателей важным фактором является взаимосвязь между временем принятия решения и временем его действия. Поэтому еще одно свойство понятия «предприниматель» связано не только со знанием и информацией, но и со временем. Предприниматель – это лицо, способное сократить или сжать длительность взаимосвязи между

временем принятия решения и временем его действия.

Во 2-й главе мы подробно рассмотрим проблему информации.

1.3. Система экономических интересов предпринимательских структур и условия для ее реализации

Интерес от латинского языка *interest* дословно означает – имеет значение, важно¹. В дальнейшем в работе под словом интерес будем понимать предмет заинтересованности, желания и побудительных мотивов действий экономических субъектов и в частности государственных и предпринимательских структур. Выделяют материальные, духовные, денежные, имущественные, а также интересы государственных и предпринимательских структур. Наиболее значимым является жизненный интерес, определяющий значимые экономические интересы.

Очевидно, для предпринимателей наиболее важна максимизация прибыли, а основной экономической целью органов государственной власти – максимизация доходной части бюджета, «нарушение которых резко складывается в отрицательную сторону на благосостояние перечисленных экономических субъектов»¹.

Более широко под экономическим интересом понимается – объективные побудительные мотивы экономической деятельности, связанные со стремлением людей к удовлетворению возрастающих материальных и духовных потребностей. На наш взгляд, экономический интерес – система экономических потребностей участников хозяйственной деятельности (властных и предпринимательских структур). Выступая как целостность, интерес является стимулом, побудительным мотивом деятельности субъекта экономики, определяя его хозяйственное поведение, его социальные и экономические действия. Интересы направлены на социально-экономические отношения, на жизненные условия в целом. По мере изменения жизненных условий трансформируются и интересы предпринимателей. Содержание, форма и средства осуществления экономических интересов определены общественными условиями, не зависящими от пред-

¹ Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. – 4-е изд. Доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.

принимателей.

Побудительным мотивом в основе максимизации прибыли от предпринимательской деятельности являются экономические интересы – частные интересы предпринимателя.

Основным условием реализации системы экономических интересов предпринимательских структур выступает деятельность, связанная с недовольством, неудовлетворенностью достигнутым. Т.к. это недовольство конструктивное, обуславливающее активную деятельность по реализации своих экономических интересов.

Одно из условий органически связано с понятием экономической свободой. Так, например, М. Фелью, автор книги «Предпринимательство – это свобода»², следующим образом трактует связь свободы и предпринимательства. По Фелью, экономическая свобода включает в себя право на частную собственность, на экономическую инициативу, на свободу создавать и расторгать сообщества по своему собственному выбору. Свободное общество признает эти права не только потому, что опыт показывает, что при их посредстве могут быть достигнуты высокие уровни производительности. Оно признает их по двум другим, не менее важным причинам.

Сегодня российское общество должно прийти к пониманию, что предпринимательство – это эффективный и перспективный тип экономической и социальной деятельности, который находит свое проявление в:

создании новых рабочих мест, а, следовательно, повышении уровня занятости, снижении безработицы и социальной напряженности;

увеличении налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, и, соответственно, финансовом обеспечении важнейших социальных программ;

формировании среднего класса, который является опорой стабильного и процветающего общества;

изменении общественной психологии и жизненных ориентиров людей (формировании предприимчивости, мобильности, уважения к собственности, ответственности за себя и своих близких и т.д.).

¹ Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. – 4-е изд. Доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.

² Фелью М. Предпринимательство – это свобода. – М. Дело, 1989.

В предлагаемом нами определении термина «предпринимательство» и заложено формирование положительного мнения у российского общества к предпринимательству. При анализе процессов развития предпринимательства в России и его особенностей, на наш взгляд, необходимо учитывать два важных момента: во-первых, подлинный рынок здесь начал складываться лишь в конце XIX в., после отмены крепостного права, а поэтому не успел сложиться национальный стиль предпринимательства; во-вторых, современное российское предпринимательство возникло и развивается не эволюционным путем, как в странах с традиционной рыночной экономикой, а в результате экономической революции, ломки жесткой централизованной плановой системы. Все это вызывает немало трудностей и противоречий на пути формирования рыночной экономики, становления слоя предпринимателей.

Известно, что первым цивилизованным принципом, на котором базируется классическое рыночное предпринимательство, является разделение экономической и политической власти. В России же сегодня господствует номенклатурный тип предпринимательства, базирующийся на прямом переплетении экономической и политической власти. Здесь богатство – функция власти. Бывшая номенклатурная элита сделала все возможное, чтобы в качестве уже новых собственников «приватизировать» большую долю национального богатства, что привело к нарушению всей классической структуры предпринимательства с характерными для нее зависимостями. Дело в том, что номенклатурная собственность предопределяет не развитие самостоятельного гражданского общества, а ведет к образованию массового социального гетто, оказывающегося вне норм и благ цивилизации.

Другой особенностью российского предпринимательства является то, что оно столкнулось с отсутствием упорядоченной законодательной базы. В то же время, именно право ограничивает силу, препятствуя ее экспроприаторским вторжениям в хозяйственные отношения. Оно создает пространство предсказуемости, стимулирует инициативу и высокопродуктивный труд. Если с этих позиций подойти к оценке российского предпринимательства, то мы сразу же столкнемся с «неклассическими эффектами». Когда богатство выступает как функция власти, то условием его роста становится бесконтрольная власть, которая подобно пролетарской дикта-

туре опирается «не на закон, а прямо и непосредственно на насилие».

Нельзя не отметить и то, что в России значительная еще часть предпринимательской деятельности не нацелена на длительную перспективу, а служит исключительно как временное средство накопления первоначального капитала. Причем парадокс заключается в том, что в условиях резкого свертывания производства и уменьшения валового продукта наблюдается огромный рост номенклатурных прибылей.

Данные процессы усиливают нестабильность, неопределенность и недоверие в сфере бизнес деятельности, что, в конечном счете, сдерживает осуществление экономических реформ, переход к цивилизованным рыночным отношениям¹.

В России несмотря на, казалось бы, принимаемые меры, до сих пор не созданы условия, действительно способствующие не только количественному расширению предпринимательства, но и их эффективному развитию. Речь идет, прежде всего о том, что для субъектов предпринимательства практически не сформирована нормативно-правовая база, которая учитывала бы его интересы. Одна из причин такого положения, на наш взгляд, заключается в низком уровне самоорганизации самих предпринимателей для защиты собственных интересов. Между тем крупные предприниматели имеют возможность лоббировать принятие правовых актов или решений правительства.

Большие трудности связаны с кредитованием малого и среднего бизнеса, который, как правило, не имеет надежного залогового обеспечения, что увеличивает риски невозврата кредитов. Банковский капитал слабо ориентирован на малый бизнес, хотя последний можно назвать самым дисциплинированным заемщиком. Средства, выделяемые из бюджетов разного уровня на развитие малого предпринимательства, чиновники нередко направляют на поддержку «своих» предприятий. К тому же сохраняются неразвитость рыночных институтов и рыночной инфраструктуры, ограниченность внутреннего спроса.

Велико и количество различных административных барьеров (лицензии, разрешения, сертификаты, проверки и пр.), в которых заинтересованность чиновников не снижается. Негативным фактором в развитии пред-

¹ Микроэкономика: Учебное пособие / Под ред. В.Г. Тимирясова. Казань: ТГЖИ, 1997.

принимательства и цивилизованного рынка остается несовершенство судебной системы, слабо защищающей от коррупции и криминала, как предпринимателя, так и потребителя. Но наиболее существенным фактором, снижающим эффективность малых предприятий, является налоговая система, которая зачастую делает малый бизнес невыгодным и ведет к его уходу «в тень». Введение второй части Налогового кодекса во многом ухудшило положение малого бизнеса.

При анализе причин, сдерживающих развитие российского предпринимательства, специалисты отмечают, что интересы предприятий могут не совпадать с общим ходом решения задач, связанных с реструктуризацией экономики, обеспечением занятости и пополнением региональных бюджетов. Именно это обстоятельство может оказывать существенное влияние на эффективность разрабатываемых программ их поддержки. Надо отметить, что в развитых регионах органы государственной власти стремятся к тому, чтобы меры по поддержке предпринимательства были увязаны со стратегией развития и направлениями долговременной политики экономического роста, в частности, промышленной политики государства. Обобщение результатов оценки эффективности по названным направлениям позволит дать ответы на вопросы: в какой степени господдержка является помощью для саморазвития предпринимательства и в какой выступает формой патернализма, рассчитанного на краткосрочные эффекты и не обеспечивающего в должной мере условий воспроизводства и жизнеспособности малого бизнеса¹.

Доминирование в экономической политике интересов олигархий и монополий, опирающееся на сырьевой потенциал, носит сугубо конъюнктурный характер и не отвечает стратегическим целям развития Российской Федерации и ее регионов. Закономерность такова: чем больше эффективно работающих конкурентоспособных малых и средних предприятий в промышленности, строительстве и инновационной сфере, тем больше вклад этого сектора в ВВП и выше темпы экономического роста. Следовательно, философия, объединяющая интересы крупного, среднего и малого бизнеса, должна быть предельно простой: укрепление экономического и инновационного потенциала государства начинается с местных,

¹ Дадашев А., Гловацкая Н., Лазуренко С., Нешиной А. Эффективность поддержки малого предпринимательства// Вопросы экономики. 2002. – №7. – С. 127-128.

локальных рынков, способствующих росту благосостояния населения и авторитета страны в мире.

Таким образом, оценка развития и современного состояния предпринимательства в Российской Федерации свидетельствует, с одной стороны, о высоком потенциале и жизнеспособности этого сектора экономики, несмотря на сложности общеэкономической ситуации, и возрастании его объективной роли в системе хозяйства страны, а, с другой стороны, говорят о нарастающих негативных тенденциях отставания в развитии предпринимательства в производственной и инновационной сферах, что определяется негативным воздействием на предпринимательство ряда факторов.

Ниже нами приводятся результаты систематизации негативных факторов, входящих в противоречие с интересами предпринимательских структур и влияющих на развитие предпринимательства, основные из которых следующие:

неразвитый внутренний спрос и низкая конкурентоспособность продукции малых предприятий в производственной и инновационной сферах по сравнению с импортной и продукцией крупных предприятий;

сравнительно более тяжелые условия деятельности малых предприятий с точки зрения управления, организации, поиска ресурсов, сбыта и т.п.;

недостаточная рентабельность производства (особенно на малых предприятиях) и повышенный срок окупаемости в сравнении с другими сферами бизнеса и, как следствие, отток ресурсов из этого сектора экономики;

высокие ставки действующих налогов;

недоступно высокая стоимость обновления основных производственных фондов и отсутствие действенных малых рыночных механизмов снижения ее для предприятий;

высокая стоимость всех видов используемых ресурсов;

отсутствие системы интеграции продукции малых предприятий в производственные процессы крупных фирм и объединений;

нерешенность кадровых и ряда других проблем в малом бизнесе.

Игнорирование вышеперечисленных причин может не позволить получить от предпринимательства желаемую экономическую и социальную

отдачу.

Предпринимательство как субъект рынка, на наш взгляд, имеет ряд качественных особенностей, обуславливающих специфичность форм и методов инвестирования в него. Основными из этих особенностей следующие:

размер предприятия, т. е. стоимость его основных фондов, величина оборотного капитала, численность работающих;

специфика производственного процесса, выражающаяся в том, что часто малое предприятие функционирует лишь в течении одного производственного цикла;

совмещение функций собственности и управления чаще всего в одном лице;

отсутствие у субъектов малого предпринимательства возможностей использовать некоторые методы привлечения внешних инвесторов (например, выпуск большинства видов ценных бумаг), особенно это характерно именно для российской экономики;

во многих случаях отсутствие возможностей эффективного проведения предварительных

исследовательских работ по оценке качественных показателей объекта инвестирования, что связано, во-первых, с ограниченностью ресурсов, а во-вторых, как правило, с недостаточной квалификацией управленческого персонала малого предприятия;

сокращение интервала взаимодействия между временем принятия решения и временем его реализации.

В настоящих условиях реформирования российской экономики необходимо создание критической массы малых предприятий, которая привела бы к глубоким качественным переменам и, в первую очередь, к снятию социальной напряженности в обществе. Требуются разносторонние и взаимосвязанные усилия со стороны практически всех слоев населения, законодательных и исполнительных органов власти всех уровней и общественных объединений предпринимателей.

Сфера развития малого предпринимательства в России пока невелика. За последние 2 года оно не оказало существенного влияния на состояние экономики. Это связано не только с незначительными для огромной страны масштабами развития предпринимательства, но, прежде всего с

тем, что экономические условия его существования не позволяют малому предпринимательству способствовать развитию отраслей материального производства.

Так, например, малое предпринимательство не допускается в сырьевые и фондообразующие отрасли. Отсутствие или нехватка средств для начала дела ведут к образованию новых предприятий в сфере обращения, занимающихся торгово-закупочной и посреднической деятельностью. Такой процесс в экономике привел к тому, что на второй план отодвинулась общехозяйственная задача насыщения рынка товарами отечественного производителя. Острейшей проблемой малых предприятий, которые все-таки решили работать в производственной сфере, является формирование первоначального капитала и приобретение оборудования¹.

Таким образом, крайне необходимы меры, направленные на стимулирование развития малого предпринимательства и его поддержку. Исключительно важной задачей в связи с этим является создание системы государственной поддержки малого предпринимательства и благоприятных условий и инфраструктуры. Необходима целостная системная методология развития малого предпринимательства, а также контроль за использованием средств на развитие этого сектора экономики.

Для того, чтобы общество могло с наибольшим эффектом использовать ресурс предпринимательской активности, необходимо наличие ряда условий. Во-первых, равные для всех участников рыночных отношений права и полная экономическая свобода производителей и потребителей, которая предполагает самостоятельный выбор способа использования способностей и сбережений, а также хозяйственных контрагентов. Крайне важно не допускать вмешательства органов государственного управления в деятельность предприятий (за исключением законодательно оговоренных случаев). Во-вторых, персонификация отношений собственности, возможность по своей инициативе и под свою ответственность принимать решения об использовании имущества, продукции и доходов. В-третьих, обеспечение рыночно конкурентного режима хозяйствования, наличие соответствующей инфраструктуры (системы товарных и фондовых бирж), коммерческих банков, предприятий оптовой торговли и т. п. Важно обес-

¹ Горбань О.П. Проблемы развития малого предпринимательства в современной России. – <http://www.mstu.edu.ru/>

печить открытость рынка (отсутствие барьеров в движении товаров и услуг, капитала, информации и рабочей силы, возможность приобрести любой товар по одинаковой для всех цене).

На наш взгляд, конкуренция служит важнейшим фактором стимулирования хозяйственной активности, предпринимательства в условиях рыночной экономики. О ее необходимости достаточно четко и однозначно высказывался в своих работах И. Бухарин. «Через борьбу на рынке, – писал он, – через рыночные отношения, через конкуренцию государственные предприятия и кооперация будут вытеснять своего конкурента, т.е. частный капитал»¹. Но впоследствии, идеи конкуренции на целые десятилетия исчезли из экономической науки. Они были заменены сверхидеологизированными представлениями об экономике, в результате чего был снят не только вопрос о конкуренции государственных предприятий между собой, но и вопрос о существовании самого рынка.

Конкуренция – это экономическая борьба между предпринимателями за лучшие условия хозяйствования, за наиболее выгодные условия производства и реализации продукта, за получение максимального дохода¹. Она представляет собой эффективно действующий механизм соревнования предложения на рынке. Именно действие механизма конкуренции заставляет всех участников рыночного хозяйства не останавливаться на достигнутом, изыскивать новые возможности. Однако тормозом в развитии здоровой конкуренции служит монополизм многих предприятий.

Их монопольное положение позволяет диктовать потребителю свои условия, ведет к потере гибкости технологий, утрате способности быстро реагировать на достижения научно-технического прогресса, необоснованному повышению цен. Такое положение основных хозяйственных звеньев особенно опасно в условиях перехода к рыночной экономике. Практика показывает, что непременным условием жизнедеятельности рынка является наличие достаточного количества товаропроизводителей.

В России монополии существуют в близких к завершенности формах. Надо признаться, о природе такого рода явлений, их корнях мы имеем пока весьма ограниченные представления, что в значительной степени за-

¹ Бухарин Н.И. Политическая экономия рантье. Теория ценности и прибыли в австрийской школе. – М.: Орбита – 1988. – 191 с.

трудняет борьбу с ними. В 1991 году бывший Госкомстат СССР провел массовое обследование отраслей, министерств и предприятий с целью определения уровня сосредоточения выпуска основных видов промышленной продукции на крупнейших предприятиях. При этом выявилось множество монополистов, т. е. таких предприятий, которые являются единственным производителем того или иного вида продукции.

Примерно такое же положение характерно и для промышленных предприятий Татарстана. Монополистами в своих отраслях являются КамАЗ, Нижнекамскнефтехим, Казанькомпрессормаш и другие. Конкуренция же появляется только тогда, когда данный товар производится не менее чем на 8-10 предприятиях. В странах с цивилизованной рыночной экономикой принято считать отрасль монополизированной, если первые четыре фирмы, имеющие наибольшие доли данных продуктов на рынке, охватывают более 80% его выпуска.

В связи с этим ключевым экономическим моментом возрождения предпринимательской деятельности в нашем обществе является разгосударствление, особенно приватизация собственности. Последняя означает движение к тому, чтобы ведущие позиции заняли частный сектор, акционерные общества, совместные предприятия. Разгосударствление собственности важно осуществлять одновременно с демонополизацией хозяйственной деятельности. Этим самым будет постепенно формироваться почва для развития предпринимательства. На первом этапе перехода к рынку предпринимательство наиболее активно развивается в отраслях с быстрой оборачиваемостью капитала. К ним относятся: торговля, общественное питание, сфера услуг и т.д.¹

К важнейшим экономическим условиям развития предпринимательства в нашем обществе относятся также: повышение качества рабочей силы в целом (образование, квалификация и т.п.); создание системы свободного доступа к ресурсам, кредитам, информации; оказание достаточно эффективной помощи со стороны государства (налоги, уровень жизни, проценты, законодательные акты); предоставление всем хозяйственным субъектам гарантий в сохранности их собственности и прав.

¹ Сафиуллин Н.З. Многомерный рынок: теория и методология. – Казань: Изд-во Казанск. Ун-та, 2002. – 214 с.

Особо следует отметить важность формирования инфраструктуры рынка. Здесь можно выделить два основных пути: 1) в рамках государственных структур; 2) создание параллельных негосударственных организаций – бирж, коммерческих банков, страховых компаний и т.п., которые бы выступали в качестве конкурентов государственных структур.

Развитие предпринимательства в России во многом определяется и политическими факторами, стабильностью политической ситуации. Особенно это важно для привлечения иностранного капитала. Перед зарубежными бизнесменами сегодня стоит непростая задача снижения своего политического и экономического риска при существующей нестабильности в нашей стране. Жизнь показывает, что в России политика опережает экономику, а экономическая жизнь чрезмерно политизирована.

Это в значительной мере затрудняет принятие и проведение в жизнь многих решений, направленных на стабилизацию экономики, развитие предпринимательства. Стабильность в государстве и демократизация – важнейшие политические условия, от которых зависит эффективность предпринимательской деятельности на современном, достаточно сложном повороте в экономической жизни общества.

Немаловажное значение в развитии предпринимательства занимают психологические факторы. Основная проблема здесь заключается в преодолении стереотипов общественного сознания. Ведь известно, что в прошлом в сознании советских людей преобладали негативные оценки бизнеса и бизнесменов. О поведении бизнесменов-капиталистов мы часто судим по широко используемой в литературе цитате из «Капитала» К. Маркса: «Капитал боится отсутствия маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы»².

Конечно, получение дохода является непосредственной целью любо-

¹ Агеев Ш.Р. Малое предпринимательство в регионе: от выживания к развитию. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997. – 46 с.

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч.. 2-е изд. т. 23. – М.: 1978. – С. 770.

го бизнесмена. Но это совсем не означает, что доход должен быть обязательно получен криминальным путем. Современный предприниматель хорошо понимает, что получить доход он может, лишь оказывая своим клиентам нужные им услуги, либо выполняя для них полезные работы. Обобщая образ предпринимателя, И. Шумпетер выделял такую черту, как стремление к самостоятельному делу и радость творчества. Преступный бизнес надо отличать от полезной деятельности предприимчивых граждан, как это делается за рубежом.

К сожалению, наше мышление инертно. Взгляды и представления, ценностные ориентиры, складывающиеся на протяжении многих десятилетий, не могут измениться сразу. Для этого потребуется немало времени. Хотя, как показывают социологические исследования, ныне происходят существенные сдвиги в отношении к предпринимательству. По данным профессора Л.С. Бляхмана, около 70% опрошенных считают предпринимателя, прежде всего, человеком труда, деловым бизнесменом, хозяином, а не ловкачем, махинатором.

Однако лишь менее половины рабочих и специалистов высказываются за движение к обществу западного типа. Остальные предпочитают обновление общества с многообразием форм собственности, смешанную экономику или особый путь развития России. Это говорит о том, что сформированный за годы господства административно-командной системы тип мышления, не мирится с чужим богатством. Он ярый противник резкой дифференциации общества, что неминуемо возникает в условиях перехода к рыночной экономике. В то же время рынок постепенно трансформирует экономическое сознание и поведение. Особое значение здесь имеет устранение той основы, на которой строились многие из стереотипных взглядов, а именно превратно понимаемой социальной справедливости.

Таким образом, экономические интересы можно реализовать только в условиях экономической свободы, которая дополняет свободу личную и позволяет каждому развиваться на основе своих собственных взглядов и ценностей. Отрицать экономическую свободу – значит отрицать личные достоинства и право любого человека распоряжаться своей судьбой.

Экономическая свобода делает возможной организацию производства и распределение богатства без необходимости произвольного вмеша-

тельства властей, диктата более сильного или фаворитизма режима, основанного на привилегиях. В свободных экономических системах богатство производится и распределяется в условиях экономической демократии.

Другим немаловажным фактором в реализации экономических интересов является условие сохранения прав собственности в рыночной экономике.

Утверждение и неукоснительное соблюдение правовых норм при реализации экономических интересов – это тот фундамент, от состояния которого зависит прочность всех элементов свободного рынка. До тех пор пока не будет утверждена и законодательным образом защищена рыночная система реализации экономических интересов и, в частности, права собственности, бывшие социалистические страны будут сталкиваться с большими, или даже непреодолимыми трудностями в создании нормально функционирующей рыночной экономики.

На наш взгляд, сохранение прав собственности выступает как ключевой экономической интерес предпринимателей к государственным структурам.

Связь между отношениями собственности и экономическими интересами носит причинно-следственный характер, не всегда проявляющийся на поверхности явлений, но, в конечном счете, состоящий в том, что типы, формы, разновидности экономических интересов, их содержание и способы реализации определяются отношениями собственности.

Ядро рыночной экономики – это обмен деятельностью субъектов рынка, и, прежде всего взаимодействие между покупателями и продавцами. Эта деятельность приводит к перемещению объектов обмена от одних собственников к другим. И чтобы такой обмен мог осуществляться нормально, необходима надежная правовая защита интересов все субъектов рыночных отношений. При этом и продавцы, и покупатели должны иметь свободу в выборе способов экономической реализации собственности.

Однако право собственности само по себе недостаточно для свободной конкуренции и эффективного хозяйствования. При этом и знание рынка, и готовность нести риск в достижении своей выгоды предполагает существование достаточно стабильной и юридически защищенной системы.

Бесспорная защита собственности, зафиксированная государствен-

ными актами и проводимая в жизнь через юридические каналы, является непременным условием рыночного обмена. Когда собственность может быть быстро и гарантированно передана от одного лица другому, ресурсы быстро переливаются туда, где они используются наиболее эффективно.

Но если общество недостаточно четко устанавливает права собственности и не обращает внимания на создание (или препятствует созданию) механизма, схожего с аукционом, посредством которого имущество может быть перераспределено и использовано теми, кто предлагает самую высокую цену, то ресурсы будут использованы неэффективно и общество не получит максимальной выгоды.

Это, конечно, общие условия. Однако необходима конкретная и более детализированная связь между правами собственности и экономической эффективностью. Обратимся в связи с этим к конкретным проявлениям связи между правом собственности и эффективностью функционирования предпринимательства в рыночной системе. Здесь необходимо выделить следующие важнейшие четыре фактора: фактор стимуляции, фактор накопления капитала, фактор обеспечения гибкости и фактор гордости.

Раскроем эти факторы.

Фактор стимуляции. В нашем понимании это обладание собственностью, которое стимулирует предпринимателя использовать свои ресурсы в процессе создания материальных и духовных благ в интересах роста благосостояния. Когда предприниматель не обладает правом собственности, то контроль за продуктивным использованием ресурсов ослабевает. И результат может оказаться далеким от оптимального. Например, когда такси находится в собственности водителя, он будет ухаживать за своим автомобилем. Ведь если с ним обращаться плохо, то на ремонт придется тратить больше денег, что уменьшит прибыльность такси. Если же машиной владеет кто-то другой, то водитель может стремиться ради роста заработка выжать из машины максимально возможное, даже нарушая правила эксплуатации. В этом случае ремонт не волнует водителя, так как за ремонт платит не он. Можно придумать специальные стимулы и наказания, чтобы заставить водителя действовать так, как если бы он сам владел такси, но изобретательные люди часто приспособливают такой порядок к своим интересам. Между тем простое индивидуальное владение (в данном

случае такси) автоматически обеспечит соответствующие стимулы без необходимости прибегать к изоцированной системе поощрений и штрафов.

Конечно, стимулы к росту эффективности использования собственности сложнее, когда она является не индивидуальной, а групповой. Но и тут коллективные интересы собственников побуждают их самих заботиться о рациональном применении того, что им принадлежит.

Стимулирующее значение собственности на материальные и денежные средства наиболее продуктивно и полезно для общества в том случае, когда право собственности четко и нерушимо, а способы использования собственности ограничиваются сравнительно слабо. Это подразумевает существование такой системы законов, которая четко определяет связанные с собственностью права и обязанности и строго карает за их нарушение. В результате собственник получает возможность использовать, выгоды от своей предпринимательской деятельности.

Без законов, определяющих права собственности и способы ее передачи, нарушается устойчивость использования собственности и возникают трудности при ее перепродаже. В то же время, если собственность можно произвольно отобрать, то для создания новой стоимости и ее приумножения будет мало стимулов. Например, изобретательство может затормозиться, если патенты и авторские права не защищают изобретателя или пользователя. Не многие рискнут использовать ресурсы, необходимые для реализации новых идей, если проистекающие от этого выгоды будут отобраны.

Таким образом, система законов, формируемая государственными структурами должна обеспечивать стимулы для максимально продуктивного использования собственности предпринимателей. Это является одной из форм взаимодействия государственных властных и предпринимательских структур.

Фактор накопления капитала. Экономическая реализация права собственности, возможность присвоения результатов предпринимательской деятельности; и побуждают собственников стремиться к приумножению источников своих доходов. Отсюда стремление собственников часть полученных доходов сберегать и обращать на нужды накопления. Если отсутствует твердая гарантия на сохранение собственности и на присвоение результатов от ее использования, то стимулов для накопления будет немно-

го. Разумные люди предпочитают использовать свои доходы на цели личного потребления, нежели наращивать свой капитал. Но когда собственность и доходы от нее достаточно защищены, то какая-то часть доходов будет непременно обращена на цели накопления.

