



Tacis Project SMERUS9501
Техническое содействие в создании
Ресурсного центра малого
предпринимательства

Инновационные
процессы в малом
предпринимательстве
апрель 1999

Tacis Project SMERUS9501
Техническое содействие в создании
Ресурсного центра малого
предпринимательства

Инновационные процессы в малом предпринимательстве

апрель 1999

Данное исследование выполнено
Ресурсным центром малого предпринимательства
Совместно с Euroconsultants S.A. - European
Profiles S.A. Consortium (Greece)

апрель 1999 года

©1999 Служба Тасис Генерального Директората IА, Европейская Комиссия
Все права защищены

Репродуцирование (воспроизведение) любым способом, распространение или передача данного издания могут быть осуществлены только с предварительного письменного согласия Европейской Комиссии, Генеральный директорат IА Тасис.

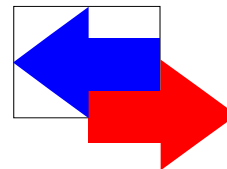
Заявки на репродуцирование данного издания направлять по адресу:

Ресурсный центр малого предпринимательства,
Москва 101000 Центральный почтамт, а/я 381

Сведения, выводы и толкования, содержащиеся в настоящем издании, не могут рассматриваться как отражающие официальную позицию Европейской Комиссии



Проект Тасис SMERUS9501
Техническая помощь в создании
Ресурсного центра
малого предпринимательства



Проект Тасис SMERUS 9501:

"Техническая помощь в создании Ресурсного центра малого предпринимательства"

Основные направления деятельности Ресурсного центра малого предпринимательства

Информация:

Ресурсным центром разработаны и доступны через Интернет следующие базы данных:

- Описание имеющейся информации по МП (базы данных, информация в Internet, проведенные исследования).
- Лучшая практика структур поддержки малого предпринимательства в России.
- Лучшая практика малых предприятий.
- Лучшая практика Европейского Союза в области МП.
- Адреса и функции структур поддержки малого предпринимательства в России, а также описание их информационных ресурсов.
- Статистические показатели по МП, рассчитываемые Ресурсным центром.

**Исследования,
рекомендации,
консалтинг:**

Исследования проводятся в шести областях:

1. Анализ динамики малого предпринимательства и эффективности малого бизнеса как сектора экономики на основе существующих статистических показателей. Сравнение систем статистического учета малых предприятий России и промышленно развитых стран.
2. Участие малых предприятий в системе государственных заказов
3. Анализ внешней среды развития малого предпринимательства.
4. Законодательное регулирование развития малого предпринимательства
5. Инновационные процессы в малом предпринимательстве
6. Новые финансовые технологии в малом предпринимательстве

На основе проведенных исследований вырабатываются рекомендации по совершенствованию политики в сфере малого предпринимательства.

Обучение:

Проведение конференций, семинаров и учебных программ по вопросам малого предпринимательства.

Публикации:

Разработка, печать и распространение материалов по различным тематикам в области малого предпринимательства.

**Координация
проекта:**

Координация работы осуществляется Координационным Советом, в состав которого входят представители ЕС, федеральных структур поддержки малого предпринимательства России и иностранных фирм.

**Реализация
проекта:**

EUROCONSULTANTS S.A. (Греция) – EUROPEAN PROFILES S.A Consortium (Греция) – техническое руководство и координация
"Institut fur Gewerbe und Handwerksforschung" (Австрия)
London Business School (Великобритания)

Что такое Тасис

Тасис - это программа, разработанная Европейским Союзом для Новых Независимых Государств и Монголии в целях содействия развитию гармоничных и прочных экономических и политических связей между Европейским Союзом и этими странами-партнерами. Цель Программы состоит в поддержке усилий стран-партнеров по созданию обществ, основанных на политических свободах и экономическом процветании.

Тасис идет к этой цели путем предоставления субсидий (безвозмездного финансирования) для передачи ноу-хау, оказывая поддержку процессу перехода к рыночной экономике и демократическому обществу.

В течении первых шести лет своей деятельности, т.е. с 1991 по 1997 гг., Тасис безвозмездно предоставил своим партнерам 3 млрд. 390 млн. ЭКЮ, что позволило приступить к осуществлению более 2 500 проектов.

В тесном взаимодействии со странами-партнерами Тасис определяет, каким образом должны расходоваться средства. Это позволяет Тасис осуществлять финансирование в соответствии с политикой реформ и первоочередными задачами каждой конкретной страны. В контексте более широких международных усилий Тасис работает в тесном взаимодействии также с другими донорами и международными организациями.

Тасис передает ноу-хау, которым располагают государственные и частные организации самого широкого спектра, что позволяет сочетать опыт рыночной экономики и демократии с профессиональными навыками и знаниями на местах. Ноу-хау передается в форме консультирования по вопросам политики, направления групп экспертов, проведения исследований и профессиональной подготовки, путем создания и реформирования правовой и нормативной базы, институтов и организаций, установления партнерских отношений, создания сетевых структур, породнения, реализации пилотных проектов. Тасис выполняет также роль катализатора, поскольку открывает доступ к средствам основных кредиторов благодаря проведению прединвестиционных исследований и подготовке технико-экономических обоснований.

Тасис содействует пониманию и должной оценке демократии и социально-экономической системы, ориентированной на рынок, путем поощрения связей и прочных отношений между организациями в странах-партнерах и их коллегами Европейском Союзе.

Основными приоритетными областями, финансируемыми Тасис являются: реформирование системы государственного управления, реструктуризация государственных предприятий и развитие частного сектора, развитие инфраструктур транспорта и связи, энергетика, ядерная безопасность и охрана окружающей среды, создание эффективной системы производства, переработки и распределения продуктов питания, развитие социальных услуг и образования. Каждая страна выбирает приоритетные сектора, исходя из своих потребностей.

Дополнительную информацию можно получить в Представительстве Европейской Комиссии в Москве

Адрес: 109028, Россия, Москва, Певческий (б. Астаховский) пер. 2/10

Тел.: (+7 095) 956 36 00-01, **Факс:** (+7 095) 956 36 15

Данное исследование проведено в рамках проекта технического содействия Европейского Союза экономическим преобразованиям в Российской Федерации (программа Тасис) – SMERUS9501 «Техническая помощь в создании Ресурсного центра малого предпринимательства».

Исследование проведено:

к.э.н. Алимова Татьяна	ведущий эксперт по исследованиям в области малого предпринимательства Ресурсного центра малого предпринимательства, руководитель проекта
Кардасис Димитрис	руководитель группы экспертов по проекту Тасис SMERUS9501 "Техническая помощь в создании Ресурсного центра малого предпринимательства"
Строгилопулос Георгий	Эксперт Европейской Комиссии в области инноваций
к.т.н. Сапсай Борис	руководитель направления Межведомственного аналитического центра, эксперт по инновациям в сфере техники и технологий
к.п.н. Пуденко Татьяна	заведующий лаборатории Института управления образованием Российской академии образования, эксперт в области управления
к.п.н. Афанасьева Татьяна	заместитель директора Института управления образованием Российской академии образования, эксперт в области управления
к.э.н. Ермилова Галина	эксперт по исследованиям в области малого предпринимательства Ресурсного центра малого предпринимательства, компьютерная обработка результатов анкетирования

Благодарим за сотрудничество:

1. Департамент поддержки и развития малого предпринимательства Правительства Москвы;
2. Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса;
3. Территориальное агентство поддержки малого предпринимательства Южного округа г. Москвы;
4. Территориальное агентство поддержки малого предпринимательства Северо-Восточного округа г. Москвы;
5. Центр коммерциализации технологий Академии народного хозяйства при Правительстве РФ;
6. Союзпатент;
7. Российский Фонд технологического развития;
8. Управляющую компанию Российского венчурного фонда "ОКА ВИНФИН";
9. Научный парк МГУ;
10. ЗАО "Венчурный фонд "РостИнвест".

РЕЗЮМЕ

Предлагаемая Вашему вниманию публикация подготовлена по результатам исследования «Инновационные процессы в малом предпринимательстве, выполненного Ресурсным центром малого предпринимательства. Под инновационными процессами в рамках исследования понимались целенаправленные изменения во всех сферах предпринимательской деятельности, соответствующие выбранному направлению развития бизнеса, зафиксированным результатам планируемых изменений и разработанным механизмам их реализации. Таким образом, под инновационным углом зрения рассматривались все основные аспекты функционирования малых предприятий.

Цель исследования – анализ текущего состояния, тенденций развития инновационных процессов в малом предпринимательстве и, на его основе, выработка рекомендаций по их интенсификации. Объект исследования – малые предприятия, организации, сопровождающие, поддерживающие инновационные процессы.

Информационная база исследования – неформализованные и формализованные интервью с руководителями малых предприятий и представителями организаций, вовлеченных в их инновационную деятельность. В декабре 1998 г. – январе 1999г. в Москве были проведены 25 интервью с руководителями специально отобранных малых предприятий, представителями ряда государственных, общественных и коммерческих организаций, а также анкетный опрос 282 предпринимателей – руководителей МП. Отраслевая структура опросной выборки задавалась исходя из целей исследования. Четвертая часть респондентов представляли предприятия, специализирующиеся сугубо на продуктовых и процессных инновациях; 40% опрошенных МП занимаются промышленным производством. Наряду с ними, в выборке представлены предприятия торговли, общественного питания, жилищно-коммунального хозяйства.

Объект исследования первой части публикации - инновационный малый бизнес как самостоятельный, отличный от других вид деятельности, а также процессы инновационно-технологического развития промышленных МП. Исследована нормативно-законодательная база, регулирующая доступ малых предприятий к инновациям; деятельность организаций, обеспечивающих, сопровождающих продуктовые и процессные инновации в малом предпринимательстве. Особое внимание уделено значению инноваций в технике и технологии для развития бизнеса, отношению предпринимателей к инновациям, проблемам внедрения инноваций и их результатам. Дан анализ деятельности инновационных малых предприятий в контексте целей, механизмов, проблем создания, результатов и перспектив деятельности.

Вторая часть публикации посвящена проблемам, практике, результатам инноваций в управлении МП. Исходя из общих требований к организации, структуре, механизму управления предприятием в контексте обеспечения эффективности его функционирования, выработана система показателей, идентифицирующих рациональный менеджмент малого предприятия, и, на ее основе, критерии инновационности менеджмента. Анализ реальных процессов в сфере управления позволил ответить на ряд актуальных вопросов. Среди них: адекватность организации, структуры, механизма управления малым предприятием требованиям рыночной экономики и условиям переходного периода; оценка предпринимателями значимости эффективного менеджмента для развития бизнеса; необходимость, возможность, проблемы и результаты инноваций в управлении малым предприятием.

Третья часть публикации сфокусирована на исследовании практического использования основных элементов маркетинга при формировании рыночной стратегии малого предприятия, в его фактической деятельности на рынке. С этой целью, в привязке к основным условиям и результатам функционирования малых предприятий, проанализировано рыночное поведение МП с точки зрения выявления его типологии в контексте активных и пассивных мер, специфики управления, целевых установок предпринимателей. На всех этапах анализа внимание сконцентрировано на практике и результатах нововведений в рыночной политике малых предприятий.

В четвертой части публикации приведены исчерпывающие сведения о программах, реализуемых и планируемых ЕС в рамках общеевропейской политики поддержки инновационных процессов в секторе МСП.

В Приложении 1 представлен перечень нормативно-законодательных актов федерального уровня, регулирующих инновационную деятельность в РФ.

В Приложениях 2 - 5 даны материалы по таким проблемам, как финансирование инноваций в ЕС, защита прав интеллектуальной собственности, создание и функционирование компаний, реализующих новые технологии, роль информации и обучения в реализации инноваций и современной Европе в целом.

Каждая часть предлагаемой публикации, помимо констатации текущего состояния, проблем и перспектив в сфере инновационных процессов в малом предпринимательстве, содержит блок рекомендаций, адресованных органам власти, структурам поддержки, организациям рыночной инфраструктуры, собственно руководителям малых предприятий, направленных на интенсификацию инновационных процессов в малом бизнесе.

This survey was performed under the EU technical assistance program in the Russian Federation, Tacis project SMERUS9501 "Technical assistance to establish an SME Resource Centre".

The survey was performed by:

Tatyana Alimova, Ph.D.	Leading Expert, SME research, Russian SME Resource Centre, Project manager
Dimitris Kardasis	Team Leader, Tacis project SMERUS9501
Georgios Stroggiopoulos	EU Expert, innovations
Boris Sapsai, Ph.D.	Head of Section of Interdepartmental analytical centre, expert in innovations in management
Tatyana Pudenko, Ph.D.	Head of Laboratory, Institute of Education Management, Russian Academy of Education, expert in management
Tatyana Afanasyeva, Ph.D.	Deputy Director, Institute of Education Management, Russian Academy of Education, expert in management
Galina Yermilova, Ph.D.	Expert, SME Research, computer processing of questionnaires

Acknowledgements:

We are grateful for cooperation to:

1. Department for SME support and Development, Moscow Government;
2. Russian Small Business Development Agency;
3. Local Agency for SME Support, Southern District of Moscow;
4. Local Agency for SME Support, North-Eastern District of Moscow;
5. Centre for Technology Commercialization, Academy of National Economy, under RF Government;
6. Soyuzpatent;
7. Russian Fund for Technological Development;
8. Managing company of the Russian Venture Fund "OKA VINFIN";
9. Scientific Park of Moscow State University;
10. "RostInvest" Venture Fund.

SUMMARY

This publication is based on the survey «Innovation processes in small business" performed by the Russian SME Resource Centre. Within the framework of the survey, innovation processes were considered as purposeful changes in all entrepreneurial activities which foster small business development in the chosen direction, following specific mechanisms, and bring expected results. All the main aspects of SMEs activities were considered in terms of innovations.

The goal of the survey was to analyse the current state, development tendencies in innovations in SMEs and to suggest recommendations for their intensification. The objects of the survey were small enterprises and organisations which support and assist innovations. The information basis of the survey was formalized and non-formalized interviews with SME managers involved in innovative activities. In December 1998 – January 1999, 25 interviews were conducted in Moscow with general managers of specially selected small enterprises, representatives of governmental, non-governmental and commercial companies. Besides, filled-in questionnaires were collected from 282 entrepreneurs (general managers of companies). Sampling by sector was made proceeding from the goals of the survey. One fourth of the respondents were enterprises specialized in product and process innovations; 40% of the respondent SMEs were involved in industrial production. Besides, the sampling represented trade and catering companies and companies providing communal services.

The object of the survey reported in the first part of the publication is innovative small business as a separate activity as well as processes of innovative technological development of industrial SMEs. Legislative basis that regulates SMEs access to innovations was studied, as well as activities of organisations which support and assist product and process innovations in small business. Special attention was paid to importance of innovations in technology for business development, attitude of entrepreneurs to innovations, problems of implementing innovations and their results. Activities of innovative SMEs were analyzed in terms of the goals, mechanisms, enterprise establishment, results and prospects.

The second part of the publication deals with problems, practice, results of innovations in SME management. Proceeding from general requirements to company organisation, structure, management in order to ensure SME efficiency, a system of indicators which reflect rational SME management was suggested which allows one to measure to what extent the SME is innovative. The analysis of actual processes in SME management provided answers to some key questions, such as adequacy of organisation, structure and mechanism of SME management to meet the needs of market economy and transitional period, evaluation by entrepreneurs of the value of effective management for business development, the need, opportunities problems and results of innovations in SME management.

The third part of the publication is focused on studying the practical usage of the main marketing elements in the development of SME market strategy and SME actual life on the market. In relation to the main conditions and results of SME activity, SME behaviour on the market was analysed so as to reveal its typology in terms of active and passive measures, specific features of the management, goals of the entrepreneurs. At all the stages of the analysis the emphasis was made on the practice and results of innovations in the market policy of SMEs.

The fourth part of the publication provides detailed information on the programs, implemented and planned for implementation in EU countries in the framework of the all-European policy of support of innovations in small business.

Annex 1 lists federal legislative acts which regulate innovation activities in the Russian Federation.

Annexes 2-5 deal with financing innovations in EU, intellectual property right protection, establishment and work of new technology based companies, the role of information and training in implementing innovations in Europe today.

Each section of the book besides the description of the current state, problems and prospects for innovations in small business contains suggestions for local governments, business support organisations, organisations within the market infrastructure, general managers of SMEs that foster intensification of innovations in small business.

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 1. ПРОДУКТОВЫЕ И ПРОЦЕССНЫЕ ИННОВАЦИИ	5
1.1. Цели и исходные предпосылки исследования	5
I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ЭЛЕМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИЙ	11
I.1. Законодательная база	12
I.2. Инфраструктура прямой поддержки инноваций	14
I.2.1. Фундаментальные исследования	15
I.2.2. Прикладные исследования и разработки	17
I.2.3. Рыночный этап	19
I.3. Основные черты государственной системы поддержки инновационной деятельности	20
II. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ	22
II.1. Характеристика результирующей выборки	22
II.2. Общая характеристика состояния производственных МП, роль инноваций	23
II.3. Масштабы и глубина инновационных процессов	28
III. ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	32
III.1. Этап становления	32
III.1.1. Помещения	34
III.1.2. Информация	35
III.1.3. Испытания продукции, сертификация производства	35
III.2. Выход на рынок и расширение бизнеса	35
IV. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	41
IV.1. Совершенствование механизмов государственной поддержки	41
IV.2. Совершенствование и гармонизация законодательной базы	42
IV.3. Совершенствование информационного обеспечения органов власти и предпринимателей	43
IV.4. Развитие программ обучения и подготовки кадров	44
IV.5. Решение конкретных вопросов	44
ЧАСТЬ 2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	46
2.1. Теретическая база исследования	46

V. ИННОВАЦИИ В РЕШЕНИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	50
V.1. Наиболее сложные управленческие задачи	51
V.2. Необходимость в новых методах решения управленческих задач	54
V.3. Намерения изменить методы решения управленческих задач	59
V.4. Фактические изменения в решении управленческих задач	63
VI. ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ РАЗЛИЧНЫМИ СФЕРАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	67
VI.1. Проблемы в управлении сферами деятельности	67
VI.2. Необходимость в управленческих нововведениях для различных сфер деятельности предприятий	70
VI.3. Фактические изменения в управлении различными сферами деятельности предприятий	73
VI.4. Подготовленные к внедрению управленческие новации в различных сферах деятельности предприятий	75
VII. НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИЯМИ В СФЕРЕ МЕНЕДЖМЕНТА	78
VIII. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ НОВАЦИИ	82
IX. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	85
IX.1. Основные выводы	85
IX.2. Рекомендации структурам поддержки малого предпринимательства	87
IX.3. Рекомендации для руководителей предприятий	88
ЧАСТЬ 3. РЫНОЧНАЯ ПОЛИТИКА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРАКТИКА И РЕЗУЛЬТАТЫ НОВВОВЕДЕНИЙ	89
3.1. Задачи исследования	89
X. УСЛОВИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	91
XI. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	92
XII. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	94
XII.1. Конкуренция и прибыльность бизнеса	94

XII.2.	Конкуренция и финансовое состояние предприятия	95
XII.3.	Конкуренция и обеспеченность ресурсами предпринимательской деятельности	96
XIII.	КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	97
XIII.1.	Информированность о конкурентах	97
XIII.2.	Факторы конкурентоспособности бизнеса	98
XIII.3.	Возрастная структура продукции	99
XIII.4.	Обновление ассортимента выпуска	99
XIII.5.	Ценообразование как составная часть конкурентной политики	100
XIV.	ГЕОГРАФИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ КАК ИНДИКАТОР РЫНОЧНОЙ ПОЛИТИКИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	101
XV.	ТИПОЛОГИЯ РЫНОЧНОГО ПОВЕДЕНИЯ: АКТИВНАЯ И ПАССИВНАЯ РЫНОЧНАЯ ПОЛИТИКА	103
XVI.	НОВОВВЕДЕНИЯ В РЫНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	105
XVII.	НОВОВВЕДЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ РЫНОЧНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	107
XVII.1.	Новое в деятельности предприятий	108
XVII.2.	Обновление ассортимента	108
XVII.3.	Продуктовые инновации	109
XVII.4.	Эффективность нововведений в управлении рыночным поведением	110
XVII.4.1.	Динамика показателей деятельности	110
XVII.4.2.	Условия и цели деятельности	110
XVII.4.3.	Влияние нововведений на перспективы бизнеса	111
XVIII.	РЫНОЧНОЕ ПОВЕДЕНИЕ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗНЫХ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП	113
XVIII.1.	Цели бизнеса: различия по отраслям и группам собственников	113
XVIII.2.	Основные барьеры для достижения целей	114
XVIII.3.	Цели и показатели деятельности предприятий	114
XVIII.4.	Цели и конкурентная политика предприятий	114
XVIII.5.	Новое в деятельности предприятий	116
XVIII.6.	Критерии обновления ассортимента	116
XVIII.7.	Управление рыночным поведением и цели	117

XVIII.8. Факторы, определяющие деятельность предприятия	117
XVIII.9. Типология целеполагания: влияние субъективных факторов	118
XVIII.9.1. Цели и спрос	118
XVIII.9.2. Цели и прибыльность бизнесе	119
XVIII.9.3. Цели и финансовое состояние предприятий	119
XIX. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	121
ЧАСТЬ 4. ИННОВАЦИИ И МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИОРИТЕТЫ ПОЛИТИКИ ЕС В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ И ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	123
XX. "ЗЕЛЕНый ДОКУМЕНТ ПО ПРОБЛЕМАМ ИННОВАЦИЙ В ЕВРОПЕ" (THE GREEN PAPER ON INNOVATION IN EUROPE)	125
XXI. "ПЕРВЫЙ ПЛАН ДЕЙСТВИЙ ПО РАСПРОСТРАНЕНИЮ ИННОВАЦИЙ В ЕВРОПЕ"	127
XXII. ВЫПОЛНЕНИЕ "ПЕРВОГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ ПО РАСПРОСТРАНЕНИЮ ИННОВАЦИЙ В ЕВРОПЕ"	128
XXIII. "ПЯТАЯ ОСНОВНАЯ ПРОГРАММА ПО ИССЛЕДОВАНИЯМ И РАЗВИТИЮ ТЕХНОЛОГИЙ": РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ И ПООЩРЕНИЕ УЧАСТИЯ В ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	131
БИБЛИОГРАФИЯ	134
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	135
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	144
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	151
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	153
ПРИЛОЖЕНИЕ 5	156

ЧАСТЬ 1. ПРОДУКТОВЫЕ И ПРОЦЕССНЫЕ ИННОВАЦИИ

1.1. Цели и исходные предпосылки исследования

Целями настоящего раздела являются: анализ текущего состояния, тенденций и особенностей развития инновационных процессов в производственном сегменте российского малого бизнеса; выявление на этой основе ключевых проблем в их развитии и выработка рекомендаций по совершенствованию мер государственной поддержки данного сегмента предпринимательской деятельности.

Последовательное решение задач, обеспечивающих достижение поставленных целей, требует, прежде всего, корректного определения объекта исследований. При этом необходимо учитывать:

- разнообразие трактовок термина «инновации» в различных литературных источниках;
- объективно присущее различие на данном отрезке времени в экономических укладах и в фазах развития экономики в России и за рубежом и, как следствие, различие целей государственной политики по отношению к инновациям;
- наличие тесной связи инновационных процессов в производственной деятельности малых предприятий и прикладных, поисковых и фундаментальных научных исследований, осуществляемых институтами РАН, государственными научными центрами и пр.;
- специфику бизнес-среды в России, результатом чего является разнообразие организационных форм, в которых осуществляются инновационные проекты на разных стадиях их реализации и др.

Объективное отличие европейского и российского подходов в оценке значения инноваций в производственной деятельности предприятий, а, следовательно, и целей государственной политики в области поддержки этой деятельности обусловлено значимым разрывом в уровнях развития экономик и, как следствие, качественными отличиями в поведении предприятий. Что имеется в виду?

Инновационная активность для западных производственных предприятий, восприимчивость к технологическим инновациям - это вопрос выживания в острой конкурентной борьбе. Инновационная деятельность обеспечивает им значимые конкурентные преимущества, большую устойчивость, способствует упрочению и расширению положения предприятий на рынке. Снижение технологического потенциала, потеря способности к адаптации новых технологических разработок с неизбежностью ведет к ухудшению позиций на рынке и, в стратегическом плане, к снижению объемов продаж с очевидными неблагоприятным исходом. Такая сильная заинтересованность предприятий в инновациях, с одной стороны, и зависимость от них, с другой, сформировала и обеспечила функционирование системы непрерывного воспроизводства инноваций, теснейшую и эффективную связь между сферами производства и научно-технической деятельности.

Объективно для российских предприятий необходимость обновления не менее, а может быть даже более актуальна, чем для западных, поскольку речь идет не о выживании отдельного предприятия, а о выживании государства. У нас просто нет иной альтернативы, чем кардинальное обогащение производственного сегмента новейшими техническими достижениями. Одной из главных проблем российской промышленности является крайняя степень изношенности основных фондов, поэтому важнейшая задача промышленной политики сегодня состоит в техническом перевооружении производства. В более широком плане главной задачей экономического развития на среднесрочную и долгосрочную перспективу является кардинальное изменение структуры экономического потенциала: снижение доли в ВВП ресурсной составляющей и увеличение доли продукции с высокой степенью переработки. Однако решение этой проблемы сопряжено с двумя отягчающими обстоятельствами. С одной стороны, состояние выживания, в котором уже в течение нескольких лет находится масса предприятий, приводит к противоречию между стратегическими и текущими задачами предприятий, снижает их восприимчивость к инновациям. Вторая проблема касается воспроизводства инноваций. Старая система финансирования НИОКР разрушена, новая - не сформировалась.

Поэтому достижение целей промышленной политики невозможно без активизации инновационных процессов: внедрения в производственный сектор передовых технологий, новейших разработок, соответствующих и превосходящих мировой уровень, перехода к энерго- и ресурсосберегающим технологиям и т.д. Огромный инновационный потенциал для решения этих задач сосредоточен в сфере творческого труда, как сегменте, где зарождаются и реализуются в разработках самые передовые технические и технологические идеи. Принципиальные результаты обеспечиваются, как правило, компактными творческими коллективами, включая и первичное освоение рынков. При этом не имеет принципиального значения, оформлен ли этот коллектив в виде МП или нет.

Учитывая изложенное, представляется целесообразным в рамках настоящей работы несколько расширительно толковать инновационную деятельность в сфере техники и технологии. А именно: включить в рассмотрение различные этапы инновационного процесса, а не только стадию производства массового продукта. Это позволит более полно очертить всю совокупность ключевых проблем в сфере инновационной деятельности, а, следовательно, предложить более корректные рекомендации. Вместе с тем, с целью соблюдения подобия методологии исследований и обеспечения в последующем возможности сопоставления полученных результатов с результатами европейских исследований, для фазы производства терминология и подход должны быть максимально полно приближены к тем, что используются в исследовательских программах Европейского Союза и, в частности, в проектах Тасис.

Итак, под инновационной деятельностью будем понимать процесс, направленный на воплощение результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности. Собственно же инновация (нововведение) - это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке (продуктовая инновация), в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности (процессная инновация)¹.

На **рисунке 1** представлены основные этапы инновационного процесса (применительно к рыночному этапу - фазы жизненного цикла продукта), их содержание и результаты. Зарождение технической идеи, концепции возможного использования новых научных результатов происходит еще на этапе фундаментальных и поисковых исследований (1.а). При этом, если фундаментальные исследования - это 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.

Процесс практического воплощения идеи в действующий полномасштабный прототип нового продукта (или новой технологии) происходит в ходе опытно-конструкторских работ (ОКР) на этапе прикладных исследований и разработок. Этот этап в свою очередь включает две фазы: научно-исследовательский (1.в), когда происходит моделирование и конструкторская проработка, и уже названный опытно-конструкторский (1.с), в ходе которого создается полномасштабный прототип и проводятся его испытания. В зависимости от сложности разрабатываемого продукта (технологии) реальные задачи, решаемые на завершающих фазах предварительного (до выхода на рынок) этапа инновационной деятельности, могут быть достаточно сложны. В частности, при разработке достаточно сложных технических решений и технологических комплексов на этих этапах осуществляется системная интеграция результатов научно-исследовательских работ (НИР), проведенных в разное время другими коллективами, отладка и доработка как отдельных подсистем, так и технологий в целом.

¹ Закон РФ «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации» (Проект), «Инновации», №2-З(13), июнь 1998 г.

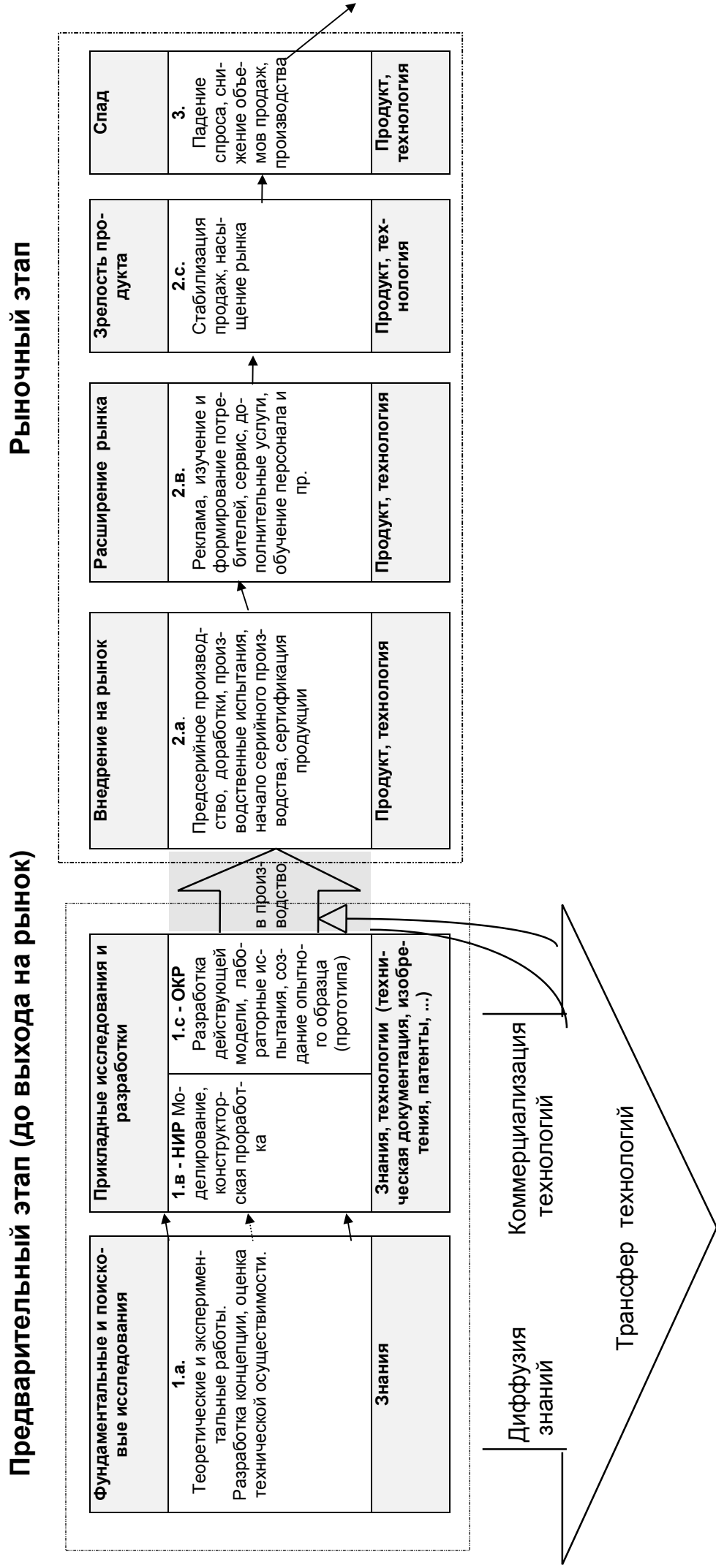


Рис. 1. Основные этапы инновационного процесса и фазы жизненного цикла продукта (технологии)

Исполнителями работ на этом этапе являются творческие коллективы ученых и инженерно-технических работников ВУЗ'ов, университетов, институтов РАН, государственных научных центров (ГНЦ), отраслевых НИИ, научно-производственных объединений (НПО) и др. Размер творческих коллективов и их организационные формы различны в зависимости от масштабов решаемых задач. С позиций настоящего исследования нас будет интересовать не сложность конечного результата инновационной деятельности, а лишь компактность творческого коллектива, вовлеченного в процесс его создания. При этом в ходе исследований представляется целесообразным принимать в рассмотрение и случаи, когда компактные коллективы решают отдельные элементы сложной технической проблемы, а конечный результат реализуется не в сфере малого, а в сфере крупного бизнеса. Это особенно характерно для предварительного этапа инновационной деятельности, вообще, и фундаментальных и поисковых исследований, в частности. Кроме того, содержательный анализ инновационной деятельности российских ученых и предпринимателей дает основания рассматривать принцип компактности коллектива разработчиков и реализаторов проекта в качестве определяющего и в других случаях. Например, когда разработка велась компактным коллективом отдельного подразделения крупного государственного института, финансировалась инвестором (в том числе и зарубежным) отдельно, вне бюджета организации, а для стадии производства и выхода на рынок создано ЗАО с участием юридического лица или выбрана какая-то иная организационная форма. По российскому законодательству такое предприятие формально не считается малым, но фактически (по масштабам деятельности и числу вовлеченных сотрудников) таковым является.

Результатами инновационной деятельности на предварительном этапе являются, как правило, новые научно-технические знания. По западной терминологии их различают на фундаментальные, базовые знания и технологии. Последние - это такие знания (включая методы, способы и формы их использования), которые соответствующим образом структурированы и потенциально пригодны к многоцелевому применению при разработке, производстве и эксплуатации как новой, так и модернизируемой техники. Применительно к этапам инновационной деятельности технологии относятся к завершению фазы ОКР (1.с). Принципиальным отличием технологий от научно-технических идей и фундаментальных знаний является их товарная природа, наличие потребительской стоимости, определяемой спросом, наличие конкурентоспособности и признаков принадлежности собственнику. Это интеллектуальная составляющая научно-технической деятельности, выступающая в качестве товара, имеющего спрос.

В зависимости от формы структуризации этого специфического продукта результаты инновационной деятельности на этом этапе могут быть представлены в форме технической документации или в виде объектов промышленной собственности. Результаты фундаментальных исследований, как правило, не структурированы и, хотя их значение для инновационной деятельности в сфере техники и технологических процессов чрезвычайно важно, они не имеют, как говорилось выше, товарной природы, не оформлены в виде продукта, имеющего потребительскую стоимость.

Распространение результатов инновационной деятельности, полученных на предварительном этапе, происходит путем трансфера технологий, который осуществляется в одной из двух форм: диффузии знаний или коммерциализации технологий².

Трансфером технологий называется процесс передачи (продажи, обмена) должным образом структурированных, обладающих достаточной полнотой знаний, имеющий целью организацию производства конкурентоспособной продукции³, соответствующей рыночным потребностям. Через потребительскую стоимость, конкурентоспособность, принадлежность собственнику проявляется товарная природа технологий. Трансфер технологий - важнейший элемент инновационного процесса в рыночных условиях.

Коммерциализация технологий - это элемент трансфера, при котором потребитель (покупатель) выплачивает вознаграждение владельцу (который может быть, а может и не быть разработчиком) технологии в той или иной форме и размерах, определяемых взаимосогласованными договорными условиями. К коммерческим формам передачи технологий относятся лицензионные соглашения, инжи-

² Отчет по НИР «Транстехнология»: «Разработка принципов коммерциализации и формирования рынка двойных технологий, реализующих инновационную политику в оборонном комплексе». Межведомственный аналитический центр, М., 1994 г.

³ Следует отметить, что на практике достаточно часто встречаются случаи, когда приобретение объектов интеллектуальной собственности не имеет целью организацию производства, а осуществляется с целью воспрепятствовать коммерческому распространению продукции конкурента. Для это используются как коммерческие виды трансфера, так и некоммерческие, включая незаконные формы такие, например, как промышленный шпионаж. Такие случаи в настоящей работе не рассматриваются.

ниринг, контракты и субконтракты на проведение совместных НИОКР и производственную кооперацию (в том числе, на создание совместных предприятий), инвестиционные и другие виды соглашений, связаны с уступкой, передачей и защитой прав на интеллектуальную и промышленную собственность.

В свою очередь, диффузия научно-технических знаний, в отличие от «коммерциализации технологий», является некоммерческим элементом трансфера научно-технических достижений. Этот способ реализуется либо в тех случаях, когда владелец научно-технического знания не осознает, не имеет возможности или не заинтересован в его коммерциализации, либо в случаях, когда само знание, являясь фундаментальным, базовым, не подлежит коммерциализации. Процесс диффузии имеет двойную природу: с одной стороны, он выступает как элемент промышленного шпионажа, с другой, - это неотъемлемый элемент международного научного обмена, способствующий взаимообогащению различных научных школ и, в конечном итоге, совершенствованию технологий.

В процессе настоящего исследования нас будут интересовать обе формы трансфера технологий, их соотношение, масштабы и барьеры. Кроме того, будут рассмотрены все случаи дальнейшей судьбы инноваций (см. Рисунок 1): когда коммерциализация технологии является последним этапом инновационной деятельности данного коллектива (передачей прав в той или иной форме роль разработчиков заканчивается), и когда выход на рынок осуществляется собственно командой менеджеров, в которую могут входить или не входить разработчики технологии (в настоящем исследовании не важно приобретена внедряемая технология или самостоятельно разработана).

Практическая реализация результатов инновационной деятельности осуществляется на рыночном этапе инновационной деятельности (см. Рисунок 1), основным содержанием которого является организация массового производства и освоение рынка. На этом этапе инновация становится товаром, который проходит все присущие товару традиционные фазы жизненного цикла (см. Рисунок 1): внедрение на рынок (2.а), расширение рынка (2.в), зрелость продукта (2.с) и, наконец, спад (3), когда происходит потеря инновацией своей новизны, сворачивание производства, уход с рынка и замена новым товаром. Каждая из перечисленных фаз имеет свою специфику. В частности, на этапе внедрения на рынок для МП значимыми являются проблемы лицензирования и сертификации продукции (последнее особенно актуально при выходе на зарубежные рынки); при расширении рынка (увеличении масштабов бизнеса) резко возрастают затраты на завоевание рынка; фаза зрелости делает актуальным поиск новых инноваций.

С целью обеспечения возможности сопоставления результатов настоящего исследования с результатами исследовательских проектов Европейского Союза, при составлении анкеты для опроса руководителей производственных предприятий на предмет выявления особенностей их инновационной деятельности использовались максимально приближенные подходы и терминология.

Все инновации подразделялись на продуктовые и процессные. Результатом первых является появление на рынке нового продукта, а результатом вторых - внедрение в производство новой технологии.

Не считались технологическими инновациями:

- внешние изменения, не затрагивающие основных характеристик продукта или технологии;
- минимальные изменения свойств продукта или технологического процесса, не обеспечившие достаточной степени новизны.

По глубине инновации и технологические, и продуктовые подразделялись на внутрифирменные (необходимая степень новизны обеспечена по сравнению с ранее выпускаемой данным предприятием продукцией или используемой технологией) и радикальные (выпуск совершенно новой, не встречавшейся ранее на рынке продукции или использование принципиально новой технологии).

В свою очередь, и продуктовые, и процессные внутрифирменные инновации также подразделялись на принципиально новые и улучшающие.

Принципиально новым считается продукт, технические характеристики или область использования которого существенно отличаются от выпускаемых ранее. Его выпуск может быть основан на использовании принципиально новых технологий, применении существующих технологий в новых областях

или использовании новых знаний. К принципиально новым процессным инновациям относится исключительно новые методы производства, реализованные на основе использования новых знаний.

Улучшающая продуктовая инновация - это результат модернизации выпускавшейся ранее продукции, приведший к существенному улучшению ее характеристик. По отношению к отдельному продукту улучшение может привести, например, к повышению потребительских свойств или снижению его стоимости, достигнутым путем использования более высококачественных компонентов и материалов или за счет принципиального изменения отдельных подсистем сложных приборов и т.д. Улучшающие процессные инновации - это либо применение новых технологий, связанное с заменой существующего производственного оборудования; либо применение новой организации производства; либо и то, и другое одновременно.

Принципиальным в ходе исследований являлось выяснение масштабов и соотношения различных видов технических и технологических инноваций, а также специфики проявления сопутствующих проблем на различных фазах освоения рынка. Важной задачей являлось выявление и анализ «факторов сдерживания» инновационной активности производственных предприятий, а также, в какой-то мере, проблем расширения масштабов бизнеса.

Таким образом, с учетом изложенного объектом исследования в настоящем разделе являются все основные этапы инновационного процесса: от 1в до 2с (см. Рисунок 1). Не рассматривался как не представляющий интерес этап 3. Этап 1а рассматривался только как источник инноваций для бизнеса, изучались исключительно качественные тенденции на основании интервью и анализа законодательной базы.

Выборка по данному разделу формировалась только из малых предприятий производственного сегмента. К ним относились также предприятия, поставляющие на рынок научно-техническую продукцию, а также осуществляющие поставку «под ключ» технологических комплексов. Главным ограничением, обусловленным техническим заданием, являлось следующее: работы (включая научные исследования) выполняются и могут быть завершены компактными творческими коллективами. За предел численности, выше которого предприятие не может быть отнесено к малым, принималась установленная законодательством для производственных предприятий численность занятых в 100 человек.

И еще одна особенность выборки. Поскольку по ограничениям настоящего исследования не может быть сформирована представительная выборка (более того, по нашему мнению, содержательный смысл понятия «представительность» в подобного рода исследованиях нуждается в специальном определении), то при ее формировании было принято следующее решение. Из предприятий производственного сегмента, подлежащих анкетированию, была выделена подгруппа «инновационных» предприятий, т.е. предприятий, изначально созданных и существующих исключительно ради воплощения инновационной идеи либо самих авторов разработки, либо их близких соратников. В свою очередь, одна часть предприятий из этой подгруппы была отобрана в научном парке и, следовательно, прошла облегченный путь вхождения в бизнес, а другая не получала поддержки на начальном этапе, но получала ее от государственных фондов НИОКР для завершения опытно-конструкторских работ и выпуска предсерийного образца продукции. Деятельность всей подгруппы предприятий относится к наукоемкой сфере, по отношению к другим факторам внешней среды возможности обеих ее частей одинаковы.

В соответствии с замыслом, такое построение выборки должно позволить на основании результатов анализа анкетного опроса основной группы предприятий высказать более или менее обоснованные суждения относительно масштабов распространения инновационной деятельности в малом предпринимательстве. С другой стороны, сравнение результатов между подгруппами позволяет рассчитывать на возможность выявления особенностей проявления тех или иных процессов и проблем в различных сегментах малого предпринимательства.

I. Основные положения и элементы государственной политики в области поддержки инноваций

Как элемент системы государственного регулирования, политика в области инновационной деятельности (как, впрочем, и всякой иной) должна иметь:

- четко определенные цели государственной политики;
- органы управления, реализующие функции, которые обеспечивают достижение сформулированных целей;
- информационную систему, формирующую информационный образ объекта регулирования достаточной для реализации функций управления полноты;
- инструменты регулирования и поддержки, с помощью которых органы государственного управления воздействует на предприятия и среду в рамках выполнения своих функций.

К основным инструментам регулирования, в свою очередь, относятся несколько составляющих:

- прямое государственное стимулирование НИОКР путем распределения бюджетных и внебюджетных финансовых ресурсов (госзаказ, гранты, кредитование) между различными сферами научных исследований и разработок в соответствии с системой государственных научных приоритетов;
- косвенное государственное стимулирование науки и освоения ее достижений в государственном и частном секторах экономики с помощью налоговой, амортизационной, патентной, таможенной политики, а также путем поддержки инновационных МП;
- предоставление различного рода льгот субъектам инновационного процесса (как непосредственно предпринимателям, осуществляющим инновации, так и тем элементам инфраструктуры, которые оказывают им ту или иную поддержку);
- формирование инновационного климата в экономике и инфраструктуры обеспечения исследований и разработок, включая национальные службы научно-технической информации, патентования и лицензирования, стандартизации, сертификации, статистики, аналитические центры для изучения зарубежного опыта, подготовки прогнозов научно-технического развития и формирования на их основе системы национальных научных приоритетов для обеспечения информацией лиц, принимающих решения.

Идеально, когда действие инструментов направлено на решение ключевых проблем объекта регулирования. Однако в нынешних социально-экономических условиях требовать полноты и завершенности от политики в любой сфере не приходится, поскольку в обстановке перманентного кризиса стратегические и текущие цели государства находятся в постоянном противоречии.

В свою очередь, формирование системы инструментов регулирования и поддержки инновационной деятельности осуществляется путем создания соответствующей законодательной базы, а также формирования инфраструктуры (включая органы госуправления), реализующей элементы государственной политики в области поддержки инноваций.

Поскольку в цели настоящего исследования не входит всесторонний анализ законодательства и инфраструктуры, то принято целесообразным рассмотреть только те блоки нормативно-законодательной базы и элементы инфраструктуры, которые напрямую связаны с поддержкой инновационного процесса на всех его фазах. Законодательное регулирование хозяйственной деятельности, не связанной с инновациями, но с которой инновационные предприятия сталкиваются на различных этапах (таможенное регулирование, организация СП и т.д.), а также общегосударственные элементы инфраструктуры, связанные, но не замыкающиеся исключительно на инновации, будут обозначены в последующих разделах только на основании конкретных проблем инновационного малого предпринимательства, выявленных в процессе проведенных интервью.

I.1. Законодательная база

Нормативно-законодательная база регулирования инноваций достаточно обширна (см. Приложение 1) и по своей структуре охватывает все отмеченные выше стороны системы регулирования. Вместе с тем, ее построение нельзя считать завершенным, поскольку она постоянно адаптируется к задачам текущего этапа, некоторые документы, в частности Закон «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в РФ», находятся на различных стадиях подготовки и рассмотрения.

В самом общем виде нормативно-законодательная база включает следующие группы:

1. Документы декларативного характера (указы, концепции, законы, постановления, соглашения и др.).
2. Постановления и распоряжения, определяющие функции органов исполнительной власти и аппарата в части инновационной деятельности.
3. Программные документы, а также документы, определяющие облик и порядок формирования инфраструктуры поддержки, виды прямой поддержки инноваций, льготы и другие косвенные механизмы поддержки.
4. Инструкции о порядке предоставления статистической отчетности и другие документы частного характера.

В документах первой группы, как правило, не содержится каких-либо конкретных мероприятий по поддержке инноваций. По своему содержанию их можно разделить на чисто декларативные и определяющие целевые установки государственной политики.

В декларациях о важности инноваций и необходимости поддержки инновационной деятельности недостатка нет, это признавалось всеми институтами власти на различных этапах реформ: в 1995 г. в Программе Правительства РФ «Реформы и развитие российской экономики в 1995-97 гг.», в 1997 г. в «Концепции национальной безопасности РФ», на межгосударственном уровне в межправительственном Соглашении «О поддержке и развитии малого предпринимательства в государствах - участниках СНГ» и, наконец, в 1998 г. в совместном заявлении Совета Федерации, Государственной Думы и Правительства РФ «Об основных направлениях социально-экономического развития РФ». В этих документах констатируется снижение в последние годы инвестиционной и инновационной активности в качестве фактора, представляющего угрозу национальным интересам России. Признается важность этой деятельности и необходимость ее государственной поддержки, вообще, и в малом бизнесе, в частности; констатируется необходимость максимально использовать потенциал высшей школы.

Как это ни странно, но, несмотря на обширность нормативно-законодательной базы, в действующих документах отсутствует согласованная и взаимоувязанная система целей государственной инновационной политики. В Федеральном законе «О науке и государственной научно-технической политике» сформулирована система целей государственной научно-технической политики. Это единственная попытка формирования целостной системы целей, однако результат этой попытки с позиций системности вряд ли можно признать удачным.

Более четкий подход использован при разработке проекта Закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в РФ». В нем определены ключевые моменты государственной инновационной политики: цели, принципы, инструменты государственного влияния на инновационные процессы. Однако если рассмотреть данный проект более внимательно, то с тех же позиций системности он, хотя несколько и отличается в положительную сторону от первого, но не без недостатков.

Безусловно, цели государственной политики в той или иной области должны быть сформулированы, однако это должно быть сделано таким образом, чтобы из них логично вытекали все последующие документы и мероприятия органов власти. В нашем же случае в ключевых разделах, определяющих цели политики, авторы обоих актов (Федерального закона «О науке и научно-технической политике» и проекта Закона «Об инновационной деятельности и инновационной политике в РФ») путают цели и способы их достижения, но зато очень тщательно подходят к тем разделам, где определяются порядок и ответственность при формировании программ, финансируемых из федерального бюджета.

Например, авторы законопроекта фактически делают попытку вдохнуть новую жизнь в механизм разработки Федеральных инновационных программ и распределения ресурсов на них. Однако с 1991 г. такие попытки делались неоднократно: создавались инновационный совет и инновационный комитет, формировался инновационный фонд (впоследствии упраздненный, «как не обеспечивший выполнение возложенных на него задач»). По сути, заявляемая как новая инновационная политика содержит все уже давно общепринятые элементы: формирование комплекса программ и проектов, их экспертиза, долевое участие государства и т.д.

Вторая группа документов - небольшая, она определяет самые общие функции государственных ведомств в части регулирования инновационной деятельности. Таких ведомств - три.

Главное - Министерство экономики. На него возложены функции разработки инновационной политики. Оно организует и координирует всю работу по ее формированию, а в последующем осуществляет конкурсный отбор и контроль за реализацией проектов, финансируемых за счет централизованных капитальных вложений.

На Министерство образования возложены задачи по активизации инновационной деятельности в образовательных учреждениях, направленной на «эффективную реализацию результатов научных исследований и разработок», проводимых в организациях высшей школы. В свою очередь, на бывший Государственный комитет по поддержке малого предпринимательства была возложена задача разработки предложений по регулированию инновационной деятельности субъектов малого предпринимательства.

Столь очевидное и скудное по содержанию распределение функций - не удивительно. На наш взгляд, это является следствием отмеченных выше недостатков законодательства, когда целевые установки политики не сформированы в виде целостной системы, охватывающей все аспекты и этапы инновационной деятельности. В результате на практике наиболее активным в поддержке инноваций является Министерство науки и технической политики, которое отвечает за научно-техническую политику и кровно заинтересовано в финансировании как научных разработок, так и деятельности по внедрению их результатов. Министерством создана система бюджетных и внебюджетных фондов (см. ниже), но некоторые ключевые проблемы развития инновационных малых предприятий, не связанные с финансами, не решаются и есть достаточные основания полагать: не решаются потому, что эти функции ни на кого не возложены.

Документы третьей группы по своему содержанию охватывают следующие аспекты: программы развития и поддержки инноваций, механизмы прямой и косвенной поддержки этой деятельности, формирование инфраструктуры поддержки инновационной деятельности (в силу важности состав и характеристика работы сложившейся инфраструктуры поддержки будут рассмотрены в отдельном подраздел).

К настоящему времени в структурах, ответственных за оказание государственной поддержки малого предпринимательства, сложилась система среднесрочного планирования мероприятий на основе составления одно-, двухлетних программ и их финансирования на долевой основе бюджетами разных уровней. Программы эти имеют иерархическую структуру (федеральные, региональные, муниципальные), а их цель - согласование действий различных уровней власти и аккумуляция ресурсов для более полного охвата мерами поддержки малого предпринимательства.