Это приводит к увеличению размеров капитала, усиливает экономическое могущество собственников, расширяет возможности роста благосостояния и их, и общества в целом.

Законное право на собственность служит своеобразным залогом инвестиционной деятельности. Возникает реальная потребность в кредите и его производительном использовании. Эта вторая форма взаимодействия государственных властных и предпринимательских структур, которая осуществляется в сфере финансово-кредитной системы.

Фактор гибкости. Свободное владение и распоряжение собственностью предполагает возможность купли-продажи ее объектов. Благодаря этой возможности капитал переходит из рук в руки, меняется состав «портфеля» ресурсов, которыми обладают собственники. Гибкость в использовании набора ресурсов позволяет собственникам приобретать в каждом отдельном случае такой набор ресурсов, который максимально соответствует их интересам. Это происходит несмотря на любые ограничения по наличию ресурсов. Свободная купля-продажа материальных и трудовых ресурсов приводит к переливу их туда, где они используются наиболее полно, так как поступают в «портфель» того лица, которое согласно заплатить за эти ресурсы наивысшую цену. Т.е. необходима гибкость в использовании ресурсов.

На наш взгляд, это взаимосвязь предпринимательских структур с государственными в сфере рационального использования ресурсов.

Фактор гордости. Владение и распоряжение собственностью порождает у собственников гордость за свои достижения, за эффективность своей предпринимательской деятельности. Это стимулирует чувство удовлетворения от того, что человек сам распоряжается своей судьбой, и, кроме того, позволяет человеку активно участвовать в удовлетворении общественных интересов. Такая психологическая направленность обычно превращается в чувство ответственности за эффективное функционирование основных ресурсов общества. Это приносит пользу как частному лицу, коллективу, так и обществу в целом. Здесь находится источник благоотво-

рительности и филантропии, в котором собственное стремление к выгоде превращается в выгоды для всего общества. В нашем понимании, это взаимосвязь предпринимательских структур с государственными в сфере удовлетворения потребности общества.

Когда все упомянутые выше элементы отношений собственности законодательно закреплены, то есть экономические интересы предпринимателей защищены, рыночная экономика получает необходимый простор для эффективного функционирования и развития.

ГЛАВА 2. ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

2.1. Сущность и особенности информации в экономике

Для экономической науки последних десятилетий характерны коренные изменения, касающиеся как предмета ее исследования, так и основных ее методов и подходов. Материальной основой этих изменений является становление информационного технологического способа производства, который неизбежно приводит к радикальным переменам в способах соединения живого и овеществленного труда, к утверждению элементов новой системы общественных отношений производства, которая способна и должна стать общественной формой движения информационных технологий, Мануэль Кастелье, показывая будущее нового способа производства, писал, что информационно-технологическая парадигма эволюционирует не к своему закрытию как системы, но к своей открытости как многосторонней сети. Она могущественна и импозантна в своей материальности, адаптивна и открыта в своем историческом развитии. Всеохватность, сложность и сетевой характер являются ее решающими качествами¹. В силу этого, перед экономической наукой встают новые проблемы, которые не входили в область ее интересов ранее. В частности это касается проблем оценки информационной среды, в которой осуществляется хозяйственная деятельность субъектов. Многовариантность развития, свойственная современным подходам в решении многих проблем, позволяет предлагать разнообразные методики анализа экономических явлений и процессов и их модели в зависимости от поставленных целей исследования. Однако общим в любом экономическом исследовании является тот факт, что любая категория или показатель воплощают в себе экономическую информацию.

К исследованию сущности информации и информационного обеспечения обращались многие ученые, по определению информации дается

¹ Кастелье М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: 2000.

неоднозначно и расплывчато, выделяется какая либо одна ее особенность. Многие ученые (К Шеннон, Ф Найт, К Дж Эрроу, Р.М. Нуреев пришли к выводу, что «информация коммуникация и связь, в процессе которой устраняется неопределенность». Та есть информация – это нечто противоположное неопределенности.

Р. Эшби осуществил переход от толкования информации как «снятой» неопределенности к «снятой» неразличимости. Он предполагал, что информация есть там, где существует неоднородность. Если объект содержит больше отличных яруг от друга элементов, го он несет больше информации. Следовательно, утверждал Эшби, информация есть там, где имеется различие хотя бы между двумя элементами, и информации нет, если элементы неразличимы. Таким образом. Р. Эшби стал одним из родоначальников другой трактовки информации По его мнению и мнению других ученых (Урсул, Н. Винер, Р.Ф. Абдеев, СИ. Ожегов, В.М Глушков), информация – это, прежде всего, «неоднородность распространения материи», «отображение разнообразия внешнего мира».

Широко известна теория информации, созданная Клодом Шенноном. Его идеи об определении среднюю количества информации получила распространение во многих областях знаний. Используя теорию информации, необходимо было отвлечься от содержания информации В теории информации остаются в стороне получатель иг соответственно, смысловая сторона информации.

И только семантическая теория информации изучает и количественную и содержательную стороны информации. С прагматической точки прения считается более полезным изучение практической полезности знаков, слов и, следовательно, сообщений, т е потребительской стороны языка.

Ученый Д.А. Харитонов предложил связать меру ценности информации с изменением вероятности достижения пели при получении этой информации Он был один из первых, кто подчеркнул фундаментальный характер связи прагматических свойств информации с моделью будущего результата хозяйственной деятельности, т.е. с конечной целью.

Существовании многообразия определения информации свидетельствует об этапе бурного становления концепции информации в современной науке, начавшемся массовом использовании информационных про-

цессов в разнообразных сферах деятельности человека, в том числе в предпринимательской. Представляют интерес концепция социальной информации, где ее определяют как часть знаний, которая, будучи зафиксированной на материальных носителях, и выраженная знаковой системой, включается в коммуникативный, междисциплинарный процесс, воспринимается, изменяя уровень знания людей, а также преобразуется и используется в различных сферах хозяйственной деятельности.

Социальная информация выполняет разные функции в человеческом обществе: научно-познавательную, образовательную, управленческую, идеологическую, развлекательную, воспитательную, коммуникативную, мотивационно-оценочную ряд других. Это даст основание считать, что социальная информация включает в себя экономическую информацию, научную информацию и личностные знания предпринимателя или группы предпринимателей. Указанные три составляющие и будут являться объектом дальнейшего исследования как необходимые элементы успешной хозяйственно-предпринимательской деятельности малых предприятий

Научные и экономические знания могут быть представлены в форме «чистых» информационных активов, реферативные издания, информационные бюллетени, базы знаний (БЗ), базы данных (БД), базы моделей (БМ) и приобретаться на рынке или создаваться самим предпринимателем.

Следует заметить, что такие факторы, как труд и предпринимательство, являются носителями личностной информации, рассеянного знания, связанного с конкретными личностями, их можно рассматривать как информационные ресурсы.

Такой фактор, как капитал или средства производства, включает в себя материализованные знания, соответствующие определенному уровню развития науки и техники. Применяемые различные новые технологии в мелиорации земель также можно отнести к материализованной информации.

Информационные ресурсы можно сравнить с системной магистралью, посредством которой происходит обмен данными между различными устройствами компьютера. По аналогии можно предположить или даже

утверждать, что информационные ресурсы представляют собой нервную систему экономики, объединяющую все факторы производства.

Предприниматель играет на рынке информации определяющую роль. Предпринимательство выступает как способное лучше и быстрее других оценить и понять общедоступную информацию с целью извлечения дополнительной прибыли. Обладая необходимой информацией, малое предпринимательство, благодаря своей гибкости и мобильности, становится механизмом перетока людских, финансовых и материальных ресурсов в сферу повышенного спроса и норм прибыли. Результатом деятельности предпринимателя является информационное обеспечение, оптимальное использование которого при ограниченных ресурсах позволит получить максимальную социально-экономическую эффективность. Таким образом, дальнейшее развитие фирмы будет зависеть от учения, навыков и знаний психологических, экономических, научных отдельного предпринимателя или группы предпринимателей.

Любая собранная экономическая, научная или иная информация превращается в знания конкретного индивида или коллектива. Информация, чтобы стать знаниями для другого субъекта, должна быть перенесена на бумажные, магнитные носители или передана в личной беседе, т.е. должна быть отчуждена от ее конкретного владельца с целью включения в коммуникативный процесс. Такая информация имеет, как и любой экономический ресурс, свойство редкости. Иначе она не была бы значима и не имела бы стоимости. За обладание наиболее значимой экономической, социальной и научной информацией идет жесткая конкуренция, которая, в свою очередь, подталкивает предпринимателя наиболее эффективно использовать полученные данные. Для успешного развития и процветания государства необходимо учитывать не только экономическую выгоду при использовании информации в процессе производства, обмена, распределения и потребления, но и учесть рост благосостояния нации.

Информация как товар имеет свою специфику, отличающую ее от других товаров:

- она является одновременно и предметом труда и средством труда, что объединяет ее с таким фактором производства, как земля. Однако она отличается от последней тем, что не обладает природными качествами;
- принимает и форму продукта труда, и форму услуги. Это обусловлено

расширенным трактованием информационного сектора общестисни о го производства, который структурно включает в себя широкий спектр отраслей, связанных с производством, рас продел спи см, хранением, обработкой и конечным использованием информации, а также отраслей, производящих для всех вышеперечисленных средства производства;

- товарную форму и стоимостную оценку имеет лишь небольшая часть информации, циркулирующей в обществе;
- информация (и продукт, и услуга) является объектом персонифицированной собственности, информация как услуга не отчуждается от собственника в актах купли-продажи, что отличает ее от знания, которое не имеет персонифицированного собственника;
- обладает относительной ценностью. Информация ради информации ценности не имеет. Ценность определяется относительно какой-либо цели, для достижения которой совершается сбор и обработка информации;
- обладает ценностью не только для отдельного потребителя, но и свойством всеобщей полезности с точки зрения развития человеческого общества в целом. Из мира товаров можно выделить только деньги, обладающие этим же свойством всеобщности, но у них понятие всеобщности связано с $\$$ эквивалентностью в обмене. Информация же таким свойством обладает в сфере потребления, а отсюда вытекает следующее свойство;
- обладает свойством многократного использования. В отличии от других факторов производства, которые также могут использоваться многократно (например, земля), информация не теряет своих потребительских свойств.

Больше того, если производительное использование энергии, сырья, материалов, топлива ведет к их физическому потреблению (расходу) и увеличению энтропии в природе, то использование целесообразной информации дает совершенно противоположный эффект – способствует умножению и накоплению научных знаний, повышению степени организованности окружающей среды и общественных систем, уменьшению энтропии;

с точки зрения интересов предпринимателя является носителем зна-

ния о внутренней и внешней среде фирмы, о самой фирме и о ее продуктах труда, превращая внутреннюю и внешнюю среду фирмы в «информационное пространство»;

с точки зрения интересов человеческого общества в целом является инструментом интеллектуализации окружающей человека среды (в какой бы стране он не проживал), превращая эту среду в «инфосферу»;

выступает как кодифицируемое, или как оформленное знание, поскольку процесс его передачи требует специфической укомплектованности, удобной для освоения, приобретения и использования, В силу этого информация дополнительно обладает воспроизводственными особенностями:

в производстве продукции, услуги – защищаема от копирования и выступает в различных формах интеллектуальной собственности;

в распределении продукции – незащищаема и легко копируема;

в обмене – сама имеет товарную форму, ценность которой определяется не столько затратами, сколько предпочтениями;

в потреблении продуктов и услуг является товаром-спутником, а в ее собственном потреблении зависит от способности пользователя распорядиться информацией с максимальным эффектом. Как отмечал Олвин Тоффлер¹, только 2-3 % мирового населения – это граждане супериндустриального общества. Их специфическое отличие в том, что они уже включились в новый ускоренный темп жизни. Они живут «быстрее», чем окружающие. Однако нарастающий темп жизни вступает в определенное противоречие со способностью человека к адаптации. Не каждому дано использовать в полной мере все возможности информационных потоков;

носителем закодированной информации могут быть:

вещество в любой опредмеченной форме; энергия, процесс; явление.

Данный процесс можно выразить логической цепочкой: «информация – знание – информация», а отсюда вытекает следующая специфическая черта; информационный капитал предпринимателя выступает в качестве производственного и инвестиционного ресурса.

Таким образом, под информацией будем понимать редкую превращенную форму знаний, отчужденных от непосредственного владельца и

¹ Тоффлер О. Строим с будущим // Иностранная литература. – 1972. – №7. – С 213.

включенных в коммуникативный процесс. Наиболее рациональное использование информации в хозяйственной деятельности малыми предприятиями даст наибольшую социально-экономическую эффективность снизит неопределенность а риск, будет способствовать всестороннему развитию личности предпринимателя в рамках общекультурных и морально-этических норм.

Информация в значительной степени отличается от привычного для нас материального продукта. Ее особенности как информационного продукта были рассмотрены в работах зарубежных экономистов, таких как К Эрроу, Ф. Найт, Ф Хайек, Дж.Стиглер и других. Обобщая опыт можно выделить наиболее существенные и характерные особенности информации, в частности то, что она выступает как продукт или как услуга в результате информационной деятельности. Если информация предлагалась потребителю в физическом воплощении, то о ней можно говорить как о продукте, иначе – как услуге.

В то же время информационный продукт в процессе информационного производства может выступать как предмет труда (предшествующий проект) и как средство труда (метод исследования, информационная технология, информационная система), т.е. он является благом прямым и косвенным. В материальном производстве информация выступает как средство труда и не может быть использована в качестве предмета труда. Рождение каждого материального продукт вызывает появление информационного продукта, в свою очередь, рождение далеко не каждого информационного продукта непосредственно приводит к появлению материального. Это связано, в первую очередь, с тем, что около 70% научных разработок оседает на полках научно-исследовательских институтов, но без их участия невозможно существование новых проектов.

Информация способна замещать традиционные факторы производства, снижая при этом потребности в материальных ресурсах. Так, например, использование автоматизированных систем управления, производства, проектирования позволяет, увеличив объем трудоемких работ без увеличения численности персонала (или же позволит производить те же операции, но с меньшей численностью работников). Использование новых технологий позволяет увеличить выпуск продукции без увеличения парка машин и др.

Экономически значимая информация часто носит мимолетный характер. Если не использовать такого рода информацию здесь и сейчас, она очень скоро теряет всякий смысл, т.е. подвергается «моральному износу» в процессе предпринимательской деятельности. Но есть и другой род информации – это архивная информация о каком-либо событии или объекте, ценность которой возрастает по мере старения сведений.

Существует опасность неоднозначной стоимостной оценки получаемого информационного продукта, которая вытекает из неопределенности полезности информации. Информация, в отличие от других видов ресурсов, в частности природных, ресурсов, не убывает со временем, а наоборот, ее объем постоянно увеличивается, создавая условия для накопления опыта, способствуя выработке обоснованных управленческих решений.

Информационные ресурсы выступают как общественное и частое благо.

Если речь идет с правовой информации, институциональных инновациях, информации, создаваемой в средствах массовой информации (СМИ), то можно сказать, что это общественное неисключаемое благо с нулевой конкурентностью. Многие ошибочно представляют, что информация – это только общественное благо. Но если мы будем принимать во внимание, например, новые технологии, инновации, то данная категория информации подпадает под определение частных благ. Такая информация становится исключаемой из потребления с высокой степенью конкуренции, приносящей обладателю инноваций монопольную сверхприбыль.

Необходимо подчеркнуть еще одну особенность информации – ее способность не исчезать при потреблении. Информационный продукт сохраняет содержащуюся в нем информацию независимо от того, сколько раз она была использована (неделимость информации). Эта характеристика информации во многом связана с легкой тиражируемостью информационного продукта, хотя его производство требует значительных затрат труда.

При потреблении информации необходимо учитывать ее особенность, вытекающую из свойства адресности. Разным потребителям информационных продуктов и услуг удобны равные способы представления информации, поскольку потребление информации требует определенных уси-

лий. Только те данные становятся информацией, которые восприняты, поняты и имеют потенциальную ценность для адресата.

Чтобы быть полезными и эффективными в процессе хозяйственной деятельности, информационные ресурсы должны обладать важнейшими свойствами: достоверность, объективность, однозначность, своевременность, релевантность, актуальность, ценность, стоимость.

В современном обществе информация имеет полное право считаться фактором производства. Это в первую очередь обусловлено решающей ролью технического прогресса. Еще в 1956 году, опираясь на исследования 20-30-х годов нашего века, М Абрамович (США) показал с помощью аппарата производственной функции, что почти весь прирост чистого продукта на душу населения в американской экономике с конца XIX века не может быть объяснен ростом затрат основного капитала и труда, и что следовательно, он определяется воздействием каких-то иных факторов. Дальнейшие исследования привели к разделяемому всеми крупными экономистами современности выводу о том, что решающим среди указанных факторов является технический прогресс – развитие техники и технологии производства, совершенствование его организации, повышение технического уровня кадров, изменение профессиональной структуры и так далее.

Широко известны исследования факторов экономического роста, предпринятые американским экономистом Э.Денисоном. Он определил, что 2/3 прироста реального дохода США в 1929-1982 годах обеспечивалось повышением производительности труда на основе научно-технического прогресса. Информационный продукт может выступать и как информационный товар. В данном случае информационный продукт должен обладать меновой стоимостью и включаться в коммуникативный процесс с целью обмена.

Существует несколько научных школ, рассматривающих сущность товара с точки зрения своей методологии. Представители трудовой теории стоимости А.Смит, Д.Рикардо, К.Маркс и другие утверждали, что обмен товаров возможен благодаря их общей субстанции затраченного на производство общественно необходимого труда, который образует стоимость товара. Меновая стоимость, по их мнению, это внешняя форма проявления стоимости, а ее величина непосредственно определяется об-

щественно необходимыми затратами труда, которые несет общество при производстве основной массы данных товаров – потребительных стоимостей.

Информационный продукт отчуждается за деньги, продается и покупается на рынке и может быть соизмерим, как обыкновенный товар. Но в силу специфики, уникальности информации не допускается механическое перенесение категории экономики на информацию и безоговорочное распространение законов товарного производства, по которым необходимо массовое производство объекта товарных отношений. Открытие же достаточно произвести один раз, хотя с другой стороны тиражировать его для массового использования необходимо несколько раз. Разница между затратами на производство первого информационного продукта и его тиражированной копии колоссальна. Растиражированный информационный товар может быть использован в нескольких производственных циклах в разных фирмах и позволяет извлечь коммерческую выгоду в процессе реализации конечного продукта.

Мы полагаем, что в свете новой парадигмы экономических наук, информация выступит в роли социально-ценностного блага, которое позволит уменьшить неопределенность внешней среды о состоянии рынков. Следовательно, при одинаковой (или почти одинаковой) информированности продавцов и покупателей факторы производства будут размещаться наиболее оптимально, тем самым будет достигнут наибольший эффект для всего общества. Новейшие информационные технологии и инновации в хозяйственной деятельности малых и средних предприятий будут способствовать увеличению ВВП и как следствие, увеличению благосостояния общества. В новой парадигме экономических наук ярко выражен не только социальный, но и нравственный детерминант. Информационные процессы порождают необходимость получения всеми членами общества высшего образования и потребность в непрерывном образовании, что позволит каждому предпринимателю самовыразиться, самоутвердиться и воспитать в себе гармонично развитую личность с высокими нравственными и этическими нормами.

Информация в современных условиях способна увеличивать активы малого предприятия, под которыми будем понимать экономические ресурсы, полностью или частично (в виде износа) потребляемые в одном

производственном цикле. В качестве информационных, активов малого предпринимательства выступают нематериальные и «невидимые» активы «Невидимые» активы являются неосязаемыми активами, но, тем не менее, участвуют в процессе производства и приносят прибыль.

Японский исследователь Х Итами предлагает систематизировать невидимые активы по информационным потокам, поскольку каждый из них базируется на том или ином потоке информации и дает классификацию невидимых активов, приводимую в таблице 4.

Накопление информации о потребителях, их предпочтениях позволяет выбрать стратегию производства товара, отыскать свою рыночную нишу. Такая информация об окружающей среде накапливается фирмой в результате процесса маркетинговой деятельности.

На внутрифирменной информации построено накопление таких невидимых активов, как культура корпорации, управленческое мастерство. Здесь отражается умение служащих работать вместе, плодотворно обмениваться информацией, выбирать правильную стратегию предпринимателя.

Существует несколько путей накопления невидимых, активов они могут быть преумножены, например, путем паблик рилейшнз (ПР), рекламы торговой марки, производства качественной продукции. В последнем случае считается, что невидимые активы являются как бы бесплатным побочным продуктом, так как не производятся специальные вложения в них. Хотя уже доказано, что многие организации вкладывают большие средства в маркетинговые коммуникации, повышение квалификации персонала. Такие вложения могут оправдать себя через достаточно большой промежуток времени.

Классификация невидимых активов фирмы
по определяющим их информационным потокам

| | Информация, составляющая невидимые активы | Информационные потоки |
|----|---|----------------------------|
| А. | Накопленная информация о покупателях Технические знания и навыки персонала Каналы распространения продукции Контингент покупателей | Внешняя среда – фирма |
| В. | Торговая марка Репутация Рекламные «ноу-хау» Маркетинговые «ноу-хау» | Фирма – внешняя среда |
| С. | Культура корпорации Управленческое мастерство | Внутрифирменная информация |

Знания, которыми обладают работники фирмы, являются частью ее невидимых информационных активов. Важность таких активов отмечает К.Эрроу. Он подчеркивает, что частично технические знания принадлежат фирме, как и другая собственность, в форме письменных материалов и баз данных. Но более важные знания воплощены в людях, а не в материальных носителях. Работники обладают знаниями и пополняют их как внутри, так и вне фирмы. В сущности, информация, воплощенная в персонале – важная часть стоимостей оценки фирмы, хотя здесь нет собственности ни информацию в обычном смысле. Т. Фуджии подчеркивает, что только в коллективе, фирме может быть создан фонд знаний и только он способствует производству информации (знаний).

Таким образом, нематериальные и «невидимые» активы фирмы определяют внутреннюю среду малого предпринимательства. В современных

условиях для эффективной хозяйственной деятельности предпринимателя необходимо создать благоприятную внешнюю информационную среду, к которой относится информационная инфраструктура малого предпринимательства.

Теория конкурентных преимуществ в своем развитии прошла ряд стадий, которые представлены в таблице.

Таблица 5

Эволюция теории конкурентных преимуществ

| Этапы | Наименование теории | Ученые | Факторы |
|-------|------------------------------------|---|---|
| 1 | Теория абсолютных преимуществ | А. Смит | Природные ресурсы (климатические условия и т.д.) |
| 2 | Теория сравнительных издержек | Д.Рикардо Д.С. Милль | Природные ресурсы Издержки производства |
| 3 | Теория сравнительных преимуществ | Э. Хекшер, Б. Олин, П. Самуэльсон | Вся совокупность производственных факторов |
| 4 | Концепция конкурентных преимуществ | М. Портер | Вся совокупность факторов экономических отношений |

Каждая из указанных теорий дополняла предыдущую факторами, от которых зависела способность страны участвовать в процессе международного обмена. Теория конкурентных преимуществ, в свою очередь, расширила факторную взаимосвязь с конкурентными отношениями, складывающимися как внутри отдельной страны, так и в мировой экономике в целом.

С развитием разделения труда фактор исключительности условий производства исключительного товара трансформируется в относительные преимущества производства товаров, Производители товаров начинают ориентироваться не на производство товаров исключительного спроса, а на производство товаров массового спроса. Массовое производство делает ненужным уникальность навыков для основной массы работников. В производство вовлекаются все менее пригодные (с точки зрения

предельной полезности) ресурсы, И только с развитием наукоемких отраслей под влиянием научно-технической революции становится возможным переход от производства продукции массового спроса – к продукции серийного и мелке сери иного спроса. Спрос индивидуализируется, а за ним индивидуализируется производство. Оно, в свою очередь, предъявляет спрос на информацию как фактор производства со специфическими характеристиками. Именно это и заставляет переосмысливать подход к информации как к фактору производства и инвестиционному ресурсу, т.е. как к «информационному капиталу».

Можно сделать вывод, что производство немассовых товаров с уникальными свойствами требует формирования уникальных факторов их производства. Следовательно, перед владельцем капитала стоит трудная задача создания уникального фактора – «информационного капитала», который позволяет идентифицировать уникальность всех других применяемых в процессе производства факторов, организовать их в пространстве и во времени и который одновременно в силу своей капитальной природы становится в то же время и инвестиционным ресурсом.

В формировании конкурентоспособного фактора «информационный капитал» заинтересован не только производитель уникальных благ. С помощью информационного капитала формируется информационное пространство, в котором фирма функционирует, воспроизводя все составные части общего капитала как подсистемы целого. Но это пространство – многомерно в силу того, что обладает свойством диалектического единства внешнего и внутреннего пространства фирмы. Оно, помимо прочего, глобально. Интернационализация деятельности фирм вызвала к жизни, в первую очередь, глобализацию информационного пространства, а за ней – финансовых потоков, как кровеносной системы бизнеса. В настоящее время действуют объективные тенденции глобализации мировых рынков труда, сырьевых и энергетических ресурсов, услуг.

Существенным в данном теоретическом анализе является то, что в формировании конкурентоспособного фактора «информационный капитал» участвует, прежде всего, национальное государства, претворяя в жизнь национальные программы по формированию информационной экономики и содействуя тем отраслям экономики, и тем предприятиям, которые способствуют превращению экстенсивных и интенсивных факторов

экономического роста в преимущественно информационные.

Свой интерес в формировании информационного пространства, причем не совпадающего по контурам с национальным, имеют субъекты управления отраслью. Именно на этом уровне принимаются решения, связанные с методическим обеспечением курируемых хозяйствующих субъектов по созданию единой информационной отраслевой базы, построенной на единообразных принципах, по обобщению и пропаганде мирового опыта достижения заданного уровня конкурентоспособности продукции отрасли. Именно в этих целях на отраслевом уровне выпускается специализированная информационная продукция в виде справочников, журналов или биржевых информационных, котировок и т.д. И именно отсюда потенциальные инвесторы, в том числе иностранные, черпают информацию о возможных объектах для инвестирования и о их привлекательности для целен инвестирования.

Аналогичным образом в формировании информационного пространства заинтересованы и субъекты региональные, поскольку деятельность конкретного хозяйствующего субъекта идентифицируется им самим и всеми остальными субъектами в пространстве и во времени. А оно конкретно, если мы говорим не просто о фирме как теоретическом конструкте.

Как фактору производства информационному капиталу свойственно:

1. Комплексность использования, то есть использование в комплексе с другими факторами производства (земля, капитал, человеческий капитал, предпринимательский риск).

2. Первичность формирования. Вместе с фактором «земля» и трудовые ресурсы информация существует изначально как независимый фактор, в то время как для формирования запаса капитала как ресурса требуется предварительное использование первичных факторов. Она существует как потенциальная, которая может быть накапливаема, обрабатываема, применяема, а может таковой и не быть.

3. Опосредованное через капитал включение в систему факторов производства. Информация – это дорогостоящий и скоропортящийся товар, который требует постоянного обновления в условиях конкурентной среды в целях формирования конкурентного преимущества;

4. Основной показатель капитальной природы любого блага (в том

числе информационного фактора производства) – капиталотдача или производительность. В маржи начнете кой теории – предельная производительность.

При неизменном технологическом базисе и объеме привлечения дополнительных факторов производства предельная производительность изменяется в зависимости от увеличения объема использования дополнительной единицы информационного капитала как фактора производства. Закон снижающейся производительности каждой дополнительно привлекаемой единицы любого фактора производства носит всеобщий характер и описывает, в том числе производительность использования информационного капитала.

5. Альтернативность использования.

6. Взаимозаменяемость факторов производства.

7. Ограниченная мобильность информационного капитала как фактора производства, то есть ограниченная способность перемещения данного фактора из одной сферы общественного производства в другую под воздействием более высоких экономических стимулов.

Здесь существует диалектическое единство информации как общедоступного и недоступного ресурса. Ее общедоступность является условием функционирования конкурентных рынков. Однако информация внутренняя является объектом коммерческой тайны именно в силу того, что это – дорогой ресурс, в создание которого осуществляются далеко не разовые инвестиции.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: «информационный капитал» как производственный ресурс характеризуется целым рядом отличительных особенностей, которые необходимо рассматривать в комплексе. Они определяют его особое место и роль в системе факторов производства.

Как управленческому ресурсу информационному капиталу свойственны следующие особенности.

Законы управления при построении управленческой пирамиды реализуются в информационном пространстве и через него. По законам управления, общепринятым в мировой практике, сначала ставятся задачи, затем определяются функции, в соответствии с которыми затем подбираются кадры управления.

Выделение управленческих подсистем осуществляется путем разграничения информационного пространства по функциональному признаку (управление персоналом, финансами, запасами, технологией, НИОКР и т.д.). В целях оптимизации экономических процессов, особенно при разработке и внедрении новых продуктов, новых технологий производства, новых систем управления (например, сетевых) информационные массивы «отрабатываются» во взаимодействии, как информационный капитал в целом.

Через информационный капитал как управленческий ресурс реализуется на фирме дилемма «собственность-власть». Эта черта характерна на микро- и макроэкономическом уровне. Кто владеет информацией, у того и концентрируются властные полномочия. Иерархия власти сопряжена с разными объемами информации по принципу исключения ее отдельных массивов сверху вниз. Особенно это касается внутрикорпоративной информации, относящейся к коммерческой тайне.

Через информационный капитал как управленческий ресурс осуществляется стратегическое планирование деятельности фирмы как процесс, включающий постановку цели, выработку стратегии ее достижения, определения конкретных тактических мероприятий с разбивкой в режиме календарного времени и осуществления контроля с выработкой необходимых мер корректировки программы достижения поставленной цели. Главными в этом процессе являются уверенность менеджеров различных уровней управления, в том, что для решения их проблемы достаточен вполне определенный объем информации, а также управленческое решение, связанное с решением дилеммы «объем информации – цена информации». На самом деле, как свидетельствует международная практика осуществления бизнеса, в т.ч. глобального, приемлемый уровень информированности должен быть в десять раз выше. А отсюда-вторая проблема.

Посредством информационного капитала как управленческого ресурса, через механизм его воспроизводства достигается устойчивость фирмы в долгосрочном периоде и ее конкурентоспособность.

Формирование, функционирование и развитие информационного капитала – суть условие жизнеобеспечения фирмы, ее многомерное информационное пространство, которое доносит до каждой клеточки фирмы как живого организма информацию как «питание», а через механизм обрат-

ных связей – информацию как «интерес». Конкретным носителем информации и в качестве «питания», и в качестве «интереса» может служить любая ее осмысленная и овеществленная форма – цена, заработная плата» имидж и т. д. Главная управленческая функция как раз и заключается во взаим о согласовавши интересов различных субъектов в рамках определенной общности с целью сохранения этой общности и ее устойчивого развития.

Таким образом, можно сделать вывод, что информационный капитал как управленческий ресурс также характеризуется целым рядом отличительных особенностей, которые необходимо рассматривать в комплексе. Они определяют его особое место и роль в системе организации производства.

Как инвестиционному ресурсу «информационному капиталу» свойственны свои особенности. Однако прежде, чем они будут перечислены, остановимся на теоретическом разграничении двух понятий: «инвестиций в информационный капитал» и «информационного капитала как инвестиционного ресурса».

«Инвестиции в информационный капитал» – это вложения денежных и не денежных средств в формировании информационного капитала как фактора производства с целью повышения его результативности в процессе использования, измеряемой степенью его отдачи – предельной производительностью. Они осуществляются в том числе и вне рамок кругооборота и оборота корпоративного капитала, его воспроизводства и рассматриваются в качестве основного фактора повышения конкурентоспособности фирмы на национальном, региональном и мировом рынках, а следовательно, и конкурентоспособности национальной экономики.

«Информационный капитал как инвестиционный ресурс» – это накопленный в процессе долгосрочных и краткосрочных инвестиций «запас» информационных продуктов, используемых в конкретном производстве (i-ой фирмы).

Если первое понятие показывает динамику изменения структуры информационного капитала под влиянием инвестиций, то второе – процесс использования капитализированной стоимости конкретного информационного капитала на уровне фирмы, то есть процесс реализации целевой функции инвестирования в него.

Если реализация первого понятия осуществляется как в рамках воспроизводственных процессов на уровне фирмы, так и вне ее, то второго – только на уровне фирмы.

Если первое понятие показывает потенциальную способность генерировать дополнительные доходы его владельцу и пользователю, то второй – их реальную способность, которую можно измерить.

Если первое понятие рассматривает информационный капитал в качестве объекта инвестирования, то второе показывает процесс использования данного объекта.

Информационному капиталу как инвестиционному ресурсу свойственно:

1) долгосрочность интересов потенциальных инвесторов с точки зрения;

гарантированности возврата инвестиций;

возможности в последующих периодах использования информационного капитала получения отдачи;

получения возрастающей отдачи;

2) постоянная динамика. Как капитал он может быть понят только через движение.

Как инвестиционный процесс он протекает в трех основных формах: инвестирование, реинвестирование и дезинвестирование. В данном случае «инвестиции в информационный капитал» являются одной из форм его существования как инвестиционного ресурса».

Реинвестирование в целом представляет собой перемещение капитала из одних активов в другие, которые на данный момент являются более эффективными в процессе инвестиционной деятельности. Дезинвестирование рассматривается как недостаточность инвестирования, характеризующаяся отрицательной величиной показателя чистых инвестиций. Снижение объемов выпускаемой продукции осуществляется вследствие «проедания» капитала. Применительно к информационному капиталу как инвестиционному ресурсу «дезинвестиций» тождественны моральному устареванию объектов информационного капитала.

3) использование информационного капитала как инвестиционного ресурса представляет собой процесс капиталообразования.

По отношению к капиталу фирмы вообще капиталообразование есть

валовые инвестиции, очищенные на сумму амортизационных отчислений. Это так называемые «чистые инвестиции», с помощью которых достигается расширение производственных возможностей.

4) информационный капитал как инвестиционный ресурс занимает промежуточное место в его характеристике как накопленного богатства (ценности) и фактора производства.

Накопление есть предпосылка к дальнейшему инвестированию, то есть инвестиции – это реализованные, а не просто накопленные сбережения. Только наличие возможности последующего инвестирования является стимулом накопления и капитала вообще, и той его части, которая вложена в информационный капитал. Но в то же время, расширенное воспроизводство информационного капитала как фактора производства является прямым результатом его реализации как инвестиционного ресурса.

5) в макроэкономической теории инвестирования капитала между объемами накапливаемого капитала (сбережениями) и объемами капитала, используемыми в инвестиционном процессе (инвестициями), существует взаимосвязь.

Ее характер определяется влиянием целой группы факторов: фазы делового цикла, налоговой и инновационной политики государства, развитости системы страхования инвестиционных рисков и т.д. Наличие данных факторов свидетельствует о низкой степени эффективности рыночного саморегулирования инвестиционных процессов. Возрастает роль государственного регулирования, однако оно может оказывать не только положительное, но и негативное воздействие.

Таким образом, перечисленные особенности информационного капитала как инвестиционного ресурса позволяют рассматривать его в качестве инструмента обеспечения устойчивого экономического роста не только фирмы, но и страны. Однако реализация этих возможностей напрямую определяется эффективностью разнообразных форм государственного регулирования инвестиционной деятельности.

2.2. Развитие малого предпринимательства в информационной экономике

За последнее столетие в обществе произошло три важнейших технологических прорыва: разработаны качественно новые источники энергии; осуществлена революция в молекулярной биологии; бурное развитие информационной индустрии, что предопределило формирование объективных, факторов становления информационной экономики.

Исследование экономической деятельности фирм в информационной экономике и основных форм взаимодействия различных институциональных структур предполагает выяснение не только терминологического определения информации и других категорий информационной экономики, но также и изменения ее роли в общественном производстве. Основными признаками информационного общества являются формирование единого мирового информационного пространства, углубление процессов информационной и экономической интеграции стран и хозяйствующих в них субъектов, создание рынка информации, переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития. Они характеризуют разные стороны информационного общества: уровень развития его производительных сил (наличие и эффективность использования информационных, компьютерных и телекоммуникационных технологий, формирование информационной среды) и уровень развития производственных отношений (создание новых видов рынков, инфраструктур и т.п.).

Идея «информационного общества» была сформулирована в конце 60-х – начале 70-х годов XX века. В Японии в отчетах ряда организаций (ЕРА – Агентство экономического планирования, JACUDI – Институт разработки использования компьютеров, ISC – Совет по структуре промышленности) были обрисованы контуры информационного общества, в котором процесс компьютеризации сделает возможным избавление людей от рутинной работы, обеспечит высокий уровень автоматизации производства, сделает доступными надежные источники информации. Продукт данного общества станет преимущественно «информационно емким», а в его стоимости возрастет доля инноваций, дизайна и маркетинга. И. Масу-

да¹, руководитель JACUDI, писал, что «производство информационного продукта, а не продукта материального, будет движущей силой образования и развития общества». Изменения в социальной структуре, происходящие в середине XX века, по мнению Д. Белла, свидетельствуют о эволюционировании индустриального общества к постиндустриальному, которое и должно стать определяющей социальной формой XXI века². Постиндустриальное общество возникает в результате длинной цепи технологических перемен. Если определилось постиндустриальное общество как такое, где произошел сдвиг от промышленного производства к сфере услуг, то в постиндустриальный век, по его мнению, вступили США, Япония, Великобритания и почти вся Западная Европа. Но если информационное общество определить как такое, в котором существуют научный потенциал и способность трансформировать научные знания в конечный продукт, называемый обычно «высокими технологиями», то этому условию отвечают только США и Японии. Для объяснения неравномерности вхождения в постиндустриальное общество вводится понятие «технологической лестницы», в соответствии с которой можно составить схему сдвигов или изменений в экономике любой страны.

Так же, как и Масуда, Белл считает, что в результате информационной революции меняется масштаб человеческой деятельности и если он соответствует социальным, экономическим, политическим и административно-управленческим элементам общественного устройства, то общества функционируют разумно.

В качестве основных черт постиндустриального общества Д. Белл выделяет следующие: переход от производства товаров к производству услуг; центральная роль отводится теоретическим знаниям, т.к. именно изменение в осознании природы инноваций делает решающим теоретическое знание»; рост класса носителей знания; формирование новой элиты, основанной на квалификации, получаемой индивидами благодаря образованию, а не на обладании собственностью; создание новой интеллектуальной технологии, которая к концу XX века будет играть столь же выдающуюся роль, какую играла машинная технология в прошедшие полтора

¹ Matilda Y. The Information Society» Posliudiislrtal Society. Wash : World Future Soc.h 1933, p. 29.

² Bell D, The Coniing of Posl-Industrial Society. A VoUInc En Suci j! Furccasling. N.Y., Basic DodJjnc., 1973, p,20.

века; наука достигает своего зрелого состояния и имеет решающее значение для возможности свободного осуществления исследований и получения знаний в будущем; изменения в характере труда исключаются природа и искусственно созданные предметы, а остаются лишь люди, которые учатся взаимодействовать друг с другом; дефицит информации и времени. Но самое главное, что отмечает Белл в своем исследовании – это экономическая природа информации. Информация – продукт коллективный, а не частный. Она функционирует как общественное благо, поскольку, будучи знанием, не расходуется, в отличие от любых других товаров – результатов частного по форме собственности и индивидуального по характеру производства в условиях конкурентной среды – социальные инвестиции в знания требуют разработки стратегии сотрудничества.

В середине же 70-х годов в книге французских исследователей С.Нора и Л.Минка «Компьютеризация общества. Доклад президенту Франции» дан критический анализ либеральной постиндустриалистской концепции Белла и введено новое понимание информационного общества, где «организация должна совпадать с добровольностью», это – совершенное рыночное общество, где «информация и участие в управлении развиваются в едином процессе», а «групповые планы в большей мере» чем раньше, выражают социальные и культурные устремления». Под возрастающим внешним давлением «только власть, обладающая надлежащей информацией, сможет способствовать развитию и гарантировать независимость страны»¹.

В целом в экономических исследованиях можно выделить разные подходы к определению информационного общества. Наиболее значимыми являются: «супериндустриальное общество» А.Тоффлера, «электронное общество» М. Моришимы, «четвертичная цивилизация» (из четвертичного сектора экономики, развивающегося наиболее высокими темпами) Ж.Фурастье, «посткапиталистическое общество» П. Дракера, «постмодернистское общество» Ж. Бодрийяра и Ж.-Ф. Лиотара и, наконец, «информационное общество» М. Кастельса.

Какое бы из этих определений мы не взяли, на наш взгляд, любое из них свидетельствует об изменении роли и места информации. К чему это

¹ NotaS., Minc A. The Computerization of Society, LI Report to President of France, Cambridge. L. 1930, p. 135

сводится?

Во-первых, информация в информационной экономике становится всеобщей естественной средой, в которой взаимодействуют все субъекты экономики, использующие традиционные факторы производства. Информация «пронизывает» традиционные факторы, повышая эффективность их использования. Формируется и действует новый принцип взаимодействия факторов производства, основанный на системе положительной обратной связи, уменьшающей значимость их пространственно-временных характеристик. Снижается социально-экономическая значимость традиционных факторов и повышается доля овеществленной информации в стоимости продукции. Так, в стоимости микропроцессоров компьютера доля физических компонентов составляет около 2 %, а овеществленной информации – на 98%.

Во-вторых, информация охватывает практически все сферы жизни общества, вызывая в них глубокие качественные изменения. Деньги уступают свое место технологиям. Технологии, в свою очередь, переориентируются с формирования нужных материальных предметов на формирование нужного типа сознания и культуры.

В-третьих, производство научных знаний и информации становится критерием развития информационного общества и его продвижения по технологической лестнице (по Беллу).

В-четвертых, ведет к изменению структуры общественного производства в сторону доминирующего развития сферы услуг. В то же время относительно обесцениваются традиционные технологии.

В-пятых, ведет также к формированию новой концепции человека и его креативных способностей, воплощенных в понятии «человеческий капитал», отражающих его новое место и роль в общественном производстве.

В-шестых, способствует снижению риска и неопределенности в осуществлении хозяйственной, деятельности.

В-седьмых, является действенным орудием повышения конкурентоспособности продукта (услуги), фирмы и национальной экономики в целом, поскольку является базой сравнительного анализа и бенчмаркинга. Лучшая информация означает большую эффективность, поскольку представляет более широкий диапазон возможностей и тем самым расширяет

перспективы использования сравнительных преимуществ.

В-восьмых, является определяющим фактором экономического роста, формируя преимущественно информационный его тип.

В-девятых, она является исходным и конечным пунктом в стратегическом управлении, включающем процесс принятия решений, осуществления контроля и управления, выработку корректировочных механизмов.

В-десятых, способствует установлению коммуникаций как внутри фирмы между ее подразделениями, так и вовне, со смежниками, посредниками, потребителями, другими многообразными институтами рыночной экономики.

В одиннадцатых, способствует глобализации информационного пространства через распространение информационных технологий и унификацию требований к ним. Создав всемирные коммуникационные сети, человек окончательно превратил себя в часть чего-то большего, чем он сам.

В двенадцатых, информационные технологии формируют новый Web-стиль жизни всех хозяйствующих субъектов и институциональных структур.

Мы не претендуем на полноту охвата основных ролевых функций информации. Задача исследования сводится к определению основных из возможных ролей.

Место информации в системе факторов общественного производства в экономике 21 века определяется не только той ролью, которую она выполняет, но и противоречивым единством ее сущности. Дуализм информации проявляется в противоречивом сочетании следующих ее черт: общая доступность и ограниченная доступность (вплоть до ее крайнего значения – недоступности);

симметричность и асимметричность информации. В случае совершенной конкуренции информационное пространство однородно и все знают обо всех, поскольку существует прозрачность информации. В реальной же действительности совершенной конкуренции не существует по причине нарушения информационных связей между продавцами, продавцами и покупателями, между самими покупателями. Имеет место так называемая асимметрия информационного пространства;

информация как информационная единица и информация как информационное пространство. В их формировании задействовано разное коли-

чество субъектов в соответствии с их интересами и разное количество информации;

устойчивость и изменчивость информации и информационного пространства, обусловленная стремлением неравновесных экономических систем к равновесности;

способность информации сокращать неравенство в доходах людей при одновременном увеличении этого неравенства. Так, межстрановые различия в доходах за последние три десятилетия ушедшего века возросли с соотношения 30:1 до 74:1.

Информация, в широком смысле слова» наряду с материей и энергией, является одной из трех фундаментальных взаимосвязанных субстанций универсума и понимается как мера организации, присущая материальным объектам. С. Дятлов определяет информацию как атрибут не абстрактного сознания, а «такого сознания, которое принадлежит активно действующему и самореализующемуся в мире творческому субъекту – живой человеческой личности – и которое диалектически взаимосвязано с материей в рамках единой целостно существующей реальности». Такой подход позволяет ему говорить о субстанционной теории информации. Но этот же подход порождает новый вид технологий – «метатехнологии», относящиеся к технологиям «high-humew», опасность развития которых в сфере public relations связана с «промывкой мозгов», т.е. корректировкой сознания. Система управления (государства или корпорации) практически неизбежно начинает заниматься самогипнозом и в этом кроется ее способность к саморазрушению в случае отсутствия должного самоконтроля.

Подход к информации с точки зрения субстанционной теории позволяет рассматривать ее как средство, орудие самоорганизации экономических систем в неравновесных состояниях. Идентификация информационного пространства и целей фирмы (как самоорганизующейся системы) позволяет повысить порядок организации данной системы, снизить энтропию через минимизацию трансакционных издержек и, тем самым, повысить конкурентоспособность фирмы.

Энтропийный характер производительного использования информационного капитала как фактора производства, инвестиционного и управленческого ресурса обусловлен системной неопределенностью самого информационного капитала. При этом системная неопределенность включа-

ет в себя:

неопределенность процесса научного познания, результатом которого является производство информационного капитала как фактора производства инвестиционного ресурса. Нельзя с высокой степенью достоверности прогнозировать результаты научных исследований. И не любая информация как результат научного познания может быть применима на практике;

неопределенность качественных характеристик информационного капитала до процесса его использования. Только в процессе потребления информационного капитала как фактора производства, управленческого и инвестиционного ресурса выявляется адекватность сложившегося на фирме информационного капитала по структуре и составу.

Для успешного развития малого предпринимательства необходимо изменить общественный менталитет, сформировать в стране жизнеспособную предпринимательскую инфраструктуру, которая определяется как система специализированных институтов, созданных при участии государства или по инициативе самих предпринимательских кругов, призванная создавать благоприятные условия для развития предпринимательства.

С учетом ранее проведенного исследования рассмотрим необходимость формирования информационной инфраструктуры малого предпринимательства, которая представляет собой совокупность институтов, оказывающих информационную, консалтинговую, обучающую, научно-техническую, маркетинговую аналитическую поддержку малому предпринимательству в целях его устойчивого развития и воспроизводства. Развитие информационной инфраструктуры малого предпринимательства призвало решить ряд социально-экономических проблем, создание условий информационной прозрачности рынков, достижение политической стабильности общества; формирование оптимальной структуры экономики, образование среднего класса, смягчение безработицы, трудоустройство женщин, молодежи, военнослужащих, уволенных в запас, переселенцев; рост доходной части бюджетов.

К информационной инфраструктуре поддержки предпринимательства относятся организационные структуры и программно-технические средства. К информационным ресурсам «твоей» ресурсы, представленные в традиционном и электронном виде. Среди традиционных ресурсов можно

выделить правовые и законодательные базы данных, СМИ, рекламно-выставочную деятельность, научные исследования, подготовку кадров, бизнес-инкубирование, консультационную деятельность. Многие из перечисленных информационных ресурсов также могут быть представлены в электронном исполнении, но на современном этапе в виде электронных ресурсов имеются не все услуги и продукты информационной инфраструктуры малого предпринимательства. Наиболее передовым опытом по созданию электронных ресурсов обладает Москва, где на сегодня созданы и действуют в рамках городского центра поддержки предпринимателей, деловая пресса; деловые предложения; каталог производителей продукции и услуг России и СНГ в Интернет, каталог региональных информационных ресурсов по малому предпринимательству в России; дистанционный консалтинг: торговый центр малого бизнеса, система интерактивной рекламы продукции и услуг, экспресс-почта, деловые тесты; кадровое агентство МП, интерактивное вещание для предпринимателей¹.

Развитие интерактивной информационной поддержки предпринимательства по сравнению с традиционной позволит еще более снизить себестоимость затрат, повысить эффективность информационного обмена, повысить качество информационных ресурсов и услуг

Несмотря на положительные сдвиги в развитии информационной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, ее уровень явно недостаточный, о чем свидетельствует уровень развития малого и среднего бизнеса в России, измеряемый по общепринятым в промышленно развитых странах показателям.

Необходимо обеспечить такие политические, правовые, экономические и информационные условия, которые бы позволили преобразовать потенциал предпринимательской инициативы в реальный действующий фактор экономической развития. В этом случае во многом будет полезен передовой опыт зарубежных стран, который демонстрирует успешность функционирования однородных элементов инфраструктуры в рамках межгосударственных или международных сетей. Так, например, созданная сеть инновационных предпринимательских центров (VIC) в рамках ЕС способствовала применению единых методик в отборе проектов, ис-

¹ [98, с. 241-242]

пользованию одних информационных баз данных и пределах сети, более эффективному распределению ресурсов.

Для дальнейшего развития информационной поддержки бизнеса в России необходимо вскрыть причины информационного характера, сдерживающие развитие предпринимательства, к которым можно отнести:

недостаточное количество эффективных объектов инфраструктуры;

слабая информированность о деятельности предприятий;

отсутствие единой информационной базы о наличии, характеристике территориальном размещении имеющихся в регионе резервов, сырьевых ресурсов, неиспользуемых сырьевых площадей и т.п.

отсутствие полной и достоверной информации о грантах, о структурах информационной поддержки предпринимательства,

отсутствие полной и достоверной информации о состоянии рынков, причем в национальном масштабе;

отсутствие координатора деятельности информационного пространства на областном уровне,

неравномерность развития информационной инфраструктуры по регионам.

Все проблемы информационного обеспечения были обобщены и их решение во многом представлено в проекте Федеральной программы государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации на 2006-2015 годы, где уделяется большое внимание информационной и консультационной поддержке:

обеспечение экономической, правовой и информационной безопасности;

содействие выставочно-ярмарочной деятельности,

статистическое обеспечение государственной политики в области малого предпринимательства;

актуализация и постоянное пополнение информационных ресурсов,

предоставление льготного доступа к информационным ресурсам и продвижение товаров малых предприятий на рынках;

создание и поддержание общероссийской сети специализированных веб-сайтов для малого бизнеса:

создание унифицированных программно-технических систем информационной поддержки малого предпринимательства,

создание новых и поддержка эффективно функционирующих региональных и межрегиональных информационных центров при поддержке предпринимательской деятельности на основе действующей инфраструктуры поддержки малого бизнеса,

создание функциональных систем поиска партнеров для малых предприятий, системы информации и новых товаров и услугах, обеспечивающих предоставление дополнительных возможностей малым предпринимателям для заключения сделок,

формирование положительного образа предпринимателя и обеспечение информационной поддержки пропаганды малого предпринимательства как одной из важнейших факторов развития экономики и стабилизации российского общества через СМИ,

укрепление и развитие системы подготовки кадров для малого предпринимательства;

с целью повышения уровня обучения предпринимательских кадров и расширения применения интернет-технологии в этой сфере предусмотрена разработка методики учебно-консультационных программ по созданию малых Интернет-предприятий, а также проведение обучающих семинаров и др.

В Республике Татарстан особо остро стоит проблема развития информационной поддержки малого предпринимательству. Так, например, на данный момент существует только несколько электронных, информационных ресурса, доступных бесплатно для малого предпринимательства.

Наблюдается неравномерность распределения элементов информационной инфраструктуры по региону. Из-за отсутствия финансирования многие структуры оказывают услуги по коммерческим ценам, недоступным для малых предприятий. Происходит деформация инфраструктур поддержки малого предпринимательства в результате отсутствия финансовой, ресурсной помощи и неправильной кадровой политики. Ситуация осложняется отсутствием концепции развития информационной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства. Концепция создания информационной инфраструктуры малого предпринимательства должна строиться на основе представления комплексности информационных услуг в единой системе, аккумулирующей информацию для предпринимательской деятельности с целью содействия развития экономики, фор-

мированию эффективной информационной инфраструктуры МП, созданию благоприятных условий для устойчивого развития малого бизнеса, на основе следующих, принципов:

- системность и комплексность предоставления услуг;
- предоставление информационных услуг по единым стандартам, приближенным к международным;
- унификация информационных проектов;
- актуализация данных в установленные сроки;
- тиражирование успешных информационных проектов в другие регионы.

Для успешной реализации комплексности бизнес-услуг не обязательно создавать несколько подразделений в одной структуре поддержки предпринимательства.

Нами предлагается образовать объединение структур поддержки предпринимательства с целью реализации комплексности бизнес-услуг, передавая клиента от одной структуры к другой, если данная передача оправдывает средства.

Если бизнес-услуги будут оказывать структуры, специализирующиеся на определенных направлениях, то эффективность такой поддержки будет выше. Данные объединения будут способствовать выявлению общих проблем предпринимателей и делению их на группы. Решение данных проблем групповым методом, например, проведением некоторых совместных исследований, будет способствовать уменьшению затрат каждой из организации. Успешность таких объединений будет во многом зависеть от профессионализма лидеров.

Таким образом, назревает острая необходимость в создании объединения предпринимателей малого и среднего бизнеса, способного скоординировать деятельность, образовать диалог и понимание между отдельными элементами информационной инфраструктуры в пределах области. Создание такого объединения во многом позволит установить общие критерии и информационные стандарты, комплексность оказания услуг, оптимально распределить функции между структурами, организовать информационный обмен, как между элементами инфраструктуры, так и ее клиентами, наиболее рационально распределив ресурсы.

Деятельность такого органа должна идти при поддержке государства, т.к. многие информационные проекты являются капиталоемкими и имеют длительный срок окупаемости. Для оказания государственной поддержки информационным структурам поддержки малого предпринимательства целесообразно провести инвентаризацию оказываемых услуг в соответствии с их качеством и провести маркетинговые исследования в области с целью определения достоверных данных об информационных потребностях предпринимателей.

Без сомнения, малое предпринимательство в современных условиях нуждается в активной информационной поддержке, при этом приоритетными могут стать направления: инвентаризация и объединение информационных ресурсов в одной системе на федеральном и региональном уровнях с целью удобства представления информации МП, стимулирование развития консалтинговой деятельности, специализированных для разных типов МП с учетом социально-экономических, организационно-правовых и иных условий развития, изменение системы обучения, в большей мере ориентированной на практические нужды МП с учетом регионального развития, имеющей систему профессионального отбора слушателей, преподавателей и программ обучения; оказание комплексной информационной поддержки малого предпринимательства с гарантией получения дополнительных мер поддержки финансовой, имущественной; мониторинг презируемых для МП конкурсных дел по участию в госзаказах, грантах, программах поддержки.