Анализируя стратегию программ по отношению к инновационной деятельности на примере документов, приведенных в **Приложении 1** (п.п. 29, 32, 33), необходимо отметить следующее. Ставя целью стимулирование малого предпринимательства в инновационной сфере, «Федеральная программа государственной поддержки МП в РФ на 1998-99 гг.» (проект) не подразумевает какой-либо законотворческой деятельности, в том числе по разработке косвенных механизмов поддержки инноваций. Основными направлениями государственной поддержки инновационной деятельности выдвигаются инвестирование в инновационные проекты и поддержка развития инновационной инфраструктуры. Оба эти направления связаны с распределением и освоением бюджетных ресурсов и по этой причине не представляют объект повышенного внимания со стороны как государственных, так и общественных, частных структур.

Пример - «Межведомственная программа активизации инновационной деятельности в научно-технической сфере России на 1998-2000 гг.». Хотя систему инфраструктуры можно считать сложившейся (долевое совместно с регионами финансирование и проектов, и инфраструктуры через систе-

му фондов), разработчики Межведомственной программы предлагают формировать параллельную сеть инновационно-технологических центров (ИТЦ), для чего естественно требуется привлечь «бюджетные и внебюджетные источники финансирования». Обосновывая такой подход, Программа формирует искаженное представление о ключевых проблемах инновационного процесса, преувеличиваются одни аспекты и умалчиваются другие, соответственно, первые и предлагается решать с помощью ИТЦ. Вместе с тем, у Межведомственной программы есть одно очень важное достоинство, которое в первую очередь следовало бы взять на вооружение ведомствам - комплексный подход к развитию инновационной деятельности в стране.

В Москве разработана собственная система поддержки малого бизнеса, включающая общегородские и окружные элементы инфраструктуры. «Комплексная программа поддержки малого предпринимательства в г. Москве на 1998-2000 гг.» придерживается тех же принципов, что и федеральная. При этом не только выделяет средства на льготное кредитование, но и развивает лизинг, осваивает механизмы франчайзинга и др.

Важным элементом поддержки могла бы стать система косвенных механизмов. Однако, несмотря на обилие деклараций о необходимости поддержки, каких-либо серьезных льгот или значимых механизмов именно для поддержки инновационной деятельности до недавнего времени предложено не было. Участие в госзаказе и льготное доленое (до 50%) кредитование инновационных проектов можно отнести к декларируемым, но нереализованным мерам. Меры же, предложенные в Постановлении Правительства РФ от 7 мая 1997 г. № 543 «О неотложных мерах по усилению государственной поддержки науки в РФ», незначительны и потому не могут повлиять на ситуацию в целом.

Кардинальные шаги были предприняты в 1998 г. правительством Кириенко, которое подошло к проблеме наиболее радикально: цель специального подготовленного Постановления Правительства РФ от 31 марта 1998 г. № 374 «О создании условий для привлечения инвестиций в инновационную сферу» - формирование особого климата, обеспечивающего приток инвестиций в инновационную сферу. Для этого предлагалось:

- использовать для финансирования инновационных проектов средства международных займов;
- ввести специальные квоты на финансирование таких проектов из средств федерального бюджета;
- разработать систему государственного участия в финансировании высокорисковых наукоемких проектов (для чего внесены соответствующие изменения в уставы некоторых фондов);
- выделить средства для «финансового обеспечения правовой охраны в Российской Федерации и за рубежом объектов промышленной собственности, созданных с использованием средств федерального бюджета»;
- внести предложения по «отнесению расходов, связанных с разработкой наукоемкой высокоэффективной техники, на себестоимость выпускаемой продукции».

Кроме того, специальными статьями Налогового Кодекса, принятого Госдумой в июле 1998 г., предусмотрено предоставление инвестиционного налогового кредита «для осуществления инновационной или внедренческой деятельности». Эти шаги можно считать первыми действительными и конкретными мерами, направленными на реальную поддержку инновационной деятельности, однако судьба большинства этих мер, по-видимому, разделила судьбу Правительства. По крайней мере, сегодня не известно, чтобы что-либо из названного было введено практически.

И, наконец, последняя четвертая группа нормативных документов - инструкции о порядке ведения статистической отчетности. По непонятным причинам государственная статистическая отчетность по инновационной деятельности (использование объектов промышленной собственности, патентование и пр.) предоставляется всеми предприятиями, независимо от формы собственности, кроме малых и совместных. Последние выборочно обследуются по форме № П-2 «Сведения об инвестициях». Выявить по этой отчетности состояние инновационной деятельности не представляется возможным. Единственная позиция этой формы «Вложения в нематериальные активы» мало что может сказать о содержании процесса. Таким образом, состояние инновационной деятельности в наиболее мобильном сегменте предпринимательства, МБ, органами государственной статистики практически не наблюдается, а следовательно не контролируется органами государственного управления.

1.2. Инфраструктура прямой поддержки инноваций

К настоящему времени инфраструктура государственной поддержки инновационной деятельности в малом предпринимательстве в основном сложилась (см. Рисунок 2). Тем не менее, она продолжает развиваться, адаптируясь к новым тенденциям, появление которых связано как с накоплением определенного опыта самими организациями инфраструктуры, ростом их потенциала, так и с поступательным развитием собственно инновационных процессов в малом предпринимательстве. Основными элементами системы государственной поддержки инноваций являются государственные бюджетные и внебюджетные фонды, оказывающие поддержку инновационным проектам на различных этапах инновационного цикла. Для части этих фондов поддержка инноваций является основным видом деятельности (но не только для малого предпринимательства). Другая часть по своему статусу оказывает поддержку малому предпринимательству вообще, инновационные проекты составляют лишь часть их портфеля, причем далеко не основную. Тем не менее, видно, что сложившаяся система охватывает все этапы инновационной деятельности: от фундаментальных исследований (1а) до расширения рынка (2в).

1.2.1. Фундаментальные исследования

Как уже отмечалось, этот этап весьма важен для развития инноваций, поскольку должен обеспечить постоянное обновление инновационного потенциала страны, поддержание его на уровне, соответствующем мировому. Основным источником финансирования государством творческих коллективов на этом этапе являются бюджетные ресурсы, поступающие как непосредственно через Миннауки на финансирование исследований, проводимых в РАН, государственных научных центрах (ГНЦ) и др., так и через Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ), имеющий более непосредственное отношение к инновационной деятельности.

РФФИ создан Указом Президента РФ от 27 апреля 1992 г. № 426 «О неотложных мерах по сохранению научно-технического потенциала РФ». Фонд формируется за счет отчисления в него 3% ассигнований, предусматриваемых на финансирование науки по республиканскому бюджету. Основной целью его деятельности является «поддержка инициативных научных проектов», что как раз и должно способствовать решению задачи обновления инновационного потенциала. Оценка того, насколько эффективно данный механизм финансирования способствует решению этой задачи, не входит в замысел настоящего исследования, поскольку деятельность РФФИ, хотя непосредственно и связана с инновациями, реализует в большей мере не инновационную, а государственную научно-техническую политику. Тем не менее, проведенные в ходе исследования интервью представителей предпринимательских кругов, работающих в наукоемком бизнесе и потому вполне компетентных, позволяют предварительно сформулировать основной недостаток данного механизма - это неэффективное использование государственных финансовых ресурсов⁴.

Практически каждый раз, когда в ходе интервью затрагивался вопрос, связанный с фундаментальными исследованиями, отмечалось следующее. Средства, выделяемые Фондом творческим коллективам на проведение исследований по конкретным темам, как правило, мизерные. За такие деньги никаких серьезных научных результатов ожидать не приходится. Общепринятым для участников таких работ является отчетность старыми результатами, поверхностные, не доведенные до глубокого обоснования оценки, отсутствие стимулов к глубокой разработке перспектив прикладного использования научных результатов. По мнению наших респондентов, это происходит из-за стремления как можно шире охватить обширную тематику исследовательских центров, ВУЗ'ов, НИИ, академических институтов. В результате конечные ресурсы Фонда «размазываются» тонким слоем на множество тематических направлений, не обеспечивая необходимого для практики уровня научных результатов. Справедливости ради необходимо отметить, что такая точка зрения относится к последним годам. Те, кто получал гранты Фонда несколько лет назад, отмечают их весомость (в материальном плане) и эффективность (действительно помогли довести до решения конкретные научные задачи). Возможно, это связано с сокращением привлекаемых финансовых ресурсов.

⁴ Этот факт признается органами госуправления, в частности это констатируется в Постановлении Правительства РФ от 7 мая 1997 г. № 5 «О неотложных мерах по усилению государственной поддержки науки в РФ».

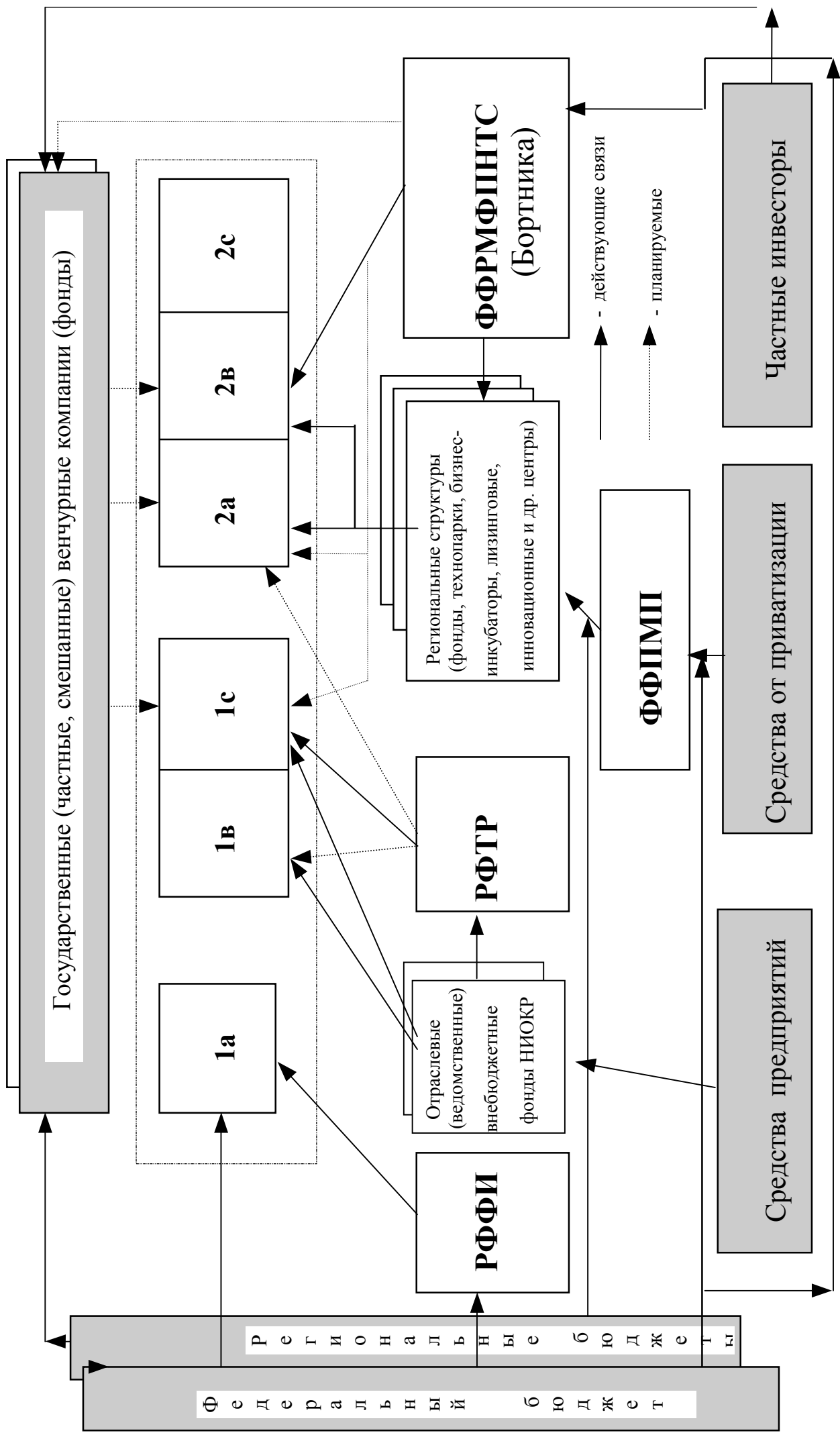


Рис.2 Основные элементы инфраструктуры поддержки инноваций в малом предпринимательстве
(1a - 2c - этапы инновационной деятельности; РФФИ - Российский фонд фундаментальных исследований; РФТР - Российский фонд технологического развития; ФФПМ - Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства; ФФРМФПНТС - Федеральный фонд развития малых форм предпринимательства в научно-технической сфере)

Такой результат, на наш взгляд, вполне закономерен. РФФИ создан еще Постановлением 1992 г., направленным на «сохранение научно-технического потенциала РФ» в рамках чрезвычайных мер, призванных хоть как-то поддержать катастрофическое положение науки. Никаких иных критериев, кроме сохранения научных школ, данным руководящим документом и не ставилось. Совершенно очевидно, что такой подход не может быть основой долгосрочной политики. Но главная ущербность такого подхода состоит в том, что при долгосрочной его «эксплуатации» он не решает и той задачи, которая перед ним ставится на чрезвычайный период - сохранение научно-технического потенциала. Мизерные средства недостаточны для того, чтобы удержать наиболее высококвалифицированные кадры ученых и специалистов в тех областях, где Россия имеет действительный приоритет, чьи знания востребованы в благополучных обществах и государствах. В результате происходит неконтролируемый процесс диффузии знаний. Россия постепенно теряет как раз ту часть своего потенциала, которая могла бы обеспечить ей приоритет в новых технологиях и конкурентоспособную продукцию высокой степени переработки.

1.2.2. Прикладные исследования и разработки

Важнейший этап инновационной деятельности, предвещающий выход товара на рынок. Именно здесь обеспечиваются практические, а не теоретические показатели качества и потребительские свойства товара, его постоянное совершенствование, адаптация к вновь выявляемым требованиям рынка, поскольку этот этап может продолжаться параллельно с массовым производством и продажами продукта (как показывают проведенные исследования, наиболее продвинутые предприятия придерживаются именно такой стратегии). Одновременно это и наиболее трудный для финансирования этап инновационной деятельности. Если на этапе фундаментальных исследований даже и не подразумевается иная форма финансирования кроме безвозвратной, то при финансировании ОКР фонды заинтересованы в хоть и льготном, но кредитовании исполнителей. Притом что инновации еще не вышли на рыночный этап, проблема поиска источников покрытия предоставляемых средств составляет одну из важнейших для предпринимателя.

Различные исследования последних лет⁵ показали, что основным источником финансирования инновационной деятельности вообще, и НИОКР в частности, являются собственные средства предприятий. Это характерно для всех предприятий, в том числе и малых. Для оказания поддержки предприятиям, осуществляющим инновации, государство сформировало систему внебюджетных фондов НИОКР. Как и у РФФИ, сфера деятельности этих фондов далеко не замыкается на малый бизнес. Тем не менее, проекты малого бизнеса составляют настолько заметную часть в их портфелях, что деятельность этих фондов по поддержке малых предприятий вполне соизмерима с программами, исключительно ориентированными на поддержку малого бизнеса.

Схема формирования внебюджетных фондов НИОКР состоит в следующем. В соответствии с Постановлением Правительства от 12 апреля 1994 г. № 315 «О порядке образования и использования отраслевых и межотраслевых внебюджетных фондов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ» федеральным министерствам и иным органам власти, а также корпорациям, концернам и ассоциациям, осуществляющим координацию деятельности по разработке, финансированию и реализации комплексных и целевых научно-исследовательских программ, а также научно-исследовательских работ (услуг), разрешено формировать внебюджетные фонды. Фонды формируются за счет добровольных отчислений предприятиями и организациями независимо от форм собственности части прибыли в размере 1,5% от себестоимости реализуемой продукции. Суммы указанных отчислений включаются в себестоимость продукции предприятий. Все внебюджетные фонды проходят регистрацию в Миннауки РФ и обязаны ежеквартально перечислять 25% поступающих к ним средств в специально созданный при Миннауки Российский фонд технологического развития (РФТР).

Все эти фонды, включая РФТР, и являются основными субъектами, оказывающими поддержку предприятиям. Средства внебюджетных фондов разрешается направлять исключительно на финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по созданию новых видов наукоемкой продукции, сырья и материалов, разработки новых и совершенствование применяемых технологий, мероприятий по повышению технического уровня продукции, работ по стандартизации, сертификации и лицензированию продукции и др. Для реализации крупных проектов средства всех фондов

⁵ «Частный бизнес: становление и развитие в регионах России». М., 1998 г.

Ф. Ф. Глисин. «Инновационная деятельность промышленных предприятий России в 4 квартале 1997 г. и ее прогноз на 1998 г.», «Инновации», №2-3(13), июнь 1998 г.

разрешается консолидировать на договорной основе. В действительности этого не происходит: РФТР работает самостоятельно и практически не взаимодействует с ведомственными внебюджетными фондами.

В отличие от РФФИ, осуществляющего финансирование проектов на безвозвратной основе из бюджетных источников, РФТР предоставляет возвратные беспроцентные кредиты на срок до 3-х лет величиной порядка 100-200 тыс. долл. США (в рублевом эквиваленте по текущему курсу). При этом в первый год идет только освоение средств, в следующие два заемщик должен вернуть предоставленный кредит. Определенные требования предъявляются к финансовому состоянию заемщиков.

Среди проектов малых предприятий, поддержанных РФТР, новая система гасителей колебаний вагонов (МП при институте Келдыша), производство бесфреоновых холодильников (МП при заводе «Станкоконструкция»), новые станки для обработки камня (МП при Московском энергетическом институте), производство стеновых панелей из гипса (поддержан также московским Правительством) и др. В региональном разрезе поддержанные проекты распределяются следующим образом: Москва (более 50%), а также Санкт-Петербург, Новосибирск, Дзержинск, Подмоскowie, Красноярск, Тамбов.

Руководство Фонда отмечает в последнее время рост качества подготовки материалов, представляемых для получения поддержки, и, в более общем плане, более основательную подготовку проектов, в том числе их экономическое обоснование. По опыту Фонда малые предприятия оказываются также более дисциплинированными заемщиками. Хотя крупные предприятия выглядят более состоятельными, у них больше имущества и авторитета, МП более ответственны по отношению к своим долговым обязательствам и, в целом, гораздо реже нарушают их перед Фондом, чем крупные.

Среди недостатков деятельности РФТР предприниматели отмечают чрезмерную его забюрократизированность. В целом, РФТР не ориентирован на работу с малым бизнесом, поэтому у части предпринимателей складывается впечатление, что недостатки содержательной экспертизы проектов подменяются множеством формальных требований, удовлетворить которые даже при тщательной подготовке проектов представляется крайне затруднительным.

Общепризнанно (в том числе и в названном выше Постановлении Правительства № 543 от 7 мая 1997 г.), что проблемы эффективности использования финансовых ресурсов также актуальны для внебюджетных фондов, как и для бюджетных. Однако эта проблема для разных внебюджетных фондов имеет различные оттенки и причины.

Применительно к РФТР - это проблема возвратности предоставленных кредитных ресурсов.

«Возвращается значительно меньше, чем хотелось бы», - так характеризуют положение сотрудники Фонда.

Причина видится в том, что на этапе становления Фонда требования к проектам были менее жесткие. В начальный период «рыночного романтизма» существовала иллюзия, что научная разработка, завершенная на средства Фонда, будет коммерциализована, и из вырученных средств авторы рассчитаются с РФТР. Исходя из этого, экспертиза основное внимание уделяла технической осуществимости предлагаемых решений, а не их экономической обоснованности. Однако опыт показал, что коммерциализация разработок путем патентования и последующей продажи лицензий - дело штучное, требующее кропотливой специальной работы и, прежде всего, поиска действительно заинтересованного покупателя.

Нет сомнений, что изменение подходов к экспертизе, более тщательное изучение и контроль состояния заемщика могут улучшить показатели возвратности. Однако есть все основания полагать, что проблема не только в этом. РФТР также, как и РФФИ, сформирован в рамках деятельности Миннауки по «сохранению научно-технического потенциала» и в меру располагаемых ресурсов выполняет эту функцию. Именно поэтому экспертиза уделяет много внимания технической стороне проектов. Именно поэтому в центре проекта стоит заемщик - автор разработки. В целом, деятельность Фонда была бы более эффективной, если бы одновременно государственная поддержка инноваций включала и иные инструменты поддержки этой деятельности. Детально они будут рассмотрены ниже в контексте проблем, с которыми приходится сталкиваться малым предприятиям, осуществляющим инновации.

Иные проблемы испытывают предприниматели при взаимодействии с отраслевыми внебюджетными фондами НИОКР. По определению их совокупный потенциал как минимум в 3 раза превышает ресур-

сы РФТР, в силу чего можно было бы рассчитывать на соответствующие показатели и масштабы деятельности. Однако, по причине ведомственной принадлежности их деятельность трудно поддается анализу, это более закрытые организации. Тем не менее, даже ограниченный опыт общения малого внедренческого предприятия с одним из таких фондов позволяет выявить некоторые негативные тенденции в их деятельности⁶.

Прежде всего, такие фонды сильно интровертированы: они имеют дело, в основном, с проектами, представляемыми предприятиями, принадлежащими данному ведомству. Пробиться стороннему разработчику крайне трудно. Не существует повсеместно принятой практики открытого объявления приоритетных (для данного ведомства), ориентированных на стратегию развития отрасли направлений исследований, проведения тендеров на поддержку проектов среди разных (в том числе по ведомственной принадлежности) претендентов.

Ведомства поддерживают отраслевую науку (форма поддержки не ограничена и средства часто могут предоставляться на безвозвратной основе), что неудивительно, поскольку поддержка осуществляется за счет средств, отчисляемых предприятиями отрасли. Однако внедрение результатов НИОКР должно осуществляться на уже акционированных предприятиях отрасли, которые никаких обязательств по поддержанным фондами проектам не имеют. Более того, предприятия имеют собственный интерес, поскольку отчисляют деньги в фонды и рассчитывают на получение поддержки собственных проектов. Однако сегодня тактические задачи отраслевых компаний не совпадают со стратегическими проблемами отрасли, вообще, и их собственными стратегическими целями, в частности. Это не способствует организации полного цикла инновационного процесса. Исследования искусственно тормозятся.

Пример. В условиях падения цен на нефть на мировых рынках, проблема разработки методов повышения дебита скважин не является актуальной. Эксплуатация таких скважин становится нерентабельной ввиду повышенных издержек. Испытывая дефицит свободных денежных средств, добывающие компании эксплуатируют только достаточно мощные скважины, сокращают средства на НИОКР. Средств на проведение полномасштабных ОКР'овских работ выделяется недостаточно. Проблема зависает.

Приведенные обстоятельства, в более широком плане, способствуют формированию ситуации, когда критерии оценки текущей деятельности таких внебюджетных фондов размываются. Это в определенной мере создает почву для злоупотреблений, что и имеет место в действительности: процесс распределения ресурсов для причастных функционеров становится не менее (если не более) важным, чем конечный результат. Следствием является все та же проблема неэффективного использования ресурсов.

1.2.3. Рыночный этап

Основными субъектами, оказывающими государственную поддержку инновационной деятельности малых предприятий, являются Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства (ФФМП) и Федеральный фонд развития малых форм предпринимательства в научно-технической сфере (ФФРМФПНТС). При этом, если первый из названных фондов ориентирован, главным образом, на поддержку малого бизнеса вообще, доля поддержки им инновационных проектов составляет не более 10%, то второй создан для поддержки и работает исключительно с инновационным малым предпринимательством.

По многочисленным отзывам предпринимателей, ФФРМФПНТС - это наиболее открытый к сотрудничеству фонд, пользующийся в среде предпринимателей заслуженным признанием. Отмечаются его мобильность, активность, гибкость и последовательность в реализации своей стратегии.

Фонд формируется за счет бюджетных средств (1% от средств, выделяемых бюджетом на науку) и средств, поступающих по выданным ранее кредитам. Принципиальным положением стратегии Фонда является поддержка только тех проектов, которые имеют гарантированный (обоснованный) сбыт продукции. Средства на проведение исследований не выделяются - только на расширение рынка. Предпочтение отдается проектам уже заявившим себя на рынке, занявшим определенную нишу и потому

⁶ Концентрация внимания, главным образом, на негативной стороне обусловлена, прежде всего, конструктивными задачами исследования: даже частные проявления негатива представляют интерес с позиций их системной обусловленности.

ориентированным на расширение рынка, увеличение объемов продаж, создание дилерской сети и т.д.

Кроме поддержки конкретных инновационных проектов Фонд реализует программы формирования региональной инфраструктуры, поскольку лишь 50% ресурсов Фонда расходуется на поддержку московских (включая область) проектов, а еще 50% - на поддержку проектов в регионах на долевых с местной администрацией принципах. Проводится также обучение предпринимателей, в том числе и за границей, финансируется участие малых предприятий в выставках.

Хотя обеспеченная степень возврата средств по ранее выданным кредитам составляет порядка 70%, для бюджетного фонда, работающего с инновационными производственными проектами, практически не используя банковские технологии (залог, гарантии, страхование и пр.), это вполне достойная величина.

Однако, не менее важной, чем поддержка конкретных проектов, является деятельность по формированию инфраструктуры. При финансовом участии Фонда созданы технопарки в МГУ, Санкт-Петербурге, Зеленограде. Учредители выделяют площади, Фонд оплачивает их реконструкцию, создается инновационно-деловой центр, который сдает эти площади инновационным предприятиям на лучших условиях, чем просто коммерческая аренда. Кроме аренды здесь на льготных условиях предоставляется также набор общих услуг (факс, телефон, доступ в Интернет, множительные, секретарские, бухгалтерские и юридические услуги и пр.). Опыт работы таких технопарков показывает правильность стратегии и ее высокую эффективность. Кроме того, что такие центры снижают индивидуальные издержки предпринимателей, здесь за счет обмена информацией и опытом между различными предприятиями рождаются новые проекты, новые решения, схемы сбыта и т.д. Немаловажным является также то, что в технопарках отсутствуют условия для ведения теневой деятельности.

Об эффективности такой формы государственной поддержки говорят следующие факты из практики научного парка МГУ. В 1996 г. парк на возвратной основе получил на свое развитие 2 млрд. руб., в том же году в бюджет с площадки ушло порядка 3,5 млрд. руб. налогов, причем сумма налоговых отчислений из года в год растет.

Говоря об инфраструктуре, нельзя не отметить следующего. В последнее время наметилась тенденция формирования смешанных венчурных компаний (фондов) за счет привлечения финансовых ресурсов из различных источников, включая бюджетные, зарубежные гранты и пр. Эти факты нельзя квалифицировать как устойчивую тенденцию, возникшую на твердой материальной основе. Сегодня это скорее разрозненные попытки заполнения ниши, имеющейся в инфраструктуре и явно пока пустующей. Такие попытки предпринимаются как частным капиталом, так и государством. В частности, в последних нормативных документах Правительством внесены дополнения в Уставы ряда фондов, позволяющие им участвовать в финансировании высокорисковых инновационных проектов на принципах венчурного финансирования. Первый такой венчурный фонд в 1998 г. уже даже зарегистрирован. Тендер на управляющую компанию выиграла частная компания «Солитон», имеющая опыт реализации производственных проектов в рыночных условиях. Если для государственного фонда создание венчурного фонда - это стремление увеличить эффективность использования ресурсов⁷, то для частной компании - это бизнес, в эффективности которого она кровно заинтересована. Будущее именно за реализацией таких механизмов, сочетающих интересы государства, опыт и профессионализм современного менеджмента, частного капитала.

Среди других частных компаний уже несколько лет на этом поле работают Международный инкубатор технологий Академии народного хозяйства при Правительстве РФ, венчурная компания «РостИнвест», «Исследовательская корпорация МДТ» и некоторые другие.

1.3. Основные черты государственной системы поддержки инновационной деятельности

Предварительный анализ нормативно-законодательной базы и инфраструктуры государственной поддержки инновационной деятельности в малом предпринимательстве позволяет сделать некие замечания относительно целостности государственной политики в этой области.

⁷ Стандартный срок предоставления поддержки Фондом составляет 1 год, создание венчурного фонда позволяет расширить условия предоставления поддержки и влиять на показатели проекта в ходе его реализации.

1. Государственная инновационная политика в области малого предпринимательства как элемент системы государственного регулирования не сформирована, она фрагментарна и нестабильна. На нормативно-законодательном уровне не сформирована система целей, согласованных с задачами и функциями органов управления. Цели типа «всемерно расширять и поддерживать» таковыми не являются и, будучи сформулированными, не позволяют строить целенаправленную политику, обеспечивающую решение действительно актуальных для экономики задач. Тесно связанная с инновационной государственная научно-техническая политика также строится на основе целеполагания чрезвычайного характера - сохранение научно-технического потенциала. Эта задача, безусловно, актуальная, но не может служить основой долгосрочной национальной политики. Объект регулирования, малый бизнес, не раз переопределялся, исходя из сиюминутных проблем, а не в связи с инновационной политикой.
2. Если оценивать с позиций управления информационный элемент системы государственного регулирования инновационной деятельности, то приходится констатировать, что существующая система государственной статистики лишь частично выполняет эту функцию. Следующие принципиальные недостатки позволяют признать сформулированный выше вывод обоснованным:
 - по сведениям Роспатента, система не обеспечивает полноту сбора отчетности «Об использовании объектов промышленной собственности» (ее предоставляют не все предприятия, которым это предписано);
 - из перечня предприятий, которым предписано ее предоставлять, исключены малые и совместные предприятия, а в формах отчетности последних отсутствуют сведения об инновационной деятельности;
 - в настоящее время государственной регистрацией лицензионных договоров о передаче прав использования объектов промышленной собственности не охвачены договоры, которые предусматривают передачу прав субъектам на территории третьих стран. Поэтому масштабы даже легального экспорта в этом специфичном и достаточно болезненном сегменте рынка объектов промышленной собственности не могут быть оценены даже приблизительно;
 - информационный элемент системы регулирования не исчерпывается статистическими показателями и регистрацией передачи прав на использование объектов промышленной собственности. На период подготовки, отработки и принятия государственных решений по конкретным механизмам поддержки требуется подключение к анализу и сбору информации и других ведомств. В частности, сегодня для подготовки предложений по совершенствованию механизмов защиты прав на объекты промышленной собственности актуальным является введение в арбитражную статистику отдельной строкой споров в области патентного права с последующим анализом Высшим арбитражным судом процессуальных и содержательных аспектов таких споров.
3. Несмотря на недостатки правового обеспечения инновационной политики, на практике формирование инфраструктуры пошло более рациональным путем: элементы инфраструктуры охватывают все фазы инновационного цикла, и это является достоинством системы поддержки. Сформированная система фондов позволяет аккумулировать ресурсы и обеспечивает финансирование различных этапов разработок. За истекшие годы получили поддержку и смогли развернуться многие предприниматели. Вместе с тем, системные недостатки инновационной политики, о которых говорилось выше, проявились в следующих недостатках инфраструктуры:
 - негибкие условия предоставления поддержки проектам (небольшой срок, ограничения по видам затрат и пр.);
 - дискретность системы поддержки. Сложившаяся система поддержки, охватывая все фазы инновационного процесса, не способна обеспечить привлечение ресурсов на «раскрутку проектов», начальные шаги по освоению рынка;
 - отсутствует долгосрочная государственная стратегия НИОКР, ориентированная на дальнейшее использование научных разработок в различных секторах экономики предприятиями различных форм собственности, как инструмент рационализации процесса распределения ресурсов в условиях их ограниченности. Следствием указанного явилось повсеместно признанное неэффективное использование ресурсов.

II. Общая характеристика развития инновационных процессов в малом бизнесе

II.1. Характеристика результирующей выборки

Цель настоящего раздела состоит в том, чтобы на основе анализа результатов проведенного анкетирования малых предприятий:

- определить состояние инновационной деятельности в производственном сегменте малого предпринимательства, а именно масштабы и глубину инновационных процессов;
- определить характер и степень влияния инновационной активности на общие показатели деятельности малых предприятий;
- выявить основные барьеры, препятствующие развитию инноваций, как основы для последующей выработки рекомендаций органам власти.

По результатам анкетирования выборка выглядела следующим образом. Общее число предприятий, относящихся к производственному сектору, составило 153. С целью выявления различий в поведении и результатах деятельности отдельных групп предприятий были выделены следующие их основные подгруппы:

- подгруппа А - основная, включает все предприятия, относящиеся себя к производственному сектору ;
- подгруппа D - те предприятия из группы А, которые проводили инновации хотя бы однажды после 1994 г. (в смысле, определенном в первом разделе);
- подгруппа Е - те предприятия из группы А, которые не проводили инновации ни разу после 1994 г. ($A=D+E$).

Общее количество предприятий в каждой из основных подгрупп, а также их распределение по видам деятельности представлено в **таблице 1**.

Таблица 1

Количество предприятий в основных подгруппах⁸

Вид деятельности	А	D	Е
Промышленность	108	81	27
Строительство	17	10	7
Наука и научное обслуживание	52	36	16
Информационно-вычислительное обслуживание	21	12	9
Всего	153	105	48

Как оказалось (см. **Рисунок 3**), в процентном отношении в подгруппах D и Е распределение предприятий по видам деятельности примерно одинаково, что позволяет рассчитывать на определенную корректность сопоставительных оценок.

⁸ Суммарное количество предприятий по столбцам превышает итоговое количество предприятий в группе (последняя строка) из-за того, что некоторые МП указали не один вид деятельности.

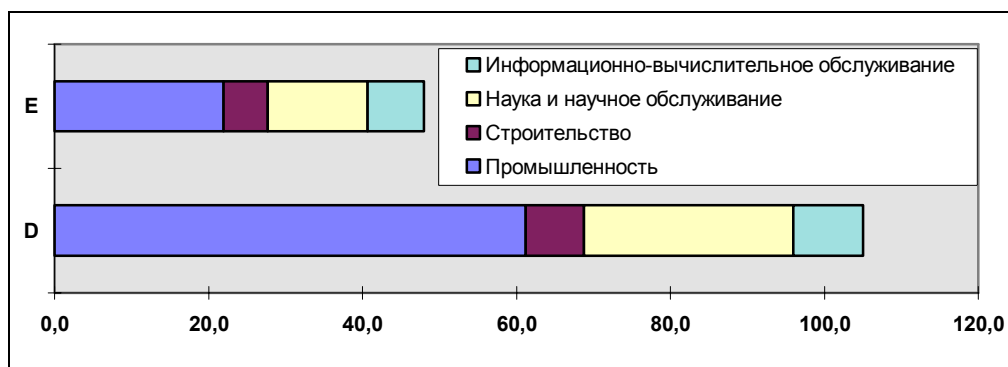


Рис. 3. Распределение по видам деятельности предприятий в подгруппах проводивших (D) и не проводивших (E) инновации

Среди инновационных предприятий (группа D) представлены предприятия с различным сроком существования: как совсем молодые (возраст 1 год), так и достаточно зрелые, ведущие свою историю с начала перестройки (см. Таблицу 2) и работающие на рынке уже более 10 лет.

Таблица 2

Распределение предприятий по возрасту

Возраст предприятия, лет	1-3	4-5	6-7	8-10	>10
Количество предприятий	21	27	34	16	4

Для более детального анализа некоторых частных вопросов были выделены также следующие дополнительные подгруппы:

- подгруппа F - те предприятия из группы D, которые проводили инновации и получали государственную поддержку;
- подгруппа G - те предприятия из группы D, которые проводили инновации, но не получали государственную поддержку, ($G+F=D$);
- подгруппа H - предприятия группы A, чье положение после кризиса августа 1998 г. ухудшилось на одну ступень;
- подгруппа K - предприятия группы A, чье положение после кризиса августа 1998 г. значительно ухудшилось;
- подгруппа L - предприятия группы A, чье положение после кризиса августа 1998 г. улучшилось.

Общее количество предприятий в каждой дополнительной подгруппе представлено в таблице 3.

Таблица 3

F	G	H	K	L
24	81	56	19	13

II.2. Общая характеристика состояния производственных МП, роль инноваций

Хотя производственный сегмент предпринимательства (независимо от масштабов бизнеса) наиболее остро и тяжело воспринял результаты реформирования экономики, по итогам 1997 г. положение производственных малых предприятий (по результатам анализа результатов анкетирования московской выборки) можно считать вполне стабильным. Оценивая по пятибалльной шкале свое финансовое состояние (см. Рисунок 4), более 90% руководителей посчитали его не хуже, чем «удовлетвори-

тельное», из них около трети предприятий имели «хорошее» и «очень хорошее» финансовое состояние, а более 60% - «удовлетворительное».

Тем не менее, в 1998 г. еще до августовского кризиса негативные тенденции в экономике уже дали о себе знать ухудшением оценок финансового состояния предприятий. Характерно, что наиболее устойчивыми в этот предкризисный период оказались предприятия, имеющие «хорошее» и «очень хорошее» финансовое состояние - их положение практически не изменилось, а вот около 10% «удовлетворительных» предприятий еще до кризиса почувствовали его приближение - их положение ухудшилось.

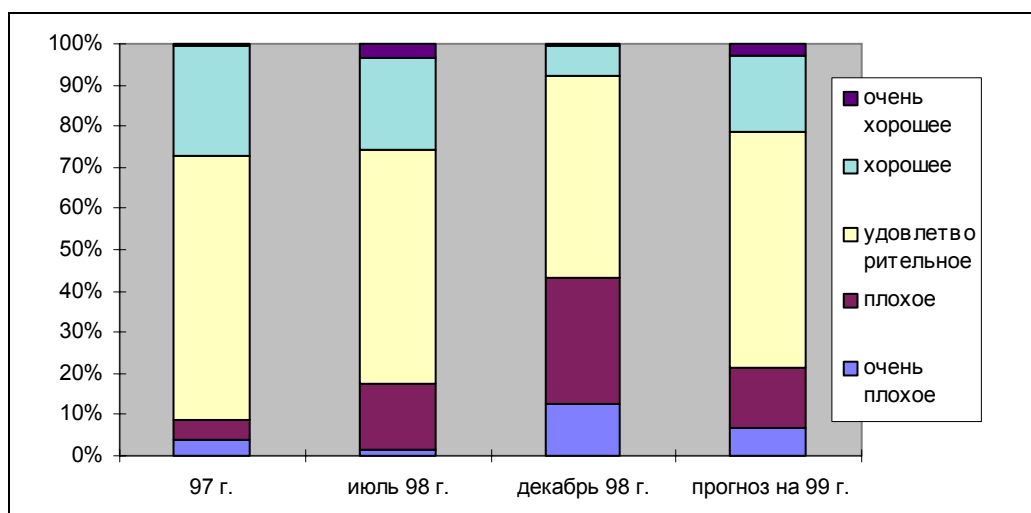


Рис. 4. Динамика оценок финансового состояния производственных малых предприятий

Кризис заметно ухудшил общую картину: более, чем втрое сократилось число предприятий, оценивающих свое положение выше «удовлетворительного»; примерно в 4 раза (по сравнению с 1997 г.) выросло число тех, у кого положение оказалось хуже. Причины такой реакции достаточно разнообразны: потери от банковского кризиса в связи с затруднением проводок; невозврат или возврат в существенно сокращенном объеме средств от продукции, переданной на реализацию; падение платежеспособного спроса населения; падение спроса на определенные услуги (информационные, рекламные, техническая поддержка информационных и вычислительных систем и пр.); резкое подорожание импортных сырья, комплектующих и оборудования; резкое подорожание доллара чрезвычайно усложнило проблему возврата валютных кредитов, взятых на развитие бизнеса и т.д.

Однако, в целом, реакция не выглядит катастрофичной - все-таки более половины от общего количества предприятий сохранили устойчивость положения (см. Рисунок 4). Более детальный анализ показывает, что из общего числа производственных предприятий ухудшение финансового состояния после кризиса ощутили чуть более 50% предприятий. При этом основная их масса, а именно 38%, ухудшила свое положение всего на 1 ступень по предложенной пятибалльной шкале и только у 12% предприятий ухудшение было более резким. Вместе с тем, финансовое состояние чуть меньшего количества предприятий (9%) даже улучшилось.

Реакция предприятий различных подгрупп на кризис несколько различается. Так, среди инновационных предприятий доля ухудшивших свое финансовое состояние несколько больше, чем у тех, что инновации не проводили: 51% (40% на 1 ступень и 11% - более существенно) против 44% (29% и 15%, соответственно). Довольно неожиданным оказался тот факт, что среди инновационных предприятий, получавших в период после 1994 г. прямую государственную поддержку (подгруппа F), примерно 67% ухудшили свое положение против 47% в подгруппе G (такой поддержки не получавших)⁹.

В целом, полученные результаты вселяют определенный оптимизм относительно перспектив производственного малого бизнеса: прогнозные оценки руководителями предприятий своего финансового состояния на 1999 г. дают основание надеяться, что положение данного сектора улучшится и к концу года он восстановит свой «докризисный» уровень (см. Рисунок 4). Такой умеренный оптимизм под-

⁹ Возможно, это связано с возвратом полученных в виде поддержки валютно-номинарованных финансовых средств.

тверждается и тем, что около 70% руководителей предприятий в качестве целей на ближайший год называют «стабилизацию» и «развитие» (в группе инновационных предприятий тех, кто ориентирован на «развитие», несколько больше).

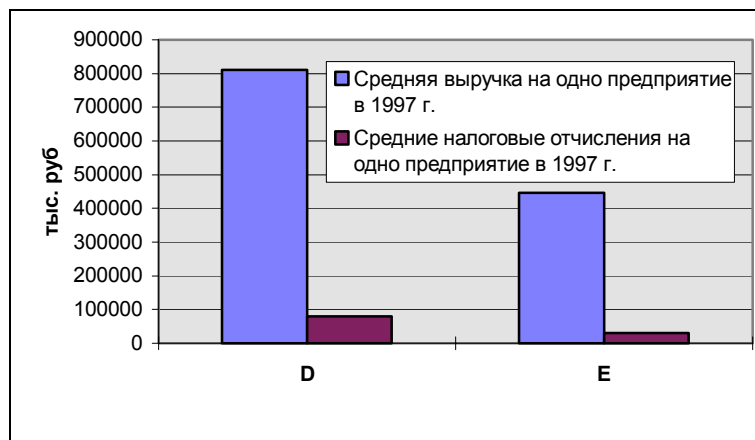
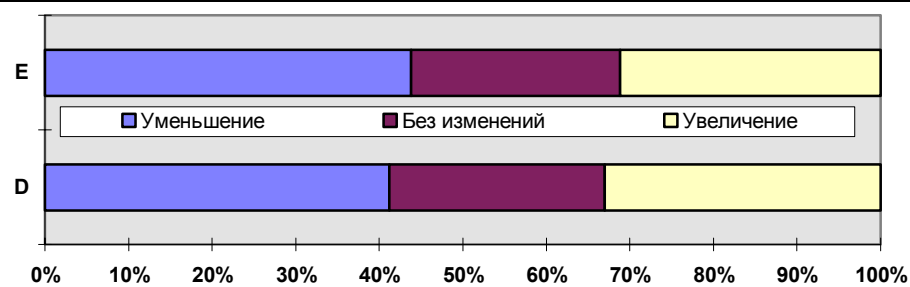
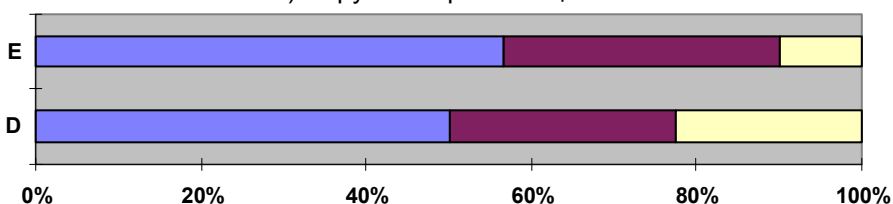


Рис. 5. Валовые показатели деятельности производственных предприятий в 1997 г.

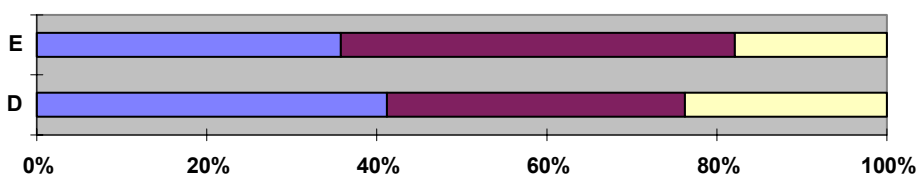
Результаты анкетирования позволяют проанализировать, как проведение инноваций сказывается на показателях деятельности производственных предприятий. На рисунке 5 показаны средние на одно предприятие выборки интегральные значения выручки от реализации и налоговых поступлений за 1997 г. Как нетрудно видеть, предприятия, осуществляющие инновационную деятельность, в среднем имеют более высокие денежные поступления, а также, что немаловажно, обеспечивают большие налоговые платежи. Картина выглядит еще более наглядно, если сравнить максимальные значения выручки и налоговых поступлений в выбранных подгруппах. Максимальные значения в обеих подгруппах превышают средние более чем на порядок, при этом соотношение между соответствующими показателями в разных подгруппах остается в пользу инновационных предприятий (в 3-4 раза). Помимо указанных преимуществ инновационные предприятия демонстрируют и лучшую динамику. Если сравнить основные показатели деятельности предприятий обеих подгрупп (D и E) за 1998 г. и 1997 г. (см. Рисунок 6), то даже с учетом августовского кризиса 1998 г. картина выглядит следующим образом. Если суммарное увеличение выручки от реализации в 1998 г. по сравнению с 1997 г. отметили примерно одинаковое количество предприятий в обеих подгруппах, около 30%, то уже по росту чистой прибыли инновационные предприятия имеют вполне заметное преимущество. Значительное число инновационных предприятий в отличие от не занимавшихся инновациями смогли в 1998 г. нарастить объем инвестиций. Ухудшение положения дел с обеспеченностью текущей деятельности оборотными средствами эти предприятия ощутили в меньшей степени, а улучшение в этой области - в большей, чем их коллеги, не прибегавшие к инновациям. В определенной мере в пользу более высокого уровня маркетинговой стратегии на инновационных предприятиях говорит и тот факт, что значительно большее их количество почувствовало в 1998 г. увеличение спроса на свою продукцию на российском рынке и, соответственно, меньшее - его сокращение. И вновь достаточно неожиданными оказались результаты сравнения по вышеназванным показателям подгрупп F и G: инновационных предприятий, получавших и не получавших прямую государственную поддержку. Вопреки вполне естественным ожиданиям, заметно меньшее количество получавших такую поддержку МП отмечает рост в 1998 г. выручки от реализации, наоборот, заметно большее их количество отметило сокращение выручки. Схожая ситуация с чистой прибылью, не лучшая - с просроченной задолженностью покупателей. Получается, что, пользуясь поддержкой, предприятия-реципиенты в большей мере, чем другие, испытывают проблемы с возвратом средств. Более того, они в большей степени отмечают сокращение спроса на свою продукцию на российском рынке, но при этом имеют некоторое преимущество по доходам занятых. Предложить более или менее естественное объяснение этого феномена достаточно трудно. Это может объясняться различными причинами: недостатками работы органов, принимающих решения о поддержке; спецификой реализации проектов, которые еще не вышли на этап окупаемости, и др. Вполне возможно, что причина кроется в специфике выборки. Это означает, что сформулированный вывод на настоящем этапе можно рассматривать лишь как предварительный, нуждающийся в уточнении и детализации в дальнейшем.



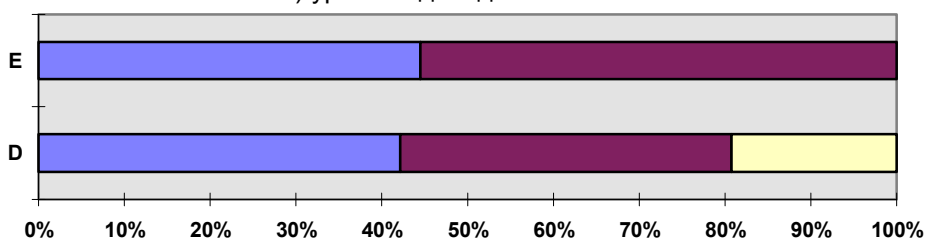
а) выручка от реализации



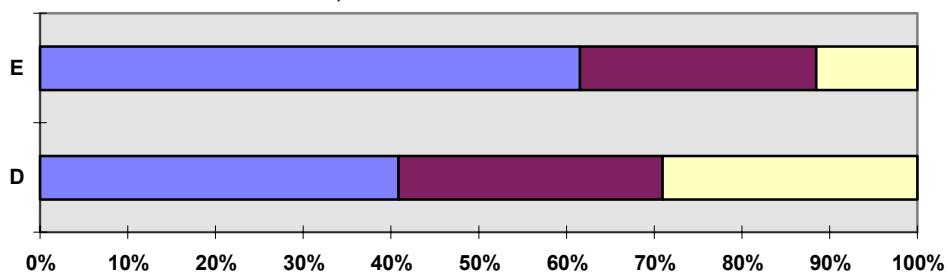
б) чистая прибыль



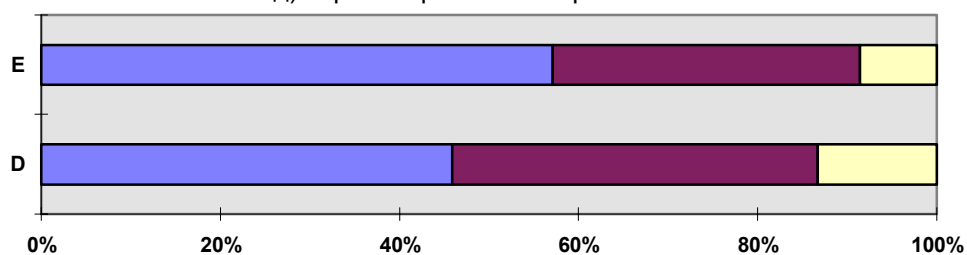
в) уровень дохода занятых



г) объем инвестиций



д) спрос на российском рынке



е) обеспеченность оборотными средствами

Рис.6. Динамика относительных показателей деятельности малых предприятий подгрупп D и E в 1998 г. по сравнению с 1997 г.

Значимыми показателями лояльности внешней среды по отношению к бизнесу являются рейтинги факторов, сдерживающих достижение ближнесрочных целей предприятий. Исследование показало, что отличия в значимости факторов сдерживания у предприятий, осуществлявших и не осуществлявших инновации не столь велики (см. Таблицу 4). Инновационные предприятия более остро ощущают в нынешних условиях в качестве факторов сдерживания снижение спроса и недостаток денежных оборотных средств. Причина этого, возможно, состоит в том, что продукция инновационных предприятий (в масштабах выборки) не является продукцией первой необходимости, и в условиях сжатия рынка именно от нее отказываются потребители в первую очередь. С другой стороны, «нестабильность законодательства», на которую часто ссылаются предприниматели, для инновационных предприятий менее значима не потому, что оказывает меньшее влияние на их деятельность. Просто за счет более продвинутого менеджмента к ней адаптировались. Кроме того, когда отмечают этот фактор, чаще всего имеют в виду нормативные акты, определяющие текущую деятельность, а для инновационных предприятий, находящихся на разных этапах, влияние этих актов различно, поэтому результирующие оценки сглаживаются.

Таблица 4

Сравнительная характеристика рейтингов факторов, препятствующих достижению целей предприятия

Факторы сдерживания	Рейтинг	
	D	E
Износ оборудования, отсталая технология	11	13
Рост издержек	7,8	5
Снижение спроса	3-5	6,7
Низкая платежеспособность	1	1
Высокая конкуренция	10	11,12
Трудности со снабжением	12	-
Трудности в управлении	13,14	14
Условия аренды	7,8	8,9
Нестабильность законодательства	6	2,3
Дефицит финансовых средств на развитие	2	2,3
Недостаток денежных оборотных средств	3-5	6,7
Условия предоставления кредита	10	11,12
Недостаточный уровень квалификации работников	13,14	-
Высокие налоги:		
местные	9	8,9
федеральные	3-5	4
Ненадежность банков	9	10

□ – области примерной равнозначности факторов.