2.3. Становление информационного рынка как важного условия развития малого предпринимательства в России

Многие ученые, в том числе Т.Стоупьер, Д.Белл отмечали, что в новом обществе информационные ресурсы станут основным не источником богатства. Основным станет сектор услуг, преимущественно занимающийся переработкой информации, будет развиваться новая отрасль экономики – информационная экономика.

Рыночная ситуация создала условия для постоянного роста платежеспособного спроса в предпринимательской среде на программно-

технические продувы, который признан необходимостью фиксирования и анализа выполнения хозяйственных операций, обработки огромного числа учетных данных, составления отчетности, оформления и систематизации экономической информации

В результате этого возникает новый вид производства – информационная индустрия, под которой будем понимать отрасль экономики, связанную с производством, обработкой, передачей, хранением всех видов информации, созданием необходимых для этого технологических условий с целью получения информации нового качества.

На сегодняшний день можно выделить три отрасли информационной индустрии: производство информации (содержания); производство технического оборудования и программного обеспечения (ПО) для обработки информации, распространение информации.

В современных условиях прослеживается конвергенция различных информационных индустрий, обусловленная сложностью четкого разделения существующих информационных продуктов и услуг. Информационный продукт не может существовать без информационной услуги и наоборот. Появление новых видов экономической деятельности, связанных с сетью Интернет, онлайн-услугами, мобильной связью и другими техническими инновациями, усиливают процесс конвергенции.

Рынок информационных ресурсов представляет собой способ взаимодействия между отдельными самостоятельно принимающими решение хозяйствующими субъектами по поводу купли-продажи информации с целью оптимизации экономических интересов всех его участников. В качестве участников информационного рынка выступают домохозяйства, фирмы, государство.

Домашнее хозяйство – основная структурная, функционирующая в потребительской сфере экономики. В рамках домохозяйства потребляются конечные информационные продукты сферы производства и услуг. Домохозяйство выступает основным поставщиком информации на рынке о том, какие товары, какого качества, в каком количестве и по какой цене они согласны приобрести.

Фирма (бизнес) – это деловое предприятие, функционирующее с целью получения дохода. Существуют специализированные фирмы (НИИ, конструкторские бюро; ЦНТИ, органы статистики, если они выполняют

коммерческие услуги; консалтинговые фирмы; банки, биржи и др.), которые предоставляют на рынок информационные продукты и услуги за определенную плату и фирмы, о которых необходимо собирать информацию в процессе предпринимательской деятельности с целью определения платежеспособности, конкурентоспособности и т.д. В качестве таких фирм могут выступать поставщики, покупатели, кредитные организации, конкуренты, частные предприниматели и другие.

Государство (правительство) представлено главным образом бюджетными организациями, которые не имеют своей целью получение прибыли, а реализуют функции государственного регулирования экономики. Государство является поставщиком правовой и другой информации, которая выступает в роли общественной блага. Оно участвует в информационных процессах посредством своей информационной политики, регулирует отношения на информационном рынке, частично погашает информационное неравенство субъектов малого предпринимательства в информационном обществе.

Рассмотрим уровень развития информационного рынка как важного условия становления малого предпринимательства.

Рынок стимулирует развитие информатизации, производство и широкое распространение современных средств передачи, обработки и хранения информации. Рост информационных потребностей и, соответственно, спроса на информационную технику и услуги в России обуславливается двумя группами факторов. С одной стороны, это отражение общей мировой тенденции развития, характерной для промышленно развитых стран во второй половине XX века, с другой стороны, существуют специфические причины ускоренной информатизации, наблюдающейся в России в последние годы, что, несомненно, сильно связано с переходом к новому экономическому порядку.

Развитие информатизации во всем мире в решающей степени обусловлено дальнейшим развитием коммуникационной функции рынка в условиях, все углубляющегося разделения труда и усложнения хозяйственных связей, поиском новых источников конкурентных преимуществ, как на внутренних; так и на внешних рынках Рынок же создал благоприятную конкурентную среду для малого предпринимательства.

При переходе к рынку в России начали действовать специфические факторы, обусловившие коренной перелом в развитии информатизации:

переход от централизованно управляемой экономики к рыночной системе, имеющей иную информационную природу и предъявляющей иные требования к содержанию информации и качеству информационных процессов;

ликвидация государственной монополии на информацию;

включение страны в международные экономические связи и соответственно в мировое информационное пространство

Все перечисленные факторы коренным образом изменяют информационные потребности малого предпринимательства как количественно, так и качественно. Увеличение частного сектора в экономике способствовало спецификации нрав собственности и созданию заинтересованности участников рынка в свободном информационном обмене.

Создание современного информационного общества требует решения задач формирования современной информационной сферы, обеспечивающей эффективное развитие СМИ, формирования информационных ресурсов, подготовки информационных продуктов; предоставления информационных услуг. Переходный период в России привел к необходимости изменения информационных взаимодействий между хозяйствующими субъектами и повлиял на структуру их информационных потребностей.

На рынке информации государство должно активно регулировать информационные отношения, которые возникают при осуществлении информационных процессов производству, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, передачи, распределения и потребления информации. В информационной сфере зарождается новая система норм и отношений, охраняемая государством. Выделяется новая отрасль – информационное право.

Информация выступает основным объектом, по поводу которого или в связи с которым возникают общественные отношения, регулируемые информационным правом. В качестве субъектов информационных отношений выступают собственники информации, производитель или обладатель информации и потребитель.

В настоящее время мы наблюдаем расцвет информационного общества информационные технологии охватывают все сферы человеческой

деятельности; реализуется право свободного доступа граждан к информационным ресурсам всей цивилизации, решаются проблемы информационного кризиса, формируются институты информационной поддержки малого предпринимательства. Помимо перспектив процветания в информационной цивилизации, обществу грозят опасные тенденции. Угроза может заключаться в опасности ложной информации и дезинформации личности, предприятия, государева, общества, нарушении информационных прав и свобод; опасности несанкционированного доступа к информации ограниченного доступа, коммерческой информации. Может быть нарушен баланс между национальной безопасностью и свободой массового распространения информации.

Из-за финансовых проблем и отсутствия практических навыков и опыта быстрого внедрения новейших, технологий идет опережение развития информационной сферы власти по сравнению с информационной сферой предприятий и гражданской общества.

Существует неравномерность развития по регионам, которая влечет за собой угрозу целостности информационного пространства и опасность разрыва между «информационной элитой» и потребителями. В равных информационных условиях оказываются малые предприятия, созданные при крупных предприятиях, и те, которые самостоятельно хозяйствуют на рынке. Кроме того, существует неравномерность развития информационного рынка по странам. Подобные деформации рынка существенно ограничивают возможности его функционального развития и порождают реальные угрозы информационной безопасности страны и превращения России в «информационный придаток». Существует отставание России в развитии информационной инфраструктуры страны, прежде всего средств вычислительной техники, связи, телекоммуникаций и в развитии российского национального информационного законодательства. Временной лаг в развитии может привести к огромным потерям и к выпадению из цивилизованного мирового общества.

С внедрением Интернет происходит нелегальное распространение данных, бесконтрольная утечка за рубеж информационных ресурсов, содержащих ценнейшую геологическую, геодезическую, экономическую, военную информацию, информацию о научно-техническом, кадровом и

другом потенциале России. Все это ослабляет Россию как одно из ведущих государств мира.

Защита информационных ресурсов должна проводиться по трем направлениям. Во-первых, необходимо защитить личность, предпринимательство, государство, общество от воздействия недоброкачественной информации, так называемых «шумов». Во-вторых, защитить информацию и информационные ресурсы (ИР) от неправомерного воздействия посторонних лиц. В-третьих, произвести защиту информационных прав и свобод.

Практика доказывает нежизнеспособность институтов защиты информационных ресурсов, что влечет за собой потери ВВП, недополучение налоговых платежей и дохода корпорации.

В сложных условиях Россия должна поставить наиболее четко решаемые задачи в области информатизации. Основные направления государственной политики в этой области заключаются в следующем:

- обеспечение условий для развития и защиты всех форм собственности на информационные ресурсы;

- формирование и защита государственных информационных ресурсов;

- создание и развитие федеральных и региональных информационных систем и сетей, обеспечение их совместимости и взаимодействие в едином информационном пространстве Российской Федерации;

- создание условий для качественного и эффективного информационного обеспечения граждан, малого предпринимательства, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций и общественных объединений на основе государственных информационных ресурсов;

- обеспечение национальной безопасности в сфере информатизации, а также обеспечение реализации прав граждан, организаций в условиях информатизации;

- формирование рынка информационных ресурсов, услуг, информационных систем, технологий, средств их обеспечения;

- формирование и осуществление единой научно-технической и промышленной политики в сфере информатизации с учетом современного мирового уровня развития информационных технологий;

- поддержка проектов и программ информатизации;

создание и совершенствование систем привлечения инвестиций и механизма стимулирования разработки и реализации проектов информатизации,

развитие законодательства в сфере информационных процессов, информатизации и защиты информатизации.

Основополагающее значение в регулировании информационных отношений, возникающих в результате взаимодействия хозяйствующих субъектов, имеет Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации», который устанавливает, что государственная политика в сфере формирования информационных ресурсов и информатизации направлена на создание условия для эффективного и качественного информационного обеспечения решения стратегических и оперативных задач социального и экономического развития Российской Федерации.

Важное значение имеет и положение Закона о том, что деятельность в сфере предоставления информационных услуг является лицензируемой, а информационные системы, базы и банки данных, предназначенные для информационного обслуживания граждан и организаций, подлежат сертификации в порядке, установленном Законом Российской Федерации «О сертификации продукции и услуг».

Данный Закон не содержит в себе даже основ информационной политики государства в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства, а также тех условий, при которых они могут быть охвачены государственной научно-технической и промышленной политикой информатизации.

Особое значение в информационном обеспечении малою предпринимательства уделяется в Федеральном законе от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями от 31 июля 1995 г) где указывается, что государственная поддержка малого предпринимательства осуществляется по следующим направлениям:

- создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических и информационных ресурсов, разработок и технологий;

- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие развитию их торговых, научно-технических, производственных, информационных связей с зарубежными государствами:
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий.

Особое значение уделяется созданию информационной инфраструктуры поддержки предпринимательства в целях получения субъектами малого предпринимательства экономической, правовой, статистической, производственно-технологической и иной информации, необходимой для их эффективного развития и в целях обмена между ними указанной информацией.

В законе также указывается, что Фонды поддержки малого предпринимательства наделяются правами компенсировать субъектам малого предпринимательства полностью или частично расходы, связанные с информационным обслуживанием их деятельности.

В целях повышения информированности субъектов малого предпринимательства о возможности и условиях расширения предпринимательской деятельности, повышения ее эффективности в интересах социально-экономического развития области администрация должна содействовать в организации выставок и проведении иных мероприятий.

Информационную поддержку предпринимательству оказывает Российская ТПП и региональные торгово-промышленные палаты на основе Закона Российской Федерации «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации». В данном законе указывается, что ТПП оказывают предпринимателям, их объединениям, союзам, ассоциациям информационные услуги, содействуют в организации инфраструктуры информационного обслуживания предпринимательства. Однако информационные услуги ТПП, которые она оказывает через созданные при ее участии специализированные коммерческие структуры, строятся на принципе самокупаемости, достаточно дорогостоящи и не всегда доступны для малого бизнеса, особенно его начинающих представителей.

На сегодняшний день современное информационное законодательство России находится в стадии развития. Его создание будет являться условием обеспечения единства и целостности национального информационного

пространства, что, в свою очередь, создаст условия для развития благоприятной предпринимательской среды. Совершенное законодательство позволит защитить национальные интересы страны при выходе на международные рынки информации и сохранить свою мощь, неповторимость и независимость.

Таким образом, одним из путей выхода России из затянувшегося кризиса является разработка своей информационной политики, которая в условиях переходной экономики должна быть сосредоточена на решении необходимых стратегий.

Во-первых, государство должно обеспечить максимально быстрое развитие всех систем связи на основе прогрессивных информационных технологий с целью создания единого информационного пространства. Одним из условий развития данной сферы будет ликвидация монополии.

Во-вторых, автоматизация органов государственной власти с целью повышения эффективности принимаемых управленческих решений в рамках всего государства.

В-третьих, выработка стратегии планирования и реализации всех мероприятий по финансовой, правовой поддержке институтов, организаций, учреждений и коммерческих структур, осуществляющих, исследования, научно технические разработки, внедрение инновационных продуктов, создание и эксплуатацию в России современных конкурентоспособных аппаратных и программных средств, информационных сетей, а также подготовку информационных специалистов высшей квалификации.

В-четвертых, переход на международные стандарты информационных услуг и продуктов. Россия должна выйти на международный рынок и продавать своего программного обеспечения, а не покупать интеллектуальный продукт, выполненный нашими же специалистами, за рубежом. Выход на мировой рынок может быть осуществлен за счет привлечения иностранного капитала, организации национального производства средств информатики с привлечением в страну передового зарубежного опыта создания системы продвижения национальных продуктов на мировой рынок, обеспечения патентной чистоты и защиты информационных товаров национального и зарубежного производства.

В-пятых, рациональнее часть функции передать на места, т.к. из-за огромных просторов нашей страны бюрократический аппарат не справля-

ется с управлением всеми общественными процессами. Таким образом, центр тяжести будет смещаться в сферу региональной информационной политики. За центральным правительством останутся функции межрегиональной координации, финансирования бедствующих районов, общегосударственной обороны, защиты национальных интересов на внешнем рынке, осуществления общегосударственных программ научно-технического развития, образования, здравоохранения, создания информационного законодательства и другие.

В-шестых, предусмотреть комплекс мероприятий обеспечивающих пропаганду целей, задач и возможностей единого информационного пространства, обучение граждан основам информационной грамотности. Это позволит усилить мотивацию граждан, организаций на обращение к информационным ресурсам, ускорит развитие информационной инфраструктуры рынка.

В-седьмых, создавать благоприятные информационные условия для развития малого и среднего предпринимательства как одного из факторов реального экономического роста. В этом направлении необходимо осуществить ряд мероприятий, направленных на регулирование информационных отношений административными и экономическими методами:

- разработать нормативную базу, прямо регулиующую информационную сферу предпринимательской среды;
- необходимо законодательно ориентировать политику поддержки российских МП на создание специализированных и доступных в концентрированном виде (в едином месте или через единый источник) информационных систем для МП;
- закрепить целевые налоговые льготы на «приобщение» к системам информационного обслуживания, в частности, через льготы на приобретение соответствующего компьютерного оборудования, на найм и обучение специалистов соответствуют их профилей, на приобретение необходимой экономической и правовой информации и пр.;
- необходимо установить и закрепить законодательно единую процедуру лицензирования и аккредитации предприятий, оказывающих консалтинговые и образовательные услуги МП;
- законодательно закрепить ответственность провайдеров и операторов за распространение ложной информации;

- создать на местах концепцию развития информационной инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

Создание единого информационного пространства, гармоничной системы законодательства в области информатизации, развитие информационной индустрии с учетом мировых достижений науки и техники позволят России достойно выйти на мировой уровень технического развития; эффективно использовать интеллектуальный и кадровый потенциал, обеспечить равноправное вхождение граждан России в глобальное информационное сообщество на основе соблюдения прав человека, в том числе права на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации, а также права на обеспечение конфиденциальности любой охраняемой законом информации, имеющейся в информационных системах, получить существенный прирост ВВП от информационной индустрии; обеспечить устойчивый рост малого предпринимательства.

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА МОДЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ

3.1. Реализация государственной стратегии инновационного развития как экономический интерес

Государственная политика Российской Федерации в инновационной сфере показывает, что у государства нет четко сформулированной стратегии активизации инновационной деятельности, в результате чего в период преобразования российской экономики роль научно-технического прогресса в экономике упала до такого низкого уровня, за которым следует разрушение производственного потенциала страны.

Данная проблема осложняется угнетенным состоянием инновационного процесса, которое вызвано целым рядом объективных и субъективных причин. Таким образом достичь экономической стабилизации невозможно, не преодолев кризис научно-технического прогресса, обусловленный отсутствием доведения инновационных идей до реализации и воплощения в жизнь.

Одним из важнейших направлений, на наш взгляд, является активизации деятельности малых предприятий на основе обновления основного капитала на новейшей технологической базе. Особенно это важно для России, потому что затянувшийся кризис, связанный с трансформацией индустриального общества в постиндустриальное совпал с трансформацией монополистической модели экономики в рыночную.

Новейшая технологическая база в экономике государства определяется техникой и технологией четвертого, пятого и шестого технологических укладов и отсутствием первых трех укладов. При этом под технологическим укладом понимается совокупность технических систем и технологических процессов, выражающих определенное поколение (уровень) научно-технического развития.

Другим направлением активизации инновационной деятельности предпринимателей, в частности малых, является, на наш взгляд, необхо-

димось анализа, диагностики и учета при выработке государственной политики экономических интересов не только самих предпринимателей, но и государственных структур.

Таким образом, государство является неперенным участником инновационного процесса, выполняя одну из важнейших, ответственных и квалифицированных функций, требующих высочайшего профессионализма, стратегического мышления и усилий со стороны руководителей государства, его органов и государственных служащих, – инновационно-стратегическую функцию.

Необходимость активного участия государства в инновационном процессе, в выработке и реализации стратегии инновационного прорыва диктуется несколькими факторами.

Во-первых, государство по уровню и горизонту своего видения и своей ответственности далеко превосходит горизонт и ответственность отдельного предпринимателя или группы предпринимателей. Оно отвечает перед прошлыми, настоящим и будущими поколениями за состояние и судьбу страны, уровень конкурентоспособности ее экономики, ее место в глобальном экономическом и технологическом пространстве, за национальную безопасность. Обязанность государства – объемное и долгосрочное видение, принятие стратегических решений с учетом всех возможных их последствий. Если государство не выполняет эти функции, оно становится опасным и для общества, и для предпринимателей, как это случилось с российским государством во время разрушительных реформ 90-х годов.

Государство пыталось выполнить эту функцию, принимая «Концепцию инновационной политики на 1998-2000 годы», «Основы политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу», утверждая перечни приоритетов развития науки и техники и критических технологий. Однако эти документы не подкреплялись необходимыми ресурсами.

Во-вторых, государство формирует инновационный климат, общие правовые рамки и нормы осуществления инновационной деятельности предпринимателя с учетом специфических условий ее осуществления, высокого риска. Этот климат, так или иначе, существует – либо со знаком «плюс», либо со знаком «минус». В 90-е этот климат был со знаком «минус»: предприниматели, осуществлявшие инновационную деятельность,

оказывались в худших условиях. Государство отказывалось их поддерживать (под прикрытием лозунга о равенстве всех перед рынком) и само участвовать в освоении базисных инноваций, а нередко осуществляло крупные антиинновации. Достаточно сказать, что до сих пор нет ни одного федерального закона, регулирующего сферу инноваций, а принятый Государственной думой и одобренный Советом Федерации закон «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике» так и не был введен в действие.

Благоприятный инновационный климат включает также определенные преференции для участников инновационного процесса: компенсации повышенных затрат периода освоения принципиально новой техники и технологий (особенно принципиально новых, основанных на отечественных изобретениях); налоговые и таможенные льготы для участвующих в реализации стратегических инновационных приоритетов; льготные кредиты для осуществления инновационно-инвестиционных проектов; систему страхования инновационных рисков и т.п. Необходимо с учетом зарубежного опыта, да и прошлой отечественной практики восстановить систему преференций, сформулировать благоприятный инновационный климат для предпринимателей. Без этого к инновационному типу развития экономики перейти невозможно.

В-третьих, государство обязано взять на себя выбор стратегии и осуществление инноваций в нерыночном секторе экономики – как базисных, так и улучшающих. Речь идет об инновационном обновлении фундаментальной науки, государственного управления, обороны, правопорядка, экологического мониторинга, крупных экологических проектах и т.п. Ни население, ни предприниматели не могут в полном объеме взять на себя обновление этого сектора. Между тем инновации в этой сфере играют важнейшую роль в воспроизводстве человеческого капитала, в обеспечении функционирования страны и ее безопасности. Здесь существуют квазирыночные отношения, но нет широкого поля продажи платных услуг, за счет которых могло бы осуществляться воспроизводство и своевременное инновационное обновление. С вступлением в общество знаний, в гуманитарно-ноосферную постиндустриальную мировую цивилизацию объем и значимость инноваций в нерыночном секторе будут возрастать. Нужно это отчетливо представлять и выделять в долгосрочных прогнозах, стратегических планах,

программах и бюджетах долю ВВП, направляемую не только на функционирование нерыночного сектора, но и па осуществление в ней базисных и улучшающих инноваций.

В-четвертых, государство не может оказаться в стороне от освоения и распространения базисных инноваций в рыночном секторе экономики. Речь не идет о возврате к централизованно-плановом инновационной системе, когда государство брало целиком на себя планирование и финансирование базисных, а во многом и улучшающих инноваций во всех сферах. Это оправдывало себя в чрезвычайных ситуациях, в мобилизационной экономике, в военно-промышленном комплексе, но ослабляло инициативу и ответственность предпринимателей, поскольку практически исключало механизм конкурентной борьбы, сочетание «пряника» и «кнута» в стимулировании инноваций. Сверхприбыль удачливых инноваторов отбирали в бюджет, чтобы поддержать, не дать обанкротиться отстающим, инновационно-инертным предприятиям.

В-пятых, государство должно оказывать содействие развитию инновационной инфраструктуры и малого инновационного бизнеса. Эти два направления деятельности неразрывно связаны. Как показывает зарубежный и в какой-то мере отечественный опыт, малые предприятия являются разведчиками, осваивающими новые поля инновационной деятельности; вслед за ними идет главная сила – капитал, осуществляющий стратегический инновационный прорыв. Инновационная инфраструктура, содействуя этому, в то же время является мостом, по которому научно-технические достижения проходят нелегкий путь к производству. В России к началу 2004 г. создано 60 технологических парков, 56 инновационно-технологических центров; 7 городов получили статус наукограда; эффективно функционирует Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, создаются венчурные фонды. Все это лишь первые шаги, капля в море по сравнению с потребностями инновационно-технологической модернизации. К тому же число малых предприятий в области науки и научного обслуживания сократилось с 46,7 тыс. в 1996 г. до 22,7 тыс. в 2005 г. – более чем вдвое; их доля в общем числе малых предприятий – с 5,5% до 2,6%; доля в численности работников малых предприятий составила в 2005 г. всего 1,6%, а в объеме продукции – 2,5%. Широко

декларированная политика поддержки малого бизнеса в основном остается на бумаге.

В-шестых, непосредственный предмет заботы государства – подготовка кадрового потенциала для инновационного прорыва. Речь идет как об инновационной направленности среднего и высшего образования, а также системы переподготовки и повышения квалификации кадров, дистанционного обучения, так и о специализированном обучении для конкретных инновационных программ и проектов, обучении малого инновационного бизнеса. Особого внимания требует омоложение кадрового корпуса ученых, конструкторов, инженеров; здесь наблюдается рост среднего возраста и консерватизма, мало молодежи приходит в эту сферу. В значительной степени разрушена исследовательская, конструкторская и инженерная основа оборонно-промышленного сектора.

Основой кадрового обеспечения инновационного прорыва является реальная интеграция вузов, где идет естественный процесс притока молодежи, академических и отраслевых институтов и инновационно-активных предприятий. Таковую интеграцию – не столько в виде организационно-хозяйственного объединения, сколько в виде создания консорциумов, стратегических технологических альянсов и т.п. – следовало бы, прежде всего, осуществлять по приоритетным направлениям инновационного прорыва¹.

В-седьмых, важным полем инновационной деятельности государства является регламентация и защита интеллектуальной собственности, ее использования как в стране, так и за рубежом. Речь идет об эффективном использовании важнейшей части национального богатства страны независимо от того, за счет каких средств и по чьей инициативе создан интеллектуальный продукт (изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, программы для ЭВМ, топологии интегральных микросхем, базы данных и т.п.) – творческой личности самостоятельно, предприятия, муниципального, регионального или федерального бюджета. Осуществляя экспертизу и оценку заявок на изобретения, государственный патентный орган должен выделять наиболее перспективные и эффективные из них, оказывать помощь (включая финансовую поддержку) их патентованию в России и за рубежом, содействовать их использованию предприятия-

¹ Кузык Б.Н. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва / Б.Н.Кузык, Ю.В. Яковец. – 2-е изд., доп. – М.: Экономика, 2005.

ми всех форм собственности для создания принципиально новой продукции или технологии, определять порядок распределения полученных от реализации изобретения доходов (включая интеллектуальную квази ренту) между всеми партнерами – изобретателями, предприятиями и государством.

Государство должно также играть активную роль в защите отечественной интеллектуальной собственности за рубежом. Сейчас значительная ее доля практически безвозмездно присваивается зарубежными фирмами и ТНК, принося им немалые доходы.

Таким образом, в работе нами переосмысливается роль государства в экономике и развитии общества в период становления гуманистически-ноосферной постиндустриальной цивилизации, общества знаний, по своей природе носящего инновационный характер.

Выбор и реализация стратегии инновационного прорыва является экономическим, научно-техническим, социальным и нравственным императивом для современной России, ее политической, деловой, интеллектуальной элиты.

Экономическим императивом – поскольку только на основе радикального инновационного обновления критически устаревших основных фондов и выпускаемой продукции возможно обеспечить конкурентоспособность российской экономики, высокие устойчивые темпы экономического роста, увеличения доходов предприятий, государства и населения. Это тем более необходимо, что в условиях глобализации и развертывающегося научно-технологического переворота планка конкурентоспособности на мировом (а значит, и на внутреннем) рынке в ближайшие десятилетия существенно поднимется, и тот, кто отстанет, потеряет позиции, окажется под контролем мощных транснациональных корпораций.

Научно-техническим императивом – ибо только на основе освоения и распространения кластера базисных и волны реализующих и улучшающих инноваций современного пятого и перспективного шестого технологических укладов возможно сохранить и реструктуризировать научно-технический потенциал страны, обеспечить ей достойное место в глобальном научном и технологическом пространстве. Без растущего спроса со стороны реальной экономики и энергичной поддержки государства, без интенсивной интеграции академической и отраслевой науки, вузов и обновляющегося производства Россия надолго потеряет некогда лидировавшие в

мире, а ныне стареющие научные школы, когорты активных изобретательских и инженерных кадров, постоянно подпитывавшихся талантливой, устремленной к техническому творчеству молодежью, на десятилетия окажется на дальней периферии мирового научно-технического прогресса.

Социальным императивом – так как только на основе роста продаж инновационных товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках можно обеспечить высокую занятость квалифицированного труда, достойный уровень доходов для работающих и пенсионеров, понесших крупные потери в результате антисоциальных рыночных реформ 90-х годов, необходимые ресурсы для реализации масштабных социальных программ. Лишь при реализации стратегии инновационного прорыва ст. 7 Конституции РФ, гласящая, что Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека, из красивой фразы превратится в реальную действительность.