Отличие в стратегии использования прибыли между инновационными и не инновационными предприятиями также невелики, хотя и отражают принципиально разный подход в этом вопросе. Среди не инновационных предприятий гораздо большее число таких, у которых прибыли не остается. Второй по массовости является группа, инвестирующая прибыль в развитие бизнеса, следующее по приоритетности направление использования прибыли – выплаты премий работникам. Примерно так же часто, как выплачивают премии работникам, не инновационные предприятия вкладывают ее в различные финансовые активы. У инновационных предприятий по степени приоритетности направления использования прибыли выстраиваются следующим образом: инвестиции в развитие бизнеса, работа без прибыли, возврат долгов поставщикам и только затем премии и иные вложения. Это говорит о том, что эти предприятия более сконцентрированы на долгосрочных задачах в развитии бизнеса, более экономны и рациональны в формировании источников их финансирования.

Таким образом, проведенный анализ позволяет заключить, что хотя инновационные предприятия по сравнению с теми, которые инноваций не осуществляли, оказались более чувствительными к кризису, они же оказались и более способными к восстановлению. Динамика основных показателей инновационных предприятий в 1998 г. по сравнению с 1997 г. во всех отношениях более предпочтительна, нежели у их коллег. Небольшие, но знаковые отличия в приоритетности факторов сдерживания и стратегии использования прибыли также демонстрируют более рыночную ориентацию менеджмента инновационных предприятий, его концентрированность на долгосрочных задачах развития бизнеса. Вместе с тем, предварительный анализ показывает, что те инновационные предприятия, которые получали государственную поддержку, по крайней мере достаточно часто оказываются менее состоятельными «инноваторами» нежели их "неосчастливленые" государством коллеги. Корректность этого вывода и, в случае подтверждения, причины этого явления нуждаются в дополнительном обосновании.

II.3. Масштабы и глубина инновационных процессов

Особенности формирования выборки, когда требовалось обеспечить присутствие заметного числа предприятий, относительно которых заведомо известно, что они инновационные, не позволяет вполне корректно оценить масштабы инновационных процессов путем выявления инноваций на фоне обычной производственной деятельности. Вместе с тем, такой подход обеспечивает возможность достаточно обоснованно судить о качественных особенностях инновационных процессов в малом предпринимательстве, с одной стороны, и о реальных проблемах его становления и развития, с другой. Речь, таким образом, идет о создании некоего качественного портрета типового малого производственного предприятия или, более корректно, о формировании его информационной модели. С определенными оговорками (связанными, прежде всего, с тем, что выборка московская) ее можно сравнивать с результатами зарубежных исследований¹⁰.

Если говорить о внутрифирменных инновациях, подразделяя их на продуктовые и процессные, а также на принципиально новые и улучшающие (см. выше), то картина выглядит следующим образом (см. **Рисунок 7**).

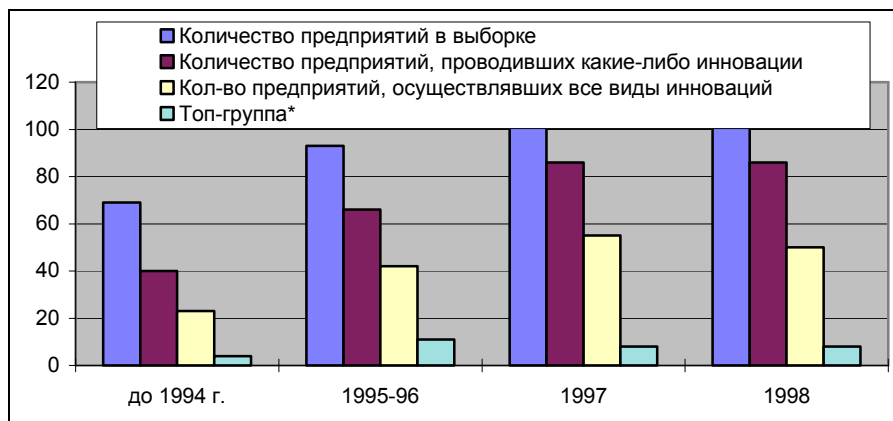


Рис. 7. Динамика инновационной активности предприятий

* - топ-группа - группа предприятий, которые в течение года осуществляли все виды инноваций: продуктовые и процессные внутрифирменные, причем в каждом случае и улучшающие, и радикальные.

Исследование показало, что инновационная деятельность носит непрерывный характер. Это означает, что предприятия, осуществляющие инновации, занимаются этим постоянно, из года в год улучшая производимую продукцию и выводя новые товары на рынок. Ежегодный прирост числа предприятий, проводящих инновации (см. **Рисунок 7**), связан не только с различным возрастом предприятий в выборке, но и с ростом интенсивности инновационной деятельности, с вовлечением в нее все большего числа предприятий. С другой стороны, хотя продуктовые инновации проводятся несколько чаще, чем процессные, для многих предприятий грань между ними остается достаточно условной: до 65% инновационных предприятий проводят и те, и другие одновременно. Примерно такое же соотношение (65%) между числом процессных инноваций, обладающих принципиальной новизной, и улучшающи-

¹⁰ John Baldwin. «Characteristics of Innovation Regimes by Type of Innovation» in «Innovation Measurements and Policies», Conference Proceedings 20 and 21 May 1996, The Hemicycle - Plateau du Kirchberg, Luxemburg.

ми; чуть более часто принципиально новые инновации встречаются среди продуктовых (до 70-75% от улучшающих).

И, наконец, стабильное (по количеству, но отнюдь не по составу) число предприятий, примерно 8-10% из общего количества инновационных, составляют топ-группу - предприятия, которые в течение года осуществляли и продуктовые, и процессные внутрифирменные инновации, улучшающие и радикальные в обоих случаях. Причем эта группа достаточно разнообразна по составу и включает как предприятия легкой промышленности, так и производящие научно-техническую продукцию.

Около 40% инновационных предприятий отметили, что в период с 1991 г. хотя бы раз выпустили на рынок продукцию, обладающую радикальной новизной не только для своего предприятия, но и для рынка в целом. Это примерно соответствует результатам канадских исследований для предприятий с численностью менее 100 человек ¹¹.

На рисунке 8 представлены данные о разработчиках внедряемых российскими предприятиями инноваций. Характерно, что примерно половина предприятий внедряет в производство собственные разработки. С учетом партнеров (российских и зарубежных) доля инноваций, созданных с участием российских разработчиков и внедренных на российских малых предприятиях, увеличивается до 70-80%. Если говорить о совместно разработанных инновациях, то в значительной части научно-техническая кооперация у нас заметно интровертирована. Российские партнеры привлекаются для разработок в 2-7 раз чаще, чем зарубежные, причем в случае с принципиально новыми (как продуктовыми, так и процессными) инновациями это соотношение - максимально.

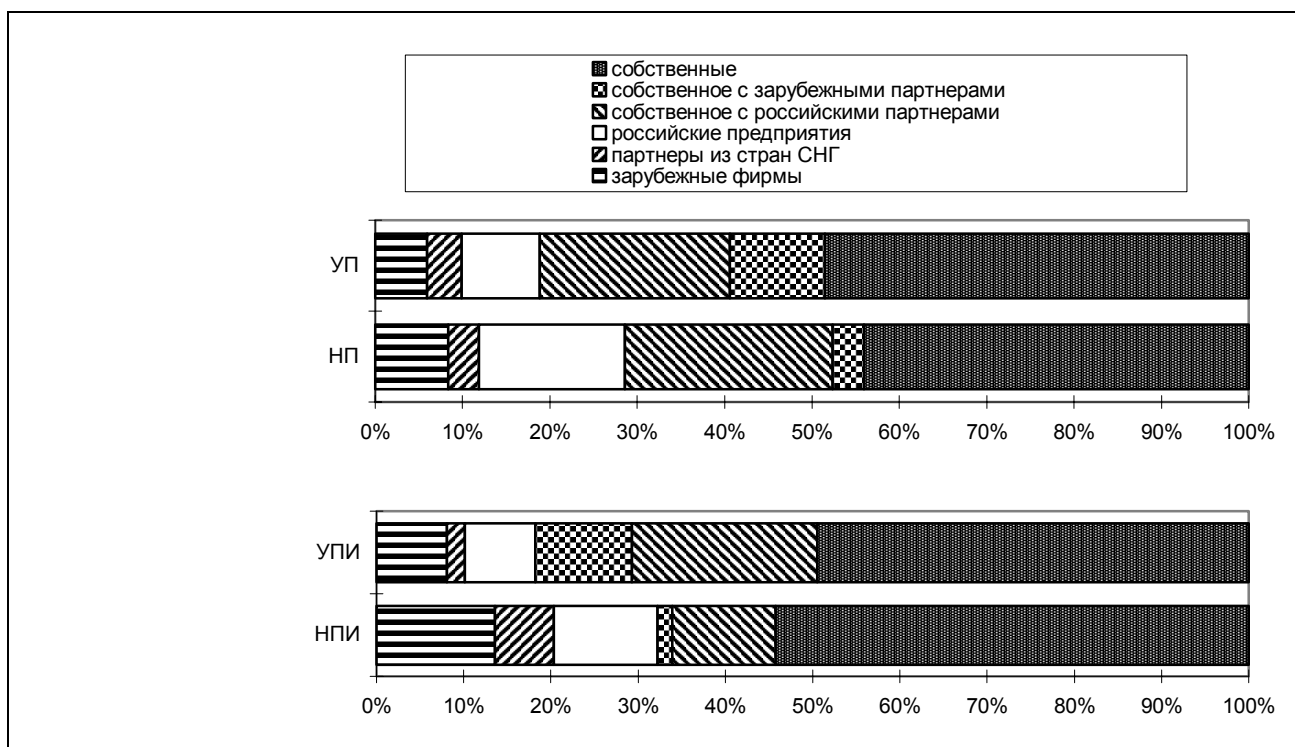


Рис. 8. Разработчики инноваций

Примерно такая же ситуация и с внедрением «чужих» инновационных проектов. Лишь 7-12% от общего количества внедренных инноваций разработано зарубежными авторами, что соизмеримо и даже в некоторых областях заметно меньше российских разработок. С другой стороны, страны СНГ как источники инновационных идей и проектов составляют совершенно небольшую долю - 2-5%. Характерно, что удельный вес «заимствований» российскими предприятиями у зарубежных разработчиков максимален в области принципиально новых процессных инноваций. Здесь доля проектов, разработанных авторами из стран дальнего и ближнего зарубежья, достигает до 20%. Как бы ни подходить к интерпретации этого факта, приходится признать, как минимум, следующее: в сфере принципиально

¹¹ John Baldwin. «Characteristics of Innovation Regimes by Type of Innovation» in «Innovation Measurements and Policies», Conference Proceedings 20 and 21 May 1996, The Hemicycle - Plateau du Kirchberg, Luxemburg.

новых технологий, доведенных до стадии готовности к внедрению, мы имеем заметные проблемы. Хотя страна и обладает современными перспективными разработками в области фундаментальных и прикладных исследований, мы испытываем существенные проблемы с их доведением до рыночно востребованного состояния. В целом, это не противоречит и, более того, совпадает с мнениями экспертов, специализирующихся в области трансфера технологий.

С позиций дальнейшего углубления представлений о качественных особенностях инновационной деятельности представляет интерес сопоставление следующих рейтингов: авторства разработок (см. Рисунок 8), мотивации к реализации инновационных проектов (см. Таблицу 5) и источников информации, из которых черпаются первоначальные сведения об инновационных идеях (см. Таблицу 6).

Таблица 5

Рейтинг мотивов инновационной деятельности¹²

I	Повышение конкурентоспособности	3,40
	Повышение качества выпускаемой продукции	3,39
	Освоение новых рынков сбыта	3,35
	Увеличение доли на уже освоенном рынке	3,24
	Расширение диапазона использования продукции	3,16
II	Реализация на практике собственных научных разработок	2,95
	Замена устаревшей продукции	2,86
	Снижение производственных рисков	2,54
III	Сокращение трудозатрат	2,42
	Соответствие требованиям стандартов	2,40
	Сокращение материалоемкости	2,32
	Сокращение энергозатрат	2,04
	Снижение нагрузки на ОС	2,00

Как показывают результаты исследования, хотя у нас авторами инновационных разработок являются в большинстве случаев сами предприниматели, творческий момент в инновационной активности не является доминирующим. Этот фактор можно отнести ко второй группе и определить, как «почти средней важности». Более важными мотивами являются: повышение конкурентоспособности и качества выпускаемой продукции, освоение новых рынков и расширение доли на существующих рынках, расширение диапазона применения продукции. Это означает, что прагматичные рыночные критерии уже стали доминирующими в предпринимательстве. Более того, сами разработки и отбор инновационных идей с самого начала ориентируются на их перспективное рыночное освоение, то есть еще на этапе ОКР происходит отбор направлений по критерию их рыночной востребованности.

Таблица 6

Рейтинг источников информации об инновациях¹³

I	Собственные разработки	3,31
	Выставки	2,98
II	Клиенты	2,79
	Конкуренты	2,73
	Поставщики	2,48
III	Конференции, семинары	2,42
	Компьютерные базы данных	2,23
	Другие предприятия	2,06
	Другие партнеры	2,03
IV	Научные центры	1,89
	Университеты	1,75
	Зарубежные программы обучения	1,58

¹² * Шкала: I - не использовался; II - принималось во внимание; III - средней важности.

¹³ Шкала: I - не использовался; II - принималось во внимание; III - средней важности; IV - очень важно.

С учетом вышеизложенных результатов, вполне логично, что основным источником информации об инновационных идеях являются собственные разработки. Однако, в отличие от ситуации в странах ЕС, следующим по важности являются выставки и только затем - клиенты, конкуренты и поставщики¹⁴.

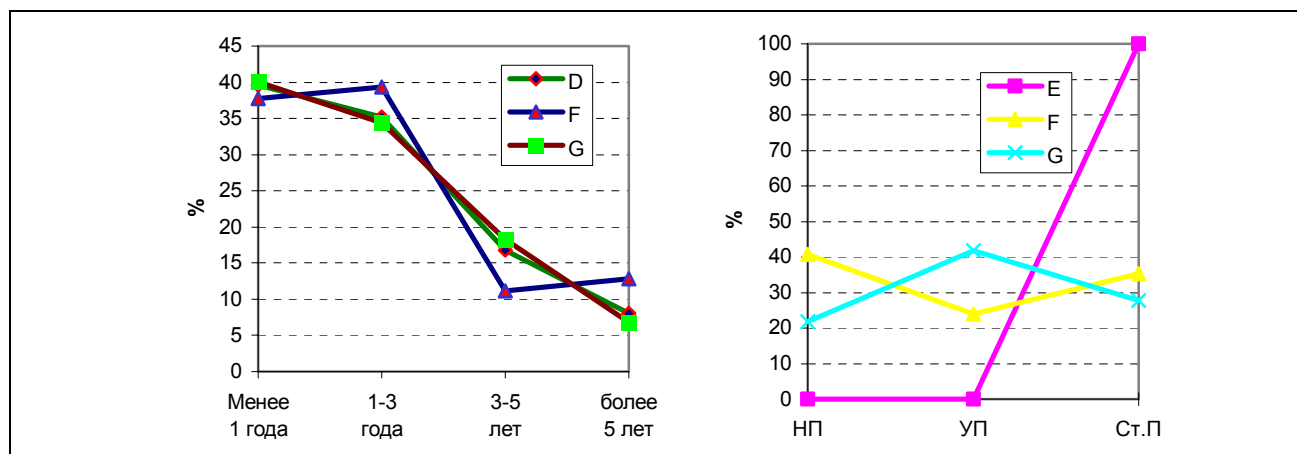


Рис. 9. Характер выпускаемой продукции различными группами предприятий

Результаты инновационной деятельности вполне наглядно наблюдаемы на примере возрастной структуры продукции, выпускаемой различными группами предприятий (см. Рисунок 9). У инновационных предприятий вся номенклатура выпускаемой продукции делится примерно на три равные части: продукция старая (Ст.П. на Рисунке 9), новая и улучшенная. Непрерывный инновационный процесс обеспечивает постоянную смену ассортимента. Доля продукции старше 3 лет составляет у инновационных предприятий лишь более 15% (в группе инновационных предприятий, получавших государственную поддержку, соответствующая доля - около 10%).

¹⁴ John Baldwin. «Characteristics of Innovation Regimes by Type of Innovation» in «Innovation Measurements and Policies», Conference Proceedings 20 and 21 May 1996, The Hemicycle - Plateau du Kirchberg, Luxemburg.

III. Проблемы инновационной деятельности предприятий

Для большинства исследований, посвященных изучению барьеров в становлении и развитии малого бизнеса, традиционным является повышенное внимание к системам регистрации, лицензирования, взаимоотношениям с различными административными органами (санэпидстанция, пожарная охрана, торговая инспекция и т.д.). В данной работе этот аспект не затронут, поскольку, по нашему мнению, имеющиеся недостатки и существующая практика в этой области вполне укладываются в традиционную для РФ практику повседневных взаимоотношений зависимых от власти граждан и представителей различных властных структур и потому серьезных последствий для успеха или неуспеха такой специфической деятельности как инновационная оказать не могут. Мы исходили из того, что более плодотворно систематизировать барьеры применительно к этапам инновационного процесса (см. **Рисунок 1**), что соответствует и фазам развития собственно предприятия.

III.1. Этап становления

Важнейший этап в формировании бизнеса - этап пробы сил в новом деле. От того, насколько успешно решаются ключевые проблемы этого этапа, во многом зависит энтузиазм новых предпринимателей в дальнейшем развитии бизнеса, в преодолении новых проблем, которых дальше не становится меньше.

Формируя рейтинг проблем становления, мы получили следующие результаты (см. **Таблицу 7**).

Таблица 7

Рейтинг проблем этапа становления инновационного предприятия¹⁵

I. Привлечение средств для завершения научной разработки	1,25
II. Слабое маркетинговое обоснование проекта	4,68
Отсутствие оборудования	4,74
III. Поиск специальной информации	5,05
Защита авторских прав	5,11
Отсутствие связей с поставщиками	5,16
Проведение испытаний и сертификация продукции	5,26
Отсутствие помещений	5,42

Во-первых, предложенный в анкете перечень оказался полным: иных проблем в перечень добавлено не было. Во-вторых, деление на группы по степени приоритетности (их получилось три) оказалось достаточно условным. Наиболее острой проблемой становления, как и следовало ожидать, оказалось «привлечение финансовых средств для завершения научных разработок». По сравнению с ней все остальные проблемы далеко отстают по остроте и характеризуются настолько близкими рейтингами, что их дальнейшее ранжирование не имеет особого смысла. Тем не менее, для каждого отдельного предприятия перечисленные проблемы весьма значимы и на различных этапах часто являются определяющими в судьбе бизнеса в целом.

Поскольку финансовые технологии, применяемые в малом бизнесе, - предмет исследований другого проекта Ресурсного центра малого предпринимательства¹⁶, то здесь проблемы финансирования проектов рассматриваются только в контексте их связи и обусловленности иными проблемами. С этой точки зрения, представляется уместным наиболее острую проблему этапа становления рассмотреть в контексте более общей - завершения ОКР (этап 1с **на рисунке 1**). Актуальность такого подхода обусловлена двумя обстоятельствами. Во-первых, как было показано выше, инновационный процесс носит непрерывный характер. Из этого следует, что проблемы поиска средств не замыкаются на кон-

¹⁵ Под рейтингом в данном случае понимается место в перечне, на котором оказалась данная проблема после усреднения результатов анкетирования.

¹⁶ «Финансовые технологии в малом предпринимательстве». М., 1999.

кретный начальный этап, а являются перманентными. Во-вторых, сегодня уже существуют и пытаются активно развиваться МП, которые не занимаются рыночной раскруткой проектов, а специализируются исключительно на доведении научных разработок до действующих образцов и их испытании. Дальнейшая судьба разработки - проблема заказчика.

В такой постановке помимо привлечения финансовых средств необходимо рассмотреть и некоторые другие аспекты: защита прав на объекты промышленной собственности, коммерциализация технологий, налогообложение инвестиционных ресурсов и др., в том числе субъективные факторы.

Как показали результаты исследования, в большинстве случаев (чуть более 80%) для завершения ОКР и доведения продукции до первых рыночных продаж предпринимателям потребовалось не более 2-х лет (30% - менее 1 года и порядка 50% - 1-2 года). Лишь единичные проекты имели более длительный цикл подготовки. Отметим, что это не срок окупаемости, а лишь период, необходимый для выхода на рынок с первыми партиями товара. Это означает, что в целом сложившиеся (и, по-видимому, объективно обусловленные существующими экономическими реалиями) условия предоставления финансовой поддержки соответствуют потребностям, хотя и достаточно напряженны. Практически РФТР предоставляет возвратные беспроцентные кредиты на срок до 3-х лет, на развитие рынка предлагает кредитование фонд Бортника.

Однако масштабы поддержки остаются все еще незначительными. В виду ограниченности финансирования прямая поддержка остается исключением, а не правилом. Из 33 предприятий выборки, имевших затраты на НИОКР в 1998 г., реально поддержку на завершение разработки получило 5 предприятий: 1 - из средств бюджета, 3 - из государственных фондов поддержки и 1 - от частных российских инвесторов.

Проблема привлечения средств для завершения разработок имеет еще ряд аспектов.

Как уже отмечалось, для инновационных предприятий инновационная деятельность носит непрерывный характер. Поддержание инновационного потенциала при этом сопряжено с систематическими затратами. Примерная структура этих затрат представлена на рисунке 10.

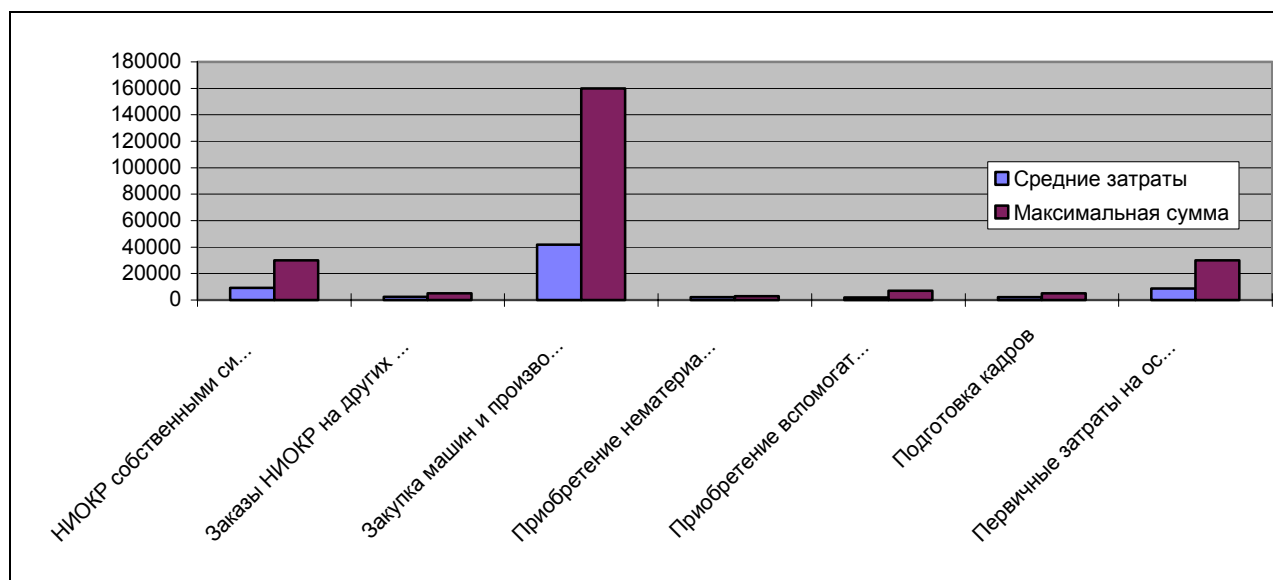


Рис. 10. Структура затрат по различным направлениям инновационной активности предприятий в 1998 г.

Понятно, что основные затраты по инновациям связаны с закупками производственного оборудования. Однако исследование показало и неочевидное: вторая по величине статья расходов - затраты на НИОКР, которые соизмеримы, а с учетом затрат на нематериальные активы, заказы другим организациям и пр., даже превышают первоначальные затраты на освоение рынка. Это подтверждает актуальность давно высказываемого предложения о разрешении отнесения затрат на НИОКР на себестоимость продукции. Более того, в Постановлении Правительства от 31 марта 1998 г. № 374 были

даны необходимые поручения для подготовки соответствующих предложений. Однако, со сменой Правительства, по-видимому, та же участь постигла и поручения.

Другой аспект проблемы привлечения финансовых ресурсов - субъективный. Как показали результаты проекта Ресурсного центра "Финансовые технологии в малом предпринимательстве"¹⁷, экономическая подготовка предпринимателей все еще остается недостаточной. Подготовка бизнес-планов сегодня перестала быть проблемой: их научились изготавливать во всех регионах, в том числе с использованием традиционных и адаптированных пакетов, что существенно повысило их общий уровень. Тем не менее, сами предприниматели еще недостаточно квалифицировано ориентируются в показателях экономической эффективности проектов, это подтверждают результаты анкетирования: в части оценок приемлемых параметров кредитования инновационных проектов ответы предпринимателей весьма противоречивы и некорректны. На наш взгляд, это позволяет сделать вывод о том, что предприниматели все еще имеют неадекватное представление о стоимости денег, недостаточно ориентируются в реальных рисках и преимуществах проекта, что неминуемо порождает проблемы в переговорном процессе с банками и кредиторами. Таким образом, кроме совершенствования системы государственной поддержки, задача повышения квалификации в экономической области остается актуальной.

Среди других проблем этапа становления, достаточно часто отмечаемых в ходе интервью, следует назвать: проблему помещений (и, в более общем плане, проблему основных фондов), поиск необходимой информации, сертификация производства, испытания продукции и некоторые другие. Дело в том, что для инновационных предприятий эти в общем-то достаточно стандартные проблемы имеют свою специфику и особую остроту.

III.1.1. Помещения

Для инновационных предприятий важно не только их наличие, но и качество. Особенности производства высокотехнологичной продукции часто предъявляют особые требования к качественным параметрам помещений (например, чистота по определенному классу, часто достаточно высокому; наличие специального оборудования, средств контроля загрязнений и пр.). Как правило, такие помещения либо арендуются у материнских предприятий (ввиду их незагруженности), либо арендуются в другом месте и самостоятельно переоборудуются. Сильная зависимость от таких помещений в условиях отсутствия стабильности делает инновационные предприятия чрезвычайно уязвимыми. Раньше с ними могли расторгнуть аренду, если подворачивался более выгодный арендатор, сегодня - из-за банкротства арендодателя. Самый благоприятный исход при последнем варианте - когда арендуемое предприятие переоформляет аренду с новым владельцем, заплатив долги по коммунальным платежам за старого, худший - многие месяцы поиска замены помещений.

Из-за законодательной неурегулированности этого вопроса предприниматели (а, в конечном счете, и государство) несут значительные потери. Постановление Правительства о поддержке науки запрещает при акционировании научных учреждений дробить их научную и опытно-производственную базу, однако, будучи сформулированным в качестве общего правила, это положение становится барьером на пути рациональных преобразований.

По опыту наших респондентов, не раз менявших арендуемые площади, сегодня «80% заводов и НИИ - это просто скорлупа, а внутри уже совершенно все другое. Предприятия не работают, продукцию не выпускают, налогов не платят, но почему-то существуют. А потому, что все пригодные площади сданы в аренду, а там сидят бесправные малые предприятия, которые умудряются что-то делать, но тем не менее ничем не владеют».

Проблему эту следует по крайней мере признать. Тем более, что она имеет под собой и социальную базу: и на остановившихся предприятиях, и на действующих МП работают граждане, одни из которых в результате приватизации получили нечто, что позволяет по крайней мере существовать на ренту, а другие работают и платят первым. Устойчиво работающим малым предприятиям должно быть гарантировано право заниматься предпринимательством в случае банкротства (или иных обстоятельств) арендодателя, по крайней мере в течение определенного времени. Более того, представляется обоснованной постановка вопроса о разработке механизма постепенной передачи при определенных условиях в собственность МП помещений, арендуемых на неработающих предприятиях. Это, кстати, могло бы стать для МП дополнительным стимулом к формированию и сохранению благоприятного

¹⁷ «Финансовые технологии в малом предпринимательстве». М., 1999.

имиджа своей фирмы притом, что традиционные для рыночной экономики стимулы такого поведения, как показывают результаты исследования¹⁸, не действуют.

III.1.2. Информация

Для инновационных предприятий вне Москвы чрезвычайно актуальной является проблема доступа как к специальным, так и к общедоступным информационным ресурсам. В первом случае - это, как правило, государственные стандарты и ведомственные инструкции, определяющие те или иные правила предпринимательской деятельности. В связи с развалом системы центров научно-технической информации свежую информацию в регионах найти представляется весьма сложно. В последнее время все чаще предприниматели указывают на другую проблему - необходимость доступа к ресурсам сети «Интернет».

По-видимому, решение проблемы лежит не только на пути оснащения региональных агентств соответствующей техникой, обучения персонала работе в информационных сетях и установления льготных расценок на доступ к ресурсам для МП. Представляется актуальной часть средств, выделяемых на информатизацию, направлять на финансирование работ по обеспечению доступности информационных ресурсов ведомств через современные информационные технологии.

III.1.3. Испытания продукции, сертификация производства

В ходе полевых исследований, проводившихся в рамках проекта¹⁹, была выявлена проблема, острота которой по данным настоящего исследования (см. Таблицу 7) не уступает прочим. Дело в том, что для некоторых специфичных предприятий, работающих на рынке лекарственных препаратов и лечебно-профилактических средств, возникает проблема полномасштабных испытаний в соответствии с требованиями Минздрава РФ. Проблема состоит в том, что не выделяются средства на испытания, значительно утрачены рычаги воздействия на лечебные и клинические учреждения для проведения испытаний, часто Минздрав не признает результатов испытаний, ранее проведенных в доперестроенный период. Кроме того, за всем этим стоят немалые расходы на оплату деятельности рабочих комиссий по сертификации производственной базы (для отдаленных регионов, с учетом оплаты переезда и командировочных расходов - это значительные суммы), на поездки в Москву самих предпринимателей и т.д. Эта деятельность МП на этапе становления, безусловно, нуждается в поддержке, однако конкретные формы такой поддержки могут быть определены только совместно ответственными ведомствами и структурами поддержки малого бизнеса.

III.2. Выход на рынок и расширение бизнеса

Итак, этап ОКР завершен, начинается этап коммерциализации: выход на рынок либо с опытным образцом нового товара, либо с новой технологией. Два возможных варианта коммерциализации необходимо рассмотреть: передача прав на использование ОПС (объект промышленной собственности) путем продажи лицензии другому субъекту и самостоятельная раскрутка бизнеса.

Как отмечалось выше, на первоначальном этапе реформ весьма оптимистичные надежды как предприниматели, так и государственные кредитные учреждения, финансировавшие ОКР, возлагали на коммерциализацию путем продажи лицензий. Однако на практике эти надежды не оправдались, хотя, в целом по стране по данным Роспатента, число зарегистрированных договоров о переуступке прав растет из года в год и в 1997 г. составило уже порядка 1 500. Изменилась и активность участников таких договоров (см. Рисунок 11): сократилась доля государственных предприятий; как в качестве разработчика, так и в качестве принимающей стороны стали превалировать частные предприятия.

¹⁸ «Финансовые технологии в малом предпринимательстве». М., 1999.

¹⁹ «Частный бизнес: становление и развитие в регионах России». М., 1998.

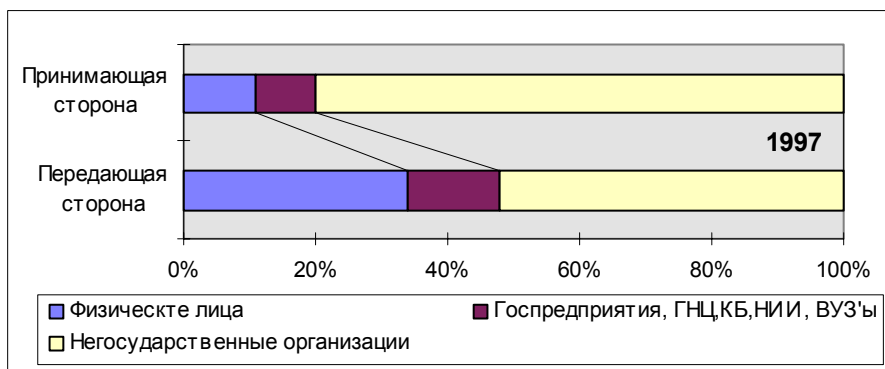


Рис. 11. Активность участников зарегистрированных лицензионных соглашений

По результатам нашего исследования картина такая: из 45 предприятий выборки, в период с 1994 по 1998 гг. ставших владельцами какого-либо из объектов промышленной собственности, всего 12-ти представлялся случай продать разработку российскому или зарубежному покупателю и только в 5 случаях сделка состоялась (все в России). Согласно общемировой статистике,²⁰ даже в условиях развитых рыночных отношений становится товаром (то есть используется на лицензионной основе) не более 5% запатентованных изобретений и других ОПС. Сопоставление количества охраняемых ОПС, переданных на лицензионной основе, с количеством действующих на всей территории РФ патентов, дает соответствующий показатель - 3%. Хотя некоторые авторы (например²¹) склонны с большим оптимизмом интерпретировать этот показатель, нам такой оптимизм представляется совершенно неоправданным даже с учетом казалось бы выдающегося показателя в 11% по нашей выборке. Причины для обоснованного пессимизма различны, но главными, на наш взгляд, являются две: во-первых, этот показатель просто должен быть больше в силу тех задач, которые стоят перед нашей промышленностью (резкое технологическое переоснащение), и, во-вторых, он мог бы быть больше, если бы государственная политика носила более целостный характер.

Результаты нашего исследования показывают, что среди причин, обусловивших неудачу попыток на коммерческой основе передать права на ОПС, практически с равной степенью приоритетности называются:

- опасение потерять контроль над разработкой, слабое знание законодательства, невозможность получить квалифицированную помощь;
- финансовые проблемы покупателя;
- отсутствие опыта трансфера технологий.

Что касается первой причины, то в действительности речь, главным образом, идет об опасении утратить контроль над изобретением. В Москве нет проблем с получением квалифицированной помощи, это характерно скорее для отдаленных регионов. В Москве с относительной долей уверенности можно говорить скорее о доступности или недоступности (по финансовым соображениям) услуг соответствующих специалистов. Известно, что основная часть дипломированных патентных поверенных, владеющих современными знаниями в области защиты прав на интеллектуальную собственность, сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге. Чуть дальше, уже в Поволжье, их можно встретить достаточно редко, а за Уралом есть регионы, где нет ни одного такого специалиста.²² С нашей точки зрения это является достаточно серьезной проблемой, особенно для регионов Сибири, где сосредоточены крупные научные и оборонные центры, традиционно связанные с разработкой и внедрением наукоемких технологий. В качестве одной из мер государственной поддержки представляется вполне актуальным подготовка хотя бы для этих регионов таких специалистов за счет средств, выделяемых на поддержку МБ. Кроме того, не очень обременительно для бюджета программ поддержки МБ, но чрезвычайно выигрышно политически и полезно для конкретных МП, было бы введение для инновационных МП компенсации затрат на консультации и услуги патентных поверенных.

Проведенное исследование позволяет констатировать, что перечисленные выше причины, особенно две последние, достаточно тесно связаны. Именно поэтому их результирующий рейтинг оказался примерно одинаковым. Отсутствие опыта и ограниченные финансовые возможности не позволяют в

²⁰ В. Евдокимова. «Состояние и перспективы развития рынка лицензий в Российской Федерации», Адвокат, № 8, 1997.

²¹ В. Евдокимова. «Состояние и перспективы развития рынка лицензий в Российской Федерации», Адвокат, № 8, 1997.

²² «Частный бизнес: становление и развитие в регионах России». М., 1998.

полной мере воспользоваться услугами квалифицированных специалистов, а следовательно, не обеспечивают такого способа передачи прав, который бы гарантировал контроль со стороны авторов за дальнейшей судьбой разработки.

Причина, обозначенная в анкете как «финансовые проблемы покупателя» имеет несколько аспектов. Во-первых, несовпадение взглядов «продавца» и «покупателя» на допустимую цену сделки: не договорились. Причины - самые разные, но всегда субъективные, например: «ложный патриотизм», когда автор отказывается от выгодного предложения по той причине, что ему предлагается «продаться за границу» или завышенные представления автора относительно реальной стоимости его изобретения, обусловленные, в свою очередь, отсутствием опыта как в области трансфера технологий, так и реализации производственных проектов. Квалифицированный консалтинг в этой области также мог бы помочь многим предпринимателям.

Есть и другой аспект у этой причины, связанный с международным трансфером. По мнению наших респондентов, квалификация и опыт которых не подлежат сомнению, лишь немногие западные фирмы ведут цивилизованную работу на рынке объектов промышленной собственности. Большинство субъектов этого рынка из числа покупателей фактически в той или иной степени демонстрируют элементы деятельности, которые можно отнести скорее к области промышленного шпионажа, нежели к цивилизованным формам трансфера технологий. Бедственное положение российских ученых вызывает у партнера естественное искушение сэкономить. Поэтому опыт экспертов позволяет предполагать, что одновременно с довольно вяло текущим процессом трансфера технологий происходит более интенсивная диффузия знаний. Последней практически не препятствует законодательство. Хотя оно требует, чтобы разработка первоначально была запатентована в России, но не предусматривает никаких последствий в случае нарушения авторами этого положения Закона. И такие нарушения происходят. Потери государства от этого явления эксперты не берутся оценить. В какой-то мере снизить ущерб можно не только ужесточением законодательства (а точнее его последовательным совершенствованием), но и расширением практики кредитования РАН для патентования за рубежом перспективных научных разработок. В 1998 г. на эти цели РАН было выделено 200 тыс. долл. США, на которые в условиях жесткого конкурса было отобрано и запатентовано 25 изобретений из 11 научных центров (отбирались изобретения, к которым уже проявлен интерес зарубежных партнеров)²³. В случае подтверждения эффективности такого кредитования расширение этой практики имело бы положительный эффект, в том числе хоть частично компенсируя неуправляемый процесс диффузии знаний.

По мнению некоторых экспертов, большие отрицательные последствия для появления обсуждаемого продукта (научно-технических знаний) и интенсификации процесса его продаж является отсутствие конструктивной законодательной базы и сложившейся практики, обеспечивающих стимулы к творческому труду. Наше законодательство в этой области нуждается в гармонизации.

Проведенные в ходе настоящего исследования интервью с ведущими экспертами показали, что, к сожалению, причины низкой интенсивности процесса коммерциализации нематериальных активов не сводятся только к названным выше, они более глубоки. Опытные именно в сфере коммерциализации технологий (а не только защиты прав на объекты промышленной собственности) специалисты утверждают: уже в течение нескольких кризисных лет «у многих наших, особенно высокотехнологичных, проектов нет платежеспособного рынка внутри России». Эта проблема - базовая и, как всегда, у нее несколько аспектов.

Один из них условно можно назвать «технологический». По мнению ряда специалистов, и это совпадает с нашими представлениями, по своему содержанию наши разработки по сравнению с западной практикой «не дотягивают» до уровня продаваемых технологий.

Эксперт, близко знакомый с американским опытом и российской практикой, отмечает: «Весь мир на нас смотрит в плане коммерциализации с небольшим энтузиазмом. Их психологическое ожидание связано с тем, что в России много оснований технологий, но основания - это не технология. Даже, если у нас что-то и выпускается, то это либо не технологично, либо экономически не оптимально. Технология - это комплект документации, который описывает как что-то произвести, продать и получить доход. За такой комплект в составе малого предприятия дают 50% акций: только за бумагу, считая, что на 20% тянут все материальные ресурсы, а на 30% - обеспечение рынка. Но у нас ничего нельзя продать по такой схеме».

²³ Для сравнения: до 1985 г. в СССР на зарубежное патентование ежегодно расходовалось от 4 до 6 млн. долл. США.

В категориях этапов жизненного цикла это означает, что в мире продаются технологии, которые отработаны не на уровне опытного образца, а, по крайней мере, опытной партии (этап 2а), либо имеют определенный уровень комплексности, обеспечивающий выпуск достаточно сложного конечного продукта. Кроме того, выход на мировой уровень означает, с одной стороны, обеспечение мировой конкурентоспособности, а, с другой, быстрое внедрение и высокую скорость обновления технологического уровня. В противном случае, все быстро устаревает, находится альтернативный конкурентоспособный вариант решения. Российские же разработки, в большинстве случаев, не соответствуют такому уровню.

Причин - несколько. Одна из них - отмечавшаяся выше ущербность системы поддержки: действующая инфраструктура не обеспечивает поддержки на этапе выхода на рынок, то есть при переходе от ОКР к производству (1с - 2а). Этот недостаток признается ответственными государственными ведомствами (в частности, Миннауки), которыми разрабатываются различные предложения по совершенствованию системы поддержки. Выход видится в создании венчурных фондов и компаний. В соответствии с разработанной концепцией, существующим и действующим фондам будет разрешено вкладывать средства в высокорисковые проекты через специально создаваемый венчурный фонд, который таким образом будет аккумулировать финансовые ресурсы и самостоятельно, силами собственных наработавших за последние годы необходимый опыт менеджеров раскручивать инновационные проекты. Однако процесс этот идет крайне медленно. Основная причина - недостаточность существующей законодательной базы для реализации такой формы фондов, которая бы позволяла эффективно, без нерациональных потерь, привлекать и расходовать средства и быть приемлемой для частных инвесторов. Необходимые поручения ведомствам на подготовку соответствующих предложений были даны еще прошлым годом Постановлением Правительства № 374, но до сих пор не выполнены. В этих условиях управляющая компания первого такого фонда вынуждена идти путем аккумуляции средств вокруг конкретных инновационных проектов.

На наш взгляд, при подготовке предложений по совершенствованию нормативно-законодательной базы, в максимально полном виде обеспечивающей реализацию схемы венчурного финансирования, необходимо иметь в виду два обстоятельства, которые пока ни на одном из уровней даже не обсуждаются. Оба они связаны с принципиальной особенностью венчурного финансирования: повышенным риском для инвесторов. Из этого следует, что применительно к России, где политические риски весьма высоки, вряд ли найдутся частные инвесторы, которые бы без дополнительных гарантий увеличивали свои риски еще и политическими. С другой стороны, венчурные фонды (если они собираются работать не только с бюджетными деньгами) должны уже сейчас отбирать не просто инновационные проекты, а такие, которые обеспечивают мировой уровень конкурентоспособности, имеют обширный рынок и обеспечивают (в случае успеха) инвесторам очень высокую доходность. Проблема отбора приоритетов на каком-то этапе станет определяющей.

С позиций государственного регулирования представляется, что ответственные ведомства должны решать задачу не создания конкретного венчурного фонда, (чтобы скорректировать, сделать более эффективной существующую систему государственной поддержки инноваций), а формирования условия для того, чтобы такие фонды появлялись и работали в большом количестве.

Поддержка на этапе выхода на рынок могла бы быть обеспечена не только путем изменения условий финансирования проектов. Чрезвычайно заметный результат имели бы меры государственного протекционизма отечественным производителям. Причем, если можно так выразиться, протекционизма вполне рыночного. Речь идет о создании равных условий для отечественных и зарубежных производителей при участии в различных тендерах.

Получаются порой достаточно странные вещи. Государственный фонд (РФТР, например) финансирует завершение разработки стерилизатора, на деньги фонда такой стерилизатор разрабатывается, испытывается и изготавливается. Такой стерилизатор нужен в больницах. Минздрав на бюджетные деньги готовится купить их в необходимом количестве, объявляет для этого тендер и ... его выигрывает западногерманская компания. Главная причина в том, что западным компаниям на нашем рынке оказывает поддержку свое государство. Под такие поставки им выдается кредит или гарантия и они фактически выходят на наши рынки с такими условиями поставки, которые наши компании себе позволить не могут: рассрочка и отсрочка платежей, например. И, хотя наши компании предлагают не уступающую по качеству и более дешевую продукцию, они не могут поставить Минздраву продукцию с рассрочкой платежей. С аналогичными проблемами сталкиваются малые предприятия, поставляющие аппаратуру для энергетики (совершенную и в 5 раз более дешевую по сравнению с зарубежными конкурентами, такими как «Siemens», например). Представляется, что положение могло бы быть су-

щественно улучшено путем внедрения комплекса мер государственного протекционизма. Например, ужесточение контроля за условиями проведения тендеров (больше открытости, снижающей шанс ведомового лоббирования конкретных компаний), разработка специальной системы гарантий для российских участников тендеров или «лоббирование интересов производителей, которые по-настоящему делают что-нибудь импортозамещающее».

Проблемы восприимчивости российской промышленности к инновациям (или как названо выше - наличия платежеспособного рынка для высокотехнологичных проектов) хорошо видны на примере предприятий, занимающихся исключительно производством научно-технической продукции. Судьба их разработок сильно зависит от состояния той отрасли, в которой они работают. Немногие из отраслей сегодня можно назвать восприимчивыми к инновациям. Даже в относительно благополучных в последние годы отраслях, прежде всего в тех, что ориентированы на повседневный спрос населения, а также их обеспечивающих, ситуация абсолютна далека от западной модели, когда «для каждого предприятия проблема интеграции новой технологии в его деятельность - это проблема выживания, стратегии и получения прибыли». В большинстве отраслей (даже на первый взгляд в благополучных, таких как ТЭК) предприятия вынуждены сокращать издержки, из-за чего затраты на перспективу не представляются оправданными. Поэтому заказы на научно-технические разработки для независимых инновационных МП падают. Экологическое законодательство, которое во всем мире является мощным инструментом, побуждающим предприятия к техническому переоснащению, у нас не работает. Кроме того, завершив разработку, выпустив и испытав полномасштабный прототип, а также (если продукция достаточного уровня сложности) поставив единичные образцы оборудования покупателям, предприятие, не занимающееся специально производством, не может дальше сокращать себестоимость без выхода на серийное производство. Здесь выходом могли бы стать скоординированные действия отраслевых фондов НИОКР и предприятий отрасли. На наш взгляд, необходимо совершенствование системы финансирования проектов за счет средств ведомственных фондов НИОКР. Ведомство должно представлять стратегические направления развития своей отрасли и с помощью долевого финансирования ОКР из средств своих фондов и заинтересованных предприятий стимулировать развитие отрасли в перспективном направлении. Кроме того, представляется уместным ввести в Уставы отраслевых внебюджетных фондов НИОКР положение, обязывающее определенный процент средств (скажем 30%) вкладывать в проекты, отбираемые по открытому тендеру.

В отличие от Запада, где, как отмечалось, условия конкуренции вынуждают предприятия к проведению активной технологической политики, у нас потребности рынка и творческая активность разработчиков в силу различных причин, которые здесь излишне обсуждать, слабо сопрягаются. Это также одна из причин невысоких темпов технологического перевооружения. В силу этого на нашем рынке востребованным является особый субъект рынка высоких технологий - сбытовик научно-технической продукции. Это посредник между автором и рынком, обладающий уникальными способностями: ему должен доверять автор, он должен уметь работать на рынке (знать, что нужно отрасли) и он должен быть способен проконтролировать разработчика, то есть квалифицированно принять работу. Опыт подготовки таких специалистов (Центр коммерциализации технологий АНХ при Правительстве РФ) показывает высокую эффективность такого профессионального тренинга-обучения. Долевое финансирование обучающих программ в этой области из различных источников представляется весьма ценным элементом инновационной политики. Более того, опыт таких центров, как вышеназванный, нуждается в распространении в регионах.

Свои проблемы на этапе развития бизнеса. Обратим внимание только на некоторые из них, поскольку настоящее исследование в этой части лишь затронуло проблему, не стремясь к ее детальному анализу. Главные особенности поведения и проблемы предприятий на этом этапе были предметом изучения проекта, посвященного финансовым технологиям в малом бизнесе.

Результаты проведенных исследований, которые в данной части можно рассматривать лишь как предварительные, показали следующее. Малый бизнес работает в рамках равновесия между своими производственными возможностями и потребностями рынка и, в основном, не склонен к расширению масштабов своей деятельности. Если быть более точным, то увеличение доли на рынке и освоение новых рынков происходит в рамках возможностей производственной базы МП и возможностей привлечения средств для ее развития. Лишь в единичных случаях респонденты на основании собственного опыта и самостоятельно проведенных маркетинговых исследований отмечают превосходство спроса над своими производственными возможностями. В этих случаях основным сдерживающим фактором развития материальной базы является отсутствие достаточных средств.

Вообще производственный бизнес сопряжен с множеством парадоксов. Например, предприятие производит станки собственной разработки. Это малое предприятие производит только конечную сборку, а основные узлы и детали заказывает на машиностроительных заводах. Все заводы на картотеке, нормальные договорные отношения невозможны: необходим либо «черный нал», либо сложные схемы оплаты долгов предприятия. При этом для малого предприятия крайне затруднительно формирование стабильной финансовой политики, калькулирование затрат, планирование и т.д. То есть в ситуации, когда заводы простаивают, их загрузка мелкими (по сравнению с их мощностями) заказами связана с завышением реальной цены для заказчика. Если же на предприятие поступают серьезные заказы, то, естественно, заказы малого предприятия отодвигаются, что также не способствует его стабильной работе. В результате при недогрузке и простое средних и крупных предприятий работающее МП вынуждено искать 150-200 тыс. долл. США, чтобы создать собственное производство, заботясь о своей репутации перед собственными заказчиками. Постановка такими предприятиями вопроса об эффективном перераспределении средств производства в процессе банкротства предприятий-должников представляется вполне оправданной с позиций абстрактной экономической целесообразности. Однако, понимая реальные цели и механизмы банкротства, руководители МП не испытывают оптимизма по этому поводу.

Еще одна проблема развивающегося инновационного бизнеса была выявлена в ходе исследования. Зарубежный покупатель выразил желание купить одно из динамично развивающихся МП. Оказалось, что даже в Москве получить квалифицированную консультацию, тем более юридическое сопровождение по этой проблеме представляется весьма сложным. А процесс достаточно многоплановый и подразумевает не только квалифицированную оценку стоимости бизнеса, но и проведение реорганизации продаваемого предприятия, формирование оптимальной структуры баланса, оформление самой сделки и множество других деталей. Поскольку проблемы такие начинают появляться, то было бы логично провести подготовку небольшого числа специалистов путем повышения квалификации в этой области за счет средств, выделяемых на поддержку МБ, и аккредитовать их при одном из технопарков. (Как вариант, можно рассматривать возможность организации такой переподготовки за счет средств зарубежных программ технического содействия, например, Тасис. Вероятно, возможны и другие варианты).

Безусловно, поднятыми проблемами не исчерпываются все барьеры, существующие в инновационном малом бизнесе. Например, совсем не рассматривались в данной работе административные барьеры. При этом принимались во внимание два обстоятельства. Во-первых, их действие не столь специфично и распространяется на весь малый бизнес. С другой стороны, сегодня стороны деятельности МП, в которых эти барьеры проявляются, в основном законодательно урегулированы и их наличие в большинстве связано не с объективными недостатками законодательства, а субъективными факторами взаимоотношений предпринимателей и чиновников. Исследование этого аспекта не конструктивно в рамках прикладного исследовательского проекта.

Вместе с тем, проведенная работа позволяет констатировать, что не все важные аспекты деятельности инновационных малых предприятий исследованы с позиций выявления и анализа специфичных барьеров. Например, остались вне поля зрения взаимоотношения «раскрученного» инновационного малого бизнеса и государственных научных центров (предприятий), из которых вышли предприниматели. Противоречия между ними тем серьезнее, чем стабильнее и мощнее становится бизнес. Много серьезных проблем возникает у малых предприятий, которые нашли зарубежного партнера и прошли с ним стадию создания и испытания полномасштабного прототипа продукта (или технологии). На этом пути (когда технические риски были еще велики) взаимоотношения строились на доверии, а иногда для сокращения издержек вынужденно использовались и достаточно распространенные в определенной мере «теневые» методы. Официальное и легитимное организационное оформление нового этапа развития бизнеса, регистрация совместного предприятия сталкивает их с такими проблемами, о которых они даже не подозревали, поскольку законодательная база в этой области писалась для крупных проектов. Чего только стоит требование получения лицензии ЦБ на безналичный перевод иностранным партнером 1 000 долл. США для внесения в уставной капитал нового СП. И таких проблем много, связаны они с несовершенством и противоречиями в нормативной базе на уровне подзаконных актов: постановлений, ведомственных инструкций и пр. Полномасштабные исследования такого рода проблем с выходом на конкретные рекомендации - предмет дальнейших исследований.

IV. Выводы и рекомендации

Проведенные исследования позволяют заключить, что инновационные процессы в малом предпринимательстве имеют место, заметны и по некоторым показателям близки к соответствующим тенденциям малого бизнеса на Западе. Предприятия, внедряющие продуктовые и процессные новшества, занимаются этим на постоянной основе, что обеспечивает регулярное обновление ассортимента выпускаемой продукции. У таких предприятий доля продукции старше 3-х лет в общем объеме выпускаемой продукции составляет не более 10%. Инновационная деятельность обеспечивает таким предприятиям заметные преимущества: средние значения выручки от реализации продукции и налоговых отчислений у них значительно превышают соответствующие показатели предприятий, не входящих в группу инновационных. Хотя инновационные предприятия оказались более чувствительны к кризису, они же проявили большую способность к восстановлению.

В целом, можно считать сложившейся систему поддержки инновационного малого бизнеса. Государственная политика в области формирования инфраструктуры поддержки отличается поступательностью, разнообразием и практической направленностью. Эффективным оказался используемый принцип долевого участия центра и регионов в формировании программ поддержки. Сформированная инфраструктура включает федеральные и региональные фонды, технопарки и бизнес-инкубаторы и охватывает большинство этапов инновационного процесса. Деятельность государственных органов могла бы быть более эффективной, если бы носила более комплексный характер и строилась на определенных системных принципах. На наш взгляд, ее основными недостатками являются неполное представление о реальных проблемах объекта регулирования и недостаточная координация деятельности ведомств, полномочных решать различные вопросы, связанные с проблемами инновационного предпринимательства.

Проведенный анализ позволил сформулировать ряд предложений для повышения результативности системы и механизмов государственной поддержки инновационного малого бизнеса. При подготовке предложений мы исходили из того, что конкретные решения могут быть предложены не всегда, поскольку в ряде случаев требуют участия в их разработке специалистов различного профиля, могут осуществляться различными способами. В этом случае мы видели свою задачу в том, чтобы указать на проблему и сформулировать направление ее возможного решения, довести до органов власти предложения и мнение предпринимателей. В целом, наши предложения адресованы не только органам власти и организациям инфраструктуры, но и самим предпринимателям.

Для удобства восприятия выработанные предложения упорядочены по нескольким группам:

IV.1. Совершенствование механизмов государственной поддержки

1. В целях оптимизации и повышения эффективности использования финансовых ресурсов представляется уместным поднять роль отраслевых внебюджетных фондов НИОКР и ответственность соответствующих ведомств. Предварительные исследования показывают, что ряд шагов в этом направлении мог бы включать:
 - введение в практику деятельности фондов открытых тендеров (по крайней мере, в рамках объявленной квоты, скажем в 30%) по заранее объявленным тематическим направлениям, включенным в перспективный перечень, отражающий стратегические направления развития отрасли;
 - расширение использования долевого (совместно с частными компаниями) финансирования проектов, выбираемых на условиях тендеров и пр.
2. Расширение практики кредитования патентования за рубежом перспективных разработок через РАН и, может быть, иные общественные или профессиональные союзы. По крайней мере, предварительные результаты позволяют предположить, что при должной организации процесса поддержка наиболее продвинутых разработок вполне может быть эффективно реализована на принципах кредитования, что уже имеет место в ограниченных масштабах. Условия такой поддержки могут быть установлены с учетом наработанной практики и мнения специалистов.

3. Результаты исследования показывают, что несмотря на множество действующих документов на всех уровнях (федеральных, региональных, отраслевых ...) практика привлечения МП к выполнению госзаказа носит ограниченный характер и нуждается в актуализации. Кроме того, необходимо разработать и реализовать комплекс организационных мер, обеспечивающих выполнение положений нормативных актов, запрещающих закупки импортного оборудования для государственных нужд при наличии отечественных аналогов без тщательных экспертных процедур. Соответствие этой меры концепции рыночной экономики может быть легко оспорено, однако на переходном этапе, когда государственные фонды поддерживают завершение ОКР, когда на закупку по импорту для госнужд используются бюджетные финансовые ресурсы, данная мера представляется вполне оправданной. По крайней мере настолько, насколько позволяет воспрепятствовать случаям корыстного принятия решений чиновниками.
4. Чрезвычайно актуальной является разработка мер поддержки российских предприятий, участвующих в тендерах на поставки высокотехнологичного оборудования как для госнужд, так и для крупных отечественных заказчиков. Меры государственной поддержки должны обеспечить им равные условия с зарубежными партнерами в части условий платежей. При разработке таких мер необходимо принимать во внимание, что для крупных проектов (например, в авиастроении) практика предоставления государственных гарантий не реализовалась. В нынешних условиях практически приемлемым является только льготное кредитование. Это необходимо иметь в виду при разработке мер поддержки для менее масштабных проектов, связанных с поставками МП.
5. Существенно облегчить положение, а следовательно, поддержать и способствовать развитию бизнеса могло бы решение проблем малых инновационных предприятий, арендующих помещения и оборудование у крупных предприятий и организаций. У государства должен быть вполне определенный критерий - поддерживать тех, кто доказал свою жизнеспособность. Практика, при которой предприятия - фактические банкроты могут существовать, паразитируя в том числе на арендаторах, не должна иметь места. Необходимо стимулировать разработку и принятие комплекса мер, гарантирующих таким МП, как минимум, стабильность бизнеса при банкротстве арендодателей, а, как максимум, предоставлять шанс на получение в собственность (при выполнении каких-то условий, в какой-то период и т.д.) занимаемых помещений и используемого оборудования. Такая идея декларируется на уровне московских структур власти, но на практике не реализуется. В процессе исследований мы сталкивались с проблемой, но ни разу не увидели ее положительного решения. Косвенным образом указанные меры способствовали бы заботе предпринимателей об имидже своей компании.

IV.2. Совершенствование и гармонизация законодательной базы

Исследование показало, что существующая нормативно-законодательная база, касающаяся различных аспектов инновационной деятельности, не носит целостного характера и нуждается в совершенствовании. Имеется в виду не столько принятие новых Законов, сколько возврат к невыполненным документам, внесение изменений и дополнений в действующие документы, устранение в них противоречий. В этой связи необходимо обратить внимание на следующие проблемы.

1. Различные недостатки патентного законодательства и практики. Наиболее часто отмечалось отсутствие в законодательстве стимулов к творческому труду, реальных механизмов контроля утечки знаний и ряд других. Это чрезвычайно развивающаяся и специфичная область законодательства формируется сегодня под прессингом и сплетением множества ведомственных интересов. Поскольку специально в задачи настоящего исследования не входило подробное исследование этой сферы законодательства, мы можем лишь констатировать актуальность привлечения специалистов для ее ревизии и разработки предложений по гармонизации.
2. В принятых на уровне Постановлений Правительства РФ документах, в той или иной мере относящихся к регулированию и поддержке инновационного бизнеса, есть ряд невыполненных положений, с которыми в свое время связывались надежды на кардинальный перелом в масштабах поддержки инновационной деятельности. В частности, Постановлением Правительства РФ от 7 мая 1997 г. № 543 было поручено ряду министерств «провести консультации с международными финансовыми организациями относительно возможности привлечения кредитов на финансирование высокоэффективных научно-технических и инновационных проектов»; Постановлением Правительства РФ от 31 марта 1998 г. № 374 был сформулирован целый комплекс мер, направленных на создание условий для привлечения инвестиций в инновационную сферу, включающий:

- подготовку предложений по практике привлечения средств зарубежных займов для финансирования инновационных проектов;
- разработку предложений по привлечению средств в высокорисковые проекты;
- поручения о внесении изменений в действующую нормативную базу, допускающих отнесение расходов на НИОКР на себестоимость продукции;
- финансовое обеспечение правовой охраны за рубежом объектов промышленной собственности, созданных с использованием средств федерального бюджета и пр.

Необходимо вернуться к этим документам, провести ревизию их положений и обеспечить выполнение актуальных пунктов (из перечисленных не потерял актуальность ни один).

3. Особенно отмечаем актуальность скорейшего решения законодательных и нормативно-правовых вопросов, связанных с созданием условий для развития в стране системы венчурного финансирования. Для этого необходимо в кратчайшие сроки с участием юристов и всех заинтересованных сторон (включая предпринимателей) разработать предложения и внести их на рассмотрение в Правительство и Думу для внесения необходимых изменений и дополнений в действующее законодательство.
4. На Западе важную роль в стимулировании инновационной деятельности предприятий играет экологическое законодательство. Наш подход принципиально отличается от западного - наши экологические органы нацелены на сбор платежей за пользование и загрязнение окружающей среды. Предприятия, прошедшие реконструкцию и перешедшие на экологически чистые технологии, продолжают платить за загрязнения, меньшие предельно допустимых концентраций. С другой стороны, штрафы за сверхнормативные выбросы существенно меньше ресурсов, необходимых для перевооружения производства, поэтому не выполняют роли стимулов снижения уровня загрязнения окружающей среды. Изменение принципов экологического законодательства способствовало бы внедрению новых технологий в производство.

IV.3. Совершенствование информационного обеспечения органов власти и предпринимателей

Исследование показало, что информационное обеспечение как элемент системы регулирования деятельности имеет ряд недостатков, приводящих к искажению и неполноте истинного образа объекта регулирования. Свои проблемы в области информационного обеспечения есть и у инновационного малого бизнеса. В этой связи представляются уместными следующие меры.

1. Ввести в формы статистической отчетности МП позиции, позволяющие контролировать состояние инновационной активности в этом сегменте предпринимательства. Целесообразность подобного шага не вызывает сомнений. Это позволило бы оперативно отслеживать масштабы и характер инновационной деятельности, реакцию на те или иные государственные решения, обеспечивать информацией, необходимой для разработки и корректировки конкретных мер поддержки. Обеспечить достаточную информацию может конечное число показателей. За основу может быть взята отчетность, принятая для крупных предприятий. В случае затруднительности введения всеобъемлющей отчетности, сбор информации мог бы быть организован на представительной выборке. Как альтернативный, может быть предложен сбор необходимой информации в ходе специальных обследований.
2. С целью анализа недостатков правовой базы, практики защиты и передачи прав на использование объектов промышленной собственности необходимо на один год ввести в формы статистической отчетности арбитражных судов отдельной строкой споры в области патентного права. По завершении года необходимо проанализировать процессуальные и содержательные аспекты таких споров на основании дел, поступающих в Высший арбитражный суд. Это поможет в разработке комплекса мер по гармонизации законодательства и совершенствования процессуальных норм, а также снятию других выявленных барьеров. В дальнейшем такие исследования могут быть повторены через некоторое время.
3. Для обеспечения большей полноты картины в области трансфера технологий целесообразно разработать и ввести механизм регистрации лицензионных договоров, по которым права на использование ОПС, разработанных российскими авторами, передаются в третьи страны.

4. Инновационные предприятия, особенно в регионах, испытывают сложности с доступом к специальной информации (ГОСТы, ведомственные нормативные акты, патентное законодательство и т.д.). В этой связи актуальным является не только оснащение региональных агентств малого бизнеса модемами, но и дотирование услуг по доступу в телекоммуникационные сети, а также финансирование работ по обеспечению доступности информационных ресурсов ведомств с использованием современных информационных технологий.
5. Представляется важным организовать изучение и распространение положительного опыта инновационной деятельности малых инновационных предприятий. Это способствовало бы не только тиражированию накопленного положительного опыта среди малых предприятий, но и на основании его разработке целенаправленных и конкретных мер поддержки, направленных на устранение выявленных барьеров.

IV.4. Развитие программ обучения и подготовки кадров

Подготовка кадров, как форма поддержки МБ, включена в уставные виды деятельности некоторых фондов и иных организаций инфраструктуры, поэтому наши предложения вполне реализуемы в рамках существующих правовых возможностей. Мы лишь считали необходимым обратить внимание на некие назревшие потребности.

1. Продолжает оставаться актуальной задача повышения экономической подготовки предпринимателей. Проведенное исследование показало, что хотя услуги по инвестиционному проектированию широко развиты, бизнес-планы готовятся квалифицировано, но сами предприниматели часто относятся формально к такому планированию, как к элементу процедуры, который они должны выполнить, чтобы с ними стали разговаривать. В действительности предприниматели испытывают затруднения в оперировании базовыми экономическими показателями, в понимании ключевых экономических категорий. Результат - неадекватные представления о своих возможностях, о способах компенсации потерь и, как следствие, неквалифицированное ведение переговоров о привлечении заемных средств и проблемы с их возвратом, если все же удалось привлечь кредитные ресурсы.
2. Появляется необходимость в квалифицированном сопровождении сделок по продаже предприятий зарубежному покупателю. Для этого нужны специально подготовленные компетентные специалисты, способные оценить бизнес, провести множество необходимых по западным стандартам предпродажных процедур и, наконец, подготовить документы к оформлению сделки. Хотя потребность в таких специалистах не является массовой, проблема существует. На наш взгляд, было бы полезно подготовить ограниченное число таких специалистов путем повышения квалификации юристов, работающих с МБ и аккредитованных при одном из технопарков (например, МГУ). Как вариант, можно рассматривать организацию такой переподготовки за счет средств зарубежных программ технического содействия, например, Тасис.
3. В регионах вне центральных областей существует дефицит дипломированных патентных поверенных. Подготовка таких специалистов хотя бы для крупных научных и оборонных центров необходима.
4. В силу специфики российского рынка высоких технологий на нем сегодня весьма востребованным является особый субъект рынка - сбытовик научно-технической продукции. Это посредник между автором и рынком, обладающий уникальными способностями: ему должен доверять автор, он должен уметь работать на рынке (знать специфические потребности отрасли) и он должен быть способен проконтролировать разработчика, то есть квалифицированно принять работу. Опыт переподготовки таких специалистов в Центре коммерциализации технологий АНХ при Правительстве РФ, в процессе которой обучение происходит на фоне реализации конкретного инновационного проекта (часто разработанного при участии обучаемого), включая юридическое оформление предприятия для его реализации, показывает высокую эффективность такого профессионального обучения-тренинга. Долевое финансирование обучающих программ в этой области представляется весьма полезным элементом инновационной политики. При этом конкурсный отбор проектов (предпринимателей) мог бы осуществляться из числа представляемых финансирующей структурой. Окончательное решение целесообразно принимать только после независимого обследования прошедших такой тренинг предприятий на предмет оценки бюджетной эффективности этой формы обучения.

IV.5. Решение конкретных вопросов

Необходимо проведение реструктуризации долгов инновационных МП перед фондами поддержки. До августа прошлого года частью фондов выдавались хоть и беспроцентные, но валютно-номинированные кредиты. Учитывая существенные потери, которые понесли МП в связи с банковским и финансовым кризисом, возврат кредитов на прежних условиях крайне обременителен и в ряде случаев просто невозможен. В этой связи было бы целесообразно начать реструктуризацию долгов и/или пересмотр условий возврата заемных средств.

ЧАСТЬ 2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

2.1. Теоретическая база исследования

В российской хозяйственной практике так сложилось, что из всех нововведений, осуществляемых на предприятиях, та их часть, которая относится к сфере менеджмента, в лучшем случае выступает как экзотика, чаще же всего она традиционно остается в тени не только для самих предприятий, но и при проведении исследований по проблемам инноваций. В то же время значимость качественного и эффективного управления, степень его влияния на результаты деятельности любой организации уже никем не подвергаются сомнению. Необходимость развития систем управления тоже не оспаривается. Однако сам инновационный процесс в сфере управления (в отличие от сферы основного производства, например) остается для многих достаточно неясным. Поэтому, прежде чем переходить к изложению результатов анализа ситуации с нововведениями в сфере менеджмента, сложившейся на российских малых предприятиях, необходимо определить основные понятия и теоретические позиции, с которых проводился анализ, а также саму логику диагностики и анализа. Прежде всего, это касается сущности управленческих нововведений и их типологии; границ таких нововведений; соотношения инновационных процессов на предприятии и управления; факторов, влияющих на эффективность управленческих новаций; установок руководителей в отношении процессов развития, а также тех основных тенденций развития менеджмента в странах с развитой рыночной экономикой, которые взяты нами за точку отсчета при анализе российской действительности.

В рамках данного исследования мы исходим из того, что процесс развития в любой организации должен быть управляемым. Средством управляемого развития являются нововведения, то есть целенаправленные изменения, новые элементы, сознательно внедренные в производственную культуру и структуру организации. Существует огромное множество изменений, возникающих в организации стихийно. Однако с инновационными процессами, с внедрением нововведений мы имеем дело только там, где проводятся целенаправленные изменения, соответствующие выбранному направлению развития, зафиксированным результатам, к которым должны привести изменения, и обеспечиваются все условия, при которых процесс преобразований протекает наиболее эффективно.

Основными характеристиками нововведения являются:

- предмет инновации (что изменяется и как изменяется);
- степень новизны;
- глубина преобразований (степени радикальности изменения предмета инновации);
- масштаб преобразований (затрагивается ли деятельность одной или нескольких сфер деятельности или всей фирмы в целом);
- уровень разработанности (степень подготовленности новшества к внедрению);
- потенциал новшества (оценка ожидаемого полезного эффекта и ее обоснование);
- ожидаемая продолжительность внедрения;
- трудоемкость внедрения;
- объем финансовых затрат на внедрение.

Для эффективного решения задачи управления инновационными процессами необходима специальная система. Такие системы на предприятиях складываются в основном путем проб и ошибок. Но путь этот не эффективный. Система управления развитием предприятия должна проектироваться на фундаменте современной науки управления.

Нововведение в контексте деятельности отдельного предприятия (то есть на его уровне) - это переход на новый, более совершенный способ деятельности, обеспечивающий рост возможностей предприятия. В данном случае не очень важно, каков этот новый уровень. Он может соответствовать лучшим образцам в рамках данной отрасли, передовому уровню в стране, лучшим мировым образцам,

последним достижениям научных исследований. В конечном итоге уровень нововведения будет задавать потенциал развития предприятия. Однако сам факт нововведения на предприятии определяется переходом к более высокому уровню производственных возможностей, имеет точкой отсчета прежний уровень и свидетельствует о развитии организации.

Если рассматривать предприятие как систему, то реализация каких-либо нововведений означает целенаправленное обновление любого ее элемента. По сути - это появление новой системы (с новыми элементами и связями, новыми значениями основных характеристик, выходных параметров). Традиционно выделяют продуктовые нововведения (то есть изменения самого результата деятельности предприятия), технические, технологические, а также нововведения в сфере управления.

Управленческие нововведения часто выпадают из поля зрения руководителей, сводящих обычно развитие предприятия к техническим или технологическим новациям. При таком подходе предприятие не рассматривается как система деятельности, из нее выхватывается лишь ее «основной» процесс. Потенциал организации воспринимается однозначно как технический и технологический. Организационный и кадровый потенциалы (то есть степень наращивания возможностей за счет более эффективного управления и использования человеческих ресурсов) серьезно не используются. Таким образом, возможности для развития существенно снижаются.

Если предприятие - это совокупность, система сфер деятельности, то управление осуществляется по отношению к элементам этой системы - производству, кадрам, финансам, реализации продукции и т.д., а также ко всей системе в целом. Разнообразные задачи, которые решаются в процессе управления, можно объединить, сведя к выполнению ряда базовых управленческих функций: планированию, организации, контролю, руководству, а также метафункции - анализу. Поскольку обновление, развитие любой деятельности происходит за счет совершенствования методов ее реализации, можно утверждать, что точками возможных нововведений в сфере менеджмента являются методы реализации вышеперечисленных функций при управлении всеми сферами деятельности предприятия, а также способы распределения этих функций на предприятии, то есть организационные структуры.

Проявление необходимости в управленческих новациях, а также их фактическое осуществление, происходят именно на уровне методов, которые используются руководителями предприятий при решении определенных задач в процессе управления теми или иными сферами деятельности.

Анализируя инновационные процессы в сфере менеджмента, важно отметить, что в основе управленческих нововведений лежат объективные процессы изменения условий хозяйственной деятельности предприятий и соответственного изменения содержания управленческой деятельности.

Можно выделить разные модели управления предприятием в зависимости от условий деятельности - модель рационального управления в спокойной, стабильной внешней среде; модель управления в условиях достаточно динамичного рынка и модель приспособления к спонтанно, неожиданно возникающим проблемам, угрозам и возможностям, проистекающим из внешней среды предприятия. Условия, в которых существует сейчас российский малый бизнес, в целом соответствуют последнему варианту. Это задает определенную логику анализа управленческих новаций. Во-первых, выявление того, в какой степени нововведения в управлении малыми предприятиями в России адекватны тенденциям развития социально-экономической ситуации в стране, а, значит, способны в известной мере повысить устойчивость малых предприятий и их выживаемость. Во-вторых, насколько процесс внедрения управленческих новаций соответствует известному мировому опыту.

В странах с развитой рыночной экономикой на определенном этапе их развития именно ускоренное нарастание неустойчивости финансово-экономических условий деятельности потребовало по-новому организовать управление предприятием. Сопrotивляясь переменам, фирма нередко создавала разрыв между своим поведением и жесткими требованиями своего окружения.

По мере изменения уровней нестабильности управленческая практика выработала ряд методов организации деятельности фирмы в условиях растущей непредсказуемости, новизны и сложности окружения. Чем сложнее и неожиданнее становилось будущее, тем, соответственно, больше усложнялись системы управления, причем каждая последующая дополняла предыдущую. В зависимости от усиления фактора нестабильности можно выделить четыре этапа в развитии этих систем.

1. Управление на основе контроля за исполнением (постфактум).

2. Управление на основе экстраполяции, когда темп изменений ускоряется, но будущее еще можно предсказать путем экстраполяции прошлого.
3. Управление на основе предвидения изменений, когда начали возникать неожиданные явления, и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них.
4. Управление на основе гибких экстренных решений в условиях, когда многие важные задачи (или обстоятельства внешней среды) возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть.

Таким образом, мировой опыт показывает, что необходимость выбора адекватной системы управления, а значит и нововведений в существующую систему управления предприятием объективно определяется уровнем нестабильности среды, в которой предприятие действует или собирается действовать; уровнем сложности и новизны задач, которые вытекают из окружающей обстановки; темпами происходящих изменений.

Кроме того, при проведении исследования мы полагали, что существует определенная связь между способностью системы управления предприятия к обновлению, управленческими нововведениями и:

- установками руководителей предприятия именно на развитие. Поскольку те предприятия, которые нацелены на выживание или на стабильное функционирование, обычно не видят необходимости в поиске и внедрении нововведений и решают очень конкретные, предельно обострившиеся проблемы;
- инновационной активностью предприятия в целом; тем, какие именно нововведения и с какой интенсивностью оно осуществляло. Поскольку, с одной стороны, инновационные процессы способны обострить проблемы управления и привлечь к ним внимание, а с другой, - готовность к нововведениям на таких предприятиях способна облегчить путь управленческим новациям;
- динамикой инвестиций предприятия - по причине той же внутренней готовности руководителей предприятия к обновлению деятельности, внимания к развитию, осознания необходимости затрат на развитие;
- уровнем финансовой устойчивости или уровнем прибыльности. Поскольку это может служить показателем эффективности управления, а в ситуации финансово-экономического кризиса еще и способности к гибкости управления, способности перестраиваться в зависимости от меняющихся условий деятельности, а, значит, и способности к управленческим нововведениям;
- возрастом выпускаемой продукции. Поскольку предприятия, имеющие более зрелый продукт, обладают большим опытом хозяйствования в меняющихся за последнее время условиях деятельности, с большей вероятностью были вынуждены перестраивать в чем-то свою деятельность, возможно, менять что-либо в своем управлении (косвенный показатель возраста МП).

Для проверки своих предположений и выявления действительной связи между вышеназванными факторами и ситуацией с управленческими нововведениями на малых предприятиях из всей совокупности респондентов были выделены определенные группы и проанализированы ответы респондентов каждой из них на вопросы об управленческих новациях. Эти группы составили предприятия:

- имеющие разную отраслевую принадлежность по основному виду деятельности;
- имеющие разные цели деятельности: развитие, стабильное функционирование, выживание;
- осуществлявшие и не осуществлявшие продуктовые новации до 1994 г., в 1995-96 гг., в 1997 г., в 1998 г.;
- осуществлявшие и не осуществлявшие процессные инновации в эти же периоды времени;
- имевшие нечто новое в деятельности фирмы за последние 2 года (новых потребителей, товары, поставщиков, посредников, виды деятельности, технологии и т.д.);
- имеющие разный уровень конкуренции: ее отсутствие, низкий уровень, умеренный, высокий и очень высокий;
- имеющие разную возрастную структуру продукции (то есть, долю продукции со сроком производства менее 1 года, от 1 до 3 лет, от 3 до 5 лет, более 5 лет);

- имеющие разный уровень прибыльности: высокий, средний, низкий;
- имеющие разную динамику инвестиций.

Проведенный анализ данных опроса показал, что значимые различия в распределении ответов на вопросы, связанные с управленческими нововведениями, были выявлены лишь в зависимости от уровня прибыльности предприятий, динамики их инвестиций, заявленных целей деятельности, по некоторым вопросам - от основного вида деятельности.

Таким образом, описание результатов анализа состояния управленческих нововведений на малых предприятиях приводится по всей выборке в целом и по тем группам МП, которые показали значимые отличия в распределении ответов респондентов.

В качестве базы для расчетов использовались как общее число респондентов - 282 человека, так и число ответивших на тот или иной вопрос. Приводимые в тексте процентные соотношения имеют указания на то, какая именно база использована для расчетов.

V. Инновации в решении управленческих задач на малых предприятиях

Основанием для управленческих нововведений является изменение задач, решаемых предприятием, которое, в свою очередь, вызвано объективными изменениями, происходящими во внешней среде его деятельности. Это верно как для стран с развитой рыночной экономикой, так и для развивающегося российского бизнеса. Причем важно то, что число новых задач, обусловленных изменениями обстановки, неуклонно возрастает. Многие из них принципиально новы и не подлежат решению, исходя из опыта, полученного нашими управленцами в прежних условиях. Трудность состоит и в том, что специфика преобразования российской экономики не дает возможности постепенного вызревания рыночных отношений, плавного перехода от одной стадии к другой, как это было на Западе, и, соответственно, постепенного усложнения систем управления рыночным поведением предприятий. Быстрое вхождение России в мировую рыночную систему создает определенный разрыв между объективными условиями деятельности предпринимательских организаций и уровнем технологии управления, который в состоянии реализовать управляющие этих организаций. Причем, темп изменения внешних условий существенно превосходит темп перестройки сознания и уровня профессиональной компетентности подавляющего большинства российских управленцев (в том числе и руководителей малых предприятий, которые, как правило, не обладают специальной подготовкой в сфере менеджмента). Ликвидация этого разрыва возможна за счет постоянного обновления систем управления на предприятиях, внедрения управленческих новаций, позволяющих учесть исторический опыт развития управления как области профессиональной деятельности и с технологической точки зрения приблизиться к современному уровню стран с развитой рыночной экономикой.

Развитие теории и практики управления прошло несколько существенных этапов.

Период до 30-х годов XX века в промышленно развитых странах характерен тем, что стержнем было развитие производственной структуры, созданной в период промышленного переворота. Это была так называемая эпоха массового производства. Главная задача предпринимателя состояла в совершенствовании механизма производства с тем, чтобы снизить издержки и предложить продукцию по самой низкой цене. Все внимание управляющих было сосредоточено на эффективной работе производственного механизма, поскольку внешняя среда была достаточно определенной и благоприятной - отрасли были четко разграничены и имели хорошие перспективы роста. Благоприятными были в этих странах (прежде всего в США) общие законодательные и политические условия - государство редко вмешивалось в дела свободного предпринимательства, политический и социальный контроль были минимальными, условия свободной конкуренции защищались, при необходимости принимались меры экономического протекционизма.

Когда в 30-е годы спрос на основные потребительские товары стал близок к насыщению, рыночная ориентация стала залогом успеха, в отличие от прежней производственной ориентации. Главные задачи управления сместились в сторону продвижения товаров на рынок, рекламы, организации более эффективного сбыта, поиска мер воздействия на выбор потребителей. Переход к рыночной ориентации потребовал смены самого подхода к решению управленческих задач - их нужно было рассматривать не изнутри фирмы, а извне, из ее окружения. Это, в свою очередь, потребовало изменений в организации управления и в том инструментарии, которым оно осуществлялось.

С середины 50-х годов, в так называемую «постиндустриальную» эпоху, началось ускоренное изменение общих условий деятельности фирм во многих промышленно развитых странах: инфляция, растущее вмешательство со стороны государства, вторжение иностранных конкурентов, технологические прорывы во многих отраслях, изменения в структуре экономики и рынка. Таким образом, управленческие задачи стали еще более сложными, поскольку общая ориентация на рыночные условия осложнилась растущей изменчивостью этих условий.

По мере появления новых проблем в управлении предприятиями появлялись новые задачи, а, следовательно, и механизмы управленческой деятельности. Прежде всего, планирование деятельности предприятий, так называемое внутрифирменное планирование, претерпело значительную эволюцию,

в ходе которой поменялись не только конкретные методы планирования, но и основные принципы этой деятельности.

Так, уже в 70-е годы в США появилось стратегическое управление - наиболее современная модификация внутрифирменного планирования, знаменовавшая отход от долгосрочного планирования и сочетавшая в себе как разработку стратегии деятельности, так и превращение этой стратегии в текущие производственно-хозяйственные планы фирмы.

Настоящая управленческая революция началась в американской экономике на рубеже 80-х годов. Так называемые нефтяные шоки, изменение обстановки в ближневосточном регионе, вторжение японских конкурентов на рынки электроники и автомобилей, финансовые потрясения, крупнейшие технологические прорывы в электронике, биотехнологии и т.д. - все это потребовало резкой переориентации деятельности многих фирм, а значит поставило и новые управленческие задачи. Это был переход к новой управленческой парадигме, суть которой состояла в определенном отказе от управленческого рационализма, от изначального убеждения, что успех фирмы определяется, прежде всего, рациональной организацией производства продукции, снижением издержек за счет выявления внутрипроизводственных резервов, повышения производительности труда и использования всех видов ресурсов. При таком подходе предприятие рассматривалось как «закрытая» система, цели и задачи которой остаются достаточно стабильными в течение длительного периода времени, как и общие условия деятельности. Долгое время этот управленческий подход был оправдан, он обеспечивал фирмам развитие и успешную конкуренцию, позволил отточить формы и методы внутрифирменного управления, связанного с эффективным использованием внутреннего потенциала.

Новая парадигма менеджмента в развитых странах основана на системном и ситуационном подходе к управлению. Фирма рассматривается как «открытая» система, ее успех связывается, прежде всего, с тем, насколько удачно она приспосабливается к своему внешнему окружению: экономическому, социальному, научно-техническому и т.д. Сумеет ли предприятие вовремя распознать угрозы для своей деятельности, не упустит ли оно появляющиеся во внешней среде возможности, сможет ли извлечь максимум выгоды из этих возможностей - вот главные критерии эффективности всей системы управления, по отношению к которым внутренняя рациональность организации производства и управления являются вторичными.

Ситуационный подход к управлению гласит, что построение внутрифирменной системы управления есть не что иное, как ответ на различные по своей природе воздействия со стороны внешней среды, а также учет технологии производства и качества человеческих ресурсов.

Специфика российской социально-экономической действительности заключается в том, что для наших предприятий объективно эта управленческая парадигма является сейчас наиболее актуальной. Однако, следует признать, что российские руководители еще не успели толком освоить предыдущий подход и по-настоящему научиться не только максимально использовать потенциал организации, но и адекватно его оценивать.

Общие условия, в которых действуют наши предприниматели, характеризуются достаточно высоким уровнем изменчивости, высоким уровнем вмешательства государства при наличии политической нестабильности и недостаточности экономического протекционизма, несформированностью рыночных механизмов, то есть всем тем, что требует ориентации управления, прежде всего, на внешнюю среду. Наиболее значимое качество управления в нынешних условиях - это гибкость, способность переориентироваться на решение новых задач, использовать новые, адекватные условиям, формы и методы управления.

V.1. Наиболее сложные управленческие задачи

Настоящее исследование показало, что по мере формирования у предприятий рыночно ориентированного поведения у них меняется отношение к задачам управления. Происходит осознание неудовлетворительности имеющегося арсенала средств управленческой деятельности, понимание необходимости изменений.

Так, из 282 руководителей МП, участвовавших в анкетировании, 76% отметили, что испытывают затруднения в решении управленческих задач, указав при этом в среднем на две задачи из предложен-

ного им списка. При этом все управленческие задачи разделились по степени трудности для предпринимателей на четыре группы (см. Таблицу 8).

На первом месте оказалось стратегическое планирование деятельности предприятия (на него указали 40% испытывающих затруднения руководителей, что составило 30% всех опрошенных). При этом среди руководителей предприятий, основная цель которых на ближайший год - выживание, число испытывающих подобное затруднение больше (46%), чем среди руководителей предприятий, ориентированных на стабилизацию (37%) и развитие (39%).

Таблица 8

Распределение управленческих задач по степени их трудности для руководителей МП (в % к числу всех ответов)

Задачи управления	Распределение ответов
Стратегическое планирование деятельности предприятия	40
Анализ и выявление скрытых проблем в деятельности	27
Анализ и оценка внешней среды предприятия	23
Планирование текущей деятельности предприятия	21
Создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач	16
Создание системы внедрения нововведений	14
Стимулирование продуктивной работы подчиненных	14
Организация эффективного учета на предприятии	12
Формирование функциональной структуры управления	7
Анализ результатов деятельности предприятия	6

Лидерство стратегического планирования не вызывает удивления и объясняется тем, что сама по себе задача выработки стратегии и построения планов предприятия на основе такой стратегии является новой для российской экономической практики. В дореформенный период при относительно стабильных социально-экономических условиях, медленном изменении техники и технологии, управляемой финансовой ситуации, довольно слабой международной конкуренции предприятиям удавалось строить свою деятельность без специальной проработки и обоснования, ясной формулировки своих стратегий. Более того, стратегических планов на уровне отдельных предприятий просто не существовало. Становление рыночной системы сделало эту задачу актуальной. В условиях возросшей изменчивости среды возникает объективная необходимость проработки предприятиями своей стратегии. Это может помочь им избежать финансовых потерь, упущенных возможностей или вообще угрозы самому существованию бизнеса. Стратегическое планирование существенным образом отличается от долгосрочного. Последнее ориентировано на длительный период времени и осуществляется, как правило, путем экстраполяции выявленных тенденций на будущее. Стратегическое планирование построено на анализе перспектив предприятия, выявлении тех влияний, которые способны сложившиеся тенденции нарушить. Оно предполагает, кроме того, анализ позиций предприятия в конкурентной борьбе и выбор стратегии действий, то есть установление приоритетов в деятельности. Стратегическое планирование не означает привязки к длительным временным интервалам. Оно лишь определяет способ планирования - движение от стратегии. Более того, чем более неопределенной является среда, тем короче должна быть длина планов для того, чтобы обеспечить гибкость и возможность корректировки действий.

Из ответов респондентов следует, что они ощущают наиболее острый недостаток знаний и умений, необходимых для решения этой принципиально новой управленческой задачи, ведь в опыте российских руководителей не существует ничего, что могло бы им помочь, а руководители малых и средних предприятий к тому же, как правило, не имеют специальной подготовки в сфере менеджмента. Даже те из них, кто начинал свою управленческую карьеру в дореформенный период, не имеет в этом смысле преимуществ перед более молодыми руководителями, поскольку их прежний опыт не связан с решением подобных задач.

На втором месте по степени трудности решения оказались сразу три управленческие задачи, которые также являются достаточно новыми для практики российских руководителей и не могут эффективно решаться на основе прежнего опыта:

- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 27% испытывающих затруднения руководителей);
- анализ и оценка внешней среды предприятия (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 23% испытывающих затруднения руководителей);
- планирование текущей деятельности предприятия (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 21% испытывающих затруднения руководителей). При этом среди руководителей, ориентированных на выживание своих фирм, испытывают затруднения с данной задачей 29%; среди ориентированных на стабильное функционирование - 20%; а среди тех, кто ориентирован на развитие - только 5%.

То, что в состав этой группы попало традиционное в общем-то планирование текущей деятельности предприятия, подтверждает тезис об отсутствии четких ориентиров, на которых построено текущее планирование. Сейчас в условиях высокой нестабильности и последствий финансово-экономического кризиса, таких как изменение структуры покупательского спроса, общее снижение платежеспособного спроса, недостаток оборотных средств и т.д. планирование объемов, ассортимента и других показателей может представлять для руководителей малого бизнеса значительную трудность.

Третье место по трудностям, возникающим при решении, заняла группа достаточно традиционных управленческих задач, в решении которых российские руководители чувствуют себя относительно уверенно. Это:

- создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 16% испытывающих затруднения руководителей);
- создание системы внедрения нововведений (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 14% испытывающих затруднения руководителей);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 14% испытывающих затруднения руководителей);
- организация эффективного учета на предприятии (наличие трудностей при решении этой задачи отметили 12% испытывающих затруднения руководителей).

То, что создание системы внедрения нововведений для руководителей не представляет значительных трудностей, может быть связано не со степенью ее сложности, а с тем, что такая задача многими из них даже не ставится.

На четвертом месте оказались управленческие задачи, при решении которых у опрошенных руководителей практически не возникает затруднений. Это:

- формирование функциональной структуры управления (всего 7% ответивших);
- анализ результатов деятельности предприятия (6%).

Вероятно, эти задачи воспринимаются подавляющим большинством опрошенных руководителей как стандартные, не требующие переосмысления, а потому и наиболее доступные для решения.

Были выявлены некоторые различия в определении управленческих задач, вызывающих наибольшие затруднения при решении, в зависимости от основного вида деятельности фирмы.

Так, кроме стратегического планирования, для руководителей предприятий общественного питания и строительства наибольшие затруднения связаны с планированием текущей деятельности предприятия (38% и 29% ответов соответственно), а для жилищно-коммунального хозяйства - с анализом и выявлением скрытых проблем (46%).

Наоборот, отсутствуют затруднения:

- у представителей сферы строительства - при создании эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (0%) и стимулировании продуктивной работы подчиненных (0%);

- у представителей сферы информационно-вычислительного обслуживания при создании системы внедрения нововведений (0%).

Выявилась прямая зависимость между долей руководителей, указавших на затруднения при решении управленческих задач, и прибыльностью предприятий: чем выше уровень прибыльности, тем выше доля отметивших затруднения.

Для убыточных предприятий, 71% руководителей которых испытывают затруднения при решении управленческих задач, наряду со стратегическим планированием (44% случаев) наиболее трудной является такая управленческая задача, как планирование текущей деятельности (41%). Это свидетельствует, скорее всего, о том, что сама убыточность является объективным результатом как неэффективной текущей деятельности, так и неумения выстроить стратегию бизнеса, что, собственно и подтверждают субъективными оценками руководители этих предприятий, отмечая затруднительность для себя решения данных управленческих задач.

Для большинства предприятий с небольшой и средней прибыльностью (соответственно 77% и 81% руководителей которых указывают на затруднения при решении управленческих задач) основные трудности, по оценкам респондентов, связаны с созданием системы контроля (30% и 37% соответственно).

Доля руководителей, испытывающих затруднения при решении управленческих задач, изменяется также в зависимости от динамики инвестиций: для предприятий, значительно уменьшивших инвестиции, она составляет 94% и снижается до 79% для предприятий, увеличивших объем инвестиций. Это служит прямым подтверждением связи между успешностью деятельности предприятия, его способностью к развитию, выражающейся в росте объема инвестиций, и качеством управления. Относительно более высокий уровень квалификации управленцев проявляется в более низкой доле испытываемых ими затруднений в деятельности и в более успешных результатах этой деятельности.

Структура затруднений в основном совпадает с приведенным выше распределением по всей выборке в целом. Отличия были выявлены для предприятий, которые увеличили инвестиции по сравнению с предыдущим годом. Их представители в равной степени не считают для себя трудными такие управленческие задачи как:

- стратегическое планирование (9%);
- анализ внешней среды предприятия (9%);
- анализ результатов деятельности предприятия (9%);
- планирование текущей деятельности (9%);
- формирование функциональной структуры (9%).

V.2. Необходимость в новых методах решения управленческих задач

Только 71% опрошенных руководителей МП считают, что для решения управленческих задач необходимы новые методы, причем каждый из них в среднем выделил по две таких задачи (2,2). Это несколько меньше числа тех, кто сталкивается с затруднениями в решении управленческих задач (напомним, 76% признались, что испытывают подобные затруднения, отметив при этом в среднем по две задачи). Можно предположить, что определенная часть руководителей, участвовавших в опросе, не видит прямой связи между трудностями в своей управленческой деятельности и теми методами, которые они используют в процессе этой деятельности. В то же время разрыв между фиксацией затруднений в деятельности и фиксацией необходимости в новых способах деятельности, проявившийся у определенной части респондентов, свидетельствует и о недостаточной заинтересованности в устранении этих затруднений, в совершенствовании управления. Косвенным образом это демонстрирует субъективную низкую значимость проблем управления для опрошенных руководителей.

В зависимости от основной цели предприятия на ближайший год есть некоторые различия: руководители предприятий, ориентированных на выживание и стабилизацию, отметили в среднем по 1,9 задач, в решении которых нужны новые методы, а те, кто в качестве основной цели поставили развитие, - 3,3. Это служит косвенным подтверждением того факта, что ориентация на развитие, выраженная частью опрошенных руководителей, не является для них декларацией, а имеет под собой опре-

деленные установки и обоснования. Это прямым образом подтверждает установку части респондентов на развитие, поскольку они демонстрируют понимание необходимости совершенствования методов управления, понимание связи между эффективностью деятельности предприятия, его развитием и качеством управления.

По результатам анкетирования все задачи разделились на четыре группы (см. Таблицу 9).

Таблица 9

Распределение управленческих задач в зависимости от оценки необходимости использования новых методов для их решения (в % к числу всех ответов)

Задачи управления	Распределение ответов
Стратегическое планирование деятельности предприятия	37
Анализ и выявление скрытых проблем в деятельности	30
Анализ и оценка внешней среды предприятия	30
Планирование текущей деятельности предприятия	24
Создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач	20
Организация эффективного учета на предприятии	20
Стимулирование продуктивной работы подчиненных	19
Анализ результатов деятельности предприятия	17
Создание системы внедрения нововведений	16
Формирование функциональной структуры управления	9

Первое место занимает стратегическое планирование деятельности предприятия, которое было отмечено 37% руководителями, ориентированными на новые методы управления, что составляет 26% от общего количества участвующих в опросе. При этом только 44% руководителей, испытывающих затруднение при стратегическом планировании, считают, что здесь необходимы новые методы. Остальные 56%, по-видимому, связывают свои затруднения не с отсутствием эффективных методов деятельности, а совсем с другими причинами.

Необходимость в изменении методов стратегического планирования наиболее остро ощущают руководители предприятий, которым необходимо выжить (46%) и развиваться (42%), менее - ориентированные на стабильное функционирование (28%). Скорее всего, это связано с тем, что руководители предприятий, настроенных на выживание и на развитие (первые даже в большей степени), понимают необходимость изменений в своей деятельности, умения правильно оценивать внешние и внутренние возможности, анализировать условия деятельности, правильно выбирать стратегию действий. В то же время те, кто ориентируется на стабильное функционирование, косвенно выражают определенную удовлетворенность существующим положением своего предприятия, нацелены на его воспроизводство и не связывают желаемую стабильность положения с умением строить стратегию действий.

Тот факт, что при оценке необходимости новых методов управления, так же как и при оценке затруднений, устойчиво лидирует задача стратегического планирования, свидетельствует о том, что для руководителей малых предприятий в России обращение к стратегии постепенно становится актуальным. Предприниматели убеждаются, что в ситуациях социально-экономической нестабильности традиционные принципы и опыт управления не помогают выживать и развиваться, искать и использовать новые возможности для бизнеса.

Второе место среди управленческих задач, для решения которых требуются новые методы, заняли две задачи, набравшие одинаковое количество сторонников (23% от общего числа опрошенных и 30% от ориентированных на новые методы решения управленческих задач):

- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия;
- анализ и оценка внешней среды предприятия.

Примерно половина руководителей, испытывающих затруднения при решении каждой из этих задач, ориентирована на новые методы работы: 48% и 47% соответственно.

Потребность в новых способах решения вышеназванных задач осознана почти половиной руководителей, ориентированных на развитие своих фирм (47% и 42%), в отличие от тех, чья основная цель - выживание или стабильное функционирование, где необходимость в новых методах фиксируется примерно четвертью ответивших.

Выделение именно этих управленческих задач демонстрирует, что субъективные установки руководителей малых предприятий сближаются с объективными тенденциями изменения как мировой, так и российской практики менеджмента. Предприятия начинают заботиться о гибкости и адаптивности своих систем управления, нацеливаться на выявление новых проблем и выработку новых решений с учетом внешних условий деятельности больше, чем на планирование текущей деятельности и контроль за уже принятыми решениями. А это уже можно трактовать, как определенный отход от управленческого рационализма.

То, что лишь половина респондентов, сталкивающихся с затруднениями в анализе проблем предприятия и его внешней среды, считает необходимым изменить методы этой работы, свидетельствует о следующем. Даже первый шаг на пути к управленческим новациям - признание самой необходимости изменения методов управления, к сожалению, готовы сделать далеко не все предприниматели. В этом тоже проявляется высказанное ранее предположение о недостаточной заинтересованности руководителей малых предприятий в устранении затруднений, в совершенствовании управления; о субъективно низкой значимости для них существующих (и уже осознанных) проблем управления.

Вполне логично, что большую готовность на этой стадии демонстрируют те, кто ориентирован на развитие, а меньшую - те, кто ставит своей целью выживание или стабильное функционирование. Это происходит потому, что ориентация на развитие предполагает наличие внутренней психологической готовности делать реальные шаги в этом направлении.

На третьем месте - шесть управленческих задач, требующих для эффективного решения новых методов:

- планирование текущей деятельности предприятия (на необходимость новых методов решения этой задачи указали 24% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 17% от всех респондентов. При этом только 23% руководителей, испытывающих затруднения при решении этой задачи посчитали, что здесь необходимы новые методы);
- создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (на необходимость новых методов создания системы контроля указали 20% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 14% от всех респондентов. При этом 41% руководителей, испытывающих затруднения при решении этой задачи, посчитали, что здесь необходимы новые методы);
- организация эффективного учета на предприятии (на необходимость новых методов решения этой задачи указали 20% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 14% от всех респондентов. При этом 44% руководителей, испытывающих затруднения при решении данной задачи посчитали, что здесь необходимы новые методы);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (на необходимость новых методов стимулирования указали 19% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 13% от всех респондентов. При этом 58% руководителей, испытывающих затруднения при решении этой задачи посчитали, что здесь необходимы новые методы. Самый высокий процент среди всех задач);
- анализ результатов деятельности предприятия (на необходимость новых методов анализа указали 17% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 12% от всех респондентов. При этом минимальное количество руководителей, испытывающих затруднения при решении этой задачи (9%), посчитали, что им необходимы новые методы);
- создание системы внедрения нововведений (на необходимость новых методов при внедрении нововведений указали 16% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 11% от всех респондентов. При этом 44% руководителей, испытывающих затруднения при решении этой задачи, посчитали, что здесь необходимы новые методы).

Характерно, что в отношении перечисленной группы задач, оказавшихся на третьем месте, проявилась та же тенденция: снижение доли руководителей, признающих необходимость новых методов управления, по сравнению с теми, кто испытал затруднения при решении соответствующих управленческих задач. Это делает еще более обоснованным высказанное ранее предположение о недос-

таточной заинтересованности и преимущественно низкой готовности опрошенных предпринимателей к управленческим новациям.

Различия между отдельными задачами данной группы по признаку соотношения доли испытывающих затруднения в их решении и доли признающих необходимость новых методов свидетельствуют, скорее всего, о том, что респонденты по-разному оценивают субъективную трудность этих задач. Так, например, стимулирование продуктивной работы подчиненных является, судя по ответам респондентов, более сложной для них задачей. Самооценка собственных возможностей более успешного ее решения явно невысока, поскольку более 58% из тех, кто отметил затруднения, нуждаются в новых методах. В то же время, респонденты продемонстрировали, что такая задача, как анализ результатов деятельности предприятия, вполне им по силам. Они достаточно высоко оценивают уже имеющиеся у них возможности ее решения, и, хоть определенная часть респондентов испытывает некоторые затруднения в подобной работе, только 9% из них нуждаются в новых методах. Таким образом, затруднения в анализе результатов деятельности своего предприятия опрошенные руководители МП явно связывают не с отсталыми методами решения этой задачи.

На четвертом месте оказалась управленческая задача, при решении которой большинство опрошенных руководителей устраивают имеющиеся методы. Это формирование функциональной структуры управления. Необходимость использования новых методов отметили всего 9% считающих, что новые методы вообще необходимы, или 7% от всех респондентов. При этом всего 26% руководителей, испытывающих затруднения при решении этой задачи, посчитали, что здесь необходимы новые методы.

Можно уверенно зафиксировать отсутствие статистически значимой связи между затруднениями, которые руководители испытывают при решении управленческих задач, и фиксируемой ими необходимостью в новых методах их решения. Руководители, испытывающие затруднения при решении различных задач по управлению фирмой, только частично связывают их с отсутствием новых методов управления. При этом связь затруднений с потребностями в новых методах, с точки зрения решаемых управленческих задач, выглядит следующим образом.

Для таких управленческих задач, как анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия; анализ и оценка внешней среды предприятия; стратегическое планирование; организация эффективного учета; создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач почти половина испытывающих затруднения фиксирует потребность в новых методах.

Среди руководителей фирм, испытывающих затруднения при анализе результатов деятельности фирмы, практически отсутствуют испытывающие необходимость в новых методах анализа (всего 9%).

Для остальных задач количество испытывающих потребность в новых методах составляет от 35% (стимулирование продуктивной работы подчиненных) до 24% (планирование текущей деятельности).

В зависимости от основного вида деятельности МП выявились некоторые различия в ранжировании управленческих задач с точки зрения необходимости новых методов для их решения. Так, в строительстве предпочтение отдается следующим управленческим задачам:

- анализ результатов деятельности предприятия (50% испытывающих потребность в новых методах);
- планирование текущей деятельности предприятия (40%);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (30%).

Для информационно-вычислительного обслуживания потребность в новых методах ощущается, в первую очередь, при решении задач:

- анализ и оценка внешней среды предприятия (50%);
- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (50%).

Наука и научное обслуживание на первое место ставит три управленческие задачи:

- анализ и оценка внешней среды предприятия (36%);

- стратегическое планирование деятельности предприятия (33%);
- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (31%).