Нравственный императив – поскольку поколение 90-х годов, получив в наследство от предыдущих поколений мощный, технологически развитый, хотя и стареющий экономический и научно-технический потенциал, за сравнительно короткий срок бездарно растратило значительную часть этого наследства, что привело к структурной и технологической деградации экономики, предельной социальной поляризации, и залезло в долг будущим поколениям, хищнически используя природные ресурсы и наращивая внешний и внутренний долги, потеряв значительную часть цивилизационных ценностей. Только на основе реализации стратегии инновационного прорыва возможно добиться перелома сложившихся весьма опасных тенденций, передать следующим поколениям возрождающуюся страну, занимающую достойное место среди локальных цивилизаций четвертого поколения.

Россия имеет реальные предпосылки для реализации стратегии инновационного прорыва, перехода на путь инновационного развития на основе избранных приоритетов.

Во-первых, пока еще сохраняющийся мощный, многогранный интеллектуальный, научно-технический потенциал, полученный в наследство от предыдущих поколений, – передовые научные и конструкторские школы, высокотехнологичные предприятия оборонно-промышленного комплекса,

запас эффективных технологий двойного назначения, значительный фонд отечественных изобретений. Правда, этот потенциал быстро стареет и истощается, и если его не привести в ближайшее время в действие, он может быть безвозвратно или надолго утерян.

Во-вторых, образовательный потенциал – наличие значительного количества разносторонне подготовленных, творчески мыслящих и инициативных ученых, конструкторов, инженеров, программистов, менеджеров, экономистов. Это и есть исходная кадровая основа для базисных инноваций. Однако и она недолговечна. Значительная часть талантливой молодежи эмигрирует либо идет в сферы коммерческой деятельности. Направленная на стандартизацию, переход на тестовую систему реформа образования ослабит творческую способность выпускников российских школ и вузов находить неожиданные эффективные решения нестандартных задач.

В-третьих, высокий уровень обеспеченности страны разнообразными природными ресурсами избавляет от необходимости тратить крупные средства на их импорт, более того – дает дополнительные возможности (включая мировую природную ренту) для инновационного обновления экономики. Но для этого необходимо не копить, откладывать средства «на черный день» в виде валютных резервов Центробанка и стабилизационного фонда правительства, а направлять весомую их часть на инновационное преобразование экономики, иначе «черный день» наступит быстрее и будет более разрушительным.

В-четвертых, Россия занимает выгодное геостратегическое положение. Она является ядром пока еще не полностью распавшейся евразийской цивилизации и может стать центром инновационной трансформации СНГ, совместных выступлений с инновационной продукцией как на внутренних рынках этих стран, так и на мировых рынках. Развивая научно-технологическое сотрудничество с быстро развивающимися экономиками Китая и Индии, страна может получить крупные рынки для инновационной продукции. Находясь на выгодных транспортных путях Восток-Запад, Север – Юг, развивая международные транспортные коридоры, страна может получать растущий объем доходов (включая мировую транспортную ренту) для инновационной трансформации экономики.

В-пятых, разговоры о том, что Россия не имеет достаточных средств для инновационного прорыва, являются обманом – вольным или неволь-

ным. В России сейчас имеется избыток капитала, который не находит инновационно-производительного применения и в крупных масштабах вывозится за границу. Капитал 25 российских миллиардеров, по оценке американского журнала «Форбс», превышает 72 млрд. долл.; значительная его часть находится за рубежом. Валютный резерв Центробанка превысил 84 млрд. долл., однако он размещен в основном в долларах и в американских ценных бумагах, обслуживает американскую, а не российскую экономику. К этому следует добавить стабилизационный фонд правительства; не использованные остатки средств в региональных бюджетах в размере 73 млрд. руб.; крупные ресурсы предприятий и коммерческих банков, в малой степени вкладываемых в инвестиции в основной капитал; значительные средства на руках у населения. Экономика перенасыщена свободным капиталом; не хватает желания и умения использовать его для инновационного обновления производства.

Реализация стратегии инновационного прорыва требует квалифицированного выбора стратегических приоритетов и выработки эффективного механизма их осуществления.

Обречена на неудачу попытка охватить все поле научно-технологического прогресса, распылив силы и средства. Необходимо выбрать сравнительно узкое поле стратегий инновационного прорыва, исходя из четких критериев: технологических потребностей экономики, определения эффективных рыночных ниш; технологического уровня, перспективной конкурентоспособности инновационных продуктов и технологий; наличия отечественных заделов – фундаментальных разработок, крупных изобретений, конверсионных технологий; уровня социально-экономической эффективности инновационных продуктов и технологий. Включаемые в перечень национальных инновационных приоритетов стратегии и проекты должны быть подвергнуты инновационно-технологической экспертизе, конкурсному отбору и общественному обсуждению.

Потребуется разработка действенного механизма реализации избранных приоритетов в рамках национальной инновационной системы. Этот механизм должен включать следующее: разработку, периодическую корректировку и продление долгосрочных прогнозов социально-экономического и инновационно-технологического развития страны с учетом мировых тенденций; выбор приоритетов, разработку федеральных, региональных и

межрегиональных стратегических планов и целевых программ, реализующих выбранные приоритеты; весомую государственную поддержку (прямую и косвенную) базисных инноваций в производстве и инноваций в нерыночном секторе; защиту интеллектуальной собственности и создание достаточных стимулов для ее использования, особенно изобретений. Основным принципом этого механизма – инновационное партнерство предпринимательского сектора, государства, творческих личностей и общества в осуществлении стратегического прорыва. Государство не может отказаться от прямой поддержки базисных инноваций, ограничившись созданием правового поля (кстати, до сих пор нет ни одного федерального закона в области инноваций и инновационной политики) и финансированием оборонных инвестиций. Государство должно активно выполнять одну из важнейших своих функций – инновационно-стратегическую.

Для реализации стратегии инновационного развития необходима консолидация здоровых сил общества.

Во-первых, это научно-техническая интеллигенция – ученые, конструкторы, инженеры, изобретатели, главной функцией которых является производство новых знаний и их воплощение в инновации. Эта часть общества в наибольшей мере пострадала в результате резкого сокращения государственной поддержки и предпринимательского спроса. Но она в последнее время активизируется. Формируются основы новой научной парадигмы, появляются значимые изобретения. Интеграция науки, вузов и производства, активная государственная научно-образовательная политика, заинтересованность органов власти в научно-техническом обосновании и реализации стратегических инновационных приоритетов помогут приданию этому социальному слою роли инициатора инновационных прорывов.

Во-вторых, это растущий слой предпринимателей – как крупных, так и мелких, которые начинают понимать, что без науки, без инноваций невозможно обеспечить конкурентоспособность продукции, выжить и победить в конкурентной борьбе, что целью предпринимательства в рыночной экономике является не максимальная текущая прибыль, а устойчивое перспективное положение на рынке, возможность получать инновационную сверхприбыль, осваивать новые и расширять существующие рыночные ниши.

В-третьих, это часть государственных служащих, которые видят свое призвание и свой долг в повышении конкурентоспособности отечественной

экономики и ее устойчивом росте на основе инновационного обновления, способны устоять перед соблазнами взяток и реализовать инновационно-стратегическую функцию государства.

В-четвертых, и это главное, – новое поколение, поколение 20-х годов XXI в., которое, восприняв тяжелое наследие, оставляемое ему поколением 90-х годов XX в., призвано осуществить инновационную трансформацию российской экономики. Важнейший долг ученых и преподавателей, средств массовой информации помочь новому поколению овладеть стратегическим мышлением, осознать возможности и пути перехода к инновационному пути развития. Некоторые признаки показывают, что инновационное самосознание нового поколения постепенно формируется.

Следовательно, социальные силы, способные осуществить инновационный прорыв, в России есть, они постепенно осознают свою миссию и консолидируются. Однако нельзя не замечать и противодействующих антиинновационных социальных сил. Это, прежде всего, значительная часть консервативного, непрофессионального и коррумпированного чиновничества во всех его разновидностях и на всех иерархических уровнях. Это большая часть олигархического капитала, вскормленного государством в период приватизации и паразитического первоначального накопления капитала 90-х годов. Это зарубежные ТНК и монополии и представляющие их интересы компрадорские слои, которые установили контроль над значительной частью российской экономики и препятствуют радикальным отечественным инновациям при поддержке ВТО и других международных экономических организаций.

В следующем параграфе рассмотрим инновационную активность предпринимателей как объект управления в системе экономических интересов.

3.2. Инновационная активность предпринимателей как объект управления в системе экономических интересов

Основу преобразований в социально-экономических системах составляют инновации. Они воздействуют на структуру, определяют темпы и масштабы экономических процессов и сопутствующих им структурных изменений. Инновации выполняют особую функцию в системе воспроиз-

водства – функцию порождения изменений, что позволяет оценить их как источник саморазвития и самоорганизации предпринимательских систем и как важнейший внутренний процесс и структурообразующий элемент.

Инновации определяют будущее развитие компании и предполагают подчас довольно значительные изменения в производстве, маркетинге, управлении фирмы¹. Компании подходят к инновациям в самом широком смысле, используя как новые технологии, так и новые методы работы, осваивая новые методы достижения конкурентоспособности или находя лучшие способы конкурентной борьбы при использовании старых способов. Инновации могут проявляться в новом дизайне продукта, в новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу или в новой методике повышения квалификации работников. В своем большинстве они оказываются достаточно простыми и некардинальными, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве².

По мнению И. Шумпетера³, под инновациями понимается введение нового продукта или качественное совершенствование прежнего, внедрение нового метода производства, открытие нового рынка, приобретение нового источника сырья, осуществление новой организации производства.

Обзор литературных источников показывает, что в российской экономической науке под инновациями принято считать конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде 1) нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, 2) нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, 3) нового подхода к социальным услугам. Кроме того, инновация включает в себя такие понятия как нововведение и новшество.

Таким образом, под инновацией следует понимать продукт (товар или услуга) научной деятельности, в результате применения которого в производстве происходят коренные изменения, влекущие за собой кардинальные организационно-распорядительные и производственно-

¹ Гольдштейн Г. Я. Инновационный менеджмент. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998, Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2002, Портер М.Е. Конкуренция. – СПб., М., Киев: Изд. дом «Вильямс», 2000.

² Портер М.Е. Конкуренция. – СПб., М., Киев: Изд. дом «Вильямс», 2000.

³ Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Экономика, 1995.

технологические преобразования. Под нововведением будем подразумевать совершенствование определенной части технологического или производственного процесса, не требующее остановки производства и значительных экономических затрат. При этом нововведение не изменяет организационные и производственно-технологические процессы, а улучшает процесс изготовления и совершенствует конечный продукт (товар или услугу).

Творческая мысль, проявляющая себя в элементах производственно-технологической деятельности, которая может иметь дальнейшее развитие в нововведении или инновации будем называть новшеством, к которым можно отнести изобретение или рационализаторское предложение, которое не требует больших экономических затрат. В основном оно позволяет совершенствовать технологический процесс или организацию производственно-хозяйственной деятельности.

Как известно, инновации разделяются на продуктовые, технологические и организационно-распорядительные. Последние в большинстве случаев неизбежны при внедрении как продуктовых, так и технологических инноваций. Известны классификации инноваций по следующим признакам: распространенность, место в производственном цикле, преемственность, охват рынка, степень новизны и инновационный потенциал.

Если же толковать понятие инновация в широком экономическом смысле, то она предстает как заверченный акт качественной модификации технологического базиса производства, характеризуемый, с одной стороны, неопределенностью и краткосрочностью для данного звена общественного производства, а с другой – долгосрочным эффектом, достигаемым суммой инновационных актов, объединенных в непрерывный инновационный процесс, который, в свою очередь, связан с созданием, освоением и распространением инноваций и представляет процесс последовательного превращения идеи в товар через этапы фундаментальных и прикладных исследований, конструкторских разработок, маркетинга, производства, сбыта.

Если фундаментальные исследования – базис всех инновационных процессов, источник новых знаний, то прообраз технической и технологической инновации формируется на этапе поисковых исследований при разработке концепции и оценке ее технической осуществимости. Зарож-

дение идеи и концепции возможного использования новых научных результатов происходит на этапе фундаментальных и прикладных исследований. Процесс практического воплощения идеи в действующий прототип нового продукта или технологии происходит на этапе прикладных исследований и разработок. Данный этап в свою очередь включает две фазы: научно-исследовательскую, когда происходит конструкторская проработка, и опытно-конструкторскую, в ходе которой создается полномасштабный прототип и проводится его испытание.

В результате деятельность, представляющая собой процедуру создания и внедрения новых товаров и услуг, разработку и внедрение новых промышленных технологий, которые будут являться основой производственной деятельности фирмы в будущем, а коммерческая реализация вновь созданных изделий (услуг) обеспечит будущие доходы и сформирует конкурентную позицию компаний, является инновационной деятельностью.

Таким образом, результатом инновационного процесса на предварительном этапе являются, как правило, новые научно-технические знания, которые разделяют на фундаментальные, базовые и технологии; на конечном этапе – это соответствующая конструкторская документация на серийное (а также либо единичное, либо массовое) производство и опытный образец (прототип). Это позволяет компаниям, осуществляющим инновационный процесс, не только самостоятельно использовать его результаты, но и вести самостоятельный вид бизнеса, продавая эти результаты как товар.

Исходя из вышеизложенного под инновационной активностью предпринимателей будет пониматься совокупность действия, направленные на обладание как инновациями, нововведениями, так и новшествами, в том числе обладание знаниями или системой знаний.

Управление инновационной активностью предпринимателей предусматривает реализацию трех основных задач: 1) поддержка инновационной процедуры проекта НИОКР, 2) создание механизмов внедрения специфических (инновационно-ориентированных) видов ресурсов и управление всеми видами ресурсов, 3) создание управляющих воздействий по регулированию портфелем проектов НИОКР.

Первая задача состоит из следующих этапов: анализ рыночной ситуа-

ции, выработка идей, выбор приоритетных идей, проверка концепции, экономический анализ, созданию продукта, внедрение продукта, пробный маркетинг, коммерческая реализация. Проработка указанной процедуры позволяет получить комплект конструкторской документации для тиражирования новой разработки и снизить риск получения неудовлетворительного результата от коммерческой реализации проекта.

Этап выработки идей представляет собой процесс поиска возможностей создания новых товаров (услуг). Он включает определение источников новых идей и методов их генерации. На этом этапе целесообразно собирать любые идеи без какой-либо критики. После того как выделены идеи потенциальных товаров, следует провести их фильтрацию, чтобы исключить из дальнейшего рассмотрения малопривлекательные. Как правило, такая фильтрация производится с помощью метода экспертных оценок.

Анализ концепции подразумевает формирование обратной связи с потребителями. Это позволяет представить потребителю предлагаемый товар, оценить его отношение к нему и намерение сделать покупку. Экономический анализ оставшихся идей продукта достаточно детализован, так как следующий этап – дорогая и длительная разработка продукции – научно-исследовательские работы (НИР) и опытно-конструкторские работы (ОКР). Поэтому экономический анализ позволяет вовремя устранить малоэффективные варианты из дальнейшего рассмотрения. Этапы разработки продукта и испытания регламентированы ГОСТ 15.101-80 «Порядок проведения НИР» и ГОСТ 15.001-73 «Основные этапы ОКР» и представляют собой длительный процесс непосредственно научных исследований, разработки конструкторской документации и проведение системы испытаний с привлечением значительной доли ресурсов компании. Пробный маркетинг дает возможность оценки продвижения и распределения продукта в небольших масштабах. Он предоставляет дополнительную информацию в преддверии коммерческой реализации и может значительно повысить вероятность ее успеха. Следует отметить, что даже на этой поздней стадии половина разработанных товаров не удовлетворяет критерию годности для выпуска в национальных масштабах. В случае принятия потребителями нового продукта и проведения грамотной маркетинговой политики, коммерческая реализация разработанного продукта может счи-

таться успешной.

Указанная процедура проекта НИОКР из-за надлежащей проработки всех этапов может растянуться на достаточно большой срок и потребовать значительных ресурсов, что противоречит общему смыслу стратегии инноваций¹.

Второй задачей управления инновационной активностью предпринимателей является создание специфических (инновационно-ориентированных) видов ресурсов и управление всеми видами ресурсов, выделенных на проект НИОКР. Под специфическими (инновационно-ориентированными) видами ресурсов в НИОКР следует понимать: специалистов высшей категории, инженерно-технические кадры, обслуживающий персонал, помещения соответствующие санитарным нормам, лабораторное оборудование, ЭВМ и оргтехнику, измерительные приборы и материалы для проведения исследований, информационные базы данных и их обслуживание, базы для изготовления опытных образцов и макетов, базы для изготовления промышленных образцов и т.д.

Третьей задачей инновационного менеджмента является управление портфелем проектов НИОКР. Инновационная активность предпринимателей на практике не ограничивается разработкой и коммерческой реализацией какого-либо одного или нескольких проектов. Начав осуществлять инновационную деятельность предприниматель, продолжает ее и впредь, вливаясь в ряды тех, кто развивает и продвигает научно-технический прогресс. Это связано с тем, что компаниями создается собственный инновационный потенциал, который требует значительных финансовых затрат, и ликвидация его после завершения отдельного проекта НИОКР за редким исключением имеет смысл. Таким образом, предприниматель, преодолев барьеры входа в данный вид активности, вынуждены продолжать ее и далее, либо ликвидировать созданный ею инновационный потенциал. Проблема, которая возникает у компаний, решивших продолжить инновационную активность, – это проблема управления потоком проектов НИОКР. Задачей инновационного менеджмента теперь становится также балансировка и управление проектами НИОКР во времени. По существу баланси-

¹ Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2002, Отчет о научно-исследовательской работе Стратегические аспекты управления НИОКР в условиях глобальной конкуренции. – Таганрог: ТРТУ, 2001.

ровка портфеля НИОКР означает его ресурсную оптимизацию, и в первую очередь – финансовую.

Разделение управления инновационной деятельностью на три указанных выше задачи искусственное, так как на практике представляет собой единую процедуру поиска их эффективных решений одновременно по трем направлениям. Но именно успешное проведение и реализация НИОКР позволяют получить результат, оправдывающий все затраченные в этом процессе ресурсы и время.

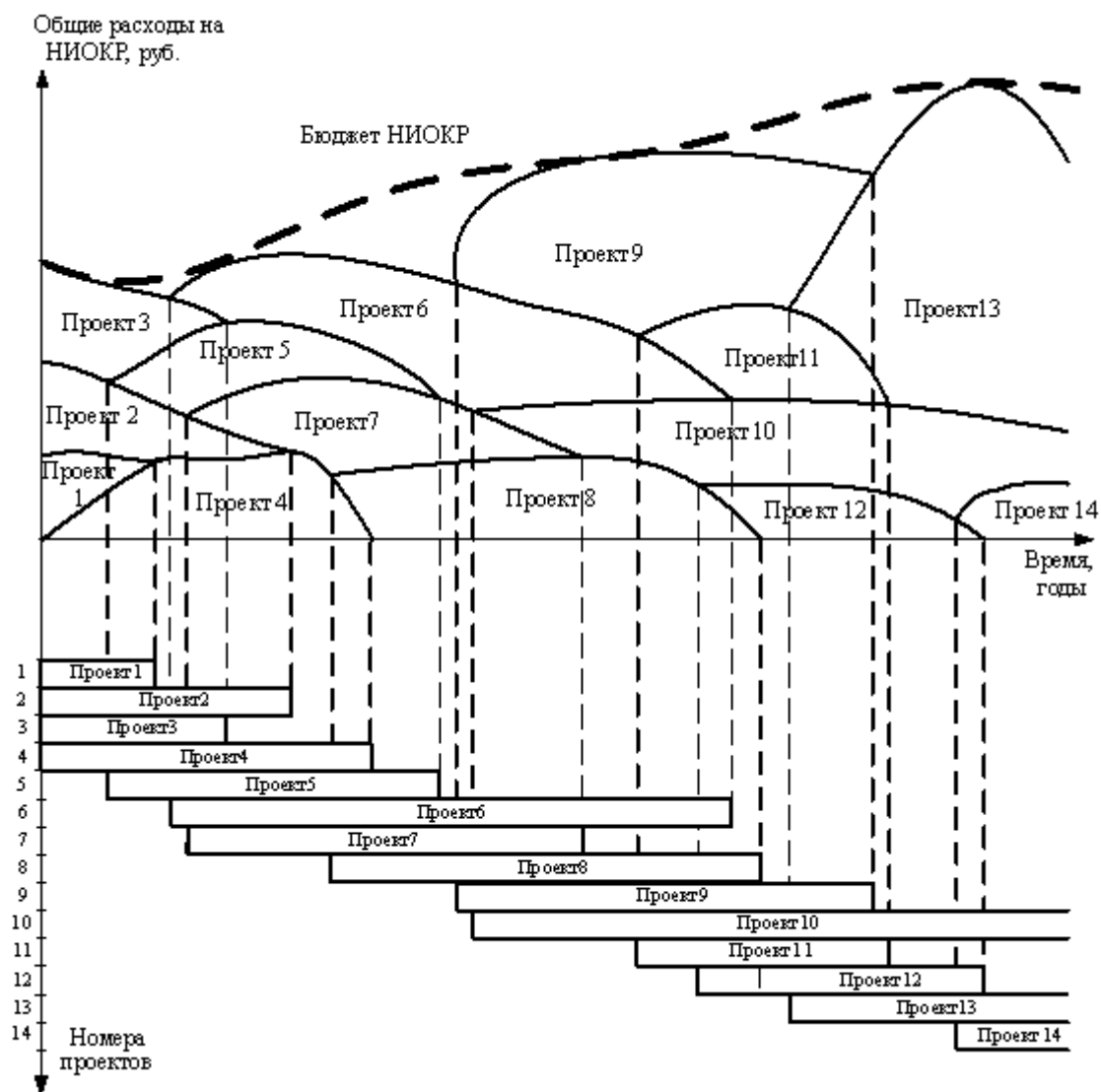


Рис. 3. Сбалансированный во времени портфель проектов НИОКР¹.

Известно, что лишь 5 % начатых проектов НИОКР находят свое успешное завершение в виде признания потребителями новой продукции на рынке. В числе основных причин такого положения, являются, как правило, отсутствие комплексной проработки маркетинговых, технических,

¹ Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2002.

экономических, инвестиционных, производственных аспектов, ошибочный выбор портфеля проектов НИОКР. В большинстве случаев компаниями не учитываются стратегическая значимость разработки, ее согласованность со стратегическими аспектами деятельности, временной аспект выполнения НИОКР и ее коммерческой реализации.

Результатом инновационной деятельности фирм на первый взгляд может показаться обеспечение будущих доходов и увеличение инновационного потенциала компании, который заключается в обладании такими способностями как: способность к быстрому проведению самостоятельных НИР, способность к проведению не только прикладных НИР, но также поисковых и фундаментальных, способность к быстрому проведению ОКР, способность к быстрой коммерческой реализации проекта, способность к быстрому обучению и изменению, способность к быстрому поиску информации и эффективному управлению ресурсами и т. д.

Инновационная активность является сущностью, живой душой предпринимательской деятельности. Высокого звания предпринимателя может быть удостоен лишь тот руководитель предприятия или организации в рыночной экономике, кто склонен к поиску нового и постоянно стремится предпринимать, чтобы добиться успеха в конкурентной борьбе. И это не призвание, ниспосланное предпринимателям свыше, и не только моральный долг. Это суровая жизненная (экономическая) необходимость, диктуемая потребностью к выживанию в жестокой конкурентной борьбе. Инновационность – это закон конкуренции, непереносимое свойство рыночной экономики, без которого та или иная рыночная система будет обречена на застой, вытеснение и гибель.

Оценивая инновационный потенциал предпринимателей любой формы собственности, нужно четко разграничивать: стимулы, побуждающие предпринимателей становиться на рискованный путь инноваций; возможности для предпринимателей осуществлять инновации; ограничения, которые сдерживают инновационную деятельность предпринимателей.

Обычно связывают экономические интересы предпринимателей к инновациям с их жадностью увеличения прибыли за счет продажи на рынке более качественной, конкурентоспособной или принципиально новой продукции либо применения более эффективной новой или модифицированной технологии. Это так, но это лишь полуправда. Удачные инновации действительно

приносят прибыль и даже сверхприбыль (инновационную квази ренту). Но на пути к этой дополнительной прибыли или сверхприбыли лежит инновационный порог, который далеко не всем удастся переступить: повышенные затраты периода освоения новой продукции и технологии (неизбежные издержки освоения, которые особенно высоки по принципиально новой продукции или технологии). Кроме того, неизвестно, как поведут себя покупатели новой или улучшенной продукции (товара или услуги), примет ли ее рынок и оправдаются ли расчеты по объему продаж и окупаемость затрат. К тому же новая продукция (технология) может оказаться недоработанной, таящей конструктивные недостатки, которые не всегда удастся преодолеть, и желанный эффект останется красивой мечтой, воздушным замком, окрестности которого усеяны костями неудачников. Поэтому предпринимателю приходится трижды подумать, прежде чем браться за новое дело.

Возможности инноваций определяются личностью предпринимателя, его склонностью идти на риск, уровнем его квалификации и стратегического мышления. Во многом это зависит и от возраста предпринимателя. Если он находится в молодом, инновационном возрасте, то его больше тянет к нововведениям, несмотря на риск, который часто кажется не столь уж значительным, если нужно утвердить себя в деловом мире. Предприниматель в зрелом возрасте уже многого достиг, он хорошо знает все опасности рискованных решений, ему есть что терять, он менее склонен к переменам в сложившемся стиле жизни и деятельности.

Важным фактором инновационного риска является непрерывность научно-технической и изобретательской деятельности, появление время от времени более эффективных продуктов и технологий, что ведет к досрочному падению эффективности ранее созданных и освоенных инноваций.

Ограничением базисной инновации служит ее межотраслевой характер, когда для появления новой сложной технической системы требуется скоординированное взаимодействие десятков разных предприятий, принадлежащих разным отраслям и собственникам. Наладить такое взаимодействие без государственной поддержки нередко оказывается затруднительным.

Таким образом, для государства важно осуществлять управление инновационной активностью предпринимателей. Это обусловлено непосредственно косвенными экономическими интересами государства в решении задачи перехода от стадии факторного развития экономики по М.Портеру к

стадии инновационного развития, что представлено в Приложении 14, которые свидетельствуют, что происходит всеобщая интенсификация инновационной активности предпринимателей. Относительный прирост затрат на НИОКР для подавляющего большинства компаний опережает прирост валовых продаж, что свидетельствует о новом понимании стратегической роли и значения знаний и инноваций в конкурентной борьбе на мировом рынке.

В практическом плане в управлении инновационной деятельностью предпринимательства вырабатываются подходы, методы, алгоритмы, инструментарий, которые позволяют предпринимателям добиваться конкурентных преимуществ и стратегического доминирования на мировом рынке. Это обуславливает необходимость системного подхода к исследованию процесса управления инновационной деятельностью предпринимательства.

3.3. Модели взаимодействия экономических интересов государственных властных и предпринимательских структур

Прямое взаимодействие экономических интересов выступает основой построения эффективного механизма, стимулирующего интенсивное (инновационное) развитие экономики региона и страны в целом. Экономический интерес – это система экономических отношений. Она должна быть построена таким образом, чтобы побуждать предпринимателей к более эффективной деятельности, а регионы – наиболее полному удовлетворению общественных потребностей.

В этом плане интересы предпринимательских и государственных структур выступают как в фазе, так и в противофазе. В фазе являются интересы в максимизации прибыли со стороны предпринимателей и доходной части бюджета региона, образуемой в частности от налога на прибыль и единого налога на вмененный доход. Так как, чем выше прибыль и больше активно действующих предпринимателей, тем больше объем налоговых поступлений в бюджет, что равнозначно максимизации доходной части бюджета.