В зависимости от прибыльности предприятия количество руководителей, считающих, что требуются новые методы для решения управленческих задач, изменяется следующим образом: для фирм, работающих в убыток - это 56% руководителей, а для прибыльных - 70 и 78%. При этом количество управленческих задач, отмеченных одним руководителем, также растет:

- на одного руководителя убыточного предприятия в среднем приходится 2,1 задач, требующих новых методов;
- на одного руководителя предприятия с небольшой прибыльностью в среднем приходится 2,2 задач, требующих новых методов;
- на одного руководителя предприятия со средней прибыльностью в среднем приходится 2,8 задач, требующих новых методов.

Такое распределение ответов служит подтверждением высказанного ранее предположения о наличии связи между успешностью деятельности предприятия, в частности, его прибыльностью, и качеством управления. Прибыльные предприятия, несомненно, отличаются более качественным менеджментом, для которого характерно, в том числе, внимание к проблемам управления и более высокий уровень осознания необходимости совершенствования методов управления предприятием.

Для убыточных предприятий (в отличие от предприятий со средней и небольшой прибыльностью, поставивших на первое место стратегическое планирование (42% и 41% соответственно) потребность в новых методах наиболее ощутима для задач, связанных с их текущим функционированием:

- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (41%);
- анализ и оценка внешней среды предприятия (37%);
- создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (30%).

Тот факт, что стратегическое планирование исчезло для убыточных предприятий с первого места, как только речь зашла о необходимости в новых методах управления, говорит, скорее всего, о том, что убыточные предприятия не настроены на будущее, они задавлены текущими проблемами и более всего желают с ними разобраться. Констатируя затруднения с решением задач стратегического планирования, они не фиксируют необходимости в новых методах решения этих задач, поскольку, вероятно, и не предполагают пока решать эти задачи, считают их пока не актуальными.

В зависимости от динамики инвестиций можно отметить ряд отличий в распределении задач, требующих новых методов решения, по уровню предпочтений.

Из руководителей предприятий, значительно уменьшивших объем инвестиций, практически все (94%) отмечают потребность в изменении методов решения управленческих задач. Наиболее ощущается ими потребность в новых методах при анализе внешней среды предприятия (41%), а также при анализе и выявлении скрытых проблем предприятия; стратегическом планировании; стимулировании продуктивной работы подчиненных, получивших по 29% ответов респондентов.

Такая высокая доля отметивших необходимость в новых методах управления в этой группе, вероятно, связана с тем, что предприятия, осуществлявшие ранее инвестиции, являются достаточно развитыми и инновационно ориентированными. В то же время значительное снижение объемов инвестиций является для них, вероятно, следствием не только объективных причин, но и недостаточной эффективности управления предприятием, неспособности выработать адекватную условиям хозяйственную политику. Отсюда - внимание к обновлению системы управления, осознание необходимости в новых методах управления, прежде всего для решения таких задач, как анализ внешней среды, стратегическое планирование, выявление скрытых проблем предприятия.

Для предприятий, увеличивших объем инвестиций, где 79% руководителей продемонстрировали наличие потребностей в изменении методов решения управленческих задач, наиболее остро ощущается потребность в новых методах при стратегическом планировании деятельности предприятия (46%). На втором месте - создание системы контроля (36%), на третьем - анализ и выявление скрытых про-

блем предприятия (27%); анализ внешней среды предприятия (27%); организация эффективного учета на предприятии (27%).

Здесь распределение ответов тоже служит подтверждением высказанного ранее предположения о наличии связи между успешностью деятельности предприятия, его способностью к развитию, выражающейся в росте объема инвестиций, и вниманием к проблемам управления. Успех в инвестиционной политике предприятия, несомненно, обусловлен грамотным управлением. Соответственно, руководители этой группы предприятий демонстрируют понимание того, что для закрепления успеха необходимо совершенствовать методы решения важнейших управленческих задач, в частности, стратегического планирования.

Количество управленческих задач, требующих новых методов решения, в среднем выбранных одним руководителем, изменяется в зависимости от основной цели на ближайший год и составляет:

- для всех предприятий - 2,2;
- для ориентированных на выживание - 1,9;
- для ориентированных на стабилизацию - 2,0;
- для ориентированных на развитие - 3,3.

Такое распределение ответов еще раз с очевидностью показывает, что ориентация на развитие, высказанная опрошенными руководителями МП, подтверждается их более высокой готовностью делать практические шаги к управленческим новациям, признанием более широкого (по сравнению с другими подгруппами) спектра задач, которые нуждаются в обновлении методов решения.

V.3. Намерения изменить методы решения управленческих задач

Как показал опрос, количество желающих изменить методы решения управленческих задач несколько меньше, чем испытывающих затруднения при их решении и испытывающих потребность в новых методах решения и составляет 65% всех опрошенных руководителей.

В зависимости от основной цели предприятия доля руководителей, намеренных изменить методы, минимальна для предприятий, ориентированных на выживание (53%). Для руководителей, имеющих в качестве основной цели развитие, она составляет 72%, а стабильное функционирование - 78%. И если для руководителей, ориентированных на развитие своих фирм, на каждого, имеющего намерения изменить методы решения управленческих задач, в среднем приходится по 2,8 задачи, то для имеющих в качестве цели стабильность - это 2,3 задачи, а для «выживающих» - 1,9.

С точки зрения намерений руководителей в ближайшее время изменить методы решения, все управленческие задачи сгруппировались следующим образом (см. Таблицу 10).

Таблица 10

Распределение управленческих задач в зависимости от намерений руководителей изменить методы их решения (в % к числу всех ответов)

Задачи управления	Распределение ответов
Стратегическое планирование деятельности предприятия	27
Планирование текущей деятельности предприятия	27
Создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач	27
Стимулирование продуктивной работы подчиненных	26
Анализ результатов деятельности предприятия	25
Анализ и выявление скрытых проблем в деятельности	23
Создание системы внедрения нововведений	23
Организация эффективного учета на предприятии	20
Анализ и оценка внешней среды предприятия	20
Формирование функциональной структуры управления	9

Первую группу составили:

- стратегическое планирование (29% всех имеющих намерения изменить методы решения или 19% всех опрошенных. Среди руководителей фирм, ориентированных на развитие, их доля составляет 41%);
- планирование текущей деятельности предприятия (27% ответивших);
- создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (27%);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (26%);
- анализ результатов деятельности предприятия (25%);
- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (23%);
- внедрение нововведений (23% всех, имеющих намерения. Среди руководителей фирм, ориентированных на выживание, эта доля составляет всего 13%);
- анализ и оценка внешней среды предприятия (20%);
- организация эффективного учета на предприятии (20%).

Во вторую группу попала всего одна управленческая задача, методы решения которой удовлетворяют практически всех опрошенных руководителей. Это формирование функциональной структуры управления. Всего 9% ответивших считают необходимым изменить методы ее решения. Хотя среди руководителей фирм, ориентированных на развитие, эта доля составляет 41%.

То, каким образом сгруппировались управленческие задачи при ответе на вопрос о намерениях изменить методы их решения, служит очередным подтверждением верности предположения о достаточно низкой готовности опрошенных предпринимателей к управленческим нововведениям. Сам факт последовательного понижения доли тех, кто намерен действительно изменить методы решения управленческих задач (65%), по сравнению с теми, кто испытывал затруднения в их решении (76%) и понимал необходимость обновления методов (71%), уже свидетельствует об отсутствии у части опрошенных реальных намерений проявлять инновационную активность в отношении систем управления, несмотря на понимание необходимости такого обновления. Те же респонденты, которые выразили намерение изменять методы решения управленческих задач, показали достаточно непоследовательность своей позиции, продемонстрировав отход от заявленных ранее предпочтений. Если в ответах на вопросы о затруднениях в деятельности и о необходимости изменить ее методы наблюдалась определенная логика и преемственность позиций, то при переходе к вопросу о намерениях вводить изменения выраженные ранее явные предпочтения исчезли. Практически все задачи сблизилась, образовав одну большую группу, между ними невозможно выделить предпочтения. Такая картина наводит на мысль о случайности ответов, а это можно считать косвенным подтверждением отсутствия у опрошенных руководителей малых предприятий четких планов и ориентиров в инновационной деятельности, отсутствия продуманной позиции и твердых намерений в отношении управленческих новаций.

Соотношение между потребностями и намерениями изменить методы решения различно для различных управленческих задач.

Так, 60% руководителей, считающих, что для формирования функциональной структуры управления и создания системы контроля необходимы новые методы, намерены изменить их в ближайшее время. Несколько ниже доля руководителей, отметивших это для следующих задач:

- стимулирование продуктивной работы подчиненных - 54%;
- анализ результатов деятельности предприятия - 50%;
- стратегическое планирование - 48%;
- организация эффективного учета - 47%;
- создание системы внедрения нововведений - 46%.

Для остальных задач соотношение выраженной потребности в новых методах решения и намерений их изменить в ближайшее время - 3:1.

В определенной степени такая разница объяснима тем, что готовность менять что-либо напрямую зависит от субъективной оценки сложности этих изменений. В этом смысле гораздо легче решиться на изменение структуры управления и системы контроля (поскольку это традиционные, привычные задачи управления), на изменения системы стимулирования подчиненных и анализа результатов деятельности, чем на такие изменения, которые связаны со стратегическим планированием и созданием эффективной системы нововведений.

Выявилась зависимость распределения ответов от прибыльности предприятия. Процент руководителей в общем числе опрошенных, стремящихся изменить методы управления, повышается с ростом прибыльности предприятия:

- для убыточных фирм - 52%;
- для фирм с небольшой прибыльностью - 68%;
- для фирм со средней прибыльностью - 78%.

Фирмы с небольшой прибыльностью, выступая последовательно, делают ставку на стратегическое планирование, которое для них является наиболее трудным и требующим новых методов реализации (примерно треть руководителей этих фирм (30%) намерены в ближайшее время изменить методы стратегического планирования). Кроме стратегического планирования, от четверти до пятой части голосов получили следующие управленческие задачи:

- планирование текущей деятельности предприятия (25%);
- создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (24%);
- анализ результатов деятельности предприятия (23%);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (23%);
- внедрение нововведений (23%);
- организация эффективного учета на предприятии (22%);
- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (21%).

Фирмы со средней прибыльностью в первую очередь намерены изменить методы решения задач:

- анализ и оценка внешней среды предприятия (38%);
- планирование текущей деятельности предприятия (38%);
- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (35%);
- создание системы контроля за выполнением поставленных задач (35%);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (31%);
- формирование функциональной структуры управления (28%).

Методы стратегического планирования деятельности предприятия намерены изменить руководители только каждого пятого предприятия, имеющего среднюю прибыльность.

Что касается убыточных предприятий, то их намерения изменить в ближайшее время методы решения управленческих задач выглядят следующим образом:

- стратегическое планирование деятельности предприятия (32% ответивших);
- стимулирование продуктивной работы подчиненных (32%);
- анализ результатов деятельности предприятия (32%);
- планирование текущей деятельности предприятия (28%);
- создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач (28%);
- анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (24%);
- создание системы внедрения нововведений (24%). Среди предприятий, ориентированных на выживание, такие намерения проявили руководители всего 13% предприятий; среди имеющих целью стабильное функционирование и развитие доли практически одинаковы - 27% и 26%.

В сущности, это согласуется с позицией респондентов этой группы предприятий, уже проявившейся ранее в ответах по поводу испытываемых затруднений и признания необходимости новых методов решений управленческих задач.

Зависимость намерений изменить методы управления от динамики инвестиций показывает, что предприятия, испытавшие спад инвестиционной активности, не просто признают необходимость обновления методов управления предприятиями, не только готовы к реальным шагам по внедрению управленческих новаций, но и в большей степени, чем относительно более благополучные с точки зрения динамики инвестиций МП, мотивированы на эти действия.

Количество управленческих задач, методы решения которых руководители намерены изменить, приходящихся на одно предприятие, зависит от динамики инвестиций. Для предприятий, значительно уменьшивших объем инвестиций, это соотношение - 2,7 задач на одно предприятие, имеющее такие намерения, а для предприятий, увеличивших инвестиции, - 2,1.

При этом руководители предприятий, значительно уменьшивших объем инвестиций, в первую очередь намерены изменить методы стратегического планирования (47% ответивших), методы стимулирования продуктивной работы подчиненных (41%) и методы организации эффективного учета (35%).

Руководители предприятий, уменьшивших объем инвестиций, в первую очередь намерены изменить методы стимулирования продуктивной работы подчиненных (39%) и методы анализа внешней среды предприятия (35%), а в последнюю - методы анализа и выявления скрытых проблем предприятия (9%) и методы формирования функциональной структуры предприятия (9%).

Руководители предприятий, где объем инвестиций остался без существенных изменений, в первую очередь намерены изменить методы анализа внешней среды предприятия (35%), методы стратегического анализа (35%) и методы создания системы контроля (32%), а в последнюю - методы формирования функциональной структуры предприятия (12%).

Руководители предприятий, увеличивших объем инвестиций, в первую очередь намерены изменить методы анализа результатов деятельности (33%), методы создания системы контроля (33%), а в последнюю - методы анализа и выявления скрытых проблем (8%), методы формирования функциональной структуры управления (8%) и методы внедрения нововведений (8%).

Распределение относительной значимости отдельных задач внутри каждой из групп, отличающихся динамикой инвестиций, не позволяет говорить о наличии выраженных предпочтений, носит, скорее, случайный характер и не выявляет связи между этим группообразующим признаком и распределением задач в зависимости от намерений изменить методы их решений.

Количество управленческих задач, методы решения которых руководители намерены изменить, в среднем выбранных одним руководителем, изменяется в зависимости от основной цели на ближайший год и составляет:

- для всех предприятий - 2,3;
- для ориентированных на выживание - 1,9;
- для ориентированных на стабилизацию - 2,3;
- для ориентированных на развитие - 2,8.

Эти данные в очередной раз подтверждают, что руководители предприятий, заявившие ориентацию на развитие, в действительности на него ориентированы. Их цели не декларативны, а подкреплены реальными намерениями. Эта подгруппа демонстрирует значительно более зрелое отношение к управленческим новациям и готовность к инновационной активности.

V.4. Фактические изменения в решении управленческих задач

За последние три года изменились методы решения управленческих задач только на 185 предприятиях, что составляет 54% всех участвующих в опросе. При этом на каждое предприятие, осуществившее управленческие новации, в среднем их приходится по 2,6. Больше изменений проведено на фирмах, ориентированных на развитие (3,4), меньше - на тех, которые стремятся выжить (2,1).

С точки зрения реализованных новаций управленческие задачи можно разделить на две группы (см. Таблицу 11).

Таблица 11

Распределение управленческих задач в зависимости от фактических изменений методов их решения за последние 3 года (в % к числу всех ответов)

Задачи управления	Распределение ответов
Планирование текущей деятельности предприятия	38
Анализ и оценка внешней среды предприятия	33
Анализ результатов деятельности предприятия	32
Стимулирование продуктивной работы подчиненных	28
Анализ и выявление скрытых проблем в деятельности	26
Создание эффективной системы контроля за выполнением поставленных задач	24
Организация эффективного учета на предприятии	24
Создание системы внедрения нововведений	22
Формирование функциональной структуры управления	20
Стратегическое планирование деятельности предприятия	18

Чаще изменениям подвергались методы:

- планирования текущей деятельности предприятия (38% ответивших), особенно среди предприятий, главная цель которых - стабилизация (46%);
- анализа и оценки внешней среды предприятия (33%);
- анализа результатов деятельности предприятия (32%);
- стимулирования продуктивной работы подчиненных (28%). Причем, если среди предприятий, ориентированных на выживание, изменения составили 11%, то среди имеющих целью стабильное функционирование - 25%, а развитие - 45%;
- анализа и выявления скрытых проблем в деятельности предприятия (26%).

В меньшей мере были подвержены изменениям методы решения второй группы задач:

- контроля за выполнением поставленных задач (24%);
- организации эффективного учета на предприятии (24%);
- внедрения нововведений (22%). Среди предприятий, ориентированных на выживание, изменения составили всего 15%; среди имеющих целью стабильное функционирование и развитие - 24% и 29%;
- формирования функциональной структуры управления (20%);
- стратегического планирования (18%), хотя для развивающихся предприятий процент значительно выше (составляет 34%).

В зависимости от основного вида деятельности фирмы выявились следующие особенности в определении управленческих задач, методы решения которых изменились за последние три года.

В группу задач, методы решения которых были наиболее подвержены изменениям за последние годы, были включены:

- руководителями промышленных предприятий - внедрение нововведений (отметили 33% ответивших);
- руководителями строительных фирм - организация эффективного учета и создание системы контроля (по 36%);
- руководителями информационно-вычислительных фирм и фирм, занимающихся наукой и научным обслуживанием - внедрение нововведений (по 31%).

Вместе с ростом прибыльности растет доля предприятий, на которых в последнее время осуществлялись изменения в методах решения управленческих задач. Так, методы решения управленческих задач изменялись:

- на 44% убыточных фирм;
- на 56% фирм с небольшой прибыльностью;
- на 62% фирм со средней прибыльностью.

При этом для предприятий, осуществивших изменения, их частота (количество нововведений на одно предприятие) с ростом прибыльности также растет: 2,3 - для убыточных фирм; 2,4 - для фирм с небольшой прибыльностью и 4,4 - для фирм со средней прибыльностью.

Эти данные подтверждают прямую зависимость инновационной активности от уровня прибыльности предприятий; чем более прибыльно работает предприятие, тем в большей степени зрелую позицию занимает его руководитель по отношению к инновациям. Эта зависимость проявилась ранее по отношению к необходимости обновлять методы управления и намерениям сделать это. Теперь такая же зависимость проявляется по отношению к фактически внедренным управленческим нововведениям, что позволяет утверждать о наличии явно выраженной связи между эффективностью деятельности предприятий и их инновационной активностью.

Убыточные фирмы в наибольшей степени были ориентированы на изменения методов решения таких задач, как:

- планирование текущей деятельности предприятия (43%);
- анализ и оценка внешней среды предприятия (38%);
- анализ результатов деятельности предприятия (33%).

Наименьшим изменениям подверглись методы решения задач:

- стратегическое планирование деятельности предприятия (10%);
- создание системы внедрения нововведений (10%);
- формирование функциональной структуры управления (10%).

Фирмы с небольшой прибылью, делали ставку на методы планирования текущей деятельности предприятия (36% руководителей этих фирм осуществили их изменение).

Наиболее успешные фирмы со средней прибылью чаще всего за последние три года меняли методы решения следующих управленческих задач:

- анализ и оценка внешней среды предприятия (методы решения изменили 52% предприятий со средней прибылью из числа осуществивших изменения);
- анализ результатов деятельности предприятия (48%);
- стратегическое планирование деятельности предприятия (48%);
- формирование функциональной структуры управления (48%);
- организация эффективного учета на предприятии (48%);
- создание системы внедрения нововведений (44%).

Менее других на фирмах со средней прибылью изменениям подвергались методы анализа и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия (только в 19% случаях).

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в количестве управленческих задач, методы решения которых изменились, приходящихся на одно предприятие.

В среднем на одно предприятие, уменьшившее объем инвестиций, но осуществлявшее управленческие новации, приходится 2,5 нововведений. Для предприятий, увеличивших объем инвестиций - 3,0; для предприятий, инвестиции которых остались без существенных изменений - 3,5.

Зависимость между динамикой инвестиций и фактически осуществленными управленческими новациями отличается от той, что была выявлена по отношению к намерениям изменить методы управления. Если в намерениях изменений (и осознании их необходимости) наибольшую активность проявляла группа предприятий, уменьшивших объем инвестиций, то в отношении реально осуществленных управленческих новаций лидируют те, что сохранили объем инвестиций, далее те, что этот объем увеличили. Можно предположить, что положительная динамика в инвестициях на этих предприятиях была в определенной мере обусловлена использованием новых методов решения управленческих задач.

На предприятиях, значительно уменьшивших объем инвестиций, в наибольшей степени изменились методы анализа результатов деятельности предприятия (изменения произошли на 50% предприятий, осуществивших управленческие новации), методы анализа и выявления скрытых проблем предприятия (43%); в наименьшей степени - методы стратегического планирования (7% предприятий, осуществивших нововведения).

На предприятиях, уменьшивших объем инвестиций, в большей степени изменились методы планирования текущей деятельности (45%), методы анализа внешней среды предприятия (40%) и методы анализа результатов деятельности предприятия (40%). В меньшей - методы внедрения нововведений и методы формирования функциональной структуры предприятия (по 10%).

Предприятия, объем инвестиций которых существенно не изменился в последнее время, в первую очередь изменяли методы формирования функциональной структуры предприятия (45%), методы организации эффективной системы учета (41%), методы анализа внешней среды предприятия (38%), методы стимулирования продуктивной работы подчиненных (38%). Методы решения остальных управленческих задач были изменены приблизительно одинаково: примерно на каждом третьем предприятии, проводившем изменения.

Руководители предприятий, увеличивших объем инвестиций, в первую очередь меняли: методы стратегического планирования (55%), методы планирования текущей деятельности предприятия (46%), а в последнюю - методы анализа результатов деятельности предприятия (9%).

Количество управленческих задач, методы решения которых изменялись, приходящихся в среднем на одно МП, зависит от основной цели на ближайший год и составляет:

- для всех предприятий - 2,7;
- для ориентированных на выживание - 2,1;
- для ориентированных на стабилизацию - 2,6;
- для ориентированных на развитие - 3,4.

Как и в ответах на все предыдущие вопросы явно прослеживается прямая зависимость инновационной активности (в данном случае по фактически реализованным управленческим нововведениям) от ориентации предприятия на развитие.

VI. Инновации в управлении различными сферами деятельности малых предприятий

VI.1. Проблемы в управлении сферами деятельности

Признались в том, что испытывают затруднения при решении управленческих задач в определенных сферах деятельности, 75% опрошенных. При этом сферы деятельности предприятия, при управлении которыми руководители испытывают наибольшие затруднения, распределились следующим образом (см. Таблицу 12).

Таблица 12

Распределение сфер управленческой деятельности, вызывающих наибольшие затруднения у руководителей МП (в % к числу всех ответов)

Сферы управленческой деятельности	Распределение ответов
Управление финансами	42
Управление реализацией продукции	34
Управление рыночным поведением	34
Построение эффективной системы управления	15
Управление нововведениями	11
Управление производственным процессом	10
Управление кадрами	9
Управление материально-технической базой предприятия	8

На первом месте по трудности - управление финансами (42%). Больше испытывающих затруднения - среди руководителей предприятий, ориентированных на выживание (45%), меньше - среди имеющих целью стабильное функционирование и развитие - 41% и 34% соответственно.

Наибольшие трудности в рамках этой сферы деятельности связаны, во-первых, со стратегическим планированием (54% указавших на трудности в этой сфере); во-вторых, с анализом и выявлением скрытых проблем, а также планированием текущей финансовой деятельности (по 26%); в третьих, с анализом внешней среды и созданием системы контроля (по 21%).

На втором месте по возникающим затруднениям - две сферы деятельности:

- управление реализацией продукции (34%);
- управление рыночным поведением (34%).

В управлении реализацией продукции основные трудности связаны, в первую очередь, со стратегическим планированием (48% указавших на трудности в этой сфере) и, во вторую, с анализом и выявлением скрытых проблем (30%). Далее - затруднения с анализом внешней среды, планированием текущей деятельности и созданием системы внедрения нововведений (по 22% соответственно).

В управлении рыночным поведением основные трудности связаны также, в первую очередь, со стратегическим планированием (50% указавших на трудности в этой сфере) и, во вторую, с анализом и выявлением скрытых проблем (40%) и анализом внешней среды (30%).

В третью группу по степени затруднений попали все остальные сферы деятельности предприятия:

- построение эффективной системы управления (15%);
- управление нововведениями (11%);

- управление производственным процессом (10%);
- управление кадрами (9%);
- управление материально-технической базой предприятия (8%).

То, что опрошенные руководители МП в среднем оценивают сферу финансовой деятельности предприятия как наиболее трудную для управления в современных условиях, не вызывает удивления. Затянувшийся финансово-экономический кризис негативно повлиял на малый бизнес. Еще острее ситуация стала с августа 1998 г.

Вполне понятным и объяснимым выглядит состав второй по степени затруднений группы, куда входят сферы управления реализацией продукции и управления рыночным поведением. Это обусловлено, во-первых, объективной близостью этих сфер, а, во-вторых, сочетанием запредельной нестабильности российского рынка и субъективной неготовности руководителей малых предприятий к решению проблем управления такой сложности. Как свидетельствуют данные опроса, они не могут успешно решать задачи стратегического планирования, анализа внешней среды, анализа и выявления скрытых проблем.

В то же время, состав третьей группы выглядит, на первый взгляд, несколько странно. Если опираться на цифры, то получается, что опрошенным руководителям малых предприятий одинаково трудно (или одинаково легко) управлять материально-технической базой предприятия, кадрами, производственным процессом и нововведениями, а также строить эффективную систему управления.

Что касается первых трех сфер деятельности, то их можно считать традиционными для российских директоров. В этом смысле высокая оценка последними собственных возможностей базируется, скорее всего, на опыте и традиционном российском управленческом менталитете, где в центре внимания всегда были именно эти объекты управления - само производство и основные ресурсы - люди и материальная база. То, что в эту группу попало управление нововведениями, можно объяснить только тем, что на практике никакого серьезного управления инновационными процессами на малых предприятиях просто не существует. Вероятно, именно поэтому руководители и не испытывают особых затруднений в этой сфере.

Несколько более сложно, на наш взгляд, обстоит с построением эффективной системы управления. Совершенствование управления - это не новая задача для российских руководителей. Она постоянно звучала и до перестройки. Однако ее обманчивая привычность, на наш взгляд, и привела к высокой самооценке предпринимателей в этой сфере. Респонденты продемонстрировали традиционное восприятие этой деятельности, в то время как она существенно изменилась и требует новых методов и подходов. Сейчас основной задачей системы управления на любом предприятии становится то, что она должна обеспечить приспособляемость к специфическим особенностям изменения экономической конъюнктуры, условиям научно-технического развития, ресурсно-сырьевой и кредитно-финансовой ситуациям, новым требованиям к труду и т.д. Для того, чтобы успешно противостоять среде, сложность и быстрота принятия решений в организации должны соответствовать сложности и скорости изменений, происходящих в среде. Таким образом, если сложность окружающей среды, возникающих проблем нарастает, необходимо строить адекватные этому более сложные системы управления. Однако, скорее всего, руководители малых предприятий не видят этой взаимосвязи и не чувствуют трудностей построения современных систем управления. Логичным выглядит в этой связи и более высокая оценка ими трудностей управления рыночным поведением - ведь чем более облегченным представляется совершенствование системы управления, тем больше окажется трудностей с рыночным поведением.

В зависимости от основного вида деятельности МП выявились следующие особенности в определении сфер деятельности, в управлении которыми руководители испытывают наибольшие затруднения. Руководители предприятий промышленности, науки и научного обслуживания в группу задач, занимающих первое место по трудностям при решении, включили управление рыночным поведением (36%).

В зависимости от прибыльности предприятия существуют различия, связанные со сферами деятельности, в управлении которыми руководители испытывают затруднения. Только 67% руководителей убыточных фирм признались, что испытывают затруднения в управлении отдельными сферами деятельности. Для прибыльных фирм их количество больше - 79% и 78%.

Зависимость внимания к проблемам управления от финансовой эффективности деятельности предприятия выявилась уже ранее (конкретно, к методам управления). Она подтверждается и для управления различными сферами деятельности. Чем более эффективны предприятия, тем больше, по признаниям их руководителей, они испытывают затруднений в управлении различными сферами деятельности. Скорее всего, это именно субъективная оценка, которая свидетельствует о более высоком внимании руководителей к проблемам управления. В менее эффективных организациях подобных трудностей могут просто не замечать, хотя они объективно и существуют. При этом вполне очевидным выглядит тот факт, что, чем более эффективны в финансовом отношении предприятия, тем меньше затруднений они видят в управлении именно финансовой деятельностью, что видно из нижеприведенных данных.

Руководители убыточных фирм в первую очередь отмечают, что испытывают затруднения в:

- управлении финансами (50%);
- управлении рыночным поведением (44%).

Меньше всего затруднений у руководителей таких фирм вызывает управление производственным процессом (6%).

На МП с небольшой прибылью испытывают затруднения в большей мере в:

- управлении финансами (45%);
- управлении реализацией продукции (35%);
- управлении рыночным поведением фирмы (34%).

В меньшей мере затруднения возникают в:

- управлении кадрами (9%);
- управлении материально-технической базой предприятия (10%).

Руководители МП со средней прибылью в первую очередь затруднения видят в управлении следующими сферами деятельности:

- построение эффективной системы управления (38%);
- управление реализацией продукции (35%).

Наоборот, затруднений не отмечается при:

- управлении производственным процессом (0%);
- управлении материально-технической базой предприятия (0%).

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в количестве сфер деятельности, в которых руководители испытывают затруднения, приходящихся на одно предприятие: при изменении объема инвестиций от «значительного уменьшения» к «увеличению» уменьшается количество проблемных сфер деятельности.

Если в среднем на одно предприятие, руководитель которого отмечает наличие для себя трудностей в каких-либо сферах деятельности, приходится 1,7 сферы, то:

- на одно предприятие, значительно уменьшившее объем инвестиций, но все же осуществлявшее управленческие новации, приходится 2,5 сферы;
- на одно предприятие, уменьшившее объем инвестиций, но все же осуществлявшее управленческие новации, приходится 1,8 сферы;
- для предприятий, инвестиции которых остались без существенных изменений, эта цифра - 1,5;
- для предприятий, увеличивших объем инвестиций, - 1,3.

Приведенные данные показывают, что наблюдается обратная зависимость между затруднениями в управлении теми или иными сферами деятельности предприятия и его инвестиционной активностью.

Чем значительно сократился объем инвестиций, тем больше сфер деятельности, управление которыми является затруднительным.

На предприятиях, значительно уменьшивших объем инвестиций, в наибольшей степени затруднения связаны с такими сферами, как:

- управление финансами (67%);
- управление рыночным поведением (67%);

Минимальное число затруднений связано с такими сферами, как:

- управление производственным процессом (7%);
- управление нововведениями (7%).

На предприятиях, уменьшивших объем инвестиций, в большей степени затруднения при решении управленческих задач связаны с:

- управлением реализацией продукции (47%);
- управлением финансами (44%).

Минимальное число затруднений связано с такими сферами, как:

- управление материальной базой (3%);
- управление производственным процессом (6%).

Предприятия, объем инвестиций которых существенно не изменился в последнее время, в первую очередь испытывают затруднения при решении управленческих задач в сфере реализации продукции (45%).

Минимальное число затруднений связано с такими сферами, как:

- управление кадрами (5%);
- управление материальной базой (5%).

Руководители предприятий, увеличивших объем инвестиций, в первую очередь испытывают затруднения в управлении реализацией продукции (55%). При этом в трех сферах (управление нововведениями, управление рыночным поведением и управление производственным процессом) для всех опрошенных руководителей затруднения полностью отсутствуют.

VI.2. Необходимость в управленческих нововведениях для различных сфер деятельности предприятий

На необходимость использовать новые методы решения управленческих задач в различных сферах деятельности указали 67% респондентов. Необходимость в управленческих новациях наиболее ощутима, по мнению ответивших руководителей, в трех сферах деятельности предприятия (см. Таблицу 13):

- управление реализацией продукции (36%);
- управление финансами (31%);
- управление рыночным поведением (30%), в отношении которого больше всего испытывают необходимость в новых методах руководители предприятий, ориентированных на развитие (44%).

Таблица 13

Распределение сфер управленческой деятельности в зависимости от оценки необходимости использования новых методов работы (в % к числу всех ответов)

Сферы управленческой деятельности	Распределение ответов
Управление реализацией продукции	37
Управление финансами	31
Управление рыночным поведением	30
Построение эффективной системы управления	24
Управление производственным процессом	22
Управление нововведениями	15
Управление кадрами	13
Управление материально-технической базой предприятия	11

При управлении реализацией продукции в первую очередь руководители испытывают необходимость в методах анализа внешней среды и методах стратегического планирования (по 40% руководителей, испытывающих необходимость в изменении методов управления этой сферой деятельности), а также в методах анализа и выявления скрытых проблем (38%).

При управлении финансами новые методы требуются, по мнению отметивших эту сферу деятельности, в стратегическом планировании (45%), в анализе внешней среды (30%), планировании текущей деятельности (29%), создании системы контроля (25%), организации эффективного учета (23%).

В управлении рыночным поведением новые методы требуются, по мнению отметивших эту сферу деятельности, в стратегическом планировании (45%), анализе внешней среды (40%), планировании текущей деятельности (36%).

Второе место заняли, с точки зрения необходимости новых методов управления, две сферы деятельности:

- построение эффективной системы управления (24%);
- управление производственным процессом (22%).

На третьем месте:

- управление нововведениями (15%);
- управление кадрами (13%);
- управление материально-технической базой предприятия (11%).

В зависимости от прибыльности предприятия доля руководителей, считающих, что необходимы новые методы в управлении различными сферами деятельности, различна. Из всех участвовавших в опросе руководителей предприятий, работающих в убыток, 52% указали на такую необходимость (из них каждый в среднем отметил по 2,1 сферы).

Убыточные фирмы в первую очередь отмечают необходимость изменения методов в:

- управлении реализацией продукции (44%);
- управлении финансами (40%);
- построении эффективной системы управления (36%);
- управлении производственным процессом (32%).

И практически не видят такой необходимости для управления материально-технической базой предприятия (8%).

Из руководителей, представляющих фирмы с небольшой прибылью, 72% отметили необходимость в новых методах (из них каждый в среднем отметил 1,7 сферы).

В первую очередь необходимость в новых методах эти руководители отмечают для:

- управления реализацией продукции (36%);
- управления финансами (32%).

Среди руководителей, представляющих фирмы со средней прибыльностью, доля отметивших необходимость в новых методах была наибольшей - 73% (из них каждый в среднем отметил 1,8 сфер).

Фирмы со средней прибыльностью ощущают в большей мере необходимость в новых методах при управлении рыночным поведением (52%).

В меньшей мере эта необходимость связана с:

- управлением материально-технической базой предприятия (4%);
- управлением нововведениями (11%).

Приведенные данные подтверждают зафиксированную ранее зависимость между финансовой эффективностью деятельности предприятий и их активностью в отношении управленческих нововведений. Более эффективные предприятия испытывают, по признаниям их руководителей, больше затруднений в управлении различными сферами деятельности, а также в большей степени признают необходимость в новых методах управления различными сферами деятельности.

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в количестве сфер деятельности, где необходимо изменить методы, приходящихся на одно предприятие: при изменении объема инвестиций от значительного уменьшения к увеличению, уменьшается количество сфер деятельности.

Если в среднем на одно предприятие, руководитель которого ощущает необходимость в изменении методов в каких-либо сферах деятельности, приходится 1,8 сфер, то:

- на одно предприятие, значительно уменьшившее объем инвестиций, приходится 2,4 сферы;
- на одно предприятие, уменьшившее объем инвестиций, но все же осуществлявшее управленческие новации, приходится 1,6 сферы;
- для предприятий, инвестиции которых остались без существенных изменений, эта цифра - 1,7;
- для предприятий, увеличивших объем инвестиций, - 1,5.

Обратная зависимость между затруднениями в управлении теми или иными сферами деятельности предприятия и динамикой его инвестиционных объемов была отмечена ранее. Эта зависимость подтверждается и в отношении признания необходимости изменения методов управления отдельными сферами. Чем значительнее сократился объем инвестиций, тем больше сфер деятельности, методы управления которыми необходимо изменять, приходится в среднем на одно предприятие. По мере увеличения объема инвестиций становится меньше число сфер деятельности, приходящихся на одно предприятие, где респонденты считают необходимым менять методы управления. Это полностью согласуется с выявленной ранее позицией предпринимателей этой группы в отношении обновления методов управления. Напомним, что по приведенным ранее данным, руководители предприятий, испытывавших спад инвестиционной активности, в большей степени отмечают затруднения в решении управленческих задач и признают необходимость обновления своих методов управления предприятием.

Что касается отмеченных респондентами этих групп сфер деятельности, для которых в первую очередь необходимы новые методы, то здесь не наблюдается обоснованной зависимости, и распределение сфер по значимости выглядит достаточно случайным.

На предприятиях, значительно уменьшивших объем инвестиций, руководители наиболее ориентированы на изменение методов при управлении финансами (43%).

Минимальное количество необходимых изменений связано с управлением материальной базой (7%).

На предприятиях, уменьшивших объем инвестиций, руководители наиболее ощущают необходимость изменения методов при управлении производственным процессом (29%); управлении реализацией продукции (27%); управлении рыночным поведением (27%).

Минимальное количество желаемых изменений связано с управлением кадрами (7%).

На МП, объем инвестиций которых существенно не изменился в последнее время, в первую очередь ощущают необходимость в изменении методов решения управленческих задач при управлении реализацией продукции (40%).

В минимальной степени необходимость изменить методы связана с:

- управлением нововведениями (6%);
- управлением материальной базой (6%).

Руководители предприятий, увеличивших объем инвестиций, в первую очередь отмечают необходимость изменить методы управления при реализации продукции (40%) и управлении рыночным поведением (40%). При этом для всех опрошенных руководителей необходимость изменить методы управления полностью отсутствуют в двух сферах (управление материальной базой предприятия и управление нововведениями).

VI.3. Фактические изменения в управлении различными сферами деятельности предприятий

За последние три года управленческие нововведения были осуществлены в различных сферах деятельности на 144 предприятиях из 282, участвующих в опросе, что составляет около половины (51%). По количеству таких новаций все сферы можно разбить на три группы (см. Таблицу 14).

Таблица 14

Структура сфер управленческой деятельности, методы работы в которых изменились в последние 3 года (в % к числу всех ответов)

Сферы управленческой деятельности	Распределение ответов
Управление реализацией продукции	38
Управление производственным процессом	36
Управление кадрами	33
Управление финансами	25
Управление материально-технической базой предприятия	22
Управление рыночным поведением	20
Построение эффективной системы управления	13
Управление нововведениями	5

Первая группа:

- управление реализацией продукции - нововведения реализованы на 54 МП (19% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 38% от числа фирм, внедривших новации). При этом среди МП, внедривших новации, первое место у тех, чья цель - развитие (46%), второе у тех, чья основная цель - стабилизация (41%), третье - чья цель выживание предприятия (33%). Больше всего изменений осуществлено: в методах планирования текущей деятельности (61% фирм, осуществивших новации в этой сфере), в методах стимулирования продуктивной работы подчиненных (45%), в методах организации эффективного учета (41%), в методах анализа результатов деятельности (39%), а также в методах анализа внешней среды и методах формирования эффективной структуры (по 37%);
- управление производственным процессом - нововведения реализованы на 52 МП (18% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 36% от числа фирм, внедривших новации). При этом среди фирм, внедривших новации, первое место у тех, чья цель - развитие (64%), второе у тех, чья основная цель - стабилизация (34%), третье - чья цель выживание (19%). Больше всего изменений в этой сфере реализовано: в методах планирования текущей деятельности (59% фирм, осуществивших новации в этой сфере), в методах анализа внешней среды (52%), в методах анализа результатов деятельности (46%), в методах стимулирования продуктивной работы подчиненных (46%);

- управление кадрами - нововведения реализованы на 47 МП (17% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 33% от числа фирм, внедривших новации). При этом больше всего изменений проведено в методах формирования функциональной структуры, управления нововведениями, организации эффективного учета, методах стратегического планирования и методах контроля (по 57%).

Вторая группа:

- управление финансами - нововведения реализованы на 36 МП (13% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 25% от числа фирм, внедривших новации);
- управление материально-технической базой предприятия - нововведения реализованы на 31 МП (11% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 22% от числа фирм, внедривших новации);
- управление рыночным поведением - нововведения реализованы на 29 МП (10% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 20% от числа фирм, внедривших новации).

Третья группа:

- построение эффективной системы управления - нововведения реализованы на 19 МП (7% от всех фирм, участвовавших в опросе и 13% от числа фирм, внедривших новации);
- управление нововведениями - нововведения реализованы на 15 МП (5% от числа всех фирм, участвовавших в опросе и 10% от числа фирм, внедривших новации).

Данные о фактически осуществленных в управлении разными сферами деятельности новациях подтверждают уже выявленную ранее (при анализе задач управления) тенденцию к снижению инновационной активности по мере продвижения к фактически реализованным нововведениям. Так, доля респондентов, испытывающих затруднения в управлении определенными сферами деятельности предприятий, составила 75%. Необходимость обновления методов управления различными сферами деятельности признали уже 67% опрошенных руководителей МП. Фактические же нововведения в этой области отметили 51% предпринимателей. Все это можно расценивать как проявление недостаточной готовности малых предприятий к нововведениям в области менеджмента.

Что касается распределения сфер деятельности, в которых были фактически осуществлены управленческие новации, по группам и его отличия от распределения при фиксации затруднений в деятельности и необходимости обновления методов управления, можно предположить следующее. Предприятия реализуют чаще всего не то, что для них наиболее значимо, а то, что им проще реализовать. Так, затруднения и необходимость изменения методов отмечались прежде всего в сфере управления финансами, а в группе наиболее распространенных новаций этой сферы нет. Зато в первую группу по частоте реализованных нововведений вошли управление производством и управление кадрами, то есть наиболее традиционные и понятные для руководителей сферы.

Как показал опрос, количество осуществленных фирмами управленческих нововведений в различных сферах деятельности зависит от прибыльности предприятия. В результате:

- только 33% убыточных фирм внедряли управленческие новации, при этом на каждую из фирм, реализовавших нововведения, в среднем приходится 1,8 нововведений;
- 55% фирм с небольшой прибылью внедряли нововведения, при этом на каждую приходится 1,9 нововведений;
- среди фирм со средней прибылью внедрением нововведений занимались 60% и на каждую из них приходится 2,8 новаций.

Зависимость инновационной активности предприятий от финансовой эффективности их деятельности была выявлена ранее и находит в приведенных данных свое новое подтверждение.

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в количестве сфер деятельности, в управлении которыми руководители наиболее часто осуществляли управленческие новации за последние три года.

Если на одно предприятие, осуществившее управленческие новации, в среднем приходится две сферы, то:

- на одно предприятие, значительно уменьшившее объем инвестиций, приходится 1,6 сферы;
- на одно предприятие, уменьшившее объем инвестиций, приходится 1,6 сферы;
- для предприятий, инвестиции которых остались без существенных изменений, эта цифра - 2,6;
- для предприятий, увеличивших объем инвестиций, - 2,0.

Такой фактор, как динамика инвестиций (в отличие от прибыльности), не оказывает однозначного влияния на инновационную активность предприятий. Нет какого-либо явного влияния этого фактора и на распределение сфер деятельности в зависимости от частоты произведенных там управленческих нововведений.

На предприятиях, значительно уменьшивших объем инвестиций, больше всего новаций осуществлено в управлении кадрами (54%). Отсутствуют какие-либо изменения в методах управления нововведениями, а меньше всего их произошло в управлении финансами (8%). На предприятиях, уменьшивших объем инвестиций, максимум изменений произошло в управлении реализацией продукции (42%). Минимальное количество изменений произошло в управлении нововведениями (4%). Предприятия, объем инвестиций которых существенно не изменился в последнее время, в наибольшей степени изменили методы решения задач в управлении реализацией продукции (44%); управлении финансами (41%) и управлении кадрами (41%). В минимальной степени изменились методы управления нововведениями (11%).

Руководители предприятий, увеличивших объем инвестиций, осуществили нововведения в двух сферах:

- управление производственным процессом (50%);
- управление реализацией продукции (50%).

В минимальной степени изменились методы также в двух сферах:

- управление финансами (10%);
- управление материальной базой фирмы (10%).

Проявившаяся ранее прямая зависимость инновационной активности предприятий от их целевой ориентации, в очередной раз нашла свое подтверждение. Количество сфер деятельности предприятия, в управлении которыми осуществлены нововведения, приходящихся в среднем на одну фирму, зависит от основной цели на ближайший год и составляет:

- для всех предприятий - 1,9;
- для ориентированных на выживание - 1,6;
- для ориентированных на стабилизацию - 1,9;
- для ориентированных на развитие - 2,5.

VI.4. Подготовленные к внедрению управленческие новации в различных сферах деятельности предприятий

В настоящее время подготовленные к внедрению управленческие новации имеются на 120 предприятиях, что составляет 43% от числа участвовавших в опросе. Их структура представлена в [таблице 15](#).

Таблица 15

Структура сфер управленческой деятельности, в которых подготовлены нововведения (в % к числу всех ответов)

Сферы управленческой деятельности	Распределение ответов
-----------------------------------	-----------------------

Сферы управленческой деятельности	Распределение ответов
Управление производственным процессом	42
Управление реализацией продукции	30
Управление финансами	22
Построение эффективной системы управления	19
Управление рыночным поведением	16
Управление нововведениями	15
Управление кадрами	14
Управление материально-технической базой предприятия	8

Больше всего управленческих новаций подготовлено к внедрению в управлении производственным процессом. На это указали руководители 50 МП, что составляет 18% от всех опрошенных и 42% от имеющих подготовленные новации. Последний показатель равен 53% у МП, сориентированных на развитие, 51% - на стабильное функционирование, 24% - на выживание.

На каждое из предприятий с подготовленными новациями приходится в среднем 3,2 управленческие новации в методах решения различных задач. Больше всего новаций готово для создания системы внедрения нововведений (42%), создания системы контроля (40%), стратегического планирования (38%) и стимулирования продуктивной работы подчиненных (36%).

Второе место по подготовленным к внедрению новациям разделили три сферы деятельности:

- управление реализацией продукции - нововведения подготовлены к внедрению на 36 МП, что составляет 13% от всех участников опроса и 30% от внедривших новации;
- управление финансами - нововведения подготовлены к внедрению на 26 МП, что составляет 9% от всех участников опроса и 22% от внедривших новации;
- построение эффективной системы управления - нововведения подготовлены к внедрению на 23 МП, что составляет 8% от всех участников опроса и 19% от внедривших новации.

В управлении реализацией продукции на каждое из предприятий, подготовивших изменения в управлении этой сферой, приходится в среднем по 2,9 новации. Больше всего новаций ориентировано на планирование текущей деятельности и создание системы контроля (37% предприятий, имеющих новации в этой сфере), а также - на стимулирование продуктивной работы подчиненных и внедрение нововведений (по 36%).

В управлении финансами на каждое из предприятий, подготовивших изменения в управлении этой сферой, приходится в среднем по 3,8 новаций. Больше всего новаций ориентировано на планирование текущей деятельности (50%), внедрение нововведений (46%), а также на анализ и выявление скрытых проблем и формирование функциональной структуры управления (по 41%).

В построении эффективной системы управления на каждое из предприятий, подготовивших изменения в управлении этой сферой, приходится в среднем по 4,4 новации. Больше всего новаций ориентировано на анализ результатов деятельности, стратегическое планирование и внедрение нововведений (по 53%), а также на формирование функциональной структуры управления и планирование текущей деятельности (по 47%).

На третьем месте:

- управление рыночным поведением - нововведения подготовлены к внедрению на 19 фирмах, что составляет 7% от всех участников опроса и 16% от внедривших новации;
- управление нововведениями - нововведения подготовлены к внедрению на 18 фирмах, что составляет 6% от всех участников опроса и 15% от внедривших новации;
- управление кадрами - нововведения подготовлены к внедрению на 17 фирмах, что составляет 6% от всех участников опроса и 14% от внедривших новации;
- управление материально-технической базой предприятия - нововведения подготовлены к внедрению на 10 фирмах, что составляет 4% от всех участников опроса и 8% от внедривших новации.

Приведенные выше данные о подготовленных к внедрению новациях подтверждают проявившуюся ранее тенденцию снижения инновационной активности по мере продвижения к реальным инновационным действиям. Если испытывали затруднения 75%, признавали необходимость новых методов управления 67%, то реально подготовили управленческие нововведения лишь 43% малых предприятий. Причем больше всего управленческих новаций подготовлено к внедрению в управлении производственным процессом, который не был отмечен респондентами как приоритетный в инновационной управленческой деятельности. Это подтверждает высказанное ранее предположение о том, что реальными основаниями изменений служат зачастую не обоснованная их необходимость и приоритетность, а относительная доступность, простота реализации.

Доля фирм, имеющих готовые к внедрению управленческие нововведения в различных сферах деятельности, прямо пропорциональна прибыльности предприятия:

- доля убыточных МП, имеющих готовые к внедрению нововведения, составляет 35% (при этом на каждую из фирм, имеющих готовые нововведения, в среднем их приходится 1,5);
- доля МП с небольшой прибылью, имеющих готовые к внедрению нововведения, составляет 43% (при этом на каждую из фирм, имеющую готовые нововведения, в среднем их приходится 1,7);
- доля МП со средней прибылью, имеющих готовые к внедрению нововведения, составляет 58% (при этом на каждую из фирм, имеющих готовые нововведения, в среднем их приходится 1,6).

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в количестве сфер деятельности, в управлении которыми подготовлены новации. Если в среднем на одно предприятие, подготовившее нововведения в различных сферах, приходится 1,5 сферы, то:

- на одно предприятие, значительно уменьшившее объем инвестиций, приходится 1,7 сферы;
- на одно предприятие, уменьшившее объем инвестиций, приходится 1,2 сферы;
- для предприятий, инвестиции которых остались без существенных изменений, эта цифра - 1,7;
- для предприятий, увеличивших объем инвестиций, - 1,5.

На предприятиях, значительно уменьшивших объем инвестиций, больше всего новаций подготовлено в управлении производственным процессом (64%). Меньше всего изменений подготовлено в управлении кадрами (9%) и в управлении материальной базой (9%).

На предприятиях, уменьшивших объем инвестиций, максимум изменений подготовлено в управлении рыночным поведением (33%). Минимальное количество новаций подготовлено в управлении материальной базой предприятия (5%).

Предприятия, объем инвестиций которых существенно не изменился в последнее время, наибольшее количество нововведений подготовили в управлении производственным процессом (36%) и управлении реализацией продукции (36%). Минимальное количество нововведений подготовлено в управлении материальной базой (5%).

Предприятия, увеличившие объем инвестиций, больше всего подготовили нововведений в управлении производственным процессом (50%). Не подготовлены новации в управление материальной базой фирмы и управлении нововведениями. Минимальное количество подготовленных к внедрению нововведений эти предприятия имеют в управлении финансами (13%) и управлении кадрами (13%).

Количество сфер деятельности предприятия, в управлении которыми подготовлены нововведения, приходящихся в среднем на одну фирму, зависит от основной цели на ближайший год и составляет:

- для всех предприятий - 1,6;
- для ориентированных на выживание - 1,3;
- для ориентированных на стабилизацию - 1,6;
- для ориентированных на развитие - 2,0.

VII. Необходимость изменений в управлении инновациями в сфере менеджмента

Нововведение - это результат инновационного процесса. Инновационный процесс — это не просто внедрение чего-либо нового, а такие изменения в целях, условиях, содержании, средствах, методах, формах организации производственного и управленческого процессов, которые:

- обладают новизной;
- обладают потенциалом повышения эффективности этих процессов в целом или каких-то их частей;
- способны дать долговременный полезный эффект, оправдывающий затраты усилий и средств на внедрение новшества;
- согласованны с другими осуществляемыми нововведениями.

Качество реализованных нововведений существенно зависит от того, как организован инновационный процесс. Недостатки в инновационной деятельности предприятий обычно проявляются в следующих основных формах:

- потенциально эффективные новшества не внедряются или внедряются со значительной задержкой во времени. В результате не используется возможность получить полезный эффект от использования новшества;
- внедряется новшество, которое не обладает необходимым инновационным потенциалом. (Ошибки в оценке полезности или же новшество внедряется не потому, что оно может дать полезный эффект, а потому, что оно модно);
- внедрение новшества в силу явного или скрытого сопротивления или плохой организации внедрения не дает ожидаемого результата;
- внедрение новшества требует значительно больших затрат, чем ожидалось при принятии решения о внедрении;
- сроки внедрения оказываются значительно большими, чем первоначально ожидалось из-за их ошибочной оценки, плохой организации внедрения или же сильного сопротивления нововведению.

Каждый такой дефект может быть объяснен только через некачественное выполнение определенного этапа инновационного процесса или через его отсутствие, что, в свою очередь, свидетельствует о неудовлетворительном управлении поиском и внедрением новаций.

То, что в управлении поиском и внедрением нововведений на предприятии необходимы изменения, считают 53% опрошенных. Из них 15% ориентированы на значительные изменения и 38% - на изменения небольшие. Противоположной точки зрения придерживаются 23% респондентов, не видящих необходимости в изменениях. Причем больше всего руководителей, считающих, что нет необходимости в изменении управления поиском и внедрением нововведений, среди руководителей предприятий, ориентированных на развитие (34%).

Примерно четверть опрошенных (23%) не имеют определенного мнения по этому вопросу. Больше всего неопределившихся среди руководителей предприятий, главная цель которых - выживание (28%), меньше - среди руководителей, ориентированных на развитие (18%).

То, что среди опрошенных руководителей МП лишь чуть более половины видят необходимость совершенствования системы управления нововведениями, а почти половина такой необходимости либо не видят, либо не имеют определенного мнения, свидетельствует о достаточно непростой инновационной обстановке на предприятиях малого бизнеса. Вряд ли можно трактовать такие ответы опрошенных руководителей как свидетельство относительного благополучия в сфере инноваций, отсутствия объективной необходимости совершенствования управления поиском и внедрением нововведе-

ний. В сочетании с проявившимися и зафиксированными ранее тенденциями понижения активности руководителей в отношении управленческих нововведений по мере приближения к реальным действиям, это можно считать свидетельством относительно невысокого уровня готовности к инновациям в сфере менеджмента, субъективно низкой значимости для руководителей инновационной проблематики вообще и инноваций в управлении, в частности. Данный вывод подкрепляется незначительной долей тех, кто считает необходимым существенные изменения в управлении инновациями (15%). Тот факт, что меньше всего «неопределившихся» среди руководителей МП, ориентированных на развитие, также служит косвенным подтверждением высказанного тезиса. Эти предприниматели, как показывают результаты исследования, практически по всем вопросам демонстрирует определенную и последовательную позицию, выражая не только установки на изменение методов управления, но и реальную готовность к фактическим нововведениям. Именно эту часть респондентов можно с большим основанием считать сформировавшимися инноваторами.

Следует отметить, что ожидания предпринимателей в отношении последствий внедрения управленческих новаций вполне соответствуют их ориентации. Те, кто ориентирован на значительные изменения, признавая тем самым важность для предприятия проблем управления инновациями, ожидают и значительно более высокой отдачи от реализации этих управленческих нововведений. И наоборот, чем меньше респонденты ориентированы на изменения в управлении нововведениями, тем меньше, они предполагают, может быть отдача от новаций в сфере менеджмента.

Так, около трети руководителей, ориентированных на значительные изменения в управлении нововведениями, 32% ожидают от внедрения новаций существенного улучшения финансового состояния фирмы, примерно половина (49%) - среднего, а только 2% - незначительного (для ориентированных на небольшие изменения эти цифры составляют 16%, 40% и 36%). Никто из ориентированных на значительные изменения не назвал в качестве фактора, препятствующего нововведениям, отсутствие идей. Они лучше, чем те, кто ориентирован на небольшие изменения, информированы в отношении эффективных нововведений. Среди факторов, препятствующих внедрению управленческих новаций, отсутствие информации занимает одно из последних мест. Для тех, кто считает, что нужны небольшие нововведения (главный сдерживающий фактор - отсутствие финансовых возможностей (77%), далее - отсутствие информации (26%)).

Около половины руководителей, считающих, что нет необходимости в изменениях (52%), не ждут от управленческих новаций улучшения финансового состояния своих предприятий. Примерно треть предполагает, что улучшения будут незначительными, а еще 12% не имеют ясности по этому вопросу.

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в распределении голосов по этому вопросу. Существенные затруднения он вызвал у руководителей предприятий, значительно уменьшивших инвестиции - среди них затруднились с ответом 35%. Второе место заняли руководители предприятий, инвестиции которых остались без изменений - 28%. Не возникло затруднений при ответе на данный вопрос у руководителей предприятий, увеличивших инвестиции.

Больше всего руководителей, ориентированных на изменения в управлении нововведениями, среди тех, чьи предприятия, увеличили инвестиции: 79% ответивших (считают, что необходимы небольшие изменения - 71%, а значительные - всего 8%).

Значительно отстают руководители предприятий, уменьшивших объем инвестиций. Среди них 54% считают, что изменения в управлении поиском и внедрением нововведений необходимы, причем на радикальные изменения ориентирована достаточно большая часть руководителей (22%).

Приблизительно одинаковая часть признающих необходимость изменений в управлении нововведениями среди руководителей предприятий, значительно уменьшивших объем инвестиций (47% ответивших) и руководителей предприятий, оставивших объем инвестиций без существенных изменений (46%). Однако радикально настроенных руководителей во втором случае почти в два раза больше (11%), чем в первом (6%).

На предприятиях, значительно уменьшивших инвестиции, больше всего ответивших ориентированы на небольшие изменения в системе управления нововведениями (41%), а меньше - на значительные изменения (6%).

Среди руководителей предприятий, уменьшивших инвестиции, больше всего считающих, что нет необходимости в изменениях (35%). Среди руководителей предприятий, инвестиции которых остались неизменными, больше ориентированных на небольшие изменения (35%).

В среднем чуть более половины респондентов считают, что необходимы значительные или хотя бы небольшие изменения в системе управления нововведениями.

Такой разброс мнений между предприятиями, имеющими разную динамику инвестиций, достаточно сложно объяснить логически. Приведенные данные свидетельствуют, что в ответах на вопрос о необходимости изменений в управлении нововведениями и в том, насколько значительными должны быть эти изменения, не просматривается зависимости вариантов ответов от динамики инвестиций МП. Распределение ответов носит, скорее, случайный характер, в большей мере отражая тот факт, что выраженное мнение зачастую означает отсутствие какой-либо определенной позиции в отношении проблем управления и управленческих новаций.

Тем не менее, определенное единство было проявлено респондентами в ответе на вопрос об источниках управленческих инноваций.

Поскольку инновационный процесс обеспечивает последовательные преобразования нововведения от момента его зарождения в виде общей идеи до того момента, когда оно становится по сути новым элементом организации и переходит в режим функционирования, изменения в управлении могут коснуться любой стадии инновационного процесса.

Реальный инновационный процесс в организации имеет очень сложную структуру. Чаще всего он складывается из нескольких (по числу нововведений) относительно самостоятельных инновационных циклов. Каждый из этих циклов проходит в данный момент времени свою определенную стадию, обеспечивая продвижение от концепции новой деятельности, через проблемный анализ, разработку инновационной стратегии, появление инновационных замыслов (или идей) до конкретных планов реализации нововведения.

Развитие организации является управляемым процессом, и в ходе этого управления возникают и разрешаются два основных вопроса: ЧТО подлежит изменению, и КАК это изменение осуществить. Ответ на первый вопрос, то есть выбор направления преобразований, происходит в результате проблемного анализа деятельности и формирования инновационной стратегии. Собственно нововведение, даже на уровне принципиальной идеи, дает ответ на второй вопрос, то есть конкретизирует способ изменения.

Генерация идей - этап исключительно творческий. Невозможно сказать заранее, когда и откуда появится нужная и интересная идея. Она может появиться внутри организации, а может быть позаимствована извне. Результаты исследования показывают, что для подавляющего большинства опрошенных руководителей толчок к нововведениям в сфере управления на их предприятии могут дать именно собственные идеи (на этот источник указали в 76% случаев).

С большим отрывом за ними следуют источники, составившие вторую группу:

- участие в выставках, конференциях, семинарах (36%);
- опыт конкурентов или аналогичных предприятий (30%);
- идеи подчиненных (27%);
- обучение (25%).

Третья группа включает следующие источники:

- поставщики или потребители (21%);
- специальная литература по управлению (17%);
- средства массовой информации (14%).

Явно выраженная ориентация на собственные силы, на внутренние источники идей, в сочетании со столь же явно выраженной недостаточной готовностью к нововведениям, низкой заинтересованно-

стью в них свидетельствуют о некоторой противоречивости позиции респондентов. Для того чтобы эти внутренние источники задействовать, могут понадобиться специальные усилия, создание особых условий на предприятии. В то же время внимание к проблемам совершенствования системы управления инновациями, выраженное респондентами, можно оценить как недостаточное для достижения этих целей.

VIII. Анализ факторов, влияющих на управленческие новации

Масштаб и интенсивность процесса обновления системы управления на малых предприятиях зависят, с одной стороны, от изменчивости окружающих условий, с другой стороны, от уровня притязаний руководителей, от целей организации и других внутренних характеристик, поскольку любая инновационная стратегия определяется внешними и внутренними условиями деятельности предприятия.

Среди внешних условий наиболее существенными считаются:

- изменения экономической обстановки, в которой действует предприятие;
- изменения в области науки и техники, открытия, ведущиеся научные разработки и исследования.

Из внутренних для организации условий деятельности можно выделить как наиболее важные:

- финансовые возможности;
- кадровые возможности;
- организационную культуру, включающую определенные традиции, систему ценностей, индивидуальные и групповые нормы поведения, установки, типы взаимодействия и т.д.

Одно из наиболее интересных явлений в теории и практике управления за рубежом в последнее время - осознание важности фактора организационной культуры для формирования, функционирования и развития систем управления. Прежде всего для успешной реализации любых нововведений, тем более новых методов управления, исключительно важную роль играет характер воззрений персонала - его ориентация на развитие, отношение к переменам, готовность к риску и др. При реализации управленческих новшеств, особенно таких кардинальных, как стратегическое управление, связанное с переориентацией всего мышления с внутрипроизводственных на внешние проблемы, требуется огромная работа по преодолению сопротивления изменениям, формированию новой «организационной культуры».

В то же время при оценке основных факторов, которые, по мнению респондентов, препятствуют внедрению управленческих новаций на их предприятиях, предприниматели продемонстрировали известные стереотипы отношения к этой проблеме (см. Таблицу 16).

Таблица 16

Структура факторов, препятствующих внедрению управленческих новаций на предприятии (в % к числу всех ответов)

Основные факторы	Распределение ответов
Отсутствие финансовых возможностей	77
Высокая загруженность руководителя	24
Отсутствие возможности получить квалифицированную помощь и консультации	15
Недостаточная квалификация управленческих кадров	13
Отсутствие необходимости в новациях	12
Незначительное влияние новаций на результаты деятельности предприятия	9
Отсутствие идей	3

Первое место с огромным отрывом от всех остальных факторов занимает отсутствие финансовых возможностей у предприятия. На этот фактор указали 208 опрошенных руководителей, что составляет 76% ответивших.

Второе место у группы из трех факторов:

- невозможность заниматься новациями из-за высокой загруженности (отметили 64 руководителя или 24% ответивших). Для руководителей предприятий, ориентированных на выживание, этот фактор не является столь значимым (17% ответивших), как для руководителей предприятий, основная цель которых стабилизация (30%) или развитие (30%);
- отсутствие информации об эффективных нововведениях в сфере управления (отметили 19% ответивших);
- отсутствие возможности получить квалифицированную помощь и консультации (отметили 15% ответивших).

Третье место по степени влияния занимают три фактора:

- недостаточная квалификация управленческих кадров, на которую указали 13% ответивших;
- отсутствие необходимости в управленческих новациях, на которую указали 12% ответивших;
- незначительное влияние новаций на результаты деятельности предприятия - 10% ответивших.

Незначительно влияют (четвертое место):

- отсутствие идей - этот фактор отметили 3% ответивших.

Прибыльность предприятия существенным образом определяет оценку влияния на внедрение управленческих нововведений такого фактора, как отсутствие финансовых возможностей у предприятия:

- среди руководителей убыточных предприятий его выделили 87% ответивших;
- среди руководителей предприятий с небольшой прибылью - 76% ответивших;
- среди руководителей предприятий со средней прибылью - только 64% ответивших.

В зависимости от динамики инвестиций имеются различия в роли отдельных факторов, препятствующих внедрению управленческих новаций.

Так, вес наиболее существенного фактора - отсутствие финансовых возможностей у предприятия - с увеличением инвестиций падает. И если на его влияние указали 89% руководителей предприятий, уменьшивших инвестиции, то для предприятий, их увеличивших, это число равно 50%.

Для предприятий, уменьшивших инвестирование, в отличие от всех других предприятий, на второе место по важности вышел такой фактор, как отсутствие возможности получить квалифицированную помощь и консультации 22%.

Именно тот факт, что, независимо от финансовой устойчивости предприятия, все руководители (и прибыльных, и убыточных предприятий) считают, что управленческим нововведениям мешает нехватка финансов, убеждает в обратном. Традиционный менталитет российских менеджеров таков, что истоки всех неудач предприятия руководители склонны видеть, прежде всего, во внешних обстоятельствах и трудностях, в неблагоприятных условиях деятельности. Нет понимания сущности управления как деятельности, направленной на максимальное использование потенциала предприятия именно в данных объективных внешних условиях. Подавляющее большинство руководителей не нацелены на анализ управленческой деятельности и на самоанализ, на выделение проблем в сфере управления своим предприятием, на поиск управленческих новаций.

Нехватка финансов - понятие относительное. Не хватает всегда на то, что второстепенно, не актуально, можно отложить. К тому же управленческие новации не отнесешь к разряду затратных. Они не связаны с финансированием НИОКР, закупкой технологий и нового оборудования. Главная причина - это все же организационная культура, включающая и систему ценностей российских руководителей. Знания в области менеджмента, специальное образование, пристальное внимание к управлению, специальный поиск и освоение новшеств в сфере управления традиционно мало значимы для большинства руководителей, так как они уверены в своем уровне, опытности и т.д. Изложенные выше результаты опроса подтвердили, что менее всего предприниматели испытывают затруднения при создании эффективной системы управления.

Недооценка значимости сферы управления, привычка полагаться на свой опыт и интуицию, скептическое отношение к научным разработкам и специальному образованию в этой области, проявились и в оценках респондентов степени положительного влияния управленческих нововведений на финансово-экономические результаты деятельности предприятий.

Так, положительного влияния внедрения управленческих нововведений на финансово-экономическое состояние своей фирмы ожидают 54% опрошенных руководителей. Из них:

- считают, что это влияние будет значительным, 23%. Такого мнения придерживаются только 8% руководителей предприятий, основная цель которых на ближайший год - выживание; 14% руководителей предприятий, цель которых - стабилизация; и 33% руководителей МП, ориентированных на развитие;
- считают, что влияние будет средним, 39%;
- считают, что влияние будет незначительным, 38%.

Не ожидают улучшения финансово-экономического положения своей фирмы от внедрения управленческих новаций 25% всех опрошенных руководителей МП.

Не имеют позиции по этому вопросу 21% всех опрошенных, а среди руководителей предприятий, основная цель которых - выживание, доля затруднившихся с ответом - 30%.

Наиболее оптимистично в отношении влияния управленческих нововведений на финансовое положение предприятия настроены руководители промышленных предприятий (среди них положительного эффекта ожидают 68% руководителей); фирм, занимающихся информационным обслуживанием (положительного эффекта ожидают 67% опрошенных руководителей), а также руководители торговых фирм (67%). Меньше ждут от управленческих новаций руководители строительных фирм (менее половины из них (48%) считают, что их внедрение приведет к улучшению финансового состояния их предприятий).

Больше всего затруднившихся с ответом руководителей оказалось в таких видах деятельности, как строительство (35% от всех строительных МП) и жилищно-коммунальное хозяйство (29% от всех жилищно-коммунальных фирм).

Динамика инвестиций прямо пропорционально влияет на ожидание улучшения состояния фирмы в зависимости от внедрения управленческих новаций. Так, если на предприятиях, уменьшивших инвестиции, доля пессимистов была максимальной и составила 32%, то на предприятиях, не менявших объем инвестиций, она сократилась до 24%. Для МП, увеличивших инвестиции, доля минимальна - 7% (значительного и среднего улучшения состояния фирмы в этой группе руководителей ожидают 64% респондентов: 21% и 43% соответственно). Руководители фирм, увеличивших инвестиции, полностью определились по этому вопросу в отличие от тех, чьи МП значительно уменьшил инвестиции, где почти четверть опрошенных затруднились с ответом (24%).

От основной цели на ближайший год зависит оптимизм руководителей в отношении влияния внедрения управленческих нововведений на финансовое состояние фирмы. Значительного улучшения ожидают руководители:

- только 8% предприятий, ориентированных на выживание;
- 13% предприятий, ориентированных на стабилизацию;
- 32% предприятий, ориентированных на развитие.

IX. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

IX.1. Основные выводы

1. Объективная необходимость управленческих нововведений руководителями российских малых предприятий в значительной мере осознается. Потребность в использовании новых методов управления при решении различных управленческих задач испытывают 71%, а при управлении конкретными сферами деятельности - 67% опрошенных руководителей.
2. Выявилась прямая зависимость между включенностью в инновационную деятельность в сфере управления и уровнем развития предприятия. Более высокая прибыльность, положительная динамика инвестиций, ориентация на развитие соотносятся с более высокой степенью осознания необходимости в управленческих новациях и самой инновационной активностью; о которых свидетельствуют реализованные и подготовленные нововведения, оценка их положительного влияния на результаты деятельности предприятия. Так, если среди руководителей фирм, работающих в убыток, 56% считают, что им требуются новые методы для решения управленческих задач, то среди руководителей прибыльных предприятий таких 70% (при небольшом уровне прибыльности) и 78% (при среднем уровне прибыльности). При этом количество управленческих задач, отмеченных одним руководителем, также растет. Если все опрошенные руководители выделили в среднем по две управленческие задачи, для решения которых они считают необходимым использовать новые методы, то на одного руководителя предприятия с небольшой прибыльностью в среднем приходится 2,2 задач, на одного руководителя предприятия со средней прибыльностью - 2,8 задачи.

Реальная готовность к изменениям сохраняет ту же зависимость: доля руководителей, намеренных изменить методы, минимальна для предприятий, ориентированных на выживание (53%). Для руководителей МП, имеющих в качестве основной цели развитие, она составляет 72%. И если на каждого, имеющего намерения изменить методы решения управленческих задач, среди ориентированных на развитие, в среднем приходится по 2,8 задачи, то для «выживающих» - по 1,9. Доля фирм, имеющих готовые к внедрению управленческие нововведения в различных сферах деятельности, колеблется от 35% в группе убыточных предприятий до 43% в группе фирм с небольшой прибылью и до 58% в группе фирм со средней прибылью.

Динамика инвестиций прямо пропорциональна ожиданию улучшения состояния фирмы в результате внедрения управленческих новаций. Так, если на предприятиях, уменьшивших инвестиции, доля пессимистов была максимальной и составила 32%, то на предприятиях, не менявших объем инвестиций, она сократилась до 24%, а на МП, увеличивших инвестиции, доля минимальна - 7%.

3. Более зрелая позиция в отношении качества менеджмента в целом и инновационной активности в этой сфере способна обеспечить наибольшую эффективность в использовании всех возможностей предприятия, привести к финансовой устойчивости и к росту инвестиционной активности.
4. Стратегическое планирование становится актуальным для руководителей предприятий малого бизнеса. С огромным отрывом именно эта задача была оценена ими как наиболее затруднительная (на нее указали 30% всех опрошенных, что в полтора раза больше, чем набрала следующая по значимости задача - анализ и выявление скрытых проблем в деятельности предприятия). Так же высоко была оценена необходимость использования именно при решении этой задачи новых методов (37% по сравнению с 23% для следующей задачи). Это соответствует закономерностям развития рыночной экономики и тенденциям изменений в мировой теории и практики менеджмента. Сам факт осознания руководителями необходимости выработки стратегии развития на уровне предприятия - новое явление в нашем управлении.
5. В настоящее время уровень реальной готовности руководителей малых предприятий к управленческим нововведениям достаточно низок. Об этом свидетельствует то, что, несмотря на явно

проявившееся осознание объективной необходимости управленческих новаций, предпочтения в выборе методов управления, нуждающихся в обновлении, меняются, как только речь заходит о намерениях руководителей действительно что-то изменить. Логическая цепочка «проблема- идея ее решения - реализация идеи», лежащая в основе любого нововведения, в том числе и в сфере менеджмента, здесь нарушается, следовательно, не может закончиться нововведением. Так, только 71% опрошенных руководителей МП считают, что для решения управленческих задач им необходимы новые методы, притом что 76% признались в затруднениях при решении этих задач. Еще меньше количество желающих реально осуществить изменения - 65% всех опрошенных руководителей.

Кроме того, если в ответах на первые два вопроса проявляются явные, осознанные предпочтения, то в намерениях изменить свои методы руководители не демонстрируют последовательной позиции.

6. Подтверждением вывода о низкой готовности к реальным управленческим новациям является традиционное объяснение затруднений при внедрении управленческих нововведений отсутствием финансовых возможностей. На этот фактор указали 76% опрошенных руководителей. Поскольку данный аргумент выдвигается как основное препятствие вне зависимости от финансового состояния предприятия и специфики управленческих новаций, связанных с относительно низкой капиталоемкостью, его следует трактовать как стереотипную отговорку. Вторая группа причин - высокая загруженность (отметили 24% ответивших), отсутствие информации об эффективных нововведениях в сфере управления (19%) и отсутствие возможности получить квалифицированную помощь и консультации (15%) - действительно близки к истинным препятствиям, но финансовые ограничения лидируют с огромным отрывом.
7. Почти четверть опрошенных не смогла ответить на вопрос о том, необходимы ли изменения в управлении поиском и внедрением новаций (23%). Еще столько же не видят необходимости что-либо менять в этой сфере управления (23%). Можно с уверенностью предположить, что это не связано с исключительной успешностью инновационной деятельности на этих предприятиях. Более правдоподобным выглядит объяснение, согласно которому эта часть предприятий (почти половина опрошенных МП) вообще не занимаются всерьез инновациями (поскольку тогда в условиях современной экономической ситуации они неминуемо столкнулись бы с проблемами) и, главное, не собираются этим заниматься (поскольку не видят необходимости строить эффективное управление нововведениями). Этот вывод подтверждается и ответами по поводу положительного влияния управленческих новаций. Примерно такая же часть опрошенных либо не ожидают улучшения финансово-экономического положения своей фирмы от внедрения управленческих новаций (25%), либо не имеют по этому поводу определенного мнения (21%).
8. В ходе исследования проявилась в целом относительно низкая ориентация руководителей малых предприятий на новаторство, как на управленческую установку. Это подтверждается всеми ответами, связанными с системой внедрения нововведений. В то же время руководители предприятий, зафиксировавшие свою ближайшую цель как «развитие», демонстрируют явно более высокую инновационную активность по отношению к управленческим новациям на стадиях как осознания их необходимости, так и готовности к реальным нововведениям. Так, например, если все опрошенные руководители выделили в среднем по две управленческие задачи, для решения которых они считают необходимым использовать новые методы, то руководители МП, ориентированных на развитие, выбрали в среднем по 3,3 задачи. Значительного улучшения финансового состояния фирмы в результате внедрения управленческих нововведений ожидают только 8% руководителей предприятий, ориентированных на выживание, и 32% предприятий, ориентированных на развитие. Количество сфер деятельности предприятия, в управлении которыми уже осуществлены нововведения, приходящихся в среднем на одну фирму, для всей выборки составило 1,9; для предприятий, ориентированных на выживание - 1,6; для ориентированных на развитие - 2,5.
9. Анализ результатов опроса показал отсутствие у руководителей системного подхода к управленческим новациям. Это проявляется в том, что уже реализованные нововведения носят локальный характер, охватывая в среднем 1-3 сферы деятельности предприятия и меняя в каждой из них способы решения лишь нескольких частных задач. Таким же образом готовятся и будущие нововведения.

10. Хотя затруднения в управлении производственным процессом и необходимость обновления этой сферы отмечаются руководителями далеко не в первую очередь (эта сфера находится на пятом месте, набрав 22% голосов), по фактическому внедрению управленческих новаций она входит в первую группу. Это объяснимо, поскольку управление производством - наиболее понятная, традиционная сфера. Управление рыночным поведением, управление нововведениями, построение эффективной системы управления требуют специальных знаний, здесь трудно обойтись интуицией, и отсутствует опыт, на который можно было бы опереться.
11. Потенциал развития малых предприятий за счет управленческих новаций, способных обеспечить более эффективное управление, на сегодняшний день нельзя оценивать как значительный. Несмотря на то, что практически три четверти опрошенных руководителей малых предприятий испытывают затруднения при решении многих управленческих задач, а также при управлении определенными сферами деятельности предприятия, и осознают, что им необходимо использовать новые методы в управленческой деятельности, в ходе исследования выявилась низкая готовность к действительным нововведениям в сфере менеджмента, заниженная оценка положительного влияния управленческих новаций на результаты деятельности предприятия со стороны руководителей и относительно низкая их ориентация на развитие. Все это вместе может выступать серьезным реальным препятствием к управленческим нововведениям.
12. Управление на предприятиях малого бизнеса находится под воздействием двух противоречивых тенденций. С одной стороны, для того, чтобы успешно действовать в сложных, изменяющихся социально-экономических условиях, противостоять негативным воздействиям, уровень системы управления на предприятии должен быть адекватен сложности и скорости происходящих в среде изменений. Кроме того, управление должно совершенствоваться. В то же время специфика малых предприятий такова, что система управления на большинстве из них сводится к минимально необходимому набору функций, а руководители не имеют специального образования в области менеджмента. Это является существенным ограничением для повышения гибкости и эффективности систем управления. По результатам исследования, большинство руководителей не считают задачу совершенствования системы управления слишком затруднительной для себя (15% всех, испытывающих затруднения при управлении какими-либо сферами деятельности, назвали именно эту сферу). Предприниматели не видят острой необходимости построения более совершенных систем управления (лишь 24% респондентов указывают на эту необходимость). Следовательно, можно прогнозировать, что значительное число малых предприятий не смогут повысить свою устойчивость и сохранить позиции в бизнесе в тех сферах деятельности, которые наиболее подвержены изменениям и нестабильности. Разорение малых предприятий и возможное снижение их численности в этих сферах, переток в более простые по условиям деятельности отрасли будет являться закономерным следствием ограниченных возможностей систем управления.

IX.2. Рекомендации структурам поддержки малого предпринимательства

1. Отсутствие информации об эффективных нововведениях в сфере управления и невозможность заниматься ими из-за высокой загруженности являются, по мнению руководителей малых предприятий, факторами, существенно препятствующими внедрению управленческих новаций. Снижение негативного влияния этих факторов возможно за счет создания доступного предпринимателям информационного банка данных по нововведениям в сфере менеджмента. Работа по созданию и ведению этого банка данных может осуществляться такими структурами, как Российские информационные центры, Ресурсный центр малого предпринимательства, Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса, а также региональными Фондами поддержки малого предпринимательства.
2. В связи с тем, что малые предприятия не располагают информацией, достаточной для реализации новых для них методов стратегического планирования и анализа внешней среды, одним из условий широкого внедрения этих управленческих новаций является информационная поддержка со стороны заинтересованных структур, обеспечивающая малым предприятиям доступ к необходимой статистической, аналитической, прогнозной и прочей информации. Такую информационную поддержку могли бы оказать малым предприятиям своей территории (например, в рамках региональных программ поддержки малого бизнеса) подразделения областных и городских администраций, ответственные за поддержку предпринимательства и имеющие связь с органами государственной статистики. Кроме того, различную информацию о состоянии рынка могут предоставлять

торгово-промышленные палаты (как своим членам, так и сторонним организациям), Российские информационные центры, агентства поддержки малого и среднего бизнеса.

3. Проведенное исследование свидетельствует о том, что в среде российских руководителей происходит осознание необходимости овладения новыми методами управления, прежде всего методами стратегического планирования и анализа внешней среды. Это позволяет сделать вывод о формирующейся образовательной потребности в этой сфере. Дальнейшее развитие рыночных отношений в России неизбежно усилит спрос на соответствующие образовательные услуги. Для удовлетворения этого спроса необходима поддержка в разработке специальных программ и курсов, включающих лучшие мировые образцы эффективных методов внутрифирменного управления (такие, как построение сценариев, разработка планов на ситуационной основе, построение матриц оценки различных вариантов хозяйственного поведения и др.), адаптированных к российским условиям, а также форм и методов обучения, наиболее доступных для руководителей малых предприятий (дистантное, модульное, краткосрочное и др.). В качестве разработчиков таких образовательных программ и самих обучающих структур могли бы выступить Академия менеджмента и рынка, Международный Институт Менеджмента ЛИНК, Учебно-деловые центры Морозовского проекта, Институт бизнеса и делового администрирования.
4. Для повышения возможностей получения квалифицированной помощи и консультаций, отсутствие которых рассматривается руководителями малых предприятий как фактор, существенно сдерживающий инновационную деятельность, необходимо оказать поддержку развитию консалтинговых услуг в сфере менеджмента. Это могут взять на себя, прежде всего, региональные фонды поддержки предпринимательства, учебно-деловые центры, агентства поддержки малого и среднего бизнеса, а также региональные государственные структуры, ответственные за развитие предпринимательства. Желательным было бы включение соответствующего пункта в региональные программы поддержки малого и среднего бизнеса.
5. Необходимо использовать возможности специализированных научных, научно-популярных изданий и средств массовой информации не только для широкого информирования о результатах различных исследований по проблемам инноваций, но и для целенаправленного изменения ценностных ориентаций и установок российских руководителей предприятий в отношении инновационных процессов, формирования у них более высокой оценки значимости нововведений вообще и управленческих новаций, в частности.
6. Для определения более обоснованных мер поддержки и стимулирования инновационной активности в сфере малого бизнеса необходимо проведение регулярных мониторингов и исследований, позволяющих накопить базу данных, достаточную для выявления тенденций, построения прогнозов и разработки рекомендаций.
7. Является целесообразной прямая финансовая поддержка инновационных проектов малых предприятий, связанных с развитием их систем управления. Эту поддержку могли бы, например, осуществлять региональные фонды поддержки предпринимательства.

IX.3. Рекомендации для руководителей предприятий

1. Важнейшее значение для достижения желаемых результатов инновационного процесса имеет мотивация его участников. Как показало исследование, подавляющее большинство руководителей при осуществлении новаций ориентированы на собственные идеи, в то время как подчиненные рассматриваются ими в качестве источника идей в три раза реже (соответственно, в 76% и в 27% случаев). Использование этого резерва способно существенно повысить эффективность инновационных процессов на предприятиях.

Для формирования положительной мотивации необходимы следующие условия:

- ожидаемые руководителем результаты инновационной деятельности должны быть четко определены и известны каждому исполнителю;
- должны существовать всем известные вознаграждения за достижение этих результатов;
- вознаграждения должны иметь ценность для исполнителей;

- необходимо, чтобы существовали такие неформальные нормы в коллективе, при которых статус работника и отношение к нему со стороны коллег зависели от его отношения к делу;
- система контроля должна обеспечивать объективную оценку результатов инновационной деятельности;
- получаемые вознаграждения должны соответствовать результатам труда и распределяться справедливо;
- необходимо, чтобы работники были уверены, что существуют материально-технические, организационные и другие условия, достаточные для достижения ожидаемых результатов.

Однако не только создание побуждающих условий порождает положительное отношение к нововведениям и заинтересованность в их освоении. Так как любые нововведения затрагивают интересы работников, для преодоления возможного сопротивления с их стороны необходимо принятие специальных мер. Основная цель подобных мер - максимально возможное включение работников в процесс преобразований. В минимальной степени это может быть достигнуто за счет постоянного информирования сотрудников о готовящихся изменениях, в идеале работники должны быть участниками инновационного процесса с самых ранних его стадий. Немаловажным является также обеспечение готовности к нововведениям за счет специального обучения сотрудников.

2. Для успешного протекания инновационного процесса необходимо, чтобы исполнители не только «хотели», но и «могли» осуществлять инновационный процесс, то есть обладали необходимой квалификацией, владели методами решения задач на определенных этапах инновационного процесса, обладали опытом и необходимыми знаниями. Специальная подготовка кадров к инновационной деятельности и накопление опыта такой деятельности - необходимое условие ее успешности.
3. Для успеха совместной деятельности важно обеспечить эффективный обмен информацией - эффективные коммуникации: вертикальные (между подчиненными и руководителем) и горизонтальные (межличностные и групповые), обеспечив доступность необходимой исполнителям информации, своевременность ее поступления, ее достоверность.

ЧАСТЬ 3. РЫНОЧНАЯ ПОЛИТИКА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРАКТИКА И РЕЗУЛЬТАТЫ НОВВОВЕДЕНИЙ

3.1. Задачи исследования

Рыночная политика предприятия – одна из наиболее важных и динамичных сфер предпринимательской деятельности. Она по необходимости изменчива, ведь приходится постоянно подстраиваться под колебания рыночной конъюнктуры. Она же по возможности стабильна – в том, что касается целей бизнеса и основных путей их достижения. Рыночная политика предприятия «обречена» на обновление, коль скоро ей приходится в меняющихся внешних условиях отвечать на вопросы: что производить, кому и где продавать, на каких условиях и по каким ценам. Но в одном случае новое в рыночном поведении – это попытка, иногда очень робкая, отказаться от стандартов планового хозяйствования, переключиться с тезиса «делаю то, что умею» на постулат «предлагаю потребителю то, что он хочет». В другом случае нововведения направлены на возможно более эффективное использование потенциала бизнеса, его упрочение в целях сохранения, укрепления рыночных позиций предприятия.

Задача исследования – на основе всестороннего анализа рыночной политики малых предприятий выявить типологию рыночного поведения в контексте активных и пассивных мер, возможности управления, различных целевых установок предпринимателей. Анализ собственно рыночной политики предваряет характеристика условий рыночной деятельности предприятий, основных результатов их функционирования. На всех этапах исследования особое внимание уделено практике и результатам нововведений. По результатам анализа предложен комплекс рекомендаций, адресованных органам власти, структурам поддержки малого предпринимательства, способствующих лучшей адаптации малых предприятий к конъюнктурным изменениям, проведению активной и эффективной рыночной политики.

Х. Условия деятельности малых предприятий

География сбыта и закупок МП сориентирована прежде всего на местный рынок. На нем совершается 72% от общего объема закупок и сбывается 83% товаров, услуг. Сбыт (закупки) в близлежащих областях / других регионах России составил соответственно 6%/8% (9%/7%) от общего объема. В отраслевом разрезе к местному рынку больше «привязаны» торговые МП, чем промышленные. Так, по сбыту доля близлежащих областей и других регионов России у промышленных МП в среднем в 2 раза выше, чем у торговых, по закупкам – выше в среднем в 2,3 раза.

Динамику спроса на товары, услуги МП в 1998 г. по сравнению с 1997 г. большинство предпринимателей оценили негативно: 53% из них отметили его уменьшение (при этом 11% - резкое уменьшение). Немногим менее трети респондентов сочли спрос неизменным, а 20% - увеличившимся. Для промышленных МП экономическая конъюнктура, по оценкам предпринимателей, складывалась более удачно, чем для торговых. Так, снижение спроса отметили 46% респондентов против 51% соответственно. Увеличение спроса – 28% против 20% опрошенных.

Уровень конкуренции на московском рынке, по мнению предпринимателей, достаточно высок. Лишь 11% из них посчитали, что конкуренция либо отсутствует (5%), либо низкая (6%). Чуть больше трети респондентов сочли конкуренцию умеренной, а 53% - высокой (в том числе 8% - очень высокой). В отраслевом плане конкурентная среда несколько благоприятнее для промышленной деятельности, чем для торговой, но расхождение в оценках уровня конкуренции невелико (порядка 3%).

Обеспеченность ресурсами предпринимательской деятельности нельзя признать удовлетворительной. Дефицит оборудования, производственных запасов, помещений констатировали от 21% до 27% респондентов соответственно. А недостаток денежных оборотных средств ощущают 79% опрошенных МП. По всем видам ресурсов дефицитность бизнеса в промышленности в среднем на 4% выше, чем в торговле.

XI. Основные результаты функционирования малых предприятий

Результаты функционирования МП позволяют оценить данные о прибыльности бизнеса, о динамике выручки от реализации/оборота и общего финансового состояния предприятия.

Судя по оценкам предпринимателей, уменьшение выручки от реализации/оборота в 1998 г. по сравнению с 1997 г. произошло почти на половине МП (47% ответов респондентов, в том числе у 12% фирм – значительное уменьшение). Наряду с этим, немногим менее трети предпринимателей (27%) отметили рост данного показателя по итогам 1998 г. Остальные 26% респондентов констатировали, что выручка от реализации/оборот их предприятий за истекший год существенно не изменилась. Отраслевые различия в данном вопросе между промышленными и торговыми МП практически не значимы.

Анализ данных анкетирования о прибыльности предпринимательской деятельности показал, что, несмотря на преимущественное снижение масштабов бизнеса (выручки от реализации/оборота), некоторый (возможно минимальный) запас прочности у него все еще остается. Две трети респондентов признали, что их фирмы работают с небольшой прибылью. Доли тех, кто сочли бизнес убыточным либо приносящим среднюю прибыль, практически совпадают: 19% и 14% соответственно.

В отраслевом разрезе наблюдается относительно большее снижение прибыльности торговых МП в сравнении с промышленными. Так, убыточной признали деятельность своих фирм руководители 7% промышленных и 18% торговых МП. А среднюю прибыльность отметили 18% и 4% респондентов соответственно.

Уменьшение выручки от реализации/оборота, снижение прибыльности не могли не сказаться на общем финансовом состоянии предприятий. В **таблице 17** приведены оценки финансового состояния, рассчитанные по данным анкетирования: суммарная доля респондентов, оценивших его как хорошее или очень хорошее, соотнесена с суммарной долей респондентов, оценивших финансовое состояние как плохое или очень плохое. Анализ рассчитанных показателей свидетельствует о значительном ухудшении финансового положения большинства МП, начавшемся в 1998 г. и принявшем угрожающие размеры, «благодаря» кризису, к концу года. Некоторый оптимизм в прогнозах на будущее лишь незначительно исправляет ситуацию.

Отраслевые различия динамики финансового состояния промышленных и торговых МП достаточно значительны. Первые в меньшей степени ухудшили финансовое состояние за I полугодие 1998 г. и проявили больший оптимизм в оценках перспектив на 1999 г. Финансовый кризис затронул и промышленные, и торговые МП в равной степени. Можно предположить, что перспективные оценки (прогноз на 1999 г.) руководителей промышленных МП несколько завышены из-за того, что последствия резкого сокращения платежеспособного спроса прежде всего сказались на торговых предприятиях, чей рынок сбыта значительно сузился. В дальнейшем волна сброса платежеспособного спроса, дейдая по цепочкам хозяйственных связей от торговых к промышленным предприятиям, может задержаться в сфере производства, заморозив кризисное состояние предпринимательства в целом.

До некоторой степени оптимизм предпринимателей из сферы производства связан с возможностью занять рыночные ниши, оставленные импортерами.

Таблица 17

	Всего по МП				Промышленные МП				Торговые МП			
	1997г.	июль 1998г.	декабрь 1998г.	прогноз 1999г	1997г.	июль 1998г.	декабрь 1998г.	прогноз 1999г.	1997г.	июль 1998г.	декабрь 1998г.	прогноз 1999г.
Соотноше- ние суммар- ных оценок финансово- го состояния МП хоро- шее/плохое	2,5	1,4	0,1	0,6	2,8	1,6	0,1	1,0	2,3	0,9	0,2	0,3

XII. Конкурентная среда и ее влияние на предпринимательскую деятельность

Как было сказано выше, конкуренция на московском рынке достаточно высока. Анализ парных распределений результатов анкетирования по вопросам о динамике спроса и степени конкуренции дал следующие результаты. Среди МП, столкнувшихся с уменьшением спроса, большая часть (52%) работали на рынках с высокой конкуренцией. Среди МП, констатировавших увеличение спроса, большинство (52%) работали на рынках с умеренной конкуренцией.

По всей видимости, сброс совокупного платежеспособного спроса, вызванный кризисом, затронул все рыночные сегменты. Но его последствия для конкретных рынков могли быть противоположными из-за реструктурирования, смещения покупательной способности. Логично предположить, что на рынках с высокой конкуренцией концентрировались, с одной стороны, значительная масса платежеспособного спроса при докризисном уровне цен, с другой стороны, - большое число участников – поставщиков товаров и услуг. Практически мгновенный рост цен «в разы» не мог не привести к усилению конкуренции именно на наиболее плотно заполненных рынках. Их покупатели снизили предъявляемый платежеспособный спрос, переключились на другие рыночные сегменты. Их продавцы зафиксировали падение спроса.

На рынках с умеренной конкуренцией влияние снижения покупательной способности сглажено. Кроме того, не исключено, что на некоторые из них частично переключился реструктурированный платежеспособный спрос. Это подтверждается следующими данными. Среди МП, работавших на рынках с высокой конкуренцией, уменьшение спроса отметили 62% фирм, а увеличение – 12%. Среди МП, работавших на рынках с умеренной конкуренцией, снижение спроса констатировали 43%, а увеличение – 28% фирм.

XII.1. Конкуренция и прибыльность бизнеса

Прибыльность бизнеса и уровень конкуренции рынка, на котором работает фирма, очевидно связаны. По полученным данным, МП, получающие прибыль (небольшую или среднюю), в сравнении с убыточными в среднем в 2,7 раза чаще оценивают конкуренцию как умеренную, в 1,6 раза реже – как высокую. Значимость оценок «конкуренция низкая» и «конкуренция отсутствует» для указанных выше групп предприятий практически совпадает.

Низкий уровень конкуренции может быть как следствием угасающего платежеспособного спроса, так и предпосылкой серьезных конкурентных преимуществ, если фирма – первооткрыватель перспективного рыночного сегмента. Умеренный уровень конкуренции свидетельствует, с одной стороны, о привлекательности конкретного рынка для потребителей, с другой – о достаточной степени свободы конкретного предприятия при определении ассортимента, качества, цен. Высокая конкуренция – показатель емкости рынка сбыта, но и катализатор расслоения его участников, интенсивного вытеснения более слабых конкурентов. Судя по результатам опроса (см. **Таблицу 18**), для коммерческого успеха бизнеса более благоприятен умеренный уровень конкуренции. Среди МП, работавших на таких рынках, максимальна доля прибыльных фирм – 93%, и минимальна доля убыточных – 7%. С учетом того, что лишь порядка трети предпринимателей признали конкуренцию умеренной, можно констатировать: конкурентная составляющая внешней среды предпринимательства далеко не всегда действует как фактор, стимулирующий бизнес.

Таблица 18

Степень конкуренции	Прибыльность предприятия, в % от числа ответивших		
	убыток	небольшая прибыль	средняя прибыль
отсутствует	15	69	15
низкая	29	50	21
умеренная	7	78	15

Степень конкуренции	Прибыльность предприятия, в % от числа ответивших		
	убыток	небольшая прибыль	средняя прибыль
высокая	26	61	13
очень высокая	19	67	14

По степени влияния на прибыльность бизнеса рынок, где конкуренция отсутствует, аналогичен рынку с очень высокой конкуренцией.

XII.2. Конкуренция и финансовое состояние предприятия

Уровень конкуренции рынка, на котором работает конкретное предприятие, влияя на прибыльность бизнеса, в большей или меньшей степени отражается на общем финансовом состоянии фирмы. Анализируя взаимосвязь указанных характеристик, следует иметь в виду, что оценки уровня конкуренции «привязаны» ко времени проведения опроса (декабрь 1998г. – январь 1999г.), а оценки финансового состояния даны в динамике, начиная с итогов 1997г. Однако, учитывая по преимуществу ухудшение финансового состояния МП за указанный период, результаты опроса, приведенные в [таблице 19](#), позволяют сделать следующие выводы.

В течение 1997 г. оценка финансового состояния бизнеса слабо зависела от того, каков был уровень конкуренции. МП и с плохими, и с удовлетворительными показателями чаще определяли конкуренцию как высокую, чем как умеренную (в среднем в 1,2 раза чаще). В первой половине 1998 г. усилилось давление конкурентов, вытеснение с рынков более слабого бизнеса. Это проявилось в оценках конкуренции МП из группы с плохим финансовым состоянием: как высокая, конкуренция стала восприниматься в 1,3 раза чаще, как умеренная – в 1,4 раза чаще. Но, и это главное, влияние конкуренции на финансовое состояние фирмы до кризиса оставалось «смазанным», превалировала оценка «конкуренция высокая».

Финансовый кризис ужесточил влияние конкурентов на все составляющие бизнеса. Как следствие, проявилась зависимость финансового состояния от уровня конкуренции. МП с плохими показателями чаще (в 1,5 раза) оценили конкуренцию как высокую, чем как умеренную; МП с удовлетворительными показателями чаще оценили наоборот (в 1,2 раза). Соотношение между анализируемыми характеристиками в прогнозах предпринимателей на 1999 г. несколько меняется. Фирмы, прогнозирующие плохое финансовое состояние, значимо чаще (в 2 раза) прогнозируют высокий уровень конкуренции. МП, рассчитывающие на удовлетворительное состояние, в своих оценках практически не «сдвигают» границу между умеренной и высокой конкуренцией. По всей видимости, предприятия, оказавшиеся в посткризисный период в числе аутсайдеров, в полной мере ощутили на себе «выдавливающее» действие конкуренции и в большинстве не рассчитывают переломить ее негативное влияние. Те респонденты, чей бизнес смог удержаться на отметке «удовлетворительно», по крайней мере не прогнозируют нового витка конкурентной борьбы.

Таблица 19

Финансовое состояние	Оценка степени конкуренции, в % от числа ответивших	
	умеренная	высокая
1.01.98:		
плохое	29	35
удовлетворительное	38	44
1.08.98:		
плохое	41	44
удовлетворительное	38	46
1.12.98:		
плохое	34	52
удовлетворительное	44	38
Прогноз на 1999г.:		
плохое	27	56
удовлетворительное	43	39

XII.3. Конкуренция и обеспеченность ресурсами предпринимательской деятельности

Тот факт, что умеренная конкуренция способствует активизации предпринимательской деятельности, подтверждается данными парного распределения оценок уровня конкуренции и степени обеспеченности бизнеса различными ресурсами. Руководители МП с умеренно конкурентных рынков (в сравнении с высоко конкурентными) значительно чаще отмечали дефицит оборудования (в 1,9 раза чаще), производственных запасов (в 1,4 раза), готовой продукции (в 1,5 раза). Степень дефицитности других ресурсов для данных групп предприятий практически совпала. Примечательно, что фирмы, работающие на рынках с низкой конкуренцией, существенно реже (в сравнении с умеренно конкурентными рынками) указывали на дефицитность оборудования (в 4,2 раза реже) и производственных запасов (в 1,6 раза). Повышенная дефицитность производственных ресурсов в сочетании с нехваткой готовой продукции с большой долей вероятности свидетельствуют о том, что бизнес находится на стадии «раскручивания», наращивания оборотов.

XIII. Конкурентная политика малых предприятий

XIII.1. Информированность о конкурентах

Успешная конкурентная политика должна строиться с использованием своевременных, достоверных и по возможности полных знаний о конкурентах. Важна информированность как о внешних (партнеры по хозяйственным связям, цены), так и о внутренних (производственные возможности, планируемая программа действий) характеристиках конкурирующего бизнеса. Фактический уровень осведомленности предпринимателей об основных конкурентах зависит от субъективной степени важности той или иной информации для конкретного предпринимателя и от возможности получения необходимых сведений.

Уровень осведомленности о подавляющем большинстве характеристик конкурирующего бизнеса следует признать достаточным. Лишь по такому параметру, как его перспективы, часть респондентов, признавших плохую осведомленность, немного превысила долю тех, кто счел собственные знания достаточными (33% и 32% ответов респондентов соответственно).

Очевидно, что внешние данные о конкурентах доступнее внутренних. Достаточно осведомленными о первой группе характеристик сочли себя порядка 60% предпринимателей, о второй группе – порядка 40%.

В **таблице 20** приведены результаты анкетирования по данному вопросу, где осведомленность о конкуренте включает в себя как полную, так и достаточную, а неосведомленность трактуется как плохая осведомленность либо полная неосведомленность. Лучше всего предприниматели знают о ценах и номенклатуре конкурентов. Осведомленность о номенклатуре, очевидно, предполагает информированность о конкурентоспособности конкретных товаров (оценки осведомленности респондентов по этим характеристикам практически совпадают).

Перспективы конкурента в представлении предпринимателей слабо зависят от того, на каких рынках и на каких условиях он работает сегодня. Осведомленность о текущих внешних параметрах его деятельности практически в 2 раза выше осведомленности о возможном будущем конкурента. Последнее, по-видимому, более всего ассоциируется с его производственными возможностями, т.е. с потенциальной возможностью изменить масштабы, структуру, направленность бизнеса. Это подтверждается близостью оценок уровня осведомленности о перспективах конкурирующего бизнеса и о его производственном потенциале. Данные результаты косвенно доказывают, что предприниматели оценивают внешнюю среду (текущую конъюнктуру рынка, комплекс мер социально-экономического регулирования предпринимательской деятельности) как неустойчивую, относительной гарантией стабильности бизнеса считают его способность маневрировать, адаптируясь к внешним изменениям.

Отраслевые различия между промышленными и торговыми МП состоят в большей осведомленности об основных конкурентах респондентов первой группы. Это объясняется относительно меньшим числом участников рынка промышленного производства (особенно с учетом выделения подотраслей) в сравнении с рынком розничной торговли (для которой характерно расширение ассортимента). По данным статистики, в Москве на долю промышленных МП приходится 12% от общего числа малых предприятий, на долю МП торговли и общественного питания - 36%.

Таблица 20

Знания о конкурентах	Всего по МП, в % от числа ответивших	Промышленные МП, в % от числа ответивших	Торговые МП, в % от числа ответивших
Номенклатура:			
осведомлен	84	88	70
не осведомлен	16	12	30
Поставщики:			
осведомлен	73	75	61
не осведомлен	27	25	39
Потребители:			
осведомлен	79	80	75
не осведомлен	21	20	25
Цены:			
осведомлен	89	91	88
не осведомлен	11	9	12
Уровень конкурентоспособности товаров/услуг:			
осведомлен	80	85	72
не осведомлен	20	15	28
Производственные возможности:			
осведомлен	59	66	45
не осведомлен	41	34	55
Перспективы бизнеса:			
осведомлен	43	44	38
не осведомлен	57	56	62

Усиление конкуренции вполне естественно стимулирует повышенное внимание к участникам рынка. По данным опроса, те МП, что работают на рынках с высокой конкуренцией (в сравнении с умеренно конкурентными), отмечают большую осведомленность практически обо всех аспектах деятельности конкурентов. В среднем, как достаточная, их осведомленность оценивается в 1,2 раза чаще. Однако дополнительные знания для большинства предприятий данной группы не «переплавились» в упрочение позиций бизнеса. Как уже указывалось, эти МП имеют сравнительно худшее экономическое положение.

Полные знания в конкуренте способствуют успеху в конкурентной борьбе и, как следствие, коммерческому успеху предприятия. Подтверждением тому следующие результаты. Руководители МП, работающих со средней прибылью, указывали, что полностью осведомлены обо всех характеристиках деятельности основных конкурентах в среднем в 1,7 раза чаще, чем предприниматели, чей бизнес убыточен.