Однако прибыль предпринимателей может быть увеличена и за счет неоправданного повышения цены на товар, процентной ставки финансо-

вого предпринимательства или повышения цены услуг предпринимателям. А это, как правило, отрицательно сказывается на жизненном уровне другой части населения региона. Этот случай показывает противоположность интересов государственных и предпринимательских структур.

Задача взаимного удовлетворения потребностей и властных и предпринимательских структур может быть решена на основе активного использования социально ориентированных рыночных отношений в сочетании с интересами властных структур и предпринимателей.

Данная задача порождает проблему исследования взаимодействия государственных властных и предпринимательских структур в сфере их экономических интересов.

При определении экономического интереса необходимо учитывать две его стороны: предопределенность специфики экономического интереса объективными условиями общественного производства и осознание своего экономического интереса регионом и предпринимателем в процессе хозяйственной деятельности.

Субъективная сторона экономического интереса приводит к тому, что он является непосредственной основой деятельности предпринимателя, его поступков, мотивов, поведения. Объективная же сторона экономического интереса, его обусловленность экономическими отношениями и экономическими законами приводят к тому, что цели, вырастающие из экономических интересов, приводят к формированию и развитию положительных тенденций в общественном производстве. Поэтому экономические интересы выступают как двигатель экономической жизни, как региона, так и предпринимателя.

Становление экономической свободы на основе рыночных отношений привело к тому, что экономический интерес предпринимателей, в частности товаропроизводителей в целом стал мощным стимулом роста производительных сил, радикального преобразования всех социально-экономических отношений в регионе. Осознание предпринимателями своего экономического интереса как необходимости производства и продажи массового дешевого товара и услуги и получения на их основе дохода явилось импульсом для создания рыночного хозяйства не только в России, но и во всем мире, дальнейшей индустриализации производства и форми-

рования нового типа хозяйства, базирующегося на максимизации прибыли¹.

Структура экономических интересов, поскольку она определена объективным состоянием исторически возникающих и преходящих хозяйственных укладов, также имеет свою специфику в условиях преобразования экономики.

Важная составляющая в системе экономических интересов смешанного общества – обеспечение взаимодействия экономических интересов наемных работников и предпринимателей в условиях господства такой формы организации производства, как акционирование. Поскольку, как правило, наемный работник в смешанном обществе становится обладателем акций, его положение в процессе производства меняется: объективно он как собственник заинтересован в процветании своего предприятия, а его интерес не ограничивается только получением дохода в форме заработной платы; появляется интерес в получении дивидендов, которые, в свою очередь, зависят не только от труда самого работника, но и от деятельности корпорации в целом.

Экономический интерес предпринимателей, как правило, не ограничивается только интересом в получении личного дохода в силу специфики содержания труда (ответственность за всю работу предприятия). Это уже не частный работник индустриальной эпохи. Кроме того, как правило, владение достаточно большим числом акций приводит к тому, что экономический интерес предпринимателей сливается с экономическим интересом собственника в регионе. Итак, изменение структуры производства и положения работника в нем привело к трансформации экономического интереса последних, к созданию нового типа социально-экономических отношений.

Национальный экономический интерес заключается в создании условий для благосостояния всего населения и реализуется при выполнении государством следующих функций: создание необходимых предпосылок для нормального функционирования рыночной экономики (обеспечение правовых основ экономических отношений); создание и регулирование

¹ Блинов А.О. Малое предпринимательство: организационные и правовые основы деятельности. – М.: 1998.; Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: теория и практика. – М.: Дашков и К°, 2003 – С. 13, 14, 78-86.

денежной системы страны; прямой государственный контроль над экономикой; обеспечение населения товарами и услугами, предназначенными для общественного потребления; государственное производство товаров и услуг. Реализация этих функций и формирует государственный экономический интерес, который обеспечивает социальную ориентацию современной экономики, необходимый уровень благосостояния для всех слоев населения.

Однако в известных работах¹ мало уделено внимания воздействию социально-экономической среды на экономические интересы предпринимателей. На наш взгляд, экономические интересы хозяйствующих субъектов также формируются в условиях воздействия окружающей среды. Например, региональная среда предпринимательства – это совокупность условий и факторов, которые влияют на формирование и развитие предпринимательства и обеспечивают реализацию предпринимательской деятельности в регионе.

Среда предпринимательства в работе подразделяется на «внешнюю среду» и «внутреннюю среду». Исследования предпринимательской среды посвящены также диссертационная работа, однако как она влияет на экономический интерес, в этих работах не рассматривается. Английский экономист А. Хоскинг² выделяет семь элементов внешней среды: экономическая обстановка, политическая ситуация, правовая среда, социально-культурная среда, технологическая среда, физическая или географическая среда, институциональная среда.

Мы считаем, что среда предпринимательства, являясь совокупностью условий и факторов, непосредственно влияет на формирование и развитие предпринимательства и обеспечивает реализацию предпринимательской способности.

Экономическая среда предпринимательства обеспечивает экономическую свободу, которая является определенным признаком предпринимательства. Она одновременно развивает полезные привычки, мотивы и сдерживает вредные для региона интересы предпринимателей.

¹ Блинов А.О. Малое предпринимательство: организационные и правовые основы деятельности. – М.: 1998.; Борисова И.Н. Малое предпринимательство как фактор становления рыночной экономики: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – М.: 1998. – 173 с.

² Хоскинг А. Курс предпринимательства; практическое пособие. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – С. 22-25.

Таким образом, экономический интерес предпринимателей – это объективные побудительные мотивы экономической деятельности, формируемые в условиях воздействия внутренней и внешней среды и связанное со стремлением предпринимателей к удовлетворению возрастающих материальных и духовных потребностей посредством максимизации прибыли.

Поскольку непосредственно государственной собственностью распоряжается не население, а его представители – чиновничество, то создается объективная основа для трансформации государственного экономического интереса в частный экономический интерес отдельных чиновников, что проявляется в коррупции, разворовывании государственной собственности и т.д. Общество должно обеспечить необходимые меры для недопущения подобных ситуаций, в частности необходимо создание мощной государственной контрольной системы. Основная форма контроля – законодательство. Контрольные функции региона осуществляют также министерства и другие органы.

Система экономических интересов – это подсистема экономической системы, т.е. совокупность входящих в эту систему экономических интересов государственных и предпринимательских структур в их взаимосвязи. Система экономических интересов относится к открытым системам, т.к. она имеет окружающую среду, образованную, как средой предпринимательства, так и средой государственных структур.

Как следует из отдельного анализа экономических интересов предпринимателей и региона, каждый регион заинтересован в увеличении удельного веса производимой предпринимательскими фирмами конкурентоспособной продукции и соответственно увеличении массы прибыли предпринимателей и доходной части регионального бюджета, частично образуемого налоговыми поступлениями от прибыли.

От качества работы всех институтов и отраслей инфраструктуры региона во многом зависит эффективность предпринимательской деятельности каждой фирмы. Поэтому регион как глобальная экономическая система должна всячески способствовать удовлетворению экономических интересов предпринимателей. Эффективность экономической системы региона будет возрастать при совершенствовании взаимных связей в системе экономических интересов.

Такая предложенная нами формулировка системы экономических интересов позволяет по-новому поставить задачу синтеза системы экономических интересов следующим образом.

Синтез экономических интересов – это есть формирование и построение целостной системы экономических интересов, объединяющих экономические интересы государственных властных и предпринимательских структур в единую систему для достижения их целей и, в частности, для достижения цели по поводу максимизации прибыли предпринимателей и повышения доходной части бюджета по налоговым поступлениям, обеспечения экономического роста региона при воздействии среды в условиях преобразования экономики.

Рассмотрим налоговую политику как процесс формирования и реализации экономических интересов субъектов налоговых отношений, связанных со множеством институтов. Однако в основе налоговой политики лежат два фундаментальных института, т.е. институты властных и предпринимательских структур. На рис. 4 представлена модель взаимодействия государственных властных и предпринимательских структур в аспекте инновационной деятельности посредством бюджетного регулирования.

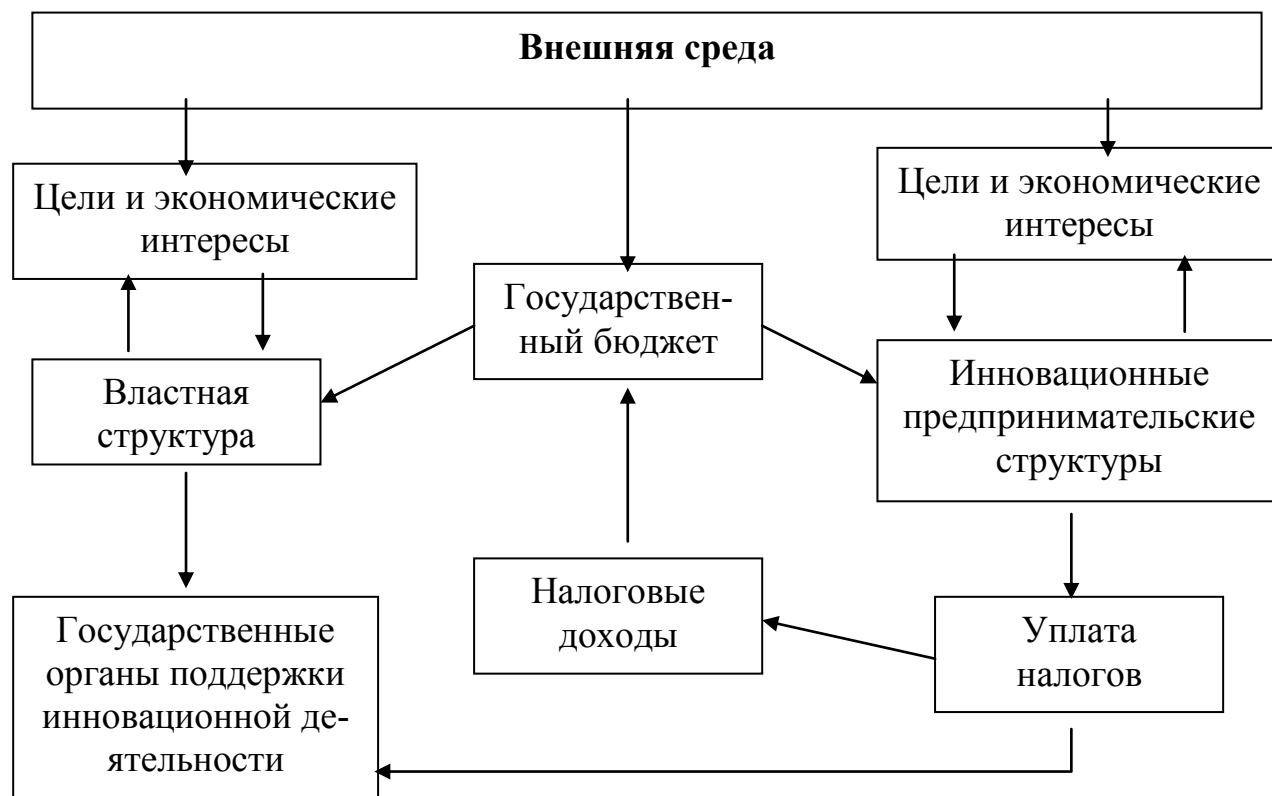


Рис. 4. Модель взаимодействие государственных властных и предпринимательских структур в аспекте инновационной деятельности

Институты предпринимательских структур формируются и реализуются в хозяйственном процессе и берет свое начало с момента соединения объектных и субъектных факторов производства, принадлежащих предпринимателям, завершая его продуктом или услугой, в котором воспроизводятся исходные отношения собственности предпринимателя. В таком воспроизводстве происходит сужение пучка прав собственности путем налогового изъятия части дохода от реализации созданного продукта. Тем самым налог можно определить как вторжение института властных структур в процесс воспроизводства института предпринимательских структур. Такое вторжение сближает налог с транзакционными издержками¹.

Аналогично строится модель взаимодействия властных и инновационных предпринимательских структур в кредитно-финансовой сфере (см. рис. 5).



Рис. 5. Модель взаимодействие государственных властных и инновационных предпринимательских структур в кредитно-финансовой сфере

¹ Дзагоева М.Р. Институциональный подход к исследованию налогового потенциала и налогового бремени // Вестник Финансовой академии. – №1. – 2004. – С. 45.

Институт властных структур рассматривается либо в плане обмена услуг, поддержания порядка и защиты прав собственности на налоги, либо под углом зрения стабилизации и упорядочивания сбора налогов.

Институт власти сопровождает некоторую совокупность потребностей и экономических интересов, которую можно охарактеризовать в виде модели взаимодействия государственных и инновационных предпринимательских структур и населения (см. рис. 6).



Рис. 6. Модель взаимодействия органов государственной власти и предпринимательских структур в системе экономических интересов

Совокупность потребностей и экономических интересов не исчерпывает целевых экономических функций институт власти и форм их реализации. Общество непрерывно развивается, что влечет видоизменение институтов.

Анализ взаимодействия интересов этих институтов позволяет определить основные функции налоговой политики. При этом институт власти представляет собой процесс формирования и реализации налоговой политики. А институт предпринимательских структур представляет собой пассивное начало процесса формирования и реализации налоговой политики, т.е. институт предпринимательских структур оплачивает власть, но не покупает ее. Власть, которую обменяли на деньги перестает быть сама собой. Тогда она становится коррумпированной.

В современных условиях одной из важнейших тенденций развития общества становится его глобализация. Всплеск роста информационных технологий, обновления традиционных средств коммуникаций, рост межнациональных компаний, подстегнутый в последнее десятилетие двадцатого века волной межнациональных слияний, все чаще заставляют говорить о едином мировом экономическом пространстве. Этот процесс в равной степени затрагивает и промышленно развитые страны, наиболее передовые из которых борются за мировое лидерство, и развивающиеся нации, вынужденные осваивать «глобальное» или хотя бы «региональное» мышление как ответ на вызов меняющегося мира.

ГЛАВА 4. РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

4.1. Развитие инновационного предпринимательства в субъектах Российской Федерации

Современное развитие мирового сообщества характеризуется системной интеграцией экономик государств, международной концентрацией капитала, интеграцией мировых рынков и глобализацией хозяйственной деятельности компаний. Важнейшими его факторами становятся научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства. Экономическое и технологическое доминирование США, Японии и стран Европейского Содружества основано на наукоемких и высокотехнологичных отраслях промышленности и обеспечивает этим странам политическое господство в мире. Осознавая важность и исключительное значение инновационной сферы деятельности, правительства этих государств перешли к агрессивной инновационной политике посредством государственной поддержки и специальных государственных программ. Это позволит сделать мощный технологический рывок компаниям, имеющим место базирования в этих государствах, и обеспечит еще больший разрыв по всем макроэкономическим показателям в этих странах по сравнению с остальными.

В связи с этим стратегическое значение государственной политики приобретает инновационная деятельность компаний, содержанием которой является разработка и вывод на рынок новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, создание и применение новых знаний.

Структурная и организационная специфика инновационного процесса при его осуществлении в значительной мере определяется неопределенностями всех уровней. Неопределенности в инновационном процессе приводят к ограничению использования оптимизационных методов управления, обуславливая необходимость применения адаптивных подходов.

Значительные успехи в управлении инновационной деятельностью достигнуты рядом крупных зарубежных компаний. Изучение их практического опыта в области разрешения проблем управления инновационной

деятельностью может оказаться весьма полезным и для российских компаний.

Несмотря на многообразие исследовательских интерпретаций проблемы управления инновационной деятельностью, не до конца изученными остаются вопросы, связанные с комплексной интеграцией системы управления инновационной деятельностью в процессе формирования целей и стратегий развития российских компаний, функционирующих в конкурентной рыночной среде.

Цель настоящей работы состоит в развитии теории, подходов, механизмов и инструментов управления инновационной активностью предпринимателей и обобщении теоретико-методологического опыта, опираясь на результаты статистических исследований деятельности наиболее успешных глобальных компаний США, Европы и Японии.

Реализация поставленной цели обуславливает необходимость решения совокупности следующих теоретико-прикладных и практических задач:

- теоретическое обобщение значения инноваций как конкурентного ресурса в деятельности компаний, значения инновационной деятельности в процессе формирования целей и стратегии компании;

- выявление специфики инновационного процесса и его влияния на систему управления компаниями, обоснование необходимости применения эвристических итерационно-адаптивных подходов в управлении инновационной деятельностью;

- статистический анализ инновационной активности успешно действующих глобальных компаний;

- анализ современного состояния управления инновационной деятельностью российских компаний, оценка возможности применения концепции стратегического инновационного менеджмента в экономических условиях России, выработка практических рекомендаций по управлению инновациями для российских компаний.

В данном параграфе нами развиты экономические основы поддержки инновационного малого предпринимательства на региональном уровне, т.к. поддержка предпринимательства является задачей не только центральных государственных органов, но и в не меньшей степени задачей регионов это связано с тем, что регионы в последнее время вышли из-под

опеки центральных государственных органов, получили большую самостоятельность. Именно в регионах в условиях формирующегося рынка решается задача социального и экономического развития территорий. Эффективное рыночное хозяйствование в регионах возможно лишь при условии, если на рынках товаров и услуг монополистические структуры дополняются и в какой-то мере уравниваются необходимым числом предприятий частного, в том числе малого инновационного предпринимательства.

Такие предприятия обеспечивают сохранение рынка как конкурентной среды свободного предпринимательства, способствуют решению социальных проблем региона. В связи с этим проблемы инновационного развития российского предпринимательства, разносторонняя поддержка этой сферы должна быть отнесена к числу важнейших задач государственной политики, осуществляемой как на федеральном, так и региональном уровнях.

Поэтому, на наш взгляд, важную роль в развитии как малого, так и среднего инновационного предпринимательства должны сыграть регионы. Именно власти регионов конкретно знают свои финансовые и материальные возможности, реальные общественные потребности в тех или иных видах продукции и услуг, наиболее эффективные с точки зрения региона направления использования имеющихся ресурсов по сферам деятельности и формам собственности.

Мы особо подчеркиваем региональную направленность инновационного развития предпринимательства, поскольку оно является подлинной базой рыночной экономики в регионе.

Деятельность малого предпринимательства должна быть ориентирована, главным образом, на местный рынок, на решение региональных проблем. Это вписывается в общую концепцию развития хозяйственной и финансовой самостоятельности административно-территориальных образований. Малый бизнес должен стать основной базой формирования рациональной структуры местного хозяйства и его финансирования на основе учета особенностей данного региона. Совершенно очевидно, что центр тяжести малого предпринимательства должен быть перенесен на региональный уровень. Местные органы власти и управления располагают административными и экономическими рычагами, а также средствами для

регулирования предпринимательской деятельности.

Практически все органы государственной власти на уровне республик, краев, областей и городов имеют подразделения по экономическому развитию, в том числе инновационному. Главная их цель – способствовать в конкретном регионе инновационному развитию предпринимательства, росту производства перспективных товаров и услуг, имеющих спрос преимущественно в данной местности, созданию рабочих мест. Региональные органы государственной власти и управления должны определять направления поддержки малого предпринимательства в регионах, а также комплекс необходимых мероприятий, материально-технические и финансовые ресурсы для их реализации за счет местных источников.

Экономическое значение малого предпринимательства для развития регионов определяется повышением социально-экономического уровня жизни населения, за счет увеличения налоговых поступлений в региональные бюджеты, трудоустройства значительной части безработного населения и т.д. Роль малого предпринимательства, несмотря на достаточную ограниченность его возможностей в формировании рынков, по сравнению с крупным и средним бизнесом, в настоящее время велика и имеет определенную значимость для развития субъектов Федерации. Малые предприятия позволяют сокращать до минимума потери, обеспечивают более глубокую переработку сырья и повышают добавленную стоимость продукции, а главное способны повысить экономическую эффективность в сфере производства и предоставления услуг.

Развитие инновационных предпринимательских структур на региональном уровне требует создания комплекса условий для их поддержки и государственного регулирования.

Прежде всего, к ним можно отнести административно-правовое регулирование деятельности малых предприятий региона. Это устранение правовых, административных, экономических и организационных барьеров, ограничивающих возможности доступа (входа) субъектов малого предпринимательства на рынки новых технологий, информационных ресурсов и т.д.

Здесь чрезвычайно важно создание благоприятного инновационного климата для развития малого бизнеса в приоритетных для региона отраслях, содействие в приобретении оборудования, помощь с помещениями,

финансовая поддержка, предоставление гарантий по кредитам коммерческих банков для малых предприятий, введение налоговых льгот для малого предпринимательства, формирование позитивного образа предпринимателя и многое другое. Опыт показывает, что весьма эффективным может оказаться сотрудничество региональных и местных органов законодательной и исполнительной власти с общественными объединениями предпринимателей.

Не менее важно регулирование цен и доходов субъектов малого предпринимательства. Обеспечение паритета цен на приобретаемую предпринимателями промышленную продукцию возможно путем установления льготных цен на отдельные виды материальных ресурсов, упорядочения наценок торгово-посреднических организаций на основе их дифференциации по видам средств производства в зависимости от реальных издержек.

На региональном уровне необходимым условием развития малого бизнеса становится обеспечение доступа субъектов малого предпринимательства к получению региональных заказов.

Большую роль для создания условий развития малого бизнеса имеет повышение эффективности финансово-кредитного обслуживания в регионе. Она включает диверсификацию форм кредитного обслуживания малого предпринимательства, повышение его доступности.

К этим мерам относится также предоставление денежных и смешанных кредитов на льготной основе, в том числе для приобретения оборудования развитие финансовой инфраструктуры, ориентированной на работу с малым бизнесом. Оказание содействия созданию специализированных банков для обслуживания предпринимательской деятельности. Обеспечение государственной поддержки системе страхования предпринимателей и фирм, обеспечивающих перестраховку рисков. Стимулирование финансово-кредитных организаций – банков, страховых и залоговых фондов, инвестиционных компаний к обслуживанию малых предприятий.

Следующим условием формирования условий для повышения инновационной активности малых предприятий в регионе является совершенствование системы налогообложения. Сюда относятся меры по обеспечению запрета пересмотра ставок и порядка налогообложения малых предприятий в течение финансового года, предоставление дополнительных льгот малым предприятиям в части уплаты региональных и местных нало-

гов и сборов, а также льгот по уплате федеральных налогов в части доли, вносимой в региональные бюджеты.

Важным условием для формирования малого предпринимательства является развитие кооперационно-интеграционных процессов. Это, прежде всего, оказание организационной, финансовой, кадровой помощи вновь создающимся и уже действующим кооперативам, ассоциациям и другим объединениям малых предприятий, расширение таких форм интеграции, как субподряд, лизинг, франчайзинг, организация за счет собственных средств малых предприятий и кредитов предприятий.

Для формирования условий обеспечения конкурентоспособности малых предприятий на внешнем рынке важна поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства. Чтобы обеспечить действенность такой поддержки в регионе необходимо создание банка данных предприятий-экспортеров области с указанием номенклатуры и характеристик экспортируемых товаров; подготовка справочных и информационных материалов об инвестиционных возможностях региона; содействие участию субъектов малого предпринимательства в выставках и ярмарках; компенсация расходов субъектов малого предпринимательства, связанных с получением информации о конъюнктуре зарубежных рынков сбыта, проверкой состоятельности зарубежных партнеров, поставщиков и заказчиков, участием в международных выставках и ярмарках; привлечение иностранных инвестиций в экономику области.

Большую роль в формировании инновационного климата для развития малого бизнеса имеет информационное и консультационное обеспечение субъектов малого предпринимательства.

Основными задачами создаваемых консультационных структур на региональном, районном и местном уровнях должны стать:

- помощь в ведении бухгалтерского учета на малых предприятиях;
- формирование в рамках областных консультационных служб специальных организаций по информационному обслуживанию;
- организационная деятельность по созданию кредитных, снабженческо-сбытовых кооперативов;
- создание на базе малых предприятий сети опытно-учебных хозяйств по различным направлениям производственной деятельности.

В качестве одной из форм экономических отношений в условиях но-

вой экономики России для развития малого предпринимательства необходимо внедрение научно-методического обеспечения. Сюда относятся: организация мониторинга развития и диагностики проблем малого предпринимательства в регионе; подготовка научно-методических материалов для государственных органов, способствующих принятию обоснованных и эффективных решений по вопросам развития малого предпринимательства; подготовка аналитических и методических материалов по отдельным направлениям предпринимательской деятельности; организация и финансирование научных исследований по управлению малым бизнесом на региональном уровне; оказание помощи субъектам малого предпринимательства в НИОКР, внедрении новых технологий, подготовке инженерно-технического состава.

Важнейшей проблемой остается организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий. Условиями формирования малого бизнеса в регионе является содействие учебным центрам, осуществляющим обучение персонала субъектов малого предпринимательства и начинающих предпринимателей в подготовке учебных программ и кадров преподавателей, проведении семинаров для предпринимателей, развитие материально-технической базы этих центров и осуществление финансовой поддержки за счет средств областного бюджета на подготовку и повышение квалификации кадров.

Таким образом, все условия формирования малого предпринимательства на региональном уровне в целом мы вправе свести к следующим:

- административно-правовое регулирование инновационной деятельности малых предприятий в регионе;
- регулирование цен и доходов в инновационной сфере деятельности субъектов малого предпринимательства;
- повышение эффективности финансово-кредитного обслуживания;
- совершенствование налогообложения малых предприятий;
- имущественная и производственно-техническая поддержка субъектов малого предпринимательства;
- информационное и консультационное обеспечение субъектов малого предпринимательства;
- развитие кооперации и интеграции с крупным предпринимательством;
- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого

предпринимательства;

- научно-методическое обеспечение поддержки субъектов малого предпринимательства;
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий.

Таким образом, государственная политика, направленная на поддержку малого предпринимательства, заключается, прежде всего, в том, чтобы на уровне региона создавать условия, в которых предприятия малого бизнеса смогут эффективно достигать своих целей.

Нами сформулированы самостоятельные цели поддержки малого предпринимательства в их инновационной деятельности, вытекающие из особенностей этой деятельности. Основными из них являются: повсеместное утверждение практики добросовестной конкуренции; формирование широкого социального слоя собственников и предпринимателей; создание максимальной самореализации граждан в предпринимательской деятельности; формирование развитой инновационной инфраструктуры малого предпринимательства на федеральном, региональном и местном уровнях, обеспечивающей его эффективный рост; стимулирование перспективных инновационных направлений развития малого предпринимательства и приоритетных видов деятельности субъектов малого предпринимательства; содействие накоплению инвестиционных ресурсов и использование их в приоритетных инновационных направлениях; обеспечение участия малых предприятий в реализации важнейших народнохозяйственных программ и проектов, а также в поставках продукции и выполнении работ для государственных нужд; модернизация производственных фондов малых предприятий, внедрение прогрессивных технологий и новой техники; обеспечение устойчивого функционирования малого предпринимательства в условиях конкуренции путем уменьшения влияния высоких коммерческих и финансовых рисков, связанных с малым предпринимательством.

Необходимо подчеркнуть, что все эти цели нельзя рассматривать и реализовывать отдельно во времени, поскольку они взаимосвязаны, а потому должны осуществляться вместе и одновременно. Реализация этих целей в сочетании с мероприятиями регионального и отраслевого уровня должна повысить значение малого бизнеса в народном хозяйстве.

Проанализируем некоторые практические шаги, осуществленные в Республике Татарстан по поддержке малого предпринимательства в последние годы и сформулируем наши предложения по дальнейшему совершенствованию этой сферы.