XIII.2. Факторы конкурентоспособности бизнеса

Отвечая на вопрос об основных факторах, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия, респонденты на первое место поставили устойчивый спрос на текущий ассортимент, продемонстрировав тем самым стремление закрепиться в уже освоенной рыночной нише. Но это не означает приверженности пассивной рыночной политике. Значимость такого фактора конкурентоспособности, как периодическое обновление ассортимента (второе место в рейтинге), лишь ненамного уступает ориентации на выявленный спрос «завоеванных» потребителей. Отметим, что, обновляя ассортимент, фирма получает возможность одновременно удержать собой старых и привлечь новых потребителей. На третьем месте – поиск новых потребителей традиционных товаров, и на четвертом - освоение новых видов деятельности. В целом, полученное соотношение рейтингов иллюстрирует достаточно грамотное представление предпринимателей о том, что является основой конкурентоспособности бизнеса. Активная рыночная политика сохранения старых и привлечения новых потребителей как в рамках освоенного вида деятельности, так и за его пределами. Отраслевые различия не влияют на

рейтинг факторов конкурентоспособности, а лишь несколько модифицируют «расстояние» между ними.

XIII.3. Возрастная структура продукции

Как следует из результатов опроса, приведенных в **таблице 21**, выбор в качестве приоритетного конкретного фактора конкурентоспособности подкрепляется соответствующей политикой обновления ассортимента. МП, сделавшие главную ставку в конкурентной борьбе на текущий ассортимент, имеют достаточно однородную возрастную структуру выпускаемой продукции. Предприятия, для которых основное конкурентное преимущество - это новизна, выходят на рынок с существенно более молодыми товарами. Половину объема их производства составляет продукция, выпускаемая менее 1 года, порядка 85% объема производства – продукция, младше 3 лет.

Таблица 21

Факторы конкурентоспособности	Доля продукции конкретного возраста в объеме производства, в % от числа ответивших			
	менее 1 года	от 1 года до 3 лет	от 3 до 5 лет	более 5 лет
Устойчивый спрос на текущий ассортимент – первое место в рейтинге	35	32	21	14
Новые потребители традиционных товаров – первое место в рейтинге	32	38	18	12
Обновление ассортимента – первое место в рейтинге	54	30	12	4
Новые виды деятельности – первое место в рейтинге	49	38	13	0

XIII.4. Обновление ассортимента выпуска

Уровень конкуренции, с которым сталкивается конкретное предприятие, зависит от того, на рынке какого товара, услуги оно работает. Значит, опосредованно, от механизма принятия решений об обновлении, смене ассортимента, т.е. о частичном перемещении на другие рынки. Известно, что бизнес, преимущественно делающий ставку на уже «раскрученный» товар, обязательно столкнется с «уплотнением» конкурентной среды. Этот факт подтверждают данные опроса. Респонденты, оценившие конкуренцию как высокую (в сравнении с теми, кто признал ее удовлетворительной), для принятия решения об обновлении текущего ассортимента в 1,3 раза чаще ждут снижения его прибыльности и в 1,9 раза реже – стабилизации прибыльности. Налицо более разумный подход к смещению рыночных приоритетов у МП второй группы. В том числе и поэтому им удастся смягчить давление конкуренции.

Закономерный результат получен при сопоставлении уровня конкуренции рынка конкретного МП и возраста выпускаемого им продукта. Чем «младше» продукт, тем свободнее фирма чувствует себя на рынке. У предприятий, работающих на умеренно конкурентных рынках, почти половину объема производства (45%) составляет продукция «моложе» 1 года. А продукция «старше» 5 лет – лишь 6%. Для сравнения, у МП, работающих на рынках с высокой конкуренцией, аналогичные показатели составили 30% и 16%. Показательно, те предприниматели, кто констатировал отсутствие конкуренции, представляют бизнес, на 60% состоящий из продукции до 1 года и на 99% - из продукции в возрасте до 3 лет.

Более высокая конкуренция стимулирует большую оценку значимости практически всех побудительных мотивов для инноваций, следовательно – инноваций как таковых. Респонденты, делающие биз-

нес на рынках с высокой конкуренцией, дают оценку «очень важно» всем мотивам к инновациям в среднем в 1,5 раза чаще, чем их коллеги, работающие на рынках с умеренной конкуренцией.

XIII.5. Ценообразование как составная часть конкурентной политики

Анализ схем ценообразования, применяемых московскими предпринимателями, показал, что наиболее распространенные из них в равной мере сориентированы на учет коммерческих интересов фирмы и платежеспособности потребителей. Ориентиром при установлении цены и получение прибыли, и доходы покупателей выбрали по 46% респондентов. Следует отметить, рейтинг последней схемы заметно увеличился по сравнению с данными опросов 1996-97 гг. По-видимому, причина в резком сжатии платежеспособного спроса в результате финансового кризиса августа 1998 г. Следующие по значимости - два способа ценообразования, которые также в известном смысле можно считать альтернативными. Порядка 30% предпринимателей ориентируются на цены аналогов и столько же стремятся продать дешевле конкурентов. Главным образом возместить издержки стремится каждый пятый – шестой респондент. Лишь 2% опрошенных, назначая цены, хотят продать подороже.

В ценовой стратегии МП промышленности и торговли прослеживаются закономерные различия. Первые прежде всего стремятся за счет уровня цен обеспечить получение прибыли и лишь во вторую очередь (в 1,4 раза реже) ориентируются на доходы покупателей. Предприятия торговли, напротив, сначала соизмеряют цены с платежеспособностью потребителей, а затем (в 1,5 раза реже) – с возможностью получить прибыль.

Этот факт объясняется тем, что промышленные фирмы зачастую взаимодействуют не с конечным потребителем своей продукции, а с промежуточным торговым звеном. Предприятия розничной торговли, а именно они принимали участие в опросе, «выходят» на население. Рост цен при одновременном замораживании, а в частном секторе снижении уровня номинальных доходов, при увеличении числа безработных в Москве в первую очередь и в большей мере отрицательно сказался на платежеспособности населения: ее дифференциация возросла, доля населения с наиболее низкими доходами увеличилась. Предприятия торговли, те, что пережили кризис, по-видимому, более однородны в плане платежеспособности, чем физические лица.

Подтверждением данного вывода является тот факт, что промышленные МП в сравнении с торговыми в 1,7 раза реже стремятся продать свою продукцию дешевле конкурентов. В торговле рейтинг «удешевляющей» схемы ценообразования вырос по сравнению с данными 1996, 1997 гг., что еще раз подтверждает сжатие потребительского рынка.

Наиболее эффективной мерой конкурентной политики в контексте ценообразования остается снижение цены ниже уровня основных конкурентов (см. [Таблицу 22](#)). Расхождение в степени предпочтительности данной схемы ценообразования между противоположными по уровню конкуренции рынками (очень высокая/отсутствует) – в 2 раза. Напротив, возможность с помощью уровня цен обеспечить прибыльность бизнеса тем выше, чем ниже конкуренция на рынке. Там, где ее нет, 57% респондентов констатировали получение прибыли как ориентир при установлении цен. Там, где уровень конкуренции оценивался как очень высокий, - 41% респондентов (в 1,4 раза меньше).

Таблица 22

Схема Ценообразова- ния	Степень конкуренции, в % от числа ответивших				
	отсутствует	низкая	умеренная	высокая	очень высокая
Дешевле кон- курентов	21	20	27	32	41
Получение прибыли	57	53	51	41	41

XIV. География хозяйственных связей как индикатор рыночной политики малых предприятий

Анализ совместного распределения результатов опроса о географии сбыта/закупок МП и динамике спроса на его продукцию (см. **Таблицу 23**) позволяет констатировать следующее. Те предприятия, что ограничили свои хозяйственные связи узкими рамками местного рынка, в большей степени ощутили снижение спроса. Наиболее явно данная тенденция прослеживается в отношении рынка закупок. Фирмы, спрос на продукцию которых уменьшился, 80% закупок делали на местном рынке. Те МП, что отметили увеличение спроса – лишь 49%.

Таблица 23

Динамика объема спроса за 1998г.	Сбыт (закупки) на местном рынке, в % от числа ответивших	Сбыт (закупки) в ближних областях, в % от числа ответивших	Сбыт (закупки) в других регионах России, в % от числа ответивших	Сбыт (закупки) в странах СНГ и Прибалтики, в % от числа ответивших	Сбыт (закупки) в странах Дальнего Зарубежья, в % от числа ответивших
Значительное уменьшение	85 (81)	8 (9)	7 (1)	0 (2)	0 (7)
Уменьшение	84 (80)	8 (6)	5 (5)	2 (1)	1 (8)
Без изменений	80 (65)	3 (12)	13 (8)	3 (1)	1 (14)
Увеличение	76 (49)	7 (12)	14 (18)	1 (5)	2 (16)
Значительное увеличение	53 (70)	3 (7)	27 (3)	0 (0)	17 (20)

Как показали результаты опроса, московский рынок уже более чем плотно занят и, возможно, поделен между фирмами. МП, оценившие уровень конкуренции как очень высокий, работают именно на Москву (94% продукции сбывают на местном рынке). По мере снижения оценок уровня конкуренции вплоть до «конкуренция отсутствует» уменьшается до 65% доля сбыта предприятий на московском рынке. Параллельно растет доля сбыта в других регионах России (с 3% до 19%) и в странах Дальнего Зарубежья (с 0% до 10%). Вероятно, пробиться сегодня на московский рынок не намного легче, чем на рынок зарубежный. География закупок МП не коррелирует с оценками предпринимателей уровня конкуренции.

Эффективность (прибыльность) бизнеса определяется рядом факторов, среди которых география сбыта и закупок. По результатам опроса, чем она разнообразнее, тем выше прибыльность предприятия. Так, из числа фирм, работающих в убыток, на местном рынке реализуют продукцию 92% МП, а из тех, что получают среднюю прибыль - 74%. Аналогичные показатели для закупок убыточных и среднеприбыльных предприятий – 90% и 52% соответственно.

Сходные зависимости выявлены при анализе парных распределений географии сбыта/закупок и финансового состояния предприятия. (Мы учитывали, что финансовое состояние МП в 1998г. по сравнению с 1997 г. ухудшилось, а география хозяйственных связей за год не изменилась резко.) По итогам 1997 г., среди МП, оценивших свое состояние как плохое, на местном рынке сбыта работали 90% предприятий, как хорошее – 77% предприятий. По итогам 1998 г. данная пропорция сохранилась – 85% и 73% МП соответственно. Рынок закупок финансово неустойчивых/устойчивых предприятий различается еще больше. По итогам 1997 г., фирмы с плохим финансовым состоянием делали на местном рынке 87% закупок, с хорошим финансовым состоянием – 62%. По итогам 1998 г., доли закупок на местном рынке данных групп предприятий составили 79% и 48% соответственно.

По данным анкетирования, успешнее справились с последствиями финансового кризиса те предприятия, чей сбыт был сориентирован не только на местных потребителей, но и на более удаленные рынки. Для сбытовой политики наиболее выигрышной оказалась ориентация на другие регионы России. Доля сбыта на этих рынках у финансово устойчивых МП увеличилась с 12% по итогам 1997 г. до 23% по итогам 1998 г.

Лучшее финансовое состояние, большая прибыльность бизнеса непосредственно сказываются на целевых установках предпринимателей (и, в свою очередь, зависят от них). Различия в географии хозяйственных связей МП, нацеленных на выживание и развитие, согласуются с ранее выявленными закономерностями. Те предприятия, что стремятся лишь выжить, реализуют на местном рынке 90% своих товаров, услуг. А те, что сориентированы на развитие, - 77%. Данные по закупкам на местном рынке для рассматриваемых целевых групп МП - 82% и 58% соответственно. Следует отметить, что развивающийся бизнес больше сориентирован на сбыт/закупки в других регионах России, чем за границей РФ.

XV. Типология рыночного поведения: активная и пассивная рыночная политика

Достигнутый уровень прибыльности бизнеса закрепляется, наращивается либо теряется в зависимости от того, какова планируемая программа деятельности предприятия. Предполагает она активную рыночную политику с привлечением новых партнеров, освоением новой продукции и видов деятельности, либо строится на пассивном поддержании уже сложившихся связей и налаженной программы выпуска.

Результаты анкетирования позволяют проанализировать различия в предпочтениях МП разного уровня прибыльности относительно первоочередных мер, определяющих деятельность фирмы в краткосрочной и среднесрочной перспективе. К мерам активной рыночной политики отнесены: привлечение новых потребителей и поставщиков, выход на рынок с новым товаром, освоение нового вида деятельности, модернизация производства. Меры пассивной рыночной политики – ориентация на сложившиеся связи с потребителями и поставщиками, а также на прогноз общеэкономической и политической ситуации в стране (ссылка на зависимость собственной программы действий от состояния внешней среды зачастую маскирует предпринимательскую бездеятельность либо неграмотность).

К настоящему времени сформировались достаточно устойчивые группы МП, стремящихся проводить сугубо активную либо пассивную рыночную политику. По оценкам на основе результатов анкетирования, в краткосрочной перспективе (в планах на 1999 г.) первая группа – группа активистов, составила порядка 22% МП. Вторая группа – группа рыночно пассивных предпринимателей, составила порядка 15%. В среднесрочной перспективе (в планах на 2000 г.) несколько возрастает число МП, сориентированных исключительно на меры пассивного рыночного поведения – до 18%. Все остальные МП, планируя будущую деятельность, в той или иной пропорции комбинируют меры активного и пассивного рыночного поведения.

Анализ данных, полученных в результате расчетов (см. [Таблицу 24](#)), свидетельствует: в программе деятельности убыточных МП, особенно в среднесрочной перспективе, превалируют меры пассивного следования за сложившейся ситуацией. А так как на текущий момент данная ситуация поставила бизнес на грань банкротства, велика опасность консервации, углубления кризисного состояния убыточных предприятий.

МП, уже сегодня работающие с прибылью, планируют впредь активизировать свое присутствие на рынке. Меры активной политики доминируют в краткосрочной и, наиболее явно, в среднесрочной перспективе (предпочитаются в 1,4 раза чаще в сравнении с убыточными фирмами). Результаты ряда эмпирических исследований доказали, что активная рыночная политика – необходимое условие успешного бизнеса. Есть все основания утверждать: МП, вошедшие в режим эффективного функционирования, имеют реальную возможность сохранить его за счет активных действий на рынках товаров и ресурсов.

Аналогичный, хотя и не столь четко выраженный результат, получен при сопоставлении программ деятельности на 1999, 2000 гг. малых предприятий с плохим и хорошим финансовым положением. Соответствующие данные приведены в [таблице 24](#) в скобках.

Таблица 24

Меры, определяющие программу деятельности	Программа деятельности на 1999 г.		Программа деятельности до 2000 г.	
	убыточные МП (МП с плохим финансовым состоянием)	МП с небольшой прибылью (МП с хорошим финансовым состоянием)	убыточные МП (МП с плохим финансовым состоянием)	МП с небольшой прибылью (МП с хорошим финансовым состоянием)
Активная рыночная поли-	141 (115)	158 (123)	107 (138)	153 (153)

Меры, определяющие программу деятельности	Программа деятельности на 1999 г.		Программа деятельности до 2000 г.	
	убыточные МП (МП с плохим финансовым состоянием)	МП с небольшой прибылью (МП с хорошим финансовым состоянием)	убыточные МП (МП с плохим финансовым состоянием)	МП с небольшой прибылью (МП с хорошим финансовым состоянием)
Пассивная рыночная политика, в % от числа ответивших	148 (150)	136 (158)	140 (131)	106 (125)

Для анализа рыночной политики МП особый интерес представляет выявление зависимости между динамикой спроса и мерами, определяющими будущее функционирование предприятия. С этой целью были рассчитаны показатели, аналогичные приведенным в [таблице 24](#). Результаты ([см. Таблицу 25](#)) свидетельствуют: вопреки здравому смыслу и рекомендациям теории маркетинга предприятия, столкнувшиеся с сокращением спроса на свою продукцию (или «увязшие» в бесперспективном рыночном сегменте), по преимуществу не активизируют рыночную политику.

Несмотря на падение спроса, они продолжают в большей мере ориентироваться на сузившийся рынок сбыта, отдавая предпочтение традиционным потребителям (порядка 58% ответов респондентов). Считают необходимым привлечь новых потребителей порядка 43% опрошенных, выйти на рынок с новым товаром – порядка 26%. Полученный результат отчасти объясним потенциально худшим финансово-экономическим положением предприятий, работающих на сокращающемся рынке. Но не стоит сбрасывать со счетов влияние субъективных факторов (знания, опыта, предприимчивости бизнесмена), роль которых в малом бизнесе априорно высока

Фирмы, действующие на расширяющемся рынке, стремятся усилить свои конкурентные преимущества за счет обновления ассортимента и видов деятельности, расширения числа хозяйственных партнеров. Примечательно, что МП данной группы в краткосрочной перспективе (в 1999 г.) в большей мере стремятся сохранить уже завоеванных потребителей (65% ответов респондентов), в меньшей – привлечь новых (53% ответов респондентов). Но в более отдаленном будущем (в 2000 г.) приоритетность указанных выше групп потребителей меняется. Более значимы становятся вновь приобретенные (69%), менее значимы – традиционные (49%). Наряду с этим, порядка 40% МП, констатировавших увеличение спроса, считают необходимым выйти на рынок с новым товаром. Налицо стремление постоянно доказывать рынку свою необходимость, проводя политику активного привлечения покупателей.

Таблица 25

Меры, определяющие программу деятельности	Программа деятельности на 1999 г.		Программа деятельности до 2000 г.	
	уменьшение объема спроса на российском рынке за 1998 г.	увеличение объема спроса на российском рынке за 1998 г.	уменьшение объема спроса на российском рынке за 1998 г.	увеличение объема спроса на российском рынке за 1998 г.
Активная рыночная политика, в % от числа ответивших	115	145	116	146
Пассивная рыночная политика, в % от числа ответивших	141	135	139	123

XVI. Нововведения в рыночной деятельности малых предприятий

Решение об обновлении продукции - одно из наиболее важных и сложных в ряду мер, формирующих рыночную политику предприятия. Если с ним поспешить, затраты на перепрофилирование усугубит недополученная прибыль. Если опоздать – усугубит убыточность текущего ассортимента.

Судя по результатам опроса, половина предпринимателей, решая вопрос об обновлении, идут в ногу с теорией маркетинга. Иными словами, считают необходимым постоянно менять ассортимент. Однако, по нашему мнению, данная позиция отражает порой гипотетическое желание, а не практические действия. Ведь вывод на рынок нового продукта – это сначала затраты, а лишь потом результат. И лаг может измеряться многими месяцами. В условиях нарастающего дефицита финансовых средств на развитие постоянное обновление продукции более чем проблематично.

Для понимания реальных процессов обновления ассортимента важно проанализировать соотношение оценок предпринимателей, выбравших более реалистичные критерии его смены (все респонденты за вычетом сориентированных на постоянное обновление). Среди них практически равные доли составили группы предпринимателей, дожидаящихся убыточности (31%), снижения прибыльности (38%) или стабилизации прибыльности (31%) текущего ассортимента. Данная структура оценок позволяет охарактеризовать механизм обновления выпускаемой продукции как запаздывающий относительно динамики рыночной конъюнктуры.

Отраслевые различия между промышленными и торговыми МП заключаются в следующем. Первые чаще отслеживают снижение прибыльности текущего ассортимента (соотношение оценок 44% и 32% соответственно), вторые – ее стабилизацию (32% и 39%).

В зависимости от критериев смены ассортимента (в нашем случае – от динамики прибыльности) меняется скорость его обновления, значит – возраст выпускаемой продукции. Данные опроса подтверждают этот вывод (см. Таблицу 26). Кроме того, для каждого критерия можно ориентировочно определить средний возраст продукции предприятий.

У МП, дожидаящихся убыточности текущего ассортимента, порядка 60% объема производства – продукция старше 3 лет. Ориентация на снижение прибыльности коррелирует с возрастной группой от 1 года до 5 лет. (Всего 75% объема производства, при этом 43% объема – продукция от 1 года до 3 лет). В объеме производства фирм, отслеживающих стабилизацию прибыльности текущего ассортимента, на долю продукции младше 3 лет приходится 54% выпуска. А у тех МП, что считают необходимым обновлять ассортимент постоянно - 86% (при этом 52% объема производства – продукция младше 1 года).

Таблица 26

Доля продукции данного возраста в объеме производства	Условие принятия решения об обновлении ассортимента, в % от числа ответивших			
	убыточность ассортимента	снижение прибыльности ассортимента	стабилизация прибыльности ассортимента	постоянное обновление ассортимента
Менее 1 года	11	20	418	52
От 3 до 5 лет	35	32	17	11

Выбирая критерий обновления ассортимента, предприниматель в значительной мере сообразуется с целевой установкой бизнеса и подчас провоцирует препятствия для ее реализации. Сравним в данном контексте последствия реализации двух альтернативных подходов: самого, по меркам теории, проигрышного (убыточность текущего ассортимента) и наиболее выигрышного с учетом возможности реализации (стабилизация прибыльности текущего ассортимента).

Как следует из данных **таблицы 27**, дожидаясь убыточности ассортимента, МП сильно рискует дожидаться падения спроса, «завязнуть» в неплатежеспособном рыночном сегменте, столкнуться с высоким уровнем конкуренции. Значимость факторов рыночной конъюнктуры, как ограничителей реализации цели, для данной группы предприятий в среднем в 2 раза выше.

Если фирма обновляет ассортимент по мере стабилизации его прибыльности, для нее значительно, в среднем в 1,6 раза, возрастает значимость факторов финансовой устойчивости бизнеса и потенциала его развития, стабильности и «благоприятности» внешней среды. Очевидно, не опоздав со сменой рыночно устаревшей продукции на рыночно перспективную, МП ощутимо смягчает негативное влияние колебаний рыночной конъюнктуры.

Таблица 27

Факторы, препятствующие реализации цели	Условие принятия решения об обновлении ассортимента	
	убыточность ассортимента, в % от числа ответивших	стабилизация прибыльности ассортимента, в % от числа ответивших
Снижение спроса	49	18
Низкая платежеспособность	59	43
Высокая конкуренция	31	15
Дефицит финансовых средств на развитие	18	30
Дефицит денежных оборотных средств	31	38
Нестабильность законодательства	23	38
Высокие местные налоги	10	15
Высокие федеральные налоги	21	38

Инновации в рыночной политике далеко не исчерпываются сменой ассортимента. Новшества – это и смена партнеров по бизнесу, его переориентация, модификация отношений в рамках сугубо хозяйственных связей и за их пределами. Результаты опроса позволили достаточно полно обрисовать картину того нового, что произошло в деятельности московских малых предприятий за последние 2 года.

На первом месте - обновление рыночной ниши предприятия за счет как нового товара (57% ответов респондентов), так и новых потребителей (55%). На втором месте – обновление поставщиков (41%). Порядка трети МП обновили оборудование и технологии, приняли новых работников, освоили новые направления деятельности. Каждая седьмая фирма получила новое помещение, только каждая одиннадцатая сформировала новое структурное подразделение.

Среди источников информации, стимулирующей предпринимателей к обновлению ассортимента, смене направлений деятельности, доминируют внешние. Это, прежде всего, потребители (76% ответов респондентов). Значительно выросла за последние годы стимулирующая роль выставок, ярмарок (39%), что знаменует определенный этап развития рыночной инфраструктуры Москвы. Положительная динамика отмечена применительно к внутрифирменному анализу, как импульсу к пересмотру, модификации рыночной политики. Сегодня его результатами руководствуется каждый третий предприниматель. Хорошая информированность об основных конкурентах помогает 28% МП своевременно переориентироваться на рынке. На знакомых предпринимателей, как источник информации о необходимости и направлениях переориентации, указали 19% респондентов.

XVII. Нововведения в управлении рыночным поведением малых предприятий

Один из основных показателей зрелости бизнеса, не по времени существования, а по ясности представления целей, перспектив, по степени осознания проблем и разнообразию методов их решения – это факт управления поведением на рынке. Т.е. тот этап развития предпринимательской деятельности, когда решения по основным вопросам бизнеса: что производить, где закупать, кому продавать, по какой цене и т.д. принимаются не спонтанно и независимо, а целенаправленно и согласованно, подчиняясь поставленной цели, реализуя ее.

Результаты опроса свидетельствуют: как сфера деятельности, управление рыночным поведением, во-первых, знакома далеко не всем руководителям МП. На вопросы, связанные с данной тематикой, ответили лишь 43% опрошенных. Во-вторых, указанный тип управления является для московских предпринимателей достаточно проблемным. 58% от числа ответивших признали, что испытывают затруднения, управляя поведением фирмы на рынке. Во многом трудности обусловлены непригодностью, неэффективностью тех способов управления, которыми практически владеют руководители малых предприятий. Так, 46% респондентов констатировали необходимость внедрения новых методов управления. Не исключено, что набор «старых» методов крайне скуден и/или не специфицирован, т.е. не ориентирован на управление именно рыночным поведением малых предприятий.

Потребность в новых методах управления рыночным поведением в настоящее время усиливается; число фирм, где новшества уже реализованы (24%) в 1,9 раза меньше количества предприятий, признавших их необходимость. Однако разрыв между «надо» и «есть» сокращается достаточно медленно. Только у 16% МП есть новации в управлении рыночным поведением, подготовленные к внедрению (это в 2,9 раза меньше числа фирм, где такие новации нужны).

Такая сфера деятельности, как управление реализацией продукции, лучше знакома предпринимателям. На вопросы, связанные с ее спецификой, ответили 56% опрошенных. Количество респондентов, указавших, что их фирмы испытывают трудности в указанной области (46%), практически совпадает с долей тех, кто заинтересован в использовании новых методов (42%). Данный результат прежде всего говорит о следующем: руководители МП осознали – со старым багажом знаний новых проблем рынка не решить. В управлении реализацией продукции в отличие от управления рыночным поведением достаточно высок уровень внедрения новых методов. На момент опроса их уже практиковали 34% МП, что незначительно (на 8%) меньше количества предприятий, заинтересованных в нововведениях. Что касается предполагаемой скорости заполнения «вакуума новшеств», она невелика. Готовы к внедрению новации на 23% фирм, а есть потребность в них у 42% МП.

Сопоставление полученных данных подтверждает: предприниматели не четко представляют, что есть управление рыночным поведением. Иначе доли респондентов, констатировавших как реализованные, так и подготовленные новации в этой сфере были бы выше. Во всяком случае, не ниже величин, характеризующих ответы респондентов на те же вопросы применительно к управлению реализацией продукции. Ведь последнее – составная часть первого.

Учитывая фактическую неструктурированность представлений предпринимателей по вопросам управления реализацией и рыночным поведением в целом, в дальнейшем (в рамках данного подраздела) объединим для анализа в одну группу те МП, руководители которых подтвердили осведомленность по проблематике хотя бы одной из указанных выше сфер управления. Количество предприятий, вошедших в объединенную группу, составило 69% от общего числа опрошенных. В ее рамках по некоторым вопросам отмечены значительные отраслевые различия между промышленными и торговыми МП. Руководители из сферы торговли в 1,7 раза реже упоминали о затруднениях в управлении. Вероятно потому, что управленческие нововведения в этой отрасли практикуются достаточно давно. Число фирм, реализовавших управленческие новации, в 1,6 раза превосходит количество МП, где они необходимы. Применительно к промышленным МП оба показателя практически совпадают.

Чтобы оценить результативность управленческих инноваций в сфере рыночного поведения, сопоставим ответы на вопросы анкеты респондентов, отметивших затруднения и констатировавших реализацию новшеств в данной области.

XVII.1. Новое в деятельности предприятий

Результаты опроса позволяют ответить на вопрос, в чем конкретно заключались нововведения в рыночной политике МП за последние 2 года (см. Таблицу 28).

Таблица 28

Новое в деятельности предприятия	Управление рыночным поведением	
	есть затруднения, в % от числа ответивших	осуществлены нововведения, в % от числа ответивших
Новые потребители	62	63
Новые товары	58	63
Новые поставщики	47	59
Новые посредники	17	26
Новые виды деятельности	37	43
Новое оборудование, технологии	36	45
Новые помещения	7	15
Новые работники	31	44
Новые структурные подразделения	7	12

Как следует из приведенных в таблице 12 данных, там, где были нововведения в управлении рыночным поведением, налицо значительно более интенсивное обновление по всем внутренним и внешним характеристикам бизнеса: что производить, кому продавать, с кем сотрудничать и т.д. В среднем, обновляемость констатировалась респондентами данной группы МП в 1,4 раза чаще. Показательно, что на указанных предприятиях в 1,7 раза чаще отмечалось создание новых структурных подразделений. Рационализация управления, и в сфере рыночного поведения в том числе, требует персонализации управленческих функций, усложнения структуры управления. Для МП с их изначально упрощенной организационной структурой эти процессы почти наверняка выливаются в создание новых структурных подразделений.

XVII.2. Обновление ассортимента

Судя по данным таблицы 12, нововведения в управлении рыночным поведением - в том числе и более частая смена ассортимента. Объясняется это следующим. Принимая решение об обновлении текущего ассортимента, руководители МП из группы «новаторов» значительно чаще отслеживают не снижение, а стабилизацию его прибыльности. Соотношение оценок по двум выделенным группам предприятий следующее: условием принятия решения об обновлении ассортимента снижение прибыльности назвали 22% респондентов, чьи фирмы испытывают трудности в управлении рыночным поведением; стабилизацию прибыльности – 14%. По другой группе МП (были новации в управлении указанной сферой) ответы респондентов – 12% и 22% соответственно. Политика обновления ассортимента этих предприятий более рациональна, согласно теории маркетинга, и более выигрышна (эффективна), согласно результатам опроса. Кстати, в соответствии с ними, руководители указанных МП, принимая управленческие решения, чаще ориентируются на научные рекомендации. Каждый четвертый из них признал: толчок к нововведениям дает специальная литература. Среди респондентов противоположной группы такого мнения придерживается лишь каждый шестой (в 1,4 раза меньше).

Ориентация на стабилизацию прибыльности (в отличие от ее снижения) требует постоянного и более тщательного контроля за результатами и перспективами функционирования предприятия. В альтернативном случае, возможно, ограничиваются эпизодическим и фрагментарным сопоставлением затрат и результатов. Во всяком случае, внутрифирменный анализ, как источник информации для об-

новления деятельности, отметил каждый второй предприниматель из группы «были нововведения в управлении» и лишь каждый третий из группы «есть трудности в управлении» (в 1,5 раза меньше).

XVII.3. Продуктовые инновации

Модификация рыночной политики с большой вероятностью связана с пересмотром, хотя бы частичным, текущего ассортимента, т.е. с продуктовыми инновациями. Результаты опроса, представленные в **таблице 29**, доказывают связь между нововведениями в управлении рыночным поведением и практикой продуктовых инноваций. Кроме того, иллюстрируют преимущественное направление продуктовых инноваций для каждой из выделенных групп предприятий. Лишь небольшая доля МП, реализовавших управленческие нововведения, не вводили их. Фирмы из другой группы из года в год отставали с внедрением продуктовых инноваций. В том числе и поэтому они столкнулись с проблемами на рынке. Во временном плане расхождение по позиции «продуктовых инноваций не было» между данными группами предприятий растет. Если в 1995 г. оно составило 1,7 раза в пользу» фирм, имеющих трудности в управлении, то в 1998 г. – уже 2,1 раза. При сохранении тенденции сложно рассчитывать на уменьшение числа МП, проблемных в вопросах рыночного поведения.

Таблица 29

Виды продуктовых инноваций	Управление рыночным поведением	
	есть затруднения, %	осуществлены нововведения, %
Запуск в производство новых продуктов:	52	44
до 1995г		
в 1995 – 96 гг.	40	46
в 1997 г.	43	60
в 1998 г.	41	59
Улучшение качества продукции:	45	69
до 1995 г.		
в 1995 – 96 гг.	63	86
в 1997 г.	59	66
в 1998 г.	61	59
Продуктовых инноваций не было:	21	13
до 1995 г.		
в 1995 – 96 гг.	18	5
в 1997 г.	14	6
в 1998 г.	16	7

Что касается видов продуктовых инноваций, можно констатировать следующее. До 1995г. новые продукты запускали в производство чаще предприятия из группы «есть затруднения» (в 1,2 раза), в 1998 г. – чаще предприятия из группы «осуществлены нововведения» (в 1,4 раза). До 1995 г. чаще улучшали качество выпускаемой продукции МП группы «новаторов» (в 1,5 раза), в 1998 г. – чаще «проблемные» МП (расхождение незначительно). Начиная с 1995г., предприятия, модернизирующие управление рыночным поведением, наращивают запуск в производство новых продуктов и ограничивают меры по улучшению качества выпускаемых товаров. МП, испытывающие трудности в данной сфере управления, в последние четыре года практически не меняли масштабов обновления ассортимента и улучшения качества продукции.

Полученный результат, с учетом положительного эффекта нововведений в рыночной политике (см. ниже), косвенно подтверждает: сегодня «игра на качестве» дает относительно незначительные рыночные преимущества, является не самой выигрышной конкурентной мерой. Резкое сжатие платежеспособного спроса, по-видимому, усилило его ценовую эластичность и ослабило эластичность по качественным параметрам. Рационализировать рыночное поведение в сложившихся условиях означает делать основной упор на обновление ассортимента вплоть до его изменения, т.е. на диверсификацию деятельности.

Еще одно доказательство тому – более «молодая» продукция у МП, модернизовавших управление рыночным поведением. Доля продукции, выпускаемой менее 1 года, в объеме производства предприятий этой группы – 49% против 40% у предприятий другой группы.

XVII.4. Эффективность нововведений в управлении рыночным поведением

XVII.4.1. Динамика показателей деятельности

На динамику показателей результативности бизнеса новшества в управлении рыночным поведением повлияли ощутимо. Так, среди МП, реализовавших нововведения, оказалось в 1,7 раз меньше убыточных фирм, соответственно больше работавших с прибылью (всего на 7%). Предприятия той же группы в 1,5 раза чаще констатировали увеличение выручки от реализации/оборота. Новшества в рыночной политике позволили МП легче справиться с последствиями финансового кризиса. Одно из главных – сокращение спроса, «новаторами» отмечено существенно реже: 41% представителей группы «в управлении осуществлены нововведения» против 56% по группе «в управлении есть проблемы».

Интегральный показатель состояния бизнеса, финансовое положение предприятия, также не остался «равнодушным» к управленческим новациям в сфере рыночного поведения (см. [Таблицу 30](#)). Предприятия, осуществившие их, в лучшем финансовом состоянии встретили кризис (по данной группе доля МП с хорошим финансовым состоянием была в 1,4 раза выше). Эти фирмы относительно меньше ухудшили состояние в результате кризиса и, немаловажно, прогнозируют интенсивнее восстанавливать финансовую стабильность бизнеса. На хорошее финансовое состояние рассчитывает в 1,5 раза больше предприятий, ранее реализовавших нововведения в управлении рыночным поведением.

Таблица 30

Оценка финансового состояния	Управление реализацией продукции и рыночным поведением	
	есть затруднения, в % от числа ответивших	осуществлены нововведения, в % от числа ответивших
По итогам 1997 г.:		
плохое	9	1
удовлетворительное	61	69
хорошее	30	30
В июле 1998г.:		
плохое	16	12
удовлетворительное	59	53
хорошее	25	36
По итогам 1998г.:		
плохое	44	39
удовлетворительное	48	50
хорошее	8	11
Прогноз на 1999г.:		
плохое	24	18
удовлетворительное	57	53
хорошее	19	29

XVII.4.2. Условия и цели деятельности

Достаточно противоречивый, на первый взгляд, результат получен при сопоставлении обеспеченности бизнеса ресурсами и состояния дел в управлении рыночным поведением (см. [Таблицу 31](#)). Там, где были нововведения в управлении рыночной политикой, отмечена повышенная, в среднем в 1,5 раза, дефицитность всех ресурсов. По нашему мнению, более «дефицитарный» режим функционирования свидетельствует о том, что в результате модернизации управления рыночным поведением увеличились «обороты» бизнеса, появился ощутимый задел для его роста. Косвенно это подтверждается следующим обстоятельством: вводя новшества в управлении рыночным поведением, пред-

приятие добивается определенных конкурентных преимуществ. Во всяком случае, эти МП в 1,2 раза реже оценивают уровень конкуренции как высокий.

Таблица 31

Дефицит ресурса	Управление рыночным поведением	
	есть затруднения, в % от числа ответивших	осуществлены нововведения, в % от числа ответивших
Трудовые ресурсы	5	7
Оборудование	18	29
Помещения	21	33
Производственные запасы	25	37
Готовая продукция	13	27
Денежные оборотные средства	80	86

Тот факт, что МП реализовало новые методы управления в сфере рыночного поведения, характеризует его, в общем случае, как бизнес с более перспективными целевыми установками. По-видимому, верно и обратное: те предприятия, что нацелены не на выживание, а на долгосрочное и активное присутствие на рынке, осознанно модернизируют сферу управления и управления рыночным поведением в том числе. Так, среди респондентов, испытывающих затруднение в управлении поведением на рынке, 42% признали, что цель их бизнеса – выживание. Среди МП, реализовавших новшества в указанной сфере управления, «выживающих» предприятий в 1,4 раза меньше. Зато в 1,3 раза больше предприятий, сориентированных на стабилизацию бизнеса.

Несомненным показателем эффективности нововведений в управлении рыночным поведением является то, что они (нововведения) в значительной мере снимают внешние барьеры для развития бизнеса, для реализации целей предпринимателей. Результаты опроса подтверждают: снижение спроса, низкая платежеспособность, высокая конкуренция как факторы, препятствующие реализации целевых установок, называются респондентами из группы «были нововведения в управлении» соответственно в 1,3, 1,3 и 2,7 раза реже, чем предпринимателями из группы «есть затруднения в управлении». Для «новаторов» относительно больший вес приобретают внутрифирменные ограничители развития бизнеса. Недостаток денежных оборотных средств как барьер ими упоминается в 1,7 раза, а дефицит финансовых средств на развитие – в 1,3 раза чаще, чем респондентами другой группы.

Планируя бизнес на следующий год, руководители МП в качестве основных, определяющих деятельность предприятия называли разные факторы. Там, где уже знакомы с практикой управленческих нововведений в области регулирования рыночным поведением, ощутимо чаще, в среднем в 1,3 раза, связывают перспективы бизнеса с обновлением номенклатуры выпуска, освоением новых видов деятельности, привлечением новых поставщиков. Данный результат, если его интерполировать, еще раз подтверждает: сегодня более эффективная рыночная политика - политика активной адаптации за счет своевременной переориентации бизнеса на новые рынки, новых партнеров. Для реализации данных установок необходимы дополнительные средства, основной источник которых – внешнее финансирование. С возможностью его привлечения связывают деятельность фирмы пятая часть респондентов из группы МП, практиковавших новшества в управлении рыночным поведением. Это в 1,3 раза больше, чем значение аналогичного показателя для другой группы. По-видимому, можно говорить об устойчивости установки на управление бизнесом через, как минимум, частичную смену его ориентации.

XVII.4.3. Влияние нововведений на перспективы бизнеса

Эффективность управленческих новаций в области рыночного поведения, по признанию респондентов, достаточна для того, чтобы и впредь обращаться к ним. Как следует из данных [таблицы 32](#), предприниматели, уже практиковавшие новшества, значительно более оптимистично оценивают их положительное влияние на состояние бизнеса.

Таблица 32

Влияние управленческих нововведений на состояние фирмы	Управление рыночным поведением	
	есть затруднения, в % от числа ответивших	осуществлены нововведения, в % от числа ответивших
Значительное улучшение	16	22
Улучшение в средней степени	21	37
Незначительное улучшение	27	25
Нет улучшения	16	6
Затрудняюсь ответить	20	10

Ожидают его улучшения, значительного или в средней степени, в 1,6 раза больше руководителей МП, имевших подобный опыт. Они же в 2,7 раза реже не ждут от управленческих нововведений никаких позитивных сдвигов в состоянии бизнеса. Показательно, личный опыт в вопросе нововведений значительно повышает планку представлений предпринимателей об их наиболее вероятных последствиях. Респонденты данной группы в 2 раза реже не смогли спрогнозировать влияние управленческих нововведений на состояние своей фирмы

XVIII. Рыночное поведение малых предприятий разных целевых групп

XVIII.1. Цели бизнеса: различия по отраслям и группам собственников

Снижение прибыльности, ухудшение финансового состояния МП не могли не отразиться на целевых установках предпринимателей, в первую очередь на основной цели ближайшего года. Почти половина респондентов (43%) указали: их текущая цель – выживание, что заметно превосходит аналогичный показатель за 1996-97 гг. На стабилизацию бизнеса сориентированы треть опрошенных предпринимателей (35%), на развитие – пятая часть (22%). В сравнении с результатами предыдущих опросов, примерно на треть сократились доли как развивающихся предприятий, так и фирм, стремящихся стабилизировать свое положение.

Последствия кризиса проявились в смещении целевых установок руководителей МП в сторону выживания как в целом по выборке, так и, более отчетливо, по отдельным отраслям. Сравнение производственного и непроизводственного секторов на примере промышленных и торговых фирм подтверждает, что в большей степени кризис ударил по последним, вынудив почти половину МП сферы торговли (45% против 35% по МП промышленности) сконцентрировать усилия на сохранении бизнеса. Возможность развития своего дела видят лишь не более седьмой части предпринимателей из торговли, в промышленности – каждый четвертый.

Напомним, что до кризиса, несмотря на неблагоприятные в целом условия для предпринимательской деятельности, бизнес в непроизводственной сфере был достаточно прибылен и устойчив. Не зря перемещение капитала шло главным образом из производства в торговлю. Там же, с учетом числа предпринимателей без образования юридического лица, значительно интенсивнее создавался новый бизнес.

Наблюдаемая тенденция преимущественного ухудшения состояния предпринимательства в непроизводственной сфере, а большей частью негативные целевые установки – верный признак того, имеет несколько объяснений. Прежде всего, причина в резком сокращении платежеспособного спроса, который первым встретил бизнес торговли, услуг населению, общественного питания (где, кстати, на выживание сориентированы более половины МП - 56%). Приняв на себя волну падения платежеспособности потребителей, надеясь на ее «откат» и стремясь сохранить хотя бы наиболее выгодных поставщиков, торговые фирмы были вынуждены не перекладывать целиком свои потери на производство. (Отметим в скобках, что, ввиду неразвитости института посредничества, число промежуточных звеньев между промышленностью и розничной торговлей минимально). Тем самым, последствия кризиса до некоторой степени задержались на этапе реализации продукции, не перейдя в полном объеме на этап производства.

Временные границы действия такого амортизатора не бесконечны. Если рыночная конъюнктура начнет выправляться (платежеспособность спроса увеличится), торговля, реально защитив производство, сможет постепенно восстановить свой потенциал. (Самый очевидный способ для этого – увеличение торговой надбавки по мере роста платежеспособности). Если ситуация сброса платежеспособного спроса будет заморожена, негативные последствия этого в конце концов дойдут до производителей в полной объеме со всеми вытекающими последствиями. А подъем производственного сектора в сравнении с торговлей – процесс существенно более затратный и длительный.

У отечественных производителей помимо отечественной торговли в посткризисный период появился еще один (столь же не вечный) защитник – сворачивающийся импорт. Освободившееся рыночное пространство может быть с успехом занято, особенно если учесть, что российский потребитель сегодня более чем вчера «откликается» на низкую цену, а не на высокое качество.

Кризис высветил возможности эффективного управления различными группами собственников. Среди значимых по числу МП групп собственников худшие результаты контроля над бизнесом у трудового коллектива, лучшие – у директора фирмы. На выживание сориентированы соответственно 60% и 42%

МП, контролируемых данными группами собственников. Размывание функций контроля и управления значимо проигрывает их концентрации в ситуации, когда необходимы экстренные и эффективные меры по сохранению бизнеса.

XVIII.2. Основные барьеры для достижения целей

Среди факторов, препятствующих реализации цели, доминируют те, что обусловлены неблагоприятной рыночной конъюнктурой, последствиями финансового кризиса. На низкую платежеспособность потребителей сослались более половины респондентов (58%), на снижение спроса – более трети (36%). По мнению руководителей МП, возросший уровень спросовых ограничений – не имманентный результат предпринимательской деятельности, а следствие неэффективной социально-экономической политики. В сравнении с данными прошлых лет существенно выросла значимость роста издержек как фактора, препятствующего реализации цели. Таковым его сочли 28% опрошенных предпринимателей. Данный результат еще раз подтверждает: после «августовских событий» бизнес оказался зажат в узкие рамки между выросшими ценами и сократившимся спросом. Отрицательное влияние факторов, непосредственно трактуемых как административные барьеры (условия аренды, нестабильное законодательство, высокие налоги) несколько снизилось (их отметили в среднем порядка 30% предпринимателей).

Предприниматели разных целевых групп по разному оценивают относительную значимость факторов, препятствующих реализации целей. Руководители «выживающих» МП чаще настроены искать причины неудач во вне. На снижение спроса, низкую платежеспособность, высокую конкуренцию они указывают в среднем в 1,7 раза чаще, чем их коллеги – руководители развивающихся фирм. Главные ограничители развивающегося бизнеса выражены в терминах финансовых результатов хозяйственной деятельности, а не внешних обстоятельств. Так, дефицит финансовых средств на развитие и недостаток денежных оборотных средств отмечается предпринимателями данной группы в среднем в 2 раза чаще.

XVIII.3. Цели и показатели деятельности предприятий

Динамика различных показателей деятельности МП в разной степени коррелирует с изменением целей предпринимателей. Достаточно тесна эта зависимость для выручки от реализации. По данным опроса, по мере увеличения выручки от реализации увеличивается доля МП, сориентированных на развитие (от 0% при значительном уменьшении выручки до 63% при ее значительном увеличении) и падает – сориентированных на выживание (от 59% до 13% соответственно).

Динамика чистой прибыли (от значительного уменьшения до значительного увеличения) «тянет» за собой динамику целей (от выживания до развития). Но не в такой явной форме, как динамика объема реализации. Показатель выручки от реализации адекватнее отражает состояние и потенциал бизнеса (в терминах целевых установок предпринимателя), чем показатель чистой прибыли.

Столь же красноречива динамика показателя объема инвестиций. При смене цели «выживание» на цель «развитие» значимо сокращается доля МП, уменьшивших объем инвестиций (с 57% до 28%). Доля МП, увеличивших инвестиции, увеличивается в 2,3 раза (с 21% до 50%).

XVIII.4. Цели и конкурентная политика предприятий

Среди внешних факторов, влияющих на формирование целевых установок предпринимателей, важное место принадлежит уровню конкуренции. И хотя влияние конкуренции на бизнес неоднозначно (ее снижение может спровоцировать ослабление защитных функций бизнеса, а повышение – их мобилизацию), фактически превалирует одна тенденция. По данным опроса, те МП, что нацелены на выживание, в сравнении с развивающимися в 2 раза реже констатируют низкий уровень конкуренции или ее отсутствие и в 1,2 раза чаще отмечают, что конкуренция высокая или очень высокая. Этот факт свидетельствует об обострении конкурентной борьбы и о более тяжелых, чем прежде, последствиях в случае ее проигрыша. Во многом данное обстоятельство обусловлено последствиями финансового кризиса.

Фирмы, нацеленные на развитие, испытывают меньшее давление конкуренции и одновременно их осведомленность об основных характеристиках бизнеса конкурентов значительно выше, чем у выживающих МП, в среднем в 1,9 раза (см. Таблицу 33). Возможно, именно из-за хорошей информированности развивающиеся предприятия в состоянии нейтрализовать негативное влияние конкуренции, эффективно защищая свои рынки от проникновения другого бизнеса и своевременно занимая новое рыночное пространство.

Таблица 33

Степень осведомленности о конкурентах	Основная цель, в % от числа ответивших выживание	развитие
Номенклатура:		
полностью осведомлен	17	37
плохо осведомлен	13	10
Поставщики:		
полностью осведомлен	14	33
плохо осведомлен	25	19
Потребители:		
полностью осведомлен	15	30
плохо осведомлен	17	15
Цены:		
полностью осведомлен	22	30
плохо осведомлен	9	8
Конкурентоспособность товаров:		
полностью осведомлен	18	29
плохо осведомлен	18	10
Производственные возможности:		
полностью осведомлен	12	27
плохо осведомлен	29	19
Перспективы бизнеса:		
полностью осведомлен	12	22
плохо осведомлен	34	28

МП, вынужденные решать задачу выживания в состоянии, близком к информационному вакууму, имеют не много шансов на успех. Поэтому и планируемые ими меры обеспечения конкурентоспособности собственного бизнеса, несмотря на их видимую эффективность, по сути ближе к благим намерениям, чем к практически реализуемым мероприятиям. Рейтинг мер по обеспечению конкурентоспособности выживающих и развивающихся МП совпадает. В порядке убывания это: поддержание устойчивого спроса на текущий ассортимент, его периодическое обновление, поиск новых потребителей традиционных товаров и освоение новых видов деятельности. Второй и четвертый варианты, требуя немалых финансовых затрат, заведомо проблематичны для кризисных предприятий. Поиск новых потребителей также достаточно затратная технология, т.к. предполагает привлечение дополнительной информации и возможность «перебить» конкурента.

Какие меры для сохранения традиционных потребителей и привлечение новых реально могут предложить МП из целевой группы «выживание»? На этот вопрос отчасти отвечает их политика ценообразования. Главенствует в ней стремление подстроиться под платежеспособность разных групп покупателей, ориентируясь на их доходы (48% ответов респондентов). Судя по всему, в неизбежном торге с потребителями за цену фирмы данной целевой группы в большинстве согласны на проигрыш. Так, каждая четвертая – пятая из них готова установить цену на минимальном уровне, лишь возмещающем издержки. Почти треть предпринимателей стремятся продать дешевле конкурентов.

Тем самым, потребительский рынок заведомо ограничивается его наименее платежеспособной частью. Это, с одной стороны, уменьшает потребность в расширении и изменении номенклатуры выпуска, т.к. товарное разнообразие платежеспособного спроса низкодходных групп невелико. С другой стороны, заниженная цена не позволяет получить прибыль в объеме, необходимом для развития бизнеса, для выхода на более доходные и перспективные рынки.

МП, сориентированные на развитие, приоритетным ориентиром для цены считают ее уровень, обеспечивающий получение прибыли (57% ответов респондентов). На необходимость возмещения издержек ориентируется лишь каждый десятый. Готов продавать дешевле конкурентов – каждый третий.

XVIII.5. Новое в деятельности предприятий

Целевая установка МП на развитие в большинстве случаев базируется на достаточно разнообразном опыте нововведений, накопленном за последние два года (см. Таблицу 34). Новшества на предприятиях данной группы отмечались в среднем в 1,6 раза чаще, чем у «выживающих» МП. Наиболее значимы два обстоятельства. Первое – активный выход предприятий первой группы на новые рынки (через выпуск новых товаров или освоение новых видов деятельности). Второе – их организационное развитие, проявившееся в создании новых структурных подразделений, приобретении новых помещений, найме новых работников. Вполне вероятно, что развитие малых предприятий, по крайней мере части из них, идет по линии разветвления бизнеса, а не его концентрации.

Таблица 34

Новое за последние 2 года	Основная цель, в % от числа ответивших	
	выживание	развитие
Потребители	48	62
Товары	55	80
Поставщики	41	23
Посредники	17	18
Виды деятельности	22	30
Оборудование	24	60
Помещения	2	26
Работники	25	40
Структурные подразделения	0	10

XVIII.6. Критерии обновления ассортимента

Решение об обновлении текущего ассортимента является одним из основных при выработке и реализации рыночной политики. От того, насколько своевременно и успешно изменяется портфель заказов фирмы, зависит емкость ее рынка, в конечном итоге – результаты текущей деятельности и перспективы будущей. Наиболее значимым среди прочих сигналов о необходимости пересмотреть текущий ассортимент является изменение его прибыльности. Правда, мера фиксируемых изменений неодинакова.