Одной из региональных форм поддержки малого бизнеса в Республике Татарстан выступала практика предоставления особого режима благоприятствования на территории отдельных образований – зоны экономического благоприятствования.

В настоящее время нормативные правовые акты по созданию и определению условий функционирования зон экономического благоприятствования отменены.

Но, как показал анализ влияния налоговых льгот на развитие малого предпринимательства в зонах экономического благоприятствования, создание таких зон выступает одним из мощнейших инструментов развития малого предпринимательства в регионе.

В целях развития экспортоориентированных и импортозамещающих производств среднего и малого предпринимательства целесообразно создание таких зон экономического благоприятствования. Они должны обеспечивать:

- освобождение участников зон экономического благоприятствования от уплаты таможенных пошлин и налогов на импорт и экспорт оборудования, сырья, материалов, используемых в производстве экспортных товаров, обеспечивающих эффективное использование инвестиций. Фирмам-инвесторам гарантировать налоговые каникулы сроком от 5 до 35 лет или на период, совпадающий с периодом производства экспортной продукции;

- освобождение предпринимателей зоны от экспортных налогов, пошлин, экспортных выплат, экспортных квот, налога на добавленную стоимость, специальных налогов и любых других экспортных ограничений, за исключением утвержденных международными соглашениями;

- товары, ввозимые на таможенную территорию России с территории зоны, облагать налогами, пошлинами, квотами, принятыми для импортируемых аналогичных товаров. Это будет стимулировать инвестирование капитала в зонах экономического благоприятствования, обеспечит доступ

к региональным рынкам на условиях, не дискриминирующих отечественных производителей;

- освобождение предпринимателей зоны от уплаты налога на совокупный доход и налога на прибыль на пять лет, начиная с момента получения первой прибыли. В течение следующих пяти лет предпринимателей зон облагать налогом на совокупный доход в размере 50% от нормальной ставки. При этом сумма налога, выплачиваемого во все бюджеты, не должна превышать 25% всего полученного дохода. По истечении второго пятилетнего периода предприниматели платят налог на совокупный доход по общепринятой в России ставке, но при этом налог на совокупный доход, выплачиваемый во все бюджеты, не должен превышать 25% дохода. В любом периоде, если ставки налогов превышают 25%, то во все бюджеты налоги выплачиваются с пропорциональным уменьшением;

- иностранным и российским инвесторам предоставить возможность выбора мест размещения объектов бизнеса в соответствии с производственными и транспортными издержками, каналами и географией реализации продукции, состоянием окружающей среды, надежностью и простотой системы управления.

Ключевым в вопросе дальнейших перспектив инновационного развития предпринимательства в республике выступает формирование единого правительственного органа, исполняющего координирующие функции по инновационному развитию малого предпринимательства. Одной из форм такого ведомства станет Агентство по развитию предпринимательства в Республике Татарстан в организационно-правовой форме государственного учреждения.

Важнейшим условием развития малого предпринимательства является формирование соответствующего рыночного пространства, в которое входят следующие основные элементы: информация, земля, предоставление государственного заказа, кредитно-финансовые услуги, сырье и комплектующие для производственных малых предприятий, консалтинговые услуги, страхование, налогообложение, учет и отчетность, лицензирование.

Сегодня крайне необходима информационная поддержка малого предпринимательства на местах. Для этого следует:

1. Обеспечить через средства массовой информации формирование

положительного образа предпринимателя, пропаганду малого предпринимательства как одного из важнейших факторов развития экономики и общества.

2. Создать специальные радио и телевизионные программы по тематике малого предпринимательства, организовать регулярный выпуск информационно-аналитических изданий о проблемах и перспективах предпринимательства в городах и районах.

3. Обеспечить информационную и консультационную поддержку предпринимателям, в том числе путем: предоставления информации о действующих нормативных актах, затрагивающих сферу малого предпринимательства, о реестрах государственного и муниципального имущества, предназначенного для передачи в аренду или продаже; консультирования по вопросу выбора наиболее перспективных направлений развития бизнеса, возможных поставщиках ресурсов и рынках сбыта товаров (работ, услуг), о наличии необходимых трудовых ресурсов.

Неотъемлемой чертой новой экономики является динамизм и конкуренция. Чрезвычайно важным становится развитие творческих идей, применение новых гибких технологий, позволяющих стремительно реагировать на изменения конъюнктуры рынка, поддерживать конкурентоспособность товаров и услуг.

Необходимо создавать механизмы стимулирования субъектов малого предпринимательства к кредитованию наукоемких и рентабельных производств. Повышение инновационной активности малых предприятий в производственной сфере должно стать одной из приоритетных задач.

Сегодня речь должна вестись не просто о росте числа новых субъектов предпринимательства, а о появлении быстро растущих компаний с темпами роста не менее 20 % в год на протяжении 3-4 лет.

Поэтому особую актуальность в связи со структурной перестройкой экономики приобретает проблема ускорения инвестиционных процессов на малых предприятиях. Следует подчеркнуть, что без инвестиций немыслима никакая предпринимательская деятельность. При этом под инвестициями понимаются все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемые в объекты предпринимательской и иной деятельности, в результате которой образуется прибыль (доход) или достигается социальный эффект. В качестве инвестиций могут выступать денежные

средства, целевые банковские выплаты, паи, акции и другие ценные бумаги, лицензии, кредиты, имущество, интеллектуальные ценности. Все это служит источником развития предпринимательской деятельности. Без осуществления инвестиций в той или иной форме средства предприятия расходуются нерационально, проедаются и производство эффективно развиваться не может. На практике наблюдается немало случаев, когда при вложении средств критерием служит сиюминутный интерес предпринимателя, а не долгосрочные интересы и перспективы производства и рынка.

Между тем в инвестиционной сфере малые предприятия наталкиваются на проблему их технического переоснащения. В связи с тем, что многие малые предприятия представляют собой полукустарные, примитивно оборудованные производства, решать сложные технологические и экономические проблемы они не в состоянии. Более того, продолжение их функционирования в ряде случаев сопряжено с нерациональной затратой трудовых, материальных и финансовых ресурсов. В связи с этим важно в короткие сроки обеспечить небольшие предприятия современным оборудованием. Малым предприятиям нужны не просто отдельные единицы технологического оборудования, а комплекты машин, инструментов, приборов и др.

4.2. Модель управления инновационной активностью предпринимателей и ее структура

Система управления и постановка задачи государственного управления предпринимательством

Любой целенаправленный процесс, происходящий в экономике или выполняемый человеком, представляет собой организованную совокупность операций, которые условно можно разбить на две группы: рабочие операции и операции управления.

Рабочие операции представляют собой действия, необходимые для непосредственного выполнения процесса в соответствии с экономическими законами, определяющими ход процесса. Например, это производственный процесс, процесс определения переменных или постоянных затрат в производстве товаров и услуг или налоговых отчислений и т.д.

Для достижения цели процесса рабочие операции должны организовываться и направляться действиями другого рода – операциями управления. Так, в процессе производства товаров и услуг совершаются такие операции управления, как управление качеством и объемом производства товара или поддержание на определенном уровне во времени (снижение уровня затрат и рост прибыли) по определенной функциональной зависимости или по заданной программе – планомерно.

Совокупность операций управления образуют процесс управления.

Экономическая система, включающая предпринимателей и органы государственной власти, в которой осуществляется процесс управления производством, прибылью и процентом налоговой ставки будем называть экономической системой управления.

В структурном аспекте любую систему управления можно представить взаимосвязанной совокупностью предпринимательства, являющегося объектом управления (управляемой подсистемы) и управляющего органа в лице государственной власти (управляющей подсистемы) (рис. 7).

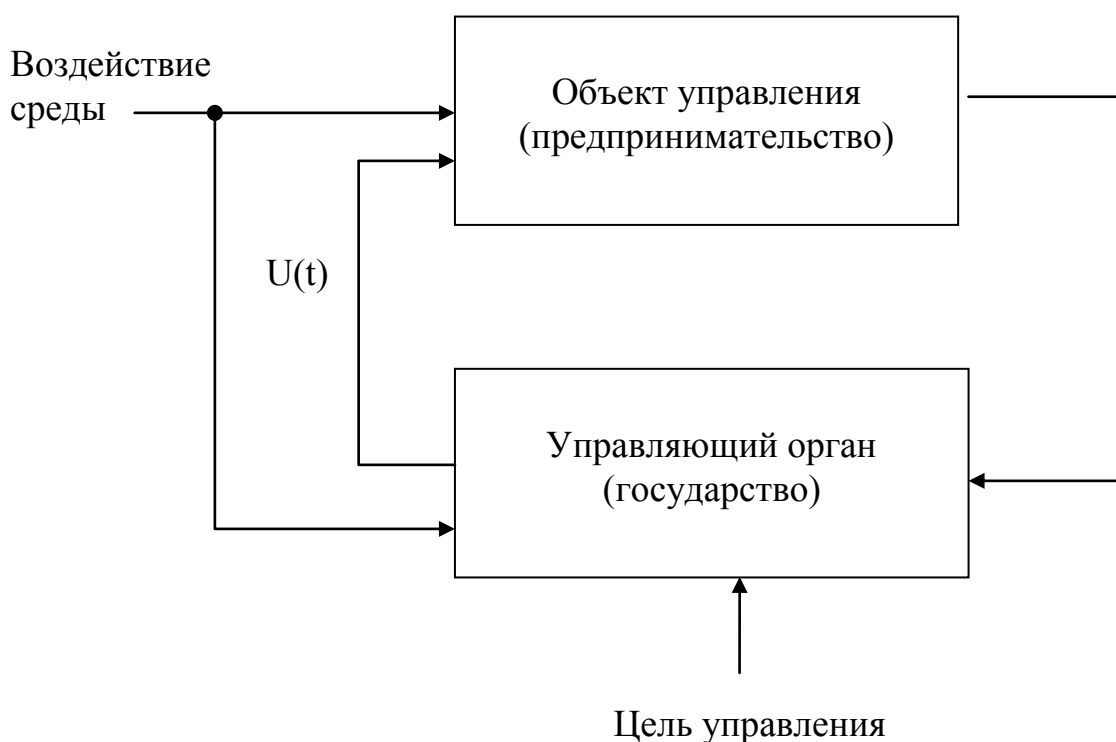


Рис. 7. Наиболее общая структура системы управления

Поскольку процесс управления является целенаправленным, то отсюда вытекает, что управляющему органу должна быть известна цель управ-

ления, т.е. информация, используя которую можно определить желаемое состояние объекта управления $x(t)$ (качество, объем выпуска товара, прибыль и т.п.). Управляющий орган воздействует на объект управления так, чтобы его состояние соответствовало бы экономическим интересам, как объекта управления, так и управляющего органа.

Рассмотрим внешнюю среду системы предпринимательства.

К внешней среде системы предпринимательства относятся макросреда, инфраструктура региона и микросреда.

Под макросредой и инфраструктурой подразумевается законодательное и налоговое воздействие государственных органов управления на предпринимательскую активность. К компонентам внешней среды, влияющим на эффективность и устойчивость функционирования фирмы, относятся те, на которые фирма не может воздействовать и которыми она не управляет. Эти компоненты влияют на предпринимателя напрямую (налоговая система, политика поставщиков, потребителей и др.) либо косвенно (политическая, экономическая и другие сферы страны).

К ним можно отнести следующие:

1. Международные факторы. Например, количество «горячих точек» в мире, где происходят какие-либо военные конфликты; численность военных и других лиц, задействованных в «горячих точках» в данное время; количество международных симпозиумов, конференций, выставок, кинофестивалей, конкурсов и других мероприятий высшей категории в области образования, культуры, научно-технического прогресса, проводимых в данный момент в стране и в мире; тенденции изменения продолжительности жизни населения в целом в мировом сообществе.

2. Политические факторы. Например, стабильность демократических преобразований в стране; вероятность возврата к прошлой политической системе; количество забастовок с числом участников более 100, проводимых в стране в данный день; криминогенная обстановка в стране; количество политических фракций в законодательной власти.

3. Экономические факторы. Например, удельный вес конкурентоспособной на внешнем рынке промышленной продукции фирм страны; удельный вес конкурентоспособной на внутреннем рынке промышленной продукции фирм страны; тенденции изменения внешнеэкономических связей; дефицит бюджета страны, %; среднегодовые темпы инфляции;

удельный вес частной собственности в совокупной собственности страны; наличие «стратегии перехода страны на рыночные отношения и их развитие», опубликованной в открытой печати; наличие федеральных методических документов, регламентирующих процесс принятия и реализации управленческого решения (по функционально-стоимостному анализу, прогнозированию, нормированию, оптимизации, экономическому обоснованию и другим вопросам); удельный вес сырьевых ресурсов в экспорте страны; показатели налоговой системы и внешнеэкономической деятельности; структура распределения доходов населения; уровень развития финансовой системы страны.

4. Социально-демографические факторы. Например, место страны в мире по продолжительности жизни; место страны в мире по жизненному уровню населения; продолжительность жизни (мужчин, женщин); смертность детей в возрасте до одного года, % от родившихся и в сравнении с лучшим мировым показателем; рождаемость и смертность населения страны; структура населения страны по полу, возрасту, составу семьи, занятости, удельному весу одиноких, по образованию, удельному весу служащих, пенсионеров, школьников, студентов, работающих женщин, плотность населения по регионам и др.; миграция населения; перспективность городов; структура населения по доходу и др.

5. Правовые факторы. Например, наличие федеральных правовых актов (указов Президента, постановлений правительства, государственных стандартов и т.п.) по стандартизации, метрологии, защите прав потребителей, антимонопольной политике, сертификации товаров и услуг, управлению качеством и конкурентоспособностью товаров, охране окружающей природной среды, предпринимательству, ценным бумагам, финансам и т.п.; наличие федеральных правовых актов, регулирующих взаимоотношения компонентов экономической системы страны; наличие федеральных правовых актов, регулирующих внешнеэкономическую деятельность страны и фирм; наличие федеральной программы создания правового государства; качество прокурорского надзора за соблюдением федеральных правовых актов; преемственность правового обеспечения по вертикали горизонтали.

6. Экологические факторы. Например, параметры экосистемы страны; количество городов и удельный вес численности их населения, не отвеча-

ющих требованиям по экологичности; затраты в бюджете страны, в %, на поддержание экосистемы страны.

7. Природно-климатические факторы. Например, оценка основных природных ресурсов страны и ее место в мировом сообществе; Извлечение из недр природных ресурсов (интенсивность по отношению к общим запасам и степень извлечения); Характеристика климатических факторов страны; Дефицитность отдельных видов ресурсов по регионам страны; Степень использования вторичных ресурсов.

8. Научно-технические факторы. Например, удельный вес изобретений и патентов страны в фонде мирового сообщества; удельный вес числа докторов наук, профессоров в численности работающих страны; стоимость основных производственных фондов страны, приходящаяся на одного ученого (фондовооруженность труда ученого); уровень автоматизации производства в машиностроении страны; экспертная оценка месячной заработной платы ученого, конструктора, преподавателя вуза, дол. США; показатели износа основных производственных фондов в отраслях народного хозяйства страны; характеристика системы информации страны; уровень компьютеризации страны.

9. Культурные факторы. Например, средний уровень образования населения страны; обеспеченность населения страны объектами культуры (ед./чел.): театрами; кинотеатрами; библиотеками; объектами физической культуры и спорта; отношение людей к окружающему миру; долговременные тенденции развития в области культурных ценностей

Рассмотренные факторы макросреды и инфраструктуры влияют на устойчивость и эффективность функционирования фирмы косвенно, ими предприниматель сам не имеет возможности управлять. Конечно, чем больше удельный вес предприятия в объеме производства региона или страны, тем больше предприниматель будет влиять на эту форму внешней среды и, наоборот, внешняя среда будет оказывать большее влияние на предпринимателя.

К факторам микросреды предпринимателя мы относим: непосредственных конкурентов фирмы по выпускаемым ею товарам; всех конкурентов поставщиков («входа»); маркетинговых посредников фирмы по «выходу» и «выходу» системы; контактные аудитории (общество потребителей, контролирующие органы, профсоюзы, пресса и т.п.). Чем выше

конкуренция по «входу» и «выходу» системы, тем выше будет конкурентоспособность выпускаемых фирмой товаров.

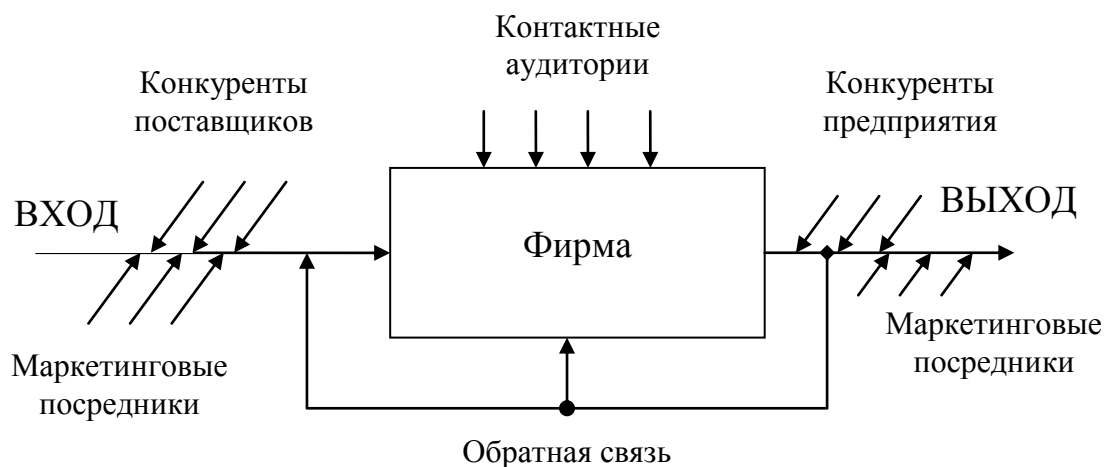


Рис. 8. Упрощенная схема влияния микросреды фирмы на ее функционирование

Конкуренты поставщиков фирмы «выталкивают» из данного сегмента непосредственных поставщиков, с которыми фирма заключила контракты, и они относятся в данный момент к ее «входу». Конкуренты фирмы по выпускаемым ею товарам тоже «выталкивают» ее из данных сегментов, т. е. оказывают сопротивление (поэтому стрелки направлены против хода). Маркетинговые посредники по «входу» и «выходу» фирмы содействуют (помогают) ей в реализации поставленных целей. Поставщики и потребители фирмы относятся к «входу» и «выходу».

К факторам и показателям микросреды фирмы отнесем следующие:

1. Поставщики («вход» системы). Например, интегральный показатель качества поступающего сырья (по видам) и материалов; интегральный показатель качества (полезного эффекта) комплектующих изделий, оснастки, запасных частей и т.д.; интегральный показатель качества информации, поступающей на фирму; интегральный показатель качества нормативно-методической и технико-экономической документации, поступающей на фирму; интегральный показатель качества подготовки специалистов, поступающих на фирму; прогноз изменения условий поставок.

2. Потребители («выход» системы). Например, тенденции изменения круга потребностей основных потребителей товаров фирмы; прогноз изменения параметров рынка по объему и ассортименту товаров; прогноз

изменения доходов потребителей; прогноз изменения состава и значений признаков сегментации рынка внутри страны и в мире.

3. Конкуренты. Например, анализ качества, цен и конкурентоспособности товаров конкурентов; анализ организационно-технического уровня производства основных конкурентов; прогнозирование конкурентоспособности и удельной цены товаров основных конкурентов; прогнозирование рыночной стратегии основных конкурентов.

4. Контактные аудитории. Например, анализ отношения к фирме и ее товару финансовых кругов региона (страны), средств массовой информации, государственных и муниципальных учреждений, гражданской группы содействия, общественных организаций и др.

5. Маркетинговые посредники. Например, анализ имиджа структуры и стратегии торговых посредников и уточнение совместно с ними стратегии маркетинга продвижения товаров; налаживание контактов с агентствами по оказанию маркетинговых услуг (рекламные агентства, консалтинговые фирмы, фирмы маркетинговых исследований и др.); установление связей с кредитно-финансовыми учреждениями.

6. Законодательство по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности. Например, формирование банка данных по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности; анализ влияния ставок налогов, таможенных пошлин, квот, лицензий и других показателей на эффективность работы фирмы; подготовка предложений по совершенствованию законодательства по налоговой системе и внешнеэкономической деятельности.

Любой процесс управления должен быть целенаправленным. Это значит, что управляющему органу должна быть известна цель управления, т. е. информация, используя которую можно определить желаемое состояние объекта управления. Управляющий орган воздействует на объект управления так, чтобы его состояние соответствовало желаемому.

Объект управления представляет собой открытую систему, а значит находится в динамическом взаимодействии с внешней средой. Влияние внешней среды на объект управления, как правило, носит неконтролируемый характер и выражается в случайном изменении его состояния. Воздействие окружающей среды на объект управления называют возмущающим воздействием.

Поведение любой системы управления определяется целью управления, характером возмущающих воздействий, а также свойствами объекта управления и управляющего органа.

Состояние объекта управления изменяется под действием двух основных факторов. Первый фактор – влияние возмущающих воздействий. Эти воздействия, как правило, формируются во внешней по отношению к системе управления среде и оказывают неконтролируемое влияние на объект управления. Вторым фактором, изменяющим состояние и представляющим собой целенаправленное влияние управляющего органа на объект управления.

Цель управления может иметь различную формулировку, однако в большинстве случаев формально ее можно определить значением некоторого функционала, который называют показателем цели управления или критерием управления: В реальных объектах управления изменение вектора состояния и вектора управления может происходить лишь в определенной конечной области значений, что формально представляется системой следующих ограничений:

На практике достижение точного значения цели управления обеспечить трудно, а часто и не требуется.

Таким образом, задачу регулирования можно рассматривать как частный случай задачи управления. Процесс управления можно условно разбить на совокупность следующих функций: планирование или определение программы управления; контроль; формирование управляющего воздействия или принятие решения; реализация управляющего воздействия или решения.

Определение программы управления (планирование) заключается в выработке траектории движения системы в пространстве параметров ее состояния.

На рис. 9 показана структура системы государственного управления предпринимательством.

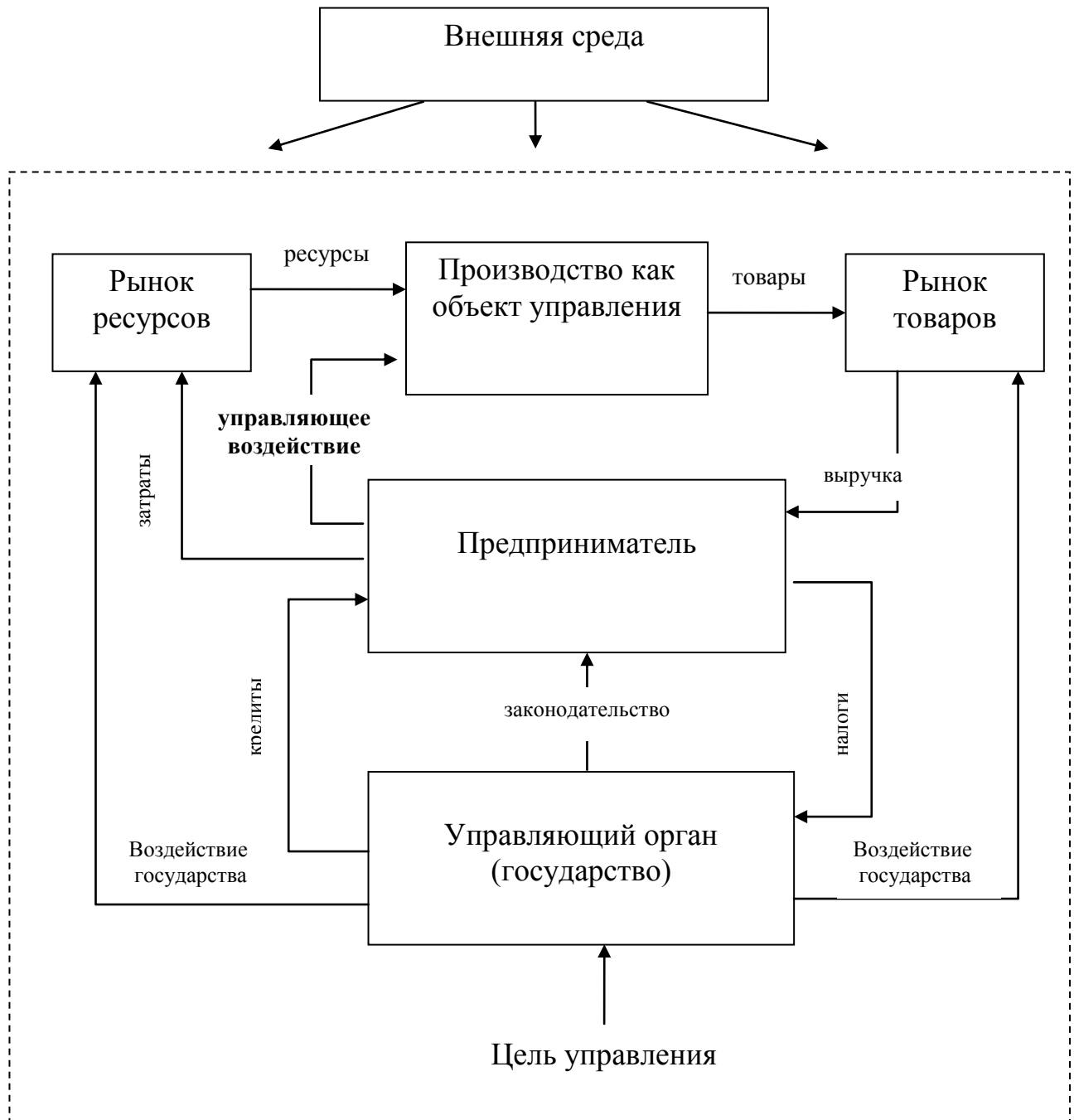


Рис. 9. Структура системы государственного управления предпринимательством

Контроль состоит в измерении значений компонентов вектора состояния и определения вектора ошибки. Формирование управляющего воздействия (принятие решений) заключается в определении значений управляемых переменных, приводящих объект управления в желаемое состояние. Реализация управляющего воздействия – это непосредственное физическое воздействие на объект управления.

Государство управляет инновационной активностью предпринимателей посредством совершенствования законодательной базы, увеличения субсидий и инвестиционных средств.

Структура модели управления инновационной активностью предпринимателей, включающей рынок товаров и услуг, рынок экономических ресурсов и финансовый рынок и внешней среды, оказывающая неконтролируемое воздействие на объекты управления – государственный бюджет и инновационную активность фирмы, представлена на рис. 10.

Все составляющие системы управления: государство, домохозяйства, и фирмы, рынок товаров и услуг, рынок экономических ресурсов и финансовый рынок находятся во взаимосвязи посредством материальных и денежных потоков, образующих кругооборот расходов и доходов. Кроме того, нами дополнительно введены между рынком товаров и услуг и фирмами, между фирмами и рынком экономических ресурсов двухсторонние информационные связи по качеству товаров и услуг и по качеству экономических ресурсов. Они активно участвуют в кругообороте расходов и доходов, связанных с инновационной деятельностью фирм, превращаясь в доходы или расходы или в эволюции уровня качества товаров и услуг.

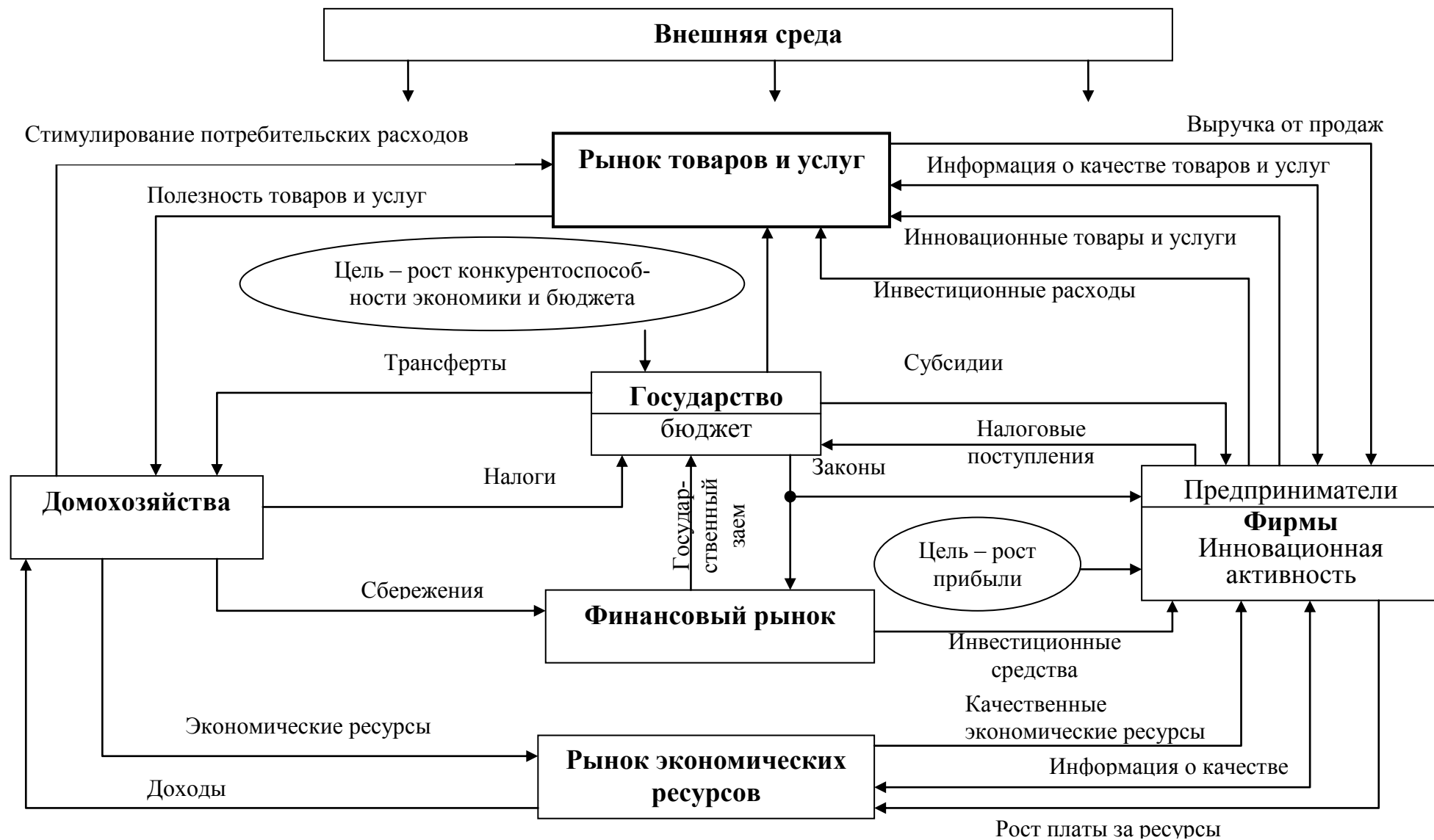


Рис. 10. Модель управления инновационной активностью предпринимателей

Управление инновационной активностью фирм, рост конкурентоспособности и доходов бюджета на основе создания в экономике инновационных товаров и услуг является целенаправленным процессом – с одной стороны, и имеющим внешнюю среду – с другой, и связано с наличием процессов управления. Объектом государственного управления является инновационная активность фирм, а объектом управления предпринимателей являются инновационный рост качества товаров и услуг.

В этих целях государственный сектор формирует органы государственного управления наукоемким производством.

На современном этапе Государственная инновационная политика России заключается в формировании таких нормативно-правовых и экономических условий, которые всемерно стимулировали бы субъектов экономической деятельности к проведению исследований, разработок, НИОКР, приобретению новых знаний и технологий, выпуску новых высококонкурентоспособных товаров и освоению производств. Инновационная политика РФ сводится к реализации следующих управляющих воздействий:

1. Создание законодательной базы, стимулирующей и поддерживающей инновации и инновационную деятельность, к которой в первую очередь относятся законы: об общих принципах организации инновационной деятельности и проведения исследований и разработок; о защите интеллектуальных прав на объекты научных исследований и разработок; о льготном налогообложении и налоговом стимулировании субъектов инновационной деятельности; о создании особых экономических зон и ином стимулировании субъектов инновационной деятельности;

2. Создание в Российской Федерации развитой и эффективной инновационной инфраструктуры, которая заключается: в государственном финансировании фундаментальных и прикладных исследований, осуществляемых высшими учебными заведениями, исследовательскими институтами и прочими субъектами инновационной деятельности, имеющих стратегическое национальное значение; создание и поддержка технопарков, инновационных инкубаторов, центров трансфера технологий, инновационно-технологических центров, наукоградов, венчурных фондов и т.д.; финансовая поддержка высшего и профессионального образо-

вания для подготовки специалистов по управлению инновационной деятельностью.

3. Прямое финансирование отдельных стратегических национальных программ НИОКР, в том числе с привлечением частного инвестиционного капитала.

Современную национальную инновационную систему можно охарактеризовать как совокупность взаимодействующих элементов государственных и негосударственных секторов экономики, которые обеспечивают оперативное преобразование научных знаний в современные технологии, новые материалы и иную конкурентоспособную продукцию.

Частный сектор, состоящий из домохозяйств и фирм, формирует систему частного финансирования науки и инноваций, венчурные фонды, консалтинговые агентства, инжиниринговые компании, независимую экспертизу, фондовые рынки, инновационные биржи, научные центры, малые наукоемкие фирмы, венчурные компании в сфере хайтека, частные учебные заведения.

Таким образом, государственную систему управления конкурентоспособностью и бюджета можно охарактеризовать как совокупность взаимодействующих объектов управления государственного и частнопредпринимательского секторов, которые совместно обеспечивают целенаправленные преобразования научных знаний в инновационные идеи, инновационные технологии и инновационные товары и услуги.

Государственное управление инновационной активностью предпринимателей связано с экономическими интересами повышения конкурентоспособности отечественных товаров и услуг и на их базе роста доходов бюджета.

Таким образом, нами в данном параграфе разработана и предложена новая система управления инновационной активностью предпринимателей в трехсекторной модели экономики, включающей рынок товаров и услуг, финансовый рынок, рынок труда и внешнюю среду. Она представляет собой приближенное отражение реалий инновационной деятельности предпринимателей, позволяет выявить основные закономерности инновационных процессов, связанных с повышением инновационной активности предпринимателей, разработать варианты решения сложных экономических инновационных проблем, таких как повышение

конкурентоспособности отечественных товаров и услуг, как на внутреннем, так и на внешних рынках, рост доходов бюджета и другие.

В данной модели выявлены взаимозависимости между тремя секторами экономики и тремя разновидностями рынка. Причинно-следственные связи с ростом бюджета и благосостояния населения с уровнем инновационной активности предпринимателей. Сформулированы основные цели управления, связанные с экономическими интересами государства и предпринимательских структур.

Система государственного управления инновационной активностью связана с формированием государственной инновационной политики и всесторонней поддержке инновационной деятельности предпринимателей. Эту систему управления можно охарактеризовать как совокупность взаимодействующих государственных и негосударственных секторов экономики, которые обеспечивают оперативное преобразование научных знаний в современные технологии, новые материалы и иную конкурентоспособную продукцию.

Ключевой проблемой стратегии развития национальных и региональных инновационных систем является формирование целостной инновационной инфраструктуры коммерциализации инновационных продуктов и услуг, включающей институты защиты прав интеллектуальной собственности и страхования рисков, финансовой, маркетинговой, консалтинговой, информационной и кадровой поддержки инновационной деятельности предпринимателей.

Важную роль в данной системе должна быть отведена использованию механизма взаимодействия экономических интересов предпринимательских и государственных структур. Часть прикладных исследований и создание инновационной инфраструктуры может осуществляться с участием бизнеса, а технологическая модернизация – преимущественно самим бизнесом.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абалкин Л.И. Выступление на круглом столе Совета Федерации // Приоритеты и механизмы экономической политики России в кризисный период. – М.: 1999. – Выпуск 8. – С.32.
2. Агеев Ш.Р. Малое предпринимательство в регионе: от выживания к развитию. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997. – 46 с.
3. Агурбаш Н.Г. Малое предпринимательство в России и промышленно развитых странах. – М.: Анкил, 2000. – 55 с.
4. Алексахин В.И. Малый бизнес: экономические особенности, модели рыночного равновесия, анализ деловой активности. – СПб., 1997.
5. Алещенко В.В. Малое предпринимательство в условиях трансформации экономики: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Омск, 2000. – 221 с.
6. Аллэ М. Поведение рационального человека в условиях риска: Критика постулатов и аксиом американской школы. THESIS, 1994, вып. 5.
7. Аллэ М. Единственный критерий истины – согласие с данными опытами // МЭМО. 1989. – № 11. – С.304.
8. Анимица Е.Г. Новая парадигма развития малого предпринимательства в России. – Екатеринбург, 1996.
9. Афанасенко И.Д. Экономика и духовная программа России. СПб.: Третье тысячелетие, 2001.
10. Бабаева Л.В., Лапина Г.П. Малый бизнес, в России в эпоху экономических реформ. – М.: 1997.
11. Балацкий Е.В. Малые, совместные и иностранные предприятия в российской экономике переходного периода // Вестник Российской академии наук. – 1998. – Т. 68.
12. Белякова Е.М. Экономическое взаимодействие властных и предпринимательских структур на современном этапе. Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – Чебоксары: 2004. – 23 с.
13. Блинов А.О. Малое предпринимательство: организационные и правовые основы деятельности. – М.: 1998.

14. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: теория и практика. – М.: Дашков и К°, 2003. – 355 с.
15. Борисова И.Н. Малое предпринимательство как фактор становления рыночной экономики: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – М.: 1998. – 173 с.
16. Бреев Б.Д., Вороновская О.Е. Методы государственной финансовой поддержки малого предпринимательства в условиях ограниченности средств. – М.: 1998.
17. Брицьева И.Г. Малый бизнес в переходной экономике России: механизм финансово-кредитной поддержки: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Владикавказ, 2000. – 196 с.
18. Бухарин Н.И. Политическая экономия рантье. Теория ценности и прибыли в австрийской школе. – М.: Орбита – 1988. – 191 с
19. Буянкина А.Н. Малый бизнес: государственное регулирование. – М.: 1998.
20. Вебер М. Избранное произведение М.: Прогресс, 1990. – 628 с.
21. Вебер М. Протестанская этика и дух капитализма / Избранные произведения: Пер с нем. под ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 805 с.
22. Виленский А. Этапы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. – 1996. – № 7.
23. Всемирный словарь коммерции. Париж, 1723.
24. Выголов Е.Ю. Социально-экономические проблемы развития малого и среднего бизнеса На прим. Дальневост. региона: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Южно-Сахалинск, 1996 – 164 с.
25. Гацалов З.К. Малое предпринимательство и его инфраструктурное обеспечение в регионе: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – М.: 1998. – 182 с.
26. Горбань О.П. Проблемы развития малого предпринимательства в современной России. – <http://www.mstu.edu.ru/>
27. Горин В.С. Регулирование малого бизнеса России в условиях переходной экономики: Дис. ... канд. экон. наук: 22.00.03 – М.: 1997 – 188 с.
28. Государственная поддержка малого бизнеса» // Доклад председателя Государственного комитета по поддержке малого предпринима-

тельства Мартянова В.А. на семинаре-совещании региональных фондов поддержки предпринимательства по программе «Гарантия», – Тула, 1995. – С. 15-47.

29. Государственная поддержка малого предпринимательства на местном уровне. – СПб., 1997.
30. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. Учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: ГУ ВШЭ, 2001.
31. Дадашев А., Гловацкая Н., Лазуренко С., Нешиной А. Эффективность поддержки малого предпринимательства// Вопросы экономики. 2002. – №7. – С. 127-128.
32. Дзагоева М.Р. Институциональный подход к исследованию налогового потенциала и налогового бремени // Вестник Финансовой академии. – №1. – 2004. – С. 45-52.
33. Долматов М.С. Малое предпринимательство в условиях перехода к рыночной экономике: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – СПб., 1997. – 183 с.
34. Дрожиева Ц.Д. Малый бизнес в России и его эффективность: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – СПб., 1996. – 131 с.
35. Друкер П.Ф. Рынок: как войти в лидеры. Практика и принципы. – М.: Дело, 1992. – С.31-32.
36. Евенко Д.Л. Мелкий бизнес в Западной Европе: Научно-аналитический обзор. ИНИОН. М. 1991.
37. Ермакова Н. А. Есть ли в России средний класс? // Бизнес и политика. – 1997. – № 10.
38. Жилинский С.Э. Предпринимательское право: Учебник для вузов. М.: НОРМА, 2001.
39. Злобин Б.К., Зацепин Ю.М. Инвестиционная поддержка малого предпринимательства. – М. 1998.
40. Иванов С.А. Формирование экономической среды малого предпринимательства в переходной экономике: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – СПб., 1997. – 231 с.
41. Иванова Н.М., Складчиков В.Г. Новое о малых предприятиях в России. – М.: 1996.
42. Игнатъев В.Г., Бородина О.Н. Органы власти и поддержка малого бизнеса – М.: Приор, 1998.

43. Камаев В.Д. и колл. авт. Экономическая теория: Учебник. – М. Владос, 1998. – 640 с.
44. Кантильон Р. Опыт о природе торговли вообще. 1755.
45. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилиана. – 4-е изд. Доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
46. Капилюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. М.: ИМЭМО. 1992.
47. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос-АРВ, 2002. – 352 с.
48. Колесников А., Колесникова Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопросы экономики. – 1996. – № 7.
49. Кориков М.А. Развитие малого предпринимательства в сельских районах индустриальных территорий: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – Екатеринбург, 1996. – 192 с.
50. Кротова Е.Л. Малый бизнес в условиях формирования рынка рекреационных услуг: Дис. ...канд. экон. наук: 08.00.01 – Екатеринбург, 1993. – 153 с.
51. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса. Учебник для вузов. – М.: Изд-во РДЛ, 2003. – 528 с.
52. Крутик А.Б., Стадник Д.В. Управление финансами в малом бизнесе. – СПб., 1996.
53. Кузнецова А.Н. Малое и среднее предпринимательство в период структурной перестройки экономики: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – М.: 1995. – 135 с.
54. Кузнецова О. Теоретические основы государственного регулирования экономического развития регионов // Вопросы экономики. – 2001. – № 4. – С. 46-48.
55. Куранова Н.А. Малое предпринимательство в переходной экономической системе: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Тюмень, 2000. – 153 с.
56. Курс экономической теории. Учебник МГУ им. М.В. Ломоносова. Под рук. А.В. Сидоровича. – М.: ДИС, 1997. – 736с.

57. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности. – М.: ИНФРА-М, 1998. – С. 81-82.
58. Лембден Дж.К., Таргет Д. Финансы в малом бизнесе – практический подход. – М.: 1992.
59. Лукманова З.А. Малое предпринимательство: системно-региональные принципы развития и регулирования: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – Ростов н/Д, 2001. – 27 с.
60. Мазурова Г.В. Малые предприятия России в 1998 году // Вопросы статистики. – 1999. № 8.
61. Макконелл К., Брю С. Экономикс; принципы, проблемы, политика. В 2-х т. / Пер с англ. – М.: Инфра-М, 1992.
62. Малое предпринимательство России. Государственный комитет Российской Федерации по статистике. – М.: 1998.
63. Малое предпринимательство: состояние, проблемы, необходимость совершенствования и развития: Материалы междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 13-14 февр. 2003 г.) – Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2003.
64. Маркова А.К. Психология профессионализма. – М.: 1996.
65. Маркс К., Энгельс Ф. Соч.. 2-е изд. т. 23. – М.: 1978.
66. Материалы семинара по вопросам инновационной культуры. ЮНЕСКО. Париж, 28 февраля-1 марта 2002 г.
67. Мачадо Р. Маркетинг для малых предприятий. – СПб.: 1998.
68. Микроэкономика: Учебное пособие / Под ред. В.Г. Тимирясова. Казань: ТГЖИ, 1997.
69. Мишурова И.В. Малое предпринимательство в региональной экономике. – Ростов н/Д: Рост. гос. экон. акад., 2000. – 213 с.
70. Монкретьен А. Трактат политической экономии. 1615
71. Морозов А.В. Тенденции развития малого бизнеса в социально-экономической системе Политэконом. анализ: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Казань, 1997. – 157 с.
72. Муравьев А.И., Игнатъев А.М.: Крутик А.Б. Предпринимательство. СПб.: 2001.
73. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 360 с.

74. Недосекин С.В. Малое предпринимательство в АПК и система его поддержки На материалах Московской области: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – Балашиха, 2000. – 215 с.
75. Неопуло К.Л. Механизм развития малого предпринимательства: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – М.: 1996. – 194 с.
76. Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория / Отв. ред. акад. Л.И. Абалкин. М.: Эдиториал. УРСС, 2002. – 419 с.
77. Норт. Д. Институты, институциональные изменения функционирования экономики. – М.: Пресс, 1997.
78. Общая экономическая теория: Учебник / Под ред. В.И. Видяпина, Г.П. Журавлевой. М.: ПРОМО – Медиа, 1995.
79. Общеэкономические основы рыночного хозяйства / Под руков. Абалкина Л.И., Грязновой А.Г., Гл. ред. Энциклопедия рыночного хозяйства. Путь России, М.: 2002. – 431 с.
80. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА. – М, 2002. – 416 с.
81. Орлов А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы // Вопросы экономики. – 1997. – № 4.
82. Орлов А. Перспективы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. 2002. – №7.
83. Пихлер Х. Малые и средние предприятия. – М.: 2003.
84. Попов А.И., Романова Т.Г. Теории трудовой стоимости и предельной полезности – методологическая основа институционализма. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 325 с.
85. Радаев В.Л. формирование новых Российских рынков. М.: Центр полит. Технологии. – 1998
86. Региональная политика как фактор экономического роста // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – №1. – С.21-24.
87. Рикардо Д. Начало политической экономии и податного налогообложение / Пер с англ. в кн.: Антология экономической классики. В.Петти, А.Смит, Д. Рикардо. – М.: Эконов, 1993.
88. Роджерс Л. Маркетинг в малом бизнесе. – М.: 1996.
89. Росс М.: Росс Т. Большие идеи для малого бизнеса в сфере услуг. – М.: 1996.

90. Российский статистический ежегодник. – М.: Госкомстат, 1997. – 324 с.
91. Российское обозрение малых и средних предприятий, 2001. – М.: Изд-во Ресурсного центра малого предпринимательства, 2002.
92. Рыбина М.Н. Малое предпринимательство в процессе становления рыночных отношений в России: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – М.: 1998 – 210 с.
93. Сафиуллин Н.З. Многомерный рынок: теория и методология. – Казань: Изд-во Казанск. Ун-та, 2002. – 214 с.
94. Сафиуллин Н.З. Сафиуллин Л.Н. Аграрная политика. Казань: Центр инновационных технологий. – 2004. – 275 с.
95. Сафиуллин Н.З. Теория многомерных рынков в условиях преобразования Российской экономики. Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – М.: 2003. – 353 с.
96. Сегвари И. Семь расхожих тезисов о российских реформах: верны ли они? // Вопросы экономики. – 1999. – № 9.
97. Симачев Ю. Теневая деятельность частных предприятий // Вопросы статистики. – 1997. – № 7.
98. Система поддержки и развития малого предпринимательства в Москве. – М.: 1998.
99. Смирнов А.В. Малое предпринимательство как хозяйственный ресурс: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Кострома, 1999. – 136 с.
100. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Пер с англ. в кн.: Антология экономической классики. В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. – М.: Эконов, 1993.
101. Сорокина В. Малый бизнес по-британски // Мировая экономика и международные отношения. – 1996. – № 9.
102. Спартак А.Н. Новая роль малого и среднего бизнеса в мировой экономике и экономической политике государства. – М.: 1994.
103. Старобинский Д.Е. Как управлять персоналом. – М.: 1995.:
104. Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии / Сост. М.К. Бункина, А.М. Семенова. – М.: Дело, 2000. – 232 с.
105. Словарь по экономике / Пер. с англ. под ред. П.А. Ватника. – СПб.: Экономическая школа, 1998. – 752 с.

106. Тагиров Э., Мальгин В., Спирчагов Г. Предпринимательство: история, стратегия развития. Казань, 1994.
107. Туган-Барановский М.И. русская фабрика в прошлом и настоящем СПб 1907
108. Файзрахманов М.Д. Малое инновационное предприятие – важнейший фактор экономического роста / Сборник научных трудов междунар. конф. молодых ученых. – М.: МГСХА, 2003. – С. 173-176.
109. Файзрахманов М.Д. Актуальность развития малого предпринимательства на региональном уровне / Материалы науч.-практич. конф. «Актуальные проблемы экономического развития регионов России». – Казань: Изд-во КГСХА, 2004. – С. 33-34.
110. Файзрахманов М.Д. Институциональный аспект поддержки малого предпринимательства / Материалы науч.-практич. конф. «Актуальные проблемы экономического развития регионов России». – Казань: Изд-во КГСХА, 2004. – С. 59-61.
111. Файзрахманов М.Д. Основные направления государственной поддержки малого бизнеса в Российской Федерации и Республике Татарстан / Материалы научной конф. «Аграрно-экономическая наука – сельскохозяйственному производству». – Казань: Изд-во КГСХА, 2002. – С. 186-189.
112. Файзрахманов М.Д., Сафиуллин Н.З. Систематизация определений термина «предприниматель» и его интерпретация / Материалы Всерос. науч.-практич. конф. «Модернизация профессиональной подготовки молодежи в системе учреждений образования»: Ч.1. – Москва-Казань: «Таглимат», 2004. – С. 101-103.
113. Файзрахманов М.Д., Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н. Развитие малого предпринимательства в условиях федеративного государства / Материалы науч.-практич. конф. «Актуальные проблемы экономического развития регионов России». – Казань: Изд-во КГСХА, 2004. – С. 22-23.
114. Файзрахманов М.Д., Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н. Региональный аспект развития малого бизнеса / Материалы Всерос. науч.-практич. конф. «Модернизация профессиональной подготовки молодежи в системе учреждений образования»: Ч.1. – Москва-Казань: «Таглимат», 2004. – С. 209-211.

115. Файзрахманов М.Д., Сафиуллин Н.З., Сафиуллин Л.Н. Состояние и перспективы развития малого предпринимательства в Российской Федерации / Материалы Междунар. науч.-практич. конф. «Актуальные проблемы современной экономики». – Казань: Изд-во КГТУ им. А.Н. Туполева, 2004. – С. 327-331.
116. Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от. 12 мая 1995 г. № 88-ФЗ.
117. Фелью М. Предпринимательство – это свобода. – М. Дело, 1989.
118. Федцов В.В. Малое и среднее предпринимательство. – М.: Луч, 2000 – 143 с.
119. Филсон П. Финансовый менеджмент в малом бизнесе / Пер. в англ. – М.: 1995.
120. Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия // МэиМО. – 1989. – №12.; Хайек Ф.А. Дорога к рабству. – М.: 1992. Хайек Ф.А. Экономическая теория и знание. – М.: 1937.
121. Хамидуллин Ф.Ф. Малый бизнес в условиях институциональных преобразований: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Казань, 2002. – 22 с.
122. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дела и добиться успеха. Вып. 1. Предприниматель и предпринимательство. Пер с англ. – М.: Прогресс, 1990.
123. Ховард К. Малое предпринимательство: практическое пособие. – М.: 1998.
124. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 464 с.
125. Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993.
126. Циммерманн Х.П. К большому успеху в малом бизнесе. – М.: 1996.
127. Чаянов А. Краткий курс кооперации М.: 1925.
128. Чечевицина Л.Н. Экономика предприятия (фирмы). Ростов-н/Д.: Феникс, 2000.
129. Экономика: Учебник / Под ред. А.И. Архипова, А.Н. Нестеренко, А.К. Большакова. М.: ИНФРА, 2001.

130. Шарифуллин Х.Х. Среда функционирования малого бизнеса. Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – Казань: 2003. – 20 с.
131. Шастико А.Е. Новая институциональная экономическая теория. – М.: ТЭИС, 2002. – 591 с.
132. Шатилов Ю.Н. Малое предпринимательство как фактор стабильности экономики малых и средних городов (региональный аспект): Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – Тамбов, 2002. – 21 с.
133. Шекшня С.В. Управление персоналом в современной организации: Учеб.-практ. пособие. – М.: 1995.
134. Шиловцев С. И. Шоковая терапия и экономическая мифология // Российские реформы и зарубежный опыт системных преобразований. Вып. 2. – М.: 1998.
135. Шишин С.В. Малое предпринимательство: сущность, место и роль в национальной экономике. – М.: ОЛМА-Пресс, 2003. – 351 с.
136. Штайнхофф Д., Берджес Дж. Основы управления малым бизнесом. – М.: 1997.
137. Шулус А.А. Формирование системы поддержки малого предпринимательства в России. – М.: 1997.
138. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.
139. Щетинин А.А. Малое предпринимательство в условиях экономики переходного типа: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.30 – Шахты, 1997. – 152 с.
140. Янукович М.И. Малое инновационное предпринимательство и экономический механизм его функционирования: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 – Минск, 1999 – 20 с.
141. Alchian A. Uncertainty, Evolution, and Economic Theory // Journal of Political Economy, 1950. №3.
142. Commons J.R. Institutional Economics, Its Place Political Economy. – New York: The Macmillan Company, 1934. – 921 p.
143. Dye T. American Federalism: Competition among Governments. – Lexington, Mass., Toronto, 1990.
144. Furuboth E., Richter. The New institutions Economics: An Assesment // . The New institutions Economic, eds. Furuboth E., Richter. 1991.

145. Kirzner I. Competition and Entrepreneurship. Univ. of Chicago press. 1973.
146. Marshall A. Principles of Economics. An introductory volume. 8th ed. – London, 1925.
147. Nee V., Ingram P. Sources of the New Institutionalism // . The New Institutionalism in Sociology. Ed by M.C. Brinton, V. Nee, Russel Sage Foundation. – N.Y., 1998.
148. North D.C. What do we mean by rationality // Public Choice. – 1993. P. 161.
149. Robinson E. Location Theory Regional Economics and Backwards Areas. In: Backward Areas in Advanced Countries. Proceedings of a Conference held by the International Economic Association. – London, Melbporne, Toronto, New York, 1969. P. 3-20.

Сафиуллин Наиль Закирович
Файзрахманов Марат Джаудатович

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ**

Редактор **Р.З. Шарафутдинова**

Техн. редактор **Г.П. Дудичева**

Сдано в набор 10.08.2007 г.

Подписано в печать 20.08.2007 г.

Формат 60x84 1/16

Бумага офсетная № 1

Печать на ризографе

Гарнитура Times, 10

Усл. печ. л. 15,21

Уч.-изд. л. 13,73

Тираж 1000 экз.

Заказ № 32