МП, сориентированные на выживание, непозволительно долго продолжают производство товаров, теряющих или лишившихся своих потребителей. Две пятых из них решаются обновить ассортимент только после того, как он стал убыточным. Столько же дожидаются снижения прибыльности текущего ассортимента. При стабилизации прибыльности ассортимент намерен обновить лишь каждый десятый предприниматель данной группы предприятий. Тот факт, что почти половина руководителей, возглавляющих «выживающие» МП (47%), высказались в пользу постоянного обновления ассортимента продукции, свидетельствует скорее о их благих намерениях и определенном уровне начитанности, чем о фактически реализуемой политике производства.

Среди предпринимателей, возглавляющих развивающиеся МП, две трети считают, что ассортимент следует обновлять постоянно, пятая часть намерена дожидаться стабилизации его прибыльности. Лишь каждый четырнадцатый рискнул дотянуть до снижения прибыльности текущего ассортимента, столько же – до его убыточности.

Таким образом, немногим менее половины МП, для которых сегодня доступно лишь выживание, имеют все шансы и в будущем не перешагнуть порог кризисного состояния, благодаря осознанно проводимой и заведомо проигрышной политике формирования программы выпуска. Среди развивающихся МП в группу риска попадают порядка шестой – седьмой части фирм.

Отметим, что своевременное определение момента времени, когда прибыльность отдельных ассортиментных позиций стабилизировалась, а затем стала снижаться, требует достаточно высокого уровня развития внутрифирменной системы учета затрат и результатов деятельности. Далеко не все МП могут похвастаться этим, чему в немалой степени препятствуют двойная бухгалтерия, невысокий уровень подготовки бухгалтеров, частая смена правил и механизмов, регламентирующих предпринимательскую деятельность.

XVIII.7. Управление рыночным поведением и цели

Сфера управления – одна из наиболее проблемных для предпринимателей, и не только в малом бизнесе. По результатам анкетирования, интенсивность появления управленческих проблем практически одинакова во всех целевых группах МП. В каждой из них предприниматели отметили в среднем по 1,7 задач управления, решение которых вызывает у них затруднение. Специфика «выживающих» МП в том, что для них значительно более затруднительна задача главная в их положении, а именно планирование текущей деятельности. Почти 30% респондентов данной группы не справляются с ее решением, что в 5,6 раза больше, чем по группе «развивающихся» МП. Показательно, более трети фирм из группы «выживание» не могут хорошо организовать учет результатов деятельности (по группе «развитие» в 1,5 раза меньше). Этот факт доказывает проблематичность своевременного обновления текущего ассортимента продукции по мере снижения его прибыльности на «выживающих» предприятиях.

Сравнимый на сегодня уровень проблемности при решении задач управления между МП разных целевых групп со временем, по-видимому, изменится не в пользу сориентированных на выживание. Во всяком случае, руководители этих предприятий в сравнении с ориентированными на развитие в среднем в 1,7 раза реже считают, что необходимы новые методы решения задач управления; в 1,6 раза реже меняли методы решения управленческих задач и в 1,5 раза реже планируют такого рода изменения. Иными словами, выживающие МП в наименьшей степени намерены задействовать потенциал современных методов управления для преодоления кризисного состояния бизнеса. Хотя зачастую речь идет даже не о приведении методов управления в соответствие с «последним словом техники», а о замене отживших свое административно-командных стереотипов на стандартные рыночные.

Применительно к собственно рыночному поведению показателен следующий результат. Респонденты, представляющие развивающиеся МП, продемонстрировали верное понимание соотношения сфер реализации продукции и рыночного поведения в целом. Рыночное поведение для них включает в себя этап реализации. Соответственно, оно сложнее и проблемнее. Затруднения в управлении рыночным поведением отметили 43% предпринимателей данной группы, а в управлении реализацией – 36%. Среди предпринимателей из группы «выживающих» МП далеко не все имеют структурированные представления о сфере рыночного поведения и ее составляющих. Поэтому многие из них сочли, что есть проблемы с реализацией, но нет – с управлением рыночным поведением. Отсутствие знания о соподчиненности, взаимозависимости управленческих задач существенно ограничивает возможность их эффективного решения.

XVIII.8. Факторы, определяющие деятельность предприятия

Каждая целевая установка, чтобы быть успешно реализованной, должна воплощаться в полном и согласованном комплексе мероприятий, определяющих программу деятельности МП. Сопоставление их перечня с мерами, приоритетными, по мнению респондентов, для обеспечения конкурентоспособности, позволяет оценить реальные перспективы бизнеса, степень декларативности и возможность осуществления планов предпринимателей. Данные опроса о факторах, определяющих деятельность МП в краткосрочной и среднесрочной перспективе, представлены в **таблице 35**.

Таблица 35

Факторы, определяющие программу деятельности МП	Основная цель, в % от числа ответивших	
	выживание	развитие
В 1999 г.		
связи с потребителями традиционной	58	67

Факторы, определяющие программу деятельности МП	Основная цель, в % от числа ответивших	
	выживание	развитие
продукции		
выход на рынок с новым товаром	23	46
связи с поставщиками	37	44
привлечение внешнего финансирования	9	18
модернизация производства	10	19
До 2000 г.		
связи с потребителями традиционной продукции	60	47
выход на рынок с новым товаром	24	51
связи с поставщиками	37	26
привлечение внешнего финансирования	7	22
модернизация производства	9	22

Планируемая деятельность МП из целевой группы «выживание» прежде всего отличается стабильностью, значимость отдельных мероприятий со временем не изменяется. И более всего функционирование данных фирм привязано к уже сформировавшемуся кругу потребителей традиционной продукции (58% - 60% ответов респондентов). Вопреки тому, что, как мера обеспечения конкурентоспособности, обновление ассортимента опережает, по мнению предпринимателей данной группы, сохранение старых и привлечение новых потребителей традиционных товаров, реализуется иной приоритет. На выпуск традиционной продукции практика функционирования сориентирована в 2 раза чаще, чем на выход на рынок с новым товаром. Минимально влияние на программу деятельности возможности привлечения внешнего финансирования и модернизации производства (без чего, кстати, весьма проблематично освоить новую продукцию, переключиться на другой вид деятельности). Таким образом, программа деятельности кризисных МП, «замораживая» их зависимость от сформировавшегося круга потребителей (результаты этой зависимости неутешительны), оставляет мало шансов на кардинальное улучшение состояния бизнеса.

МП, сориентированные на развитие, значительно более последовательны в достижении своих целей. Во-первых, приоритетность мер, определяющих программу деятельности в краткосрочной перспективе, соответствует приоритетности мер, обеспечивающих конкурентоспособность бизнеса. Во-вторых, в среднесрочной перспективе усиливается значимость освоения новых рынков (и, соответственно, значимость модернизации производства, привлечения внешнего финансирования), падает влияние уже «завоеванных» потребителей традиционной продукции. Данные обстоятельства подтверждают реальность целевых установок этой группы предпринимателей.

XVIII.9. Типология целеполагания: влияние субъективных факторов

XVIII.9.1. Цели и спрос

Один из главных факторов внешней среды, определяющих состояние и перспективы бизнеса, уровень спроса. По данным анкетирования, динамика спроса безусловно предопределяет возможные цели предпринимателей. Так, при его значительном сокращении максимальна доля МП, сориентированных на выживание (61%) и минимальна – на развитие (13%). При значительном увеличении спроса предприятие «обречено» на развитие (67%) и лишено необходимости выживать (0%). Однако увеличение спроса в большей мере стимулирует рост доли развивающихся МП, чем сокращение – рост доли выживающих. Так, сравнивая МП, работающие на рынках с уменьшившимся и увеличившимся спросом, можно констатировать. Среди первой группы фирм число предприятий, сориентированных на выживание, больше в 1,7 раза, а сориентированных на развитие - меньше в 2,7 раза. Значит, снижение емкости рынка не является фатальным обстоятельством, непременно ставящим бизнес на грань банкротства. Грамотная рыночная политика, эффективный менеджмент способны удержать предприятие на плаву вопреки неблагоприятным внешним обстоятельствам. Эти же факторы способствуют максимальной реализации возможностей при благоприятном стечении внешних обстоятельств, когда рост спроса стимулирует развитие бизнеса.

XVIII.9.2. Цели и прибыльность бизнесе

Цель фирмы, формулируемая предпринимателем, определяется не только объективными характеристиками бизнеса, например прибыльностью, но и субъективными, личностными факторами. Особенно отчетливо это проявляется в ситуации, когда предпринимательская деятельность безубыточна и альтернативный выбор происходит между установками на выживание или стабилизацию бизнеса. Среди МП, работающих с небольшой прибылью, равные доли (по 38%) сориентированы на выживание и стабилизацию положения. Среди среднеприбыльных МП на эти цели сориентированы также практически равные доли фирм (порядка 30%). Лишь убыточность бизнеса достаточно однозначно определяет возможную цель предпринимателя. На выживание сориентированы 65% руководителей МП данной группы. Таким образом, плохое финансовое состояние предприятия оставляет предпринимателю небольшую возможность целевого маневра. (Хотя и в этих условиях каждый десятый руководитель МП нацелен на развитие своего дела). Если бизнес прибылен, возникает предпосылка для проявления индивидуальных склонностей предпринимателей к расширению его масштабов. Даже при самых благоприятных обстоятельствах, когда фирма работает со средней прибылью, количество нацеленных на развитие не превышает двух пятых от общего числа предпринимателей.

XVIII.9.3. Цели и финансовое состояние предприятий

Интегральный показатель деятельности предприятия, его финансовое состояние, безусловно предопределяет возможность выбора целей, но с разной степенью жесткости. В [таблице 36](#) представлены результаты опроса, характеризующие динамику взаимосвязи финансового состояния и целей бизнеса.

Таблица 36

Финансовое состояние МП	Основная цель МП, в % от числа ответивших		
	выживание	стабилизация	развитие
По итогам 1997 г.			
плохое	75	25	
удовлетворительное	46	33	21
хорошее	35	39	26
В июле 1998 г.			
плохое	67	27	6
удовлетворительное	46	38	16
хорошее	30	34	36
В декабре 1998 г.			
плохое	53	37	10
удовлетворительное	33	38	29
хорошее	6	38	56
Прогноз на 1999 г.			
плохое	78	18	4
удовлетворительное	35	46	19
хорошее	15	31	54

Несомненное ухудшение финансового состояния МП в результате августовского кризиса придало большую значимость целевым установкам большинства предпринимателей. Они попытались максимально продуктивно использовать все возможности, чтобы спасти свой бизнес. В терминах целей это подтверждается сокращением доли МП, сориентированных на выживание, и увеличением – сориентированных на развитие, независимо от финансового состояния предприятий (по итоговым данным за 1997 и 1998г.г.). По группам МП с плохим и удовлетворительным финансовым состоянием доля выживающих фирм сократилась в 1,4 раза, в группе МП с хорошим – в 5,8 раз. Доля предприятий, сориентированных на развитие, увеличилась в 2,2 раза и в 1,4 раза по группам МП с хорошим и удовлетворительным состоянием соответственно. Появился развивающийся бизнес и там, где его прежде не было, - в зоне текущей финансовой несостоятельности (каждое десятое МП).

Таким образом, предприниматели продемонстрировали относительную независимость и самостоятельную значимость целенаправленной политики ведения бизнеса, а заодно и масштабы неисполь-

зованного прежде потенциала ее возможностей. Когда внешние ограничения ужесточились, резерв выживаемости стали искать на самом предприятии и главную ставку сделали на активизацию предпринимательской деятельности, на использование малейших возможностей для развития бизнеса.

XIX. Выводы и рекомендации

1. Внешние условия предпринимательской деятельности ухудшились. Динамику спроса в 1998 г. по сравнению с 1997 г. большинство предпринимателей оценили негативно: 53% из них отметили его уменьшение. Уровень конкуренции на московском рынке достаточно высок. Лишь 11% руководителей МП посчитали, что конкуренция либо отсутствует, либо низкая. Чуть больше трети сочли конкуренцию умеренной, а 53% - высокой.
2. Масштабы предпринимательской деятельности сократились. Уменьшение выручки от реализации/оборота в 1998 г. по сравнению с 1997 г. произошло почти на половине МП. Некоторый, возможно минимальный запас прочности у малого бизнеса все еще остается. Две трети респондентов признали, что их фирмы работают с небольшой прибылью. Доли тех, кто сочли бизнес убыточным либо приносящим среднюю прибыль, практически совпадают.
3. Ухудшение условий хозяйствования негативно сказалось на целевых установках предпринимателей. Почти половина респондентов указали: текущая цель их МП – выживание. На стабилизацию бизнеса сориентированы треть опрошенных предпринимателей, на развитие – пятая часть. В сравнении с результатами предыдущих опросов, примерно на треть сократились доли как развивающихся предприятий, так и фирм, стремящихся стабилизировать свое положение. Ухудшение финансового состояния МП в результате августовского кризиса повысило значимость целевых установок предпринимателей. Это подтверждается сокращением доли МП, сориентированных на выживание, и увеличением – сориентированных на развитие, независимо от финансового состояния предприятий. Предприниматели продемонстрировали относительную независимость и самостоятельную значимость целенаправленной политики ведения бизнеса, а заодно и масштабы неиспользованного прежде потенциала ее возможностей.
4. Прибыльность бизнеса и уровень конкуренции рынка, на котором работает фирма, очевидно связаны. Руководители МП, получающих прибыль, в сравнении с убыточными в среднем в 2,7 раза чаще оценивают конкуренцию как умеренную, в 1,6 раза реже – как высокую. Для коммерческого успеха бизнеса более благоприятен умеренный уровень конкуренции. Среди МП, работающих на таких рынках, максимальна доля прибыльных фирм – 93%, и минимальна доля убыточных – 7%. С учетом того, что лишь порядка трети предпринимателей признали конкуренцию умеренной, можно констатировать: конкурентная составляющая внешней среды предпринимательства далеко не всегда действует как фактор, стимулирующий бизнес.
5. Уровень осведомленности о подавляющем большинстве характеристик конкурирующего бизнеса следует признать достаточным. Внешние данные о конкурентах доступнее внутренних. Достаточно осведомленными о первой группе характеристик сочли себя порядка 60% предпринимателей, о второй группе – порядка 40%. Перспективы конкурента в представлении предпринимателей слабо зависят от того, на каких рынках и на каких условиях он работает сегодня. Перспективы более всего ассоциируются с производственным потенциалом, т.е. с принципиальной возможностью изменить масштабы, структуру, направленность бизнеса. Данный результат косвенно доказывает, что предприниматели оценивают внешнюю среду как неустойчивую, относительной гарантией стабильности бизнеса считают его способность маневрировать, адаптироваться к внешним изменениям.
6. Среди основных факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия, респонденты на первое место поставили устойчивый спрос на текущий ассортимент. Периодическое обновление ассортимента - второе место в рейтинге. На третьем месте – поиск новых потребителей традиционных товаров, и на четвертом - освоение новых видов деятельности. В целом, полученное соотношение рейтингов иллюстрирует достаточно грамотное представление предпринимателей о том, что является основой конкурентоспособности бизнеса.
7. Выбор в качестве приоритетного конкретного фактора конкурентоспособности подкрепляется соответствующей политикой обновления ассортимента. МП, сделавшие главную ставку на текущий ассортимент, имеют достаточно однородную возрастную структуру выпускаемой продукции. Предприятия, для которых основное конкурентное преимущество - это новизна, выходят на рынок с существенно

более «молодыми» товарами. Половину объема их производства составляет продукция, выпускаемая менее 1 года, порядка 85% объема производства – продукция, «младше» 3 лет.

8. Наиболее эффективной мерой конкурентной политики в контексте ценообразования остается снижение цены ниже уровня основных конкурентов. Расхождение в степени предпочтительности данной схемы ценообразования между противоположными по уровню конкуренции рынками (очень высокая/отсутствует) – в 2 раза.

9. Как показали результаты исследования, московский рынок уже более чем плотно занят и, возможно, поделен между фирмами. МП, оценившие уровень конкуренции как очень высокий, работают именно на Москву (94% продукции сбывают на местном рынке). По мере снижения оценок уровня конкуренции вплоть до оценки «конкуренция отсутствует» уменьшается до 65% доля сбыта предприятий на московском рынке. Параллельно растет доля сбыта в других регионах России (с 3% до 19%) и в странах Дальнего Зарубежья (с 0% до 10%). Чем разнообразнее география сбыта МП, тем выше его прибыльность. Из числа фирм, работающих в убыток, на местном рынке реализуют продукцию 92% МП, а из тех, что получают среднюю прибыль – 74%.

10. К настоящему времени сформировались достаточно устойчивые группы МП, стремящихся проводить сугубо активную либо пассивную рыночную политику. В краткосрочной перспективе (в планах на 1999г.) группа «активистов» составила 22% МП. Группа рыночно пассивных предприятий составила 15%. В планах на 2000г. вторая группа увеличивается до 18%. Все остальные МП, планируя деятельность, в той или иной пропорции комбинируют меры активного и пассивного рыночного поведения.

11. В программе деятельности убыточных МП, особенно в среднесрочной перспективе, превалируют меры пассивного следования за сложившейся ситуацией. МП, уже сегодня работающие с прибылью, планируют впредь активизировать свое присутствие на рынке. Меры активной политики доминируют в краткосрочной и, наиболее явно, в среднесрочной перспективе (предпочитаются в 1,4 раза чаще в сравнении с убыточными фирмами).

12. Предприятия, столкнувшиеся с сокращением спроса на свою продукцию, по преимуществу не активизируют рыночную политику, продолжая в большей мере ориентироваться на сузившийся рынок сбыта, отдавая предпочтение традиционным потребителям. Фирмы, действующие на расширяющихся рынках, стремятся усилить свои конкурентные преимущества за счет обновления ассортимента и видов деятельности, расширения числа хозяйственных партнеров.

13. Среди нововведений в рыночной политике МП за последние 2 года на первом месте – обновление рыночной ниши предприятия за счет как нового товара (57% ответов респондентов), так и новых потребителей (55%). На втором месте – обновление поставщиков (41%). Порядка трети МП обновили оборудование и технологии, приняли новых работников, освоили новые направления деятельности. Каждая седьмая фирма получила новое помещение, только каждая одиннадцатая сформировала новое структурное подразделение.

14. Управление рыночным поведением, как сфера деятельности, во-первых, знакомо далеко не всем руководителям МП. Во-вторых, указанный тип управления является для них достаточно проблемным. Около половины респондентов констатировали необходимость внедрения новых методов управления, потребность в которых усиливается. Число фирм, где новшества уже реализованы, в 1,9 раза меньше количества предприятий, признавших их необходимость. Разрыв между «надо» и «есть» сокращается достаточно медленно. Только у 16% МП есть новации в управлении рыночным поведением, подготовленные к внедрению, что в 2,9 раза меньше числа фирм, где такие новации нужны.

15. Там, где были нововведения в управлении рыночным поведением, налицо значительно более интенсивное обновление по всем внутренним и внешним характеристикам бизнеса. В среднем, обновляемость констатировалась респондентами данной группы МП в 1,4 раза чаще.

16. Модернизация управления рыночным поведением МП позитивно влияет на результаты его деятельности. Среди фирм, реализовавших нововведения, оказалось в 1,7 раз меньше убыточных, больше работавших с прибылью. Предприятия той же группы в 1,5 раза чаще констатировали увеличение выручки от реализации/оборота. Новшества в рыночной политике позволили МП легче справиться с последствиями финансового кризиса. Одно из главных – сокращение спроса, «новаторами» отмечалось в 1,4 раза реже. Предприниматели, уже практиковавшие новшества в управлении рыноч-

ным поведением, значительно оптимистичнее оценивают их положительное влияние на состояние бизнеса. Ожидают его улучшения в 1,6 раза больше руководителей МП, имевших подобный опыт. Они же в 2,7 раза реже не ждут от управленческих нововведений никаких позитивных сдвигов в состоянии бизнеса.

17. Внутренний потенциал саморазвития малого бизнеса в значительной мере исчерпан. Для того, чтобы данный сектор смог реализовать возложенные на него функции, необходимо прежде всего стабилизировать экономику в целом. Предпринимательство не может сколь угодно долго генерировать «точки роста» в условиях, угнетающих предпринимательскую активность, не выродившись при этом в криминально-нелегальную деятельность. Меры по усилению государственного давления, прежде всего налогового гнета, какими бы благими доводами они не обосновывались, многократно усилят теневизацию бизнеса либо замораживания, сворачивания предпринимательской деятельности в легальном секторе экономики.

18. Необходимо всемерно способствовать расширению географии деятельности МП за пределы местного рынка вплоть до зарубежных рынков. Для этого через организации поддержки предпринимательства следует обеспечить доступ МП к конъюнктурной информации, к данным о потенциальных партнерах по хозяйственным связям, к результатам маркетинговых исследований. Последние разумно проводить по заказам объединений МП (формальных либо неформальных) с тем, чтобы удовлетворить потребности возможно большего числа предприятий в сведениях о перспективах предпринимательской деятельности на рынках конкретных товаров, территорий. Административные барьеры для передвижения продукции между областями, регионами, будь то «региональное» лицензирование, запреты на ввоз или вывоз продукции за пределы данной территории, должны быть устранены.

19. Качество менеджмента, в первую очередь управления рыночным поведением, во многом предопределяет успех либо неудачу МП на рынке. Предприниматели должны знать об общих правилах и специфических приемах маркетинга малого предприятия. С этой целью следует расширить сеть консультационных, образовательных услуг по данной тематике, предоставляемых структурами поддержки предпринимательства. В обязательном порядке эта тема должна присутствовать в программах подготовки предпринимателей по линии служб занятости, бизнес – образования.

20. Для стабильно работающих, развивающихся МП наиболее актуальна и эффективна финансовая поддержка, в т.ч. в форме лизинга оборудования. МП данной группы в силах сами определить перспективные рыночные ниши, правильно разработать программу деятельности по выходу, закреплению на этих рынках, достаточно полно мобилизуют внутренние возможности бизнеса для решения поставленных задач. Финансовая поддержка данной группы предприятий приведет к усилению позиций отдельных МП и расширению масштабов малого предпринимательства в целом. Этот факт следует учитывать при формировании системы приоритетов и механизмов предоставления финансовых ресурсов по линии государственной поддержки малого предпринимательства.

21. Финансовая поддержка МП - аутсайдеров не гарантирует улучшения их состояния, т.к. в большинстве они проводят неграмотную рыночную политику, обреченную на неудачу и при дополнительном финансировании. Исправление ситуации на этих предприятиях во многом зависит от смены проводимой ими рыночной политики, что применительно к МП в большинстве означает смену руководства фирмы. Альтернативный, от части, метод – улучшение менеджмента за счет повышения уровня знаний предпринимателей в области маркетинга, лучшей информированности о рыночной конъюнктуре товарных и региональных рынков.

ЧАСТЬ 4. ИННОВАЦИИ И МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИОРИТЕТЫ ПОЛИТИКИ ЕС В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ И ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Инновации являются одним из основных факторов, которые позволяют получить конкурентные преимущества фирмам, регионам или целым странам. Инновации составляют основу духа предпринимательства, а также способствуют воплощению новых идей в конкретные технические и коммерческие достижения.

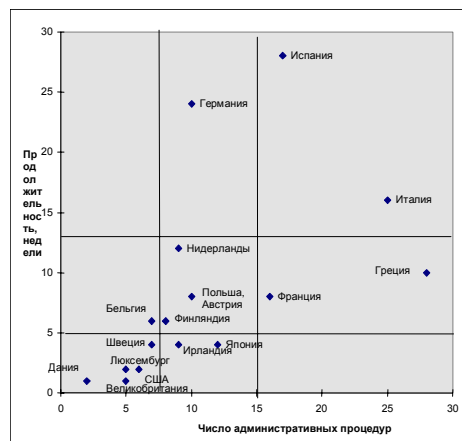
Инновациями считают успешное применение новшеств в экономической и социальной сферах. В Европе инновации не являются таким же мощным фактором в конкурентной борьбе предприятий, как в США и Японии. Европейский парадокс заключается в том, что исследования и разработки медленно внедряются в производство и не получают достаточного распространения на рынке, несмотря на то, что в Европе имеется превосходная научная база для разработок, особенно в некоторых высокотехнологических отраслях экономики.

XX. "Зеленый документ по проблемам инноваций в Европе" (the Green Paper on Innovation in Europe)

В Европе осознание необходимости отреагировать на ситуацию в области инноваций привело к дебатам по данной проблематике, начавшимся в 1995 г. В ходе обсуждения этой проблемы были проанализированы основные факторы, которые могли бы способствовать развитию инноваций как в частном, так и в государственном секторах. В "Зеленом документе по проблемам инноваций" (20 декабря 1995 г.) были определены меры, которые могли бы способствовать более активному распространению инноваций. Очевидно, проблема заключается не только в самих технологиях. Помимо недостаточного размаха исследований и меньшего числа задействованных ученых, по сравнению с США и Японией, существовали и другие причины, такие как: отсутствие тесной связи между промышленным сектором и наукой, высокая стоимость патентов и сложность патентной системы в Европе, слишком длительный период создания новых предприятий (в некоторых странах для этого иногда требуется более 300 дней). Все это отрицательно влияет на инновационную активность и создает огромные сложности для успешной коммерческой реализации новых идей.

Рис. 12

Соотношение между числом административных процедур и сроками регистрации компании в 1996 г.²⁴



В "Зеленом документе", путем анализа влияния инноваций на деятельность компаний, было определено 13 направлений, с помощью которых европейское общество могло бы успешно продвигаться вперед по пути развития инновационных процессов. К ним относятся:

- развитие мониторинга технологий и прогнозов;
- целевые исследования, направленные на инновации;
- развитие системы начального базового образования и системы повышения квалификации;
- обеспечение мобильности студентов и исследователей;
- реклама преимуществ инноваций;
- улучшение финансирования инноваций;

²⁴ Источник: сравнение формальных требований и административных процедур при создании предприятий с различным юридическим статусом в странах ЕС и некоторых других экономически развитых странах. Проект EIMS 96/142, LOGOTECH SA, заключительный отчет, стр. 49.

- создание благоприятного фискального режима для инноваций;
- защита прав интеллектуальной и промышленной собственности;
- упрощение административных процедур;
- создание благоприятной законодательной среды и управления;
- распространение экономической информации;
- поощрение инноваций на предприятиях, особенно на малых; сглаживание региональных диспропорций в распространении инноваций;
- Совершенствование программ государственной поддержки инноваций.

Вышесказанное отнюдь не означает, что Европейская Комиссия ничего не предпринимала в этой области до 1995 г. Напротив, был реализован ряд инициатив, направленных на исследования или прямую финансовую поддержку инноваций в европейских фирмах.

Таковыми инициативами были выделение целевых групп (Task Forces) в отдельных отраслях промышленности и поддержка проектов инновационного менеджмента, а также процесса передачи технологий на предприятиях; развитие инфраструктуры для внедрения результатов исследований в производство. Важная роль здесь принадлежала технопаркам и центрам по передаче технологий. На региональном уровне активизация инновационных процессов происходила за счет реализации таких программ как "Стратегии и инфраструктуры региональных инноваций и передачи технологий" (the Regional Innovation and Technology Transfer Strategies and Infrastructures), "Основные направления инновационного развития в регионах" (the Regional Innovation Strategies), а также "Информационное общество" (the Information Society). Кроме программ, поддержка инноваций осуществлялась и через Структурные Фонды.

В дополнение к вышеупомянутым, были предприняты меры по дальнейшему привлечению частного капитала для финансирования инноваций; формированию европейской патентной системы, отвечающей современным требованиям; обеспечению свободного передвижения ученых и повышению уровня обучения по программам «Сократ» и «Леонардо».

Несмотря на эти и другие меры, Европе предстоит преодолеть еще немало трудностей. В "Зеленом документе по проблемам инноваций" рассматриваются основные препятствия на пути внедрения инноваций в Европе, а также факторы, способствующие их распространению.

После проведения 6-месячных консультаций в июне 1996 г. Европейская Комиссия одобрила "Первый план действий по распространению инноваций в Европе" (the First Action Plan for Innovation in Europe), где были выделены приоритетные направления по распространению инноваций в странах-членах ЕС и в самой Европейской Комиссии.

XXI. "Первый план действий по распространению инноваций в Европе"

Этот план был основан на трех простых принципах: «Настоящая инновационная культура должна развиваться в сфере образования, бизнеса, включая органы власти. Для этого необходимо создать благоприятную административную, законодательную и финансовую среду, которая будет способствовать распространению инноваций, а не препятствовать ему. Чтобы новейшие достижения европейской науки способствовали развитию промышленности и торговли, необходимо обеспечить более тесную связь между исследованиями и производством. План действий определял следующие направления:

I. СОДЕЙСТВИЕ ФОРМИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ:

- базовое образование, дальнейшее повышение квалификации;
- свобода передвижения исследователей, студентов и преподавателей;
- повышение информированности широких кругов населения и привлечение заинтересованных лиц и компаний;
- инновации и управление предприятиями;
- государственные органы власти.

II. СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ ИННОВАЦИЙ:

- поддержание конкуренции;
- защита прав интеллектуальной и промышленной собственности;
- упрощение администрирования;
- законодательное регулирование;
- улучшение финансирования;
- создание благоприятной системы налогообложения.

III. ИССЛЕДОВАНИЯ И ИННОВАЦИИ

- Поддержка национальных программ Европейским союзом:
 - стратегия исследований и разработок;
 - поддержка исследований, проводимых предприятиями;
 - создание компаний, реализующих новые технологии;
 - развитие сотрудничества между исследовательскими институтами, университетами и предприятиями;
 - предоставление возможностей МСП для внедрения технологии и "ноу хау";
 - распространение информации об удачном опыте предприятий в этой области.
- Включение программ по инновациям и МСП в "Основную программу по исследованиям и развитию технологий" (Framework Program for Research and Technology).
- Привлечение других ресурсов.

XXII. Выполнение "Первого плана действий по распространению инноваций в Европе"

Реализация "Первого плана действий по распространению инноваций в Европе" началась в 1997 г., когда Европейская Комиссия подготовила доклад "Инновации как источник экономического роста и новых рабочих мест" (Innovation for Growth and Employment). В нем были определены основные задачи и очерчен комплекс мероприятий, которые необходимо осуществить для реализации первого этапа плана. В число этих задач входят:

1. Защита прав интеллектуальной собственности

"Зеленый документ по вопросам патентования" (Green Paper on Patents)

Европейская Комиссия провела в 1998 г. консультации с заинтересованными сторонами и институтами Комиссии по вопросам разработки нового комплекса мероприятий в области патентования и согласования патентного законодательства (компьютерные программы, изобретения сотрудников компаний, привлечение патентных агентов и пр.).

Бюро по вопросам защиты прав интеллектуальной собственности (IPR Help Desk)

Специальное исследование, проведенное Европейской Комиссией, показало, что 2/3 всех предприятий вообще не пользуется патентной системой. Целями Бюро по вопросам защиты прав интеллектуальной собственности, созданного в 1998 г., являются: улучшение информированности об использовании патентной системы и упрощение доступа к информации по вопросам охраны прав интеллектуальной собственности для малых и средних предприятий и предпринимателей, работающих без образования юридического лица.

2. Финансирование инноваций

Пилотный проект (I-TEC Pilot Project)

Цель данного проекта - привлечь частный венчурный капитал для финансирования на начальных этапах быстро развивающихся инновационных проектов и осуществление инвестиций в предприятия с высоким потенциалом роста. Бенефициарами этой программы являются в основном инновационно-технологические малые и средние предприятия и фонды венчурного капитала.

Программа LIFT

Бюро по вопросам финансовой поддержки инноваций (the Innovation Financing Helpdesk) было создано в начале 1999 г. Его целью было упрощение доступа технологически развитых европейских МСП к программам финансирования инноваций и поддержки создания новых предприятий (финансовые технологии, венчурный капитал).

Предпринимательство и доступ к финансированию передовых технологий

Целью данных мероприятий является формирование предпринимательской культуры и создание новых компаний путем объединения всех заинтересованных участников рынка; налаживание тесных связей и обмена мнениями, удачной практикой, а также поддержка создания новых предприятий и инвестиций в технологии.

3. Координация и упрощение административных процедур

Доклад об участии Европейской Компании (the European Company) в государственных заказах и программах, финансируемых государством.

Основная задача - содействие участию Европейской Компании в экономических программах.

Программа REGIE

Основной задачей этой программы является распространение информации о деятельности Европейской Компании среди МСП с целью интернационализации деятельности МСП. Немаловажная роль при реализации этой цели отводится общей законодательной структуре.

Программа BEST (Business Environment Simplification Task Force)

Рабочая группа по созданию благоприятной внешней среды для развития предпринимательства.

4. Образование и обучение

Программа Campus voice

Программа обеспечивает предоставление информационной поддержки через Интернет с помощью средств мультимедиа (предоставление информационных услуг нового поколения в области образования и обучения, совершенствование доступа к образованию и обучению через специальный вспомогательный сервер).

Программа Form-Inno-Tech

Цель - создание Европейской сети, направленной на рекламу и развитие обучения в области инноваций, и оказание консультационных услуг уже существующим или вновь создаваемым предприятиям.

Программа Train-Re-Tech

Цель - обучение технологии проведения исследований и процессу передачи технологий на предприятиях; обеспечение обмена опытом между университетами, исследовательскими институтами и промышленными предприятиями.

5. Содействие исследованиям в области инноваций

Базовые мероприятия по содействию исследованиям и развитию технологий

4 тематические программы по исследованиям и развитию технологий, входящие в состав "Пятой Основной программы" (the 5th Framework Program) Европейской Комиссии, включают в себя следующие ключевые исследовательские проекты:

Участие МСП в "Основной программе по исследованиям и развитию технологий"

Программа предусматривает поддержку инноваций и вовлечение в инновационные процессы МСП. Основные разделы программы изложены в следующем разделе.

Сокращение перехода от исследований и разработок к опытному образцу

Согласно "Пятой Основной программе" эти мероприятия предусматривают повышение информированности предприятий о возможностях более быстрого перехода к опытному образцу от исследований и разработок.

Программа PROSOMA Esprit

Эта программа обеспечивает доступ МСП с помощью средств мультимедиа к участию в программах по исследованиям и разработкам.

Передача технологий при участии совместных исследовательских центров (Technology Transfer Initiative at JRC)

По этой программе проводятся исследования возможностей эффективного взаимодействия центров совместных исследований и производства с целью использования опыта и возможностей исследовательских центров, а также с целью создание инновационных компаний.

6. Повышение общей координации

Программа Trend Chart по распространению инноваций в Европе

Эта программа направлена на создание общей информационно-справочной системы, которая давала бы представление о ситуации, сложившейся в области инноваций в Европе.

Оценка возможностей повышения конкурентоспособности европейской промышленности

В рамках этой программы при помощи специально разработанных критериев оценивается эффективность государственных программ, направленных на повышение конкурентоспособности, а также определяются пути совершенствования этих программ.

XXIII. "Пятая Основная программа по исследованиям и развитию технологий": распространение инноваций и поощрение участия в инновационных процессах малых и средних предприятий

Меры, которые были предусмотрены "Четвертой Основной программой" в части поддержки инноваций, легли в основу программы "Распространение инноваций и поощрение участия малых и средних предприятий в инновационных процессах" (Promotion of innovation and encouragement of participation of SMEs), которая началась в январе 1999 г. Эта программа находится в тесной взаимосвязи с несколькими программами ЕС по исследованиям в области инноваций и имеет следующие цели:

- в рамках программы предоставляются услуги и оказывается содействие инновационным МСП, другим фирмам и компаниям, а также оказывается поддержка инновационным программам, направленным на МСП;
- программа работает как информационно-аналитический центр, а именно, в ходе ее реализации осуществляется сбор и анализ информации о тенденциях в инновационной сфере, о программах ЕС и о программах стран-членов ЕС. Эта программа является платформой для обмена опытом между государствами и содействует реализации других программ ЕС;
- в качестве "испытательной лаборатории", программа реализует пилотные проекты в сфере инноваций и участия в них МСП и способствует реализации других программ ЕС.

Анализ предварительных результатов реализации этой программы показывает, что ее основными направлениями станут:

1. Развитие инноваций

- исследования и лучший опыт;
- новый подход к процессу передачи технологий.

2. Привлечение МСП

- право на одну дополнительную заявку;
- сочетание поддержки и содействия;
- предоставление экономической и технологической информации.

3. Программы по вовлечению МСП в инновационные процессы

- Европейские сети поддержки развития исследований и разработок, передачи технологий и инноваций:
 - национальная система контактных пунктов;
 - сеть центров по передаче инноваций;
 - электронные информационные услуги и другие средства распространения информации (CORDIS);
 - защита прав интеллектуальной собственности;
 - привлечение частных средств для финансирования инноваций;
 - механизмы содействия созданию и развитию инновационных компаний.

4. Координация и программы поддержки

- поддержка инновационных программ;
- поддержка программ по вовлечению МСП в инновационные процессы.

Эти инициативы ЕС базируются на следующих объективных моментах. Во-первых, МСП играют принципиальную роль в экономике стран-членов ЕС. Они составляют 99,8% всех предприятий ЕС, на МСП

работает 66% населения ЕС, на их долю приходится 65% торгового оборота. Кроме того, МСП создается более 80% новых рабочих мест. Указанные тенденции заслуживают поддержки.

Во-вторых, высокотехнологичные инновационные МСП играют решающую роль в быстро развивающихся отраслях, таких как средства мультимедиа, программное обеспечение и биотехнология. В некоторых регионах они являются единственным источником развития производства. Следует и далее поддерживать передачу результатов технологических изобретений из сферы исследований в производственную сферу, а также распространение технологической информации.

В-третьих, для того, чтобы успешно реализовать выше описанные программы, следует совершенствовать предпринимательскую среду с точки зрения развития инноваций и инновационной культуры как в государственном, так и в частном секторах.

Новые меры, скорее всего, окажутся более эффективными, чем предыдущие. Предстоит обеспечить взаимодействие основных программ, нацеленных на развитие инноваций, активнее сотрудничать с непосредственными участниками инновационного процесса. Конечной целью этих мер является создание инновационно-ориентированной культуры менеджмента при содействии всех программ ЕС по исследованиям и разработкам. Фраза "участие МСП" в названии программы является свидетельством конкретной поддержки малого и среднего предпринимательства. Еще одним доказательством координации программ по инновациям являются следующие меры:

Политика ЕС в области инноваций: важнейшие инициативы и направления деятельности на 1999-2000 гг. "Тенденции распространения инноваций в Европе" (Trend Chart on Innovation in Europe), "Региональный обзор по инновациям" (Regional Innovation Observatory-RINNO).

"Тенденции распространения инноваций в Европе" содержит обновленную и проанализированную информацию по программам, реализуемым как на уровне ЕС, так и на уровне стран-членов ЕС, с указанием их параметров и оценок этих инвестиционных программ. Это создает условия для диалога между странами-членами ЕС и ведущими экспертами в области инноваций, а также для распространения удачного опыта. Программа RINNO финансируется как из средств Инновационной программы (the Innovation program), так и из средств Европейского фонда регионального развития (European Regional Development Fund). В рамках этой программы предусматривается не только сбор и анализ информации по региональным инвестиционным проектам, но и ее распространение.

Инновации в европейских фирмах: Второй Обзор ЕС по проблемам инноваций в Европе (the Second Community Innovation Survey).

Составление "Второго Обзора ЕС по проблемам инноваций в Европе" будет завершено в течение 1999 г. В его рамках будут проведены исследования по отбору и анализу тем будущих инновационных программ, предназначенных для МСП, а также определены новые критерии оценок эффективности инноваций, прежде всего в сфере услуг и управления.

Финансирование инноваций

Привлечение частных средств для финансирования инноваций будет расширено за счет продления действующих и запуска новых программ. Продление программы LIFT предоставит возможность содействовать развитию обучения и повышения информированности. Программа FIT будет способствовать распространению удачного опыта. На основе пилотного проекта I-TEC будет запущен еще один пилотный проект с целью привлечения частных инвестиций для финансирования начальных стадий высоко-технологичных инновационных проектов и предприятий с высоким потенциалом роста. Реализация программы будет скоординирована с Европейским инвестиционным фондом, Европейским инвестиционным банком и другими финансовыми структурами. Это будет способствовать развитию межгосударственной сети по передаче информации (финансовой и др.), необходимой для создания и развития инновационных компаний, для получения представлений об эффективности и целесообразности запуска и финансирования частными инвесторами региональных инновационных программ и так далее.

Бюро по вопросам защиты прав интеллектуальной собственности -IPR Help-desk

Будет продолжена работа по созданию Бюро по вопросам защиты прав интеллектуальной собственности, которое будет консультировать предприятия и частные лица по проблемам патентования. Пилотные программы будут направлены на повышение информированности по вопросам охраны прав интеллектуальной собственности на производстве и в системе высшего образования.

Знания в области экономики и технологий

Необходимо использовать существующие источники информации для определения тенденций развития рынка и технологий.

Инновационные проекты

Демонстрация проектов, которые оказывают финансовую поддержку процессу передачи технологий на межгосударственном уровне. Инновационные проекты будут способствовать обмену информацией и опытом, позволят выяснить методологические вопросы, проанализировать экономические и социальные аспекты инноваций.

Механизм содействия созданию и развитию инновационных компаний и компаний, реализующих новые технологии

Эта новая пилотная программа была создана по инициативе сессий Совета Европы в Амстердаме и Люксембурге в качестве продолжения программы "Экономический рост и занятость" (the Growth and Employment Initiative). Она направлена на поддержку национальных и региональных программ, создание и развитие инновационных фирм. Ряд таких программ отдельных экономических регионов Европы будет объединен в единую сеть, что даст возможность распространения удачного опыта по программам поддержки в Европе. Основными участниками этой сети будут университетские программы и программы передачи технологий, другие частные и государственные организации, имеющие опыт создания и развития инновационных компаний.

Материалы по таким проблемам, как финансирование инноваций в ЕС, защита прав интеллектуальной собственности, создание и функционирование компаний, реализующих новые технологии, роль информации и обучения в реализации инноваций и современной Европе в целом, представлены в Приложениях 2 - 5.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Закон РФ «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации» (Проект), «Инновации», №2-3(13), июнь 1998.
2. Отчет по НИР «Транстехнология»: «Разработка принципов коммерциализации и формирования рынка двойных технологий, реализующих инновационную политику в оборонном комплексе». Межведомственный аналитический центр. М., 1994.
3. John Baldwin. «Characteristics of Innovation Regimes by Type of Innovation» in «Innovation Measurements and Policies», Conference Proceedings 20 and 21 May 1996, The Hemicycle - Plateau du Kirchberg, Luxemburg.
4. Инфраструктура поддержки малого предпринимательства в России. Справочное пособие, т.1,2. М., 1998.
5. Частный бизнес: становление и развитие в регионах России. М., 1998.
6. Ф.Ф. Глисин. «Инновационная деятельность промышленных предприятий России в 4 квартале 1997 года и ее прогноз на 1998 г», «Инновации», №2-3(13), июнь 1998.
7. «Финансовые технологии в малом предпринимательстве». М., 1999.
8. Б. Сапсай. «Формирование рынка объектов интеллектуальной (промышленной) собственности», Предпринимательство в России, №1, 1998.
9. В. Евдокимова. «Состояние и перспективы развития рынка лицензий в Российской Федерации», Адвокат, № 8, 1997.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Перечень нормативно-правовых документов, регламентирующих инновационную деятельность

№ п/п 1	Наименование документа 2	Краткое содержание 3
	Декларативные документы, Соглашения, Законы:	
1.	Постановление Правительства РФ от 28 апреля 1995 г. № 439 «О Программе Правительства РФ «Реформы и развитие российской экономики в 1995-97 гг.».	Констатируется важность инновационной деятельности и очерчиваются контуры государственной научно-технической политики, сформулированной в последующих постановлениях.
2.	Постановление Правительства РФ от 23 мая 1995 № 498 «О развитии системы высшего и среднего профессионального образования в РФ».	Государственному комитету РФ по высшему образованию предписано: <ul style="list-style-type: none"> совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов РФ продолжить выполнение региональных научно-технических и инновационных программ; разработать меры по широкому использованию научно-технического и инновационного потенциала высшей профессиональной школы для создания региональной инфраструктуры малого бизнеса и предпринимательства в сфере науки и научного обслуживания, а также в сфере выпуска наукоемкой и малотоннажной продукции.
3.	Федеральный Закон РФ от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке МП в РФ».	При формировании государственных и муниципальных программ поддержки МП предписано включать в них ... «меры по обеспечению передачи субъектам малого предпринимательства результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, а также инновационных программ». Среди основных направлений деятельности Фонда поддержки МП установлена также «поддержка инновационной деятельности предпринимательских структур, стимулирование разработки и производства принципиально новых видов продукции, содействие в освоении новых технологий и изобретений».
4.	Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».	<ol style="list-style-type: none"> Вводятся термины и определения. Законодательно утверждаются права и обязанности субъектов научной и научно-технической деятельности, правила аккредитации научной организации. Объявляется, что управление научной и/или научно-технической деятельностью осуществляется на основе сочетания принципов государственного регулирования и самоуправления. Определяются основы взаимодействия государства как Заказчика научно-технической продукции и исполнителей - научных организаций. Определяются правила информационного обеспечения, ограничений и лицензирования отдельных видов научной деятельности. Определены цели государственной научно-технической политики: <ul style="list-style-type: none"> развитие, рациональное размещение и эффективное использование научно - технического потенциала; увеличение вклада науки и техники в развитие экономики государства, реализацию важнейших социальных задач; обеспечение прогрессивных структурных преобразований в области материального производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности продукции, улучшение экологической обстановки и защиты информационных ресурсов государства; укрепление обороноспособности государства и безопасности личности, общества и государства; упрочение взаимосвязи науки и образования. Определен порядок формирования государственной научно-технической политики, распределены полномочия по ее осуществлению между различными уровнями власти, порядок финансирования науки, международного сотрудничества и пр.
5.	Соглашение от 17 января 1997 г. «О поддержке и развитии малого предпринимательства в государствах	В Статье 2 Соглашения Стороны (Правительства стран - участников СНГ) декларируют намерения «содействовать развитию инновационной деятельности субъектов малого предпринимательства».

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
6.	участниках СНГ». Федеральный Закон «О федеральном бюджете на 1997 год» от 26 февраля 1997 г. № 29-ФЗ.	Предусмотрено выделение средств на: Федеральные целевые инновационные программы «Сертификация и метрология», «Развитие и организация конкурентоспособных производств химических продуктов для реализации приоритетных направлений развития народного хозяйства и снижения антропогенной нагрузки на окружающую природную среду», «Техника российского Севера», внедрение инновационных средств информационного обеспечения инвалидов по зрению.
7.	Указ Президента РФ от 7 декабря 1997 г. № 1300 «Об утверждении концепции национальной безопасности РФ».	Констатируется снижение в последние годы инвестиционной и инновационной активности в качестве фактора, представляющего угрозу национальным интересам России. Предлагается усилить государственную поддержку этой деятельности.
8.	Постановление Государственной Думы от 2 сентября 1998 г. № 2909-II ГД «О заявлении об основных направлениях социально-экономического развития РФ», принятом трехсторонней комиссией Совета Федерации Федерального собрания, Государственной Думы и Правительства РФ».	1. Среди назревших изменений экономического курса признано необходимым «стимулировать инновационную активность и структурную перестройку экономики, ее модернизацию на современной технической основе, повышать конкурентоспособность российских товаропроизводителей». К основным приоритетам социальной и экономической политики отнесены: <ul style="list-style-type: none"> • «разработка законодательной и нормативно - правовой базы в целях формирования условий для развития малого и среднего предпринимательства, в том числе по вопросам защиты прав предпринимателей, развития венчурного и инновационного предпринимательства, кредитных союзов, коммерческих концессий товаров и услуг»; • «разработка мер по стимулированию вложения средств предприятий в инновационный сектор, до 1 июня 1999 года принятие нормативных правовых актов, обеспечивающих радикальное совершенствование системы охраны интеллектуальной собственности и патентной защиты».
9.	Закон «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в РФ» (Проект).	По замыслу разработчиков Закон призван регулировать правовые и экономические отношения между субъектами инновационной деятельности, обеспечивает условия формирования и реализации государственной инновационной политики, определяет механизм ее реализации. <ol style="list-style-type: none"> 1. Вводятся основные понятия. 2. Определяются права субъектов инновационной деятельности и государственные гарантии этих прав. 3. Формируются ключевые моменты государственной инновационной политики: <ul style="list-style-type: none"> • цели - повышение эффективности производства и конкурентоспособности продукции, расширение государственной поддержки инноваций и повышение эффективности использования государственных ресурсов и др.; • принципы - приоритет инноваций; концентрация государственных ресурсов на создании и распространении базисных инноваций, обеспечивающих прогрессивные структурные сдвиги в экономике, создание благоприятного климата; государственная охрана прав на объекты инновационной деятельности и интеллектуальной собственности; • определяется порядок разработки и структура государственной инновационной политики, механизм разработки Федеральных инновационных программ и распределения ресурсов; • определены основные направления государственной поддержки инновационной деятельности - доленое участие в проектах; приоритеты при закупках для госнужд; налоговые, таможенные как предприятиям, осуществляющим инновационную деятельность, так и финансовым структурам, оказывающим им содействие; • развитие инфраструктуры и пр. 4. Определены источники и механизмы финансирования инновационной деятельности, функции создаваемых государственных институтов (венчурных, страховых и др. компаний).
10.	Функции органов государственного управления в части руководства инновационным процессом Постановление Правительства РФ от 8 апреля 1992 г. №	Одна из функций министерства - «разработка структурной, инновационной и инвестиционной политики».

№ п/п 1	Наименование документа 2	Краткое содержание 3
11.	252 «Вопросы Министерства экономики РФ». Распоряжение Верховного Совета РФ от 28 апреля 1992 г.: «Об инновационном комитете РФ»	1. Утверждено Положение об Инновационном комитете (ИК). 2. Основные задачи ИК: <ul style="list-style-type: none"> • подготовка предложений по совершенствованию законодательства и нормативным актам, регулирующим инновационную деятельность; • выработка предложений по инновационной политике РФ; • поиск и экспертиза инновационных проектов; • представление на утверждение государственных инновационных программ.
12.	Постановление Правительства РФ от 5 ноября 1992 г. № 850 «О ликвидации республиканского инновационного фонда».	Ликвидирован республиканский Иннофонд как не обеспечивший выполнение возложенных на него задач. По вопросам, требующим решения Правительства РФ заинтересованным министерствам и ведомствам поручено внести предложения о продолжении или прекращении финансирования государственных инновационных программ.
13.	Постановление Совета Министров - Правительства РФ от 23 февраля 1993 г. № 1083 «Об утверждении Положения о Государственном комитете РФ по высшему образованию»	Среди основных задач Госкомвуза - содействие развитию в отрасли новых организационно-экономических структур, предпринимательской инновационной деятельности, направленных на эффективную реализацию результатов научных исследований и разработок.
14.	Постановление Правительства РФ от 26 августа 1995 г. № 844 «Об утверждении Положения о Министерстве экономики РФ».	Возложены в том числе следующие функции: <ul style="list-style-type: none"> • организация и координация разработки государственной инвестиционной и инновационной политики и мер по стимулированию инвестиционной активности; • изучение спроса на инвестиции; • конкурсный отбор, реализацию и контроль за осуществлением инвестиционных проектов с использованием централизованных капитальных вложений.
15.	Постановление Правительства РФ от 28 октября 1995 г. № 1045 «О государственном комитете РФ по поддержке МП».	На ГКРП в том числе возложена задача разработки предложений по регулированию инвестиционной и инновационной деятельности субъектов малого предпринимательства, осуществляемой за счет внебюджетных фондов, привлекаемых заемных и других средств.
Программные документы, инфраструктура прямой поддержки инноваций, льготы и другие косвенные механизмы поддержки		
16.	Постановление Совмина РСФСР от 21 марта 1991 г. № 171 «Об утверждении положения о государственной инновационной программе и типового положения о дирекции государственной инновационной программы».	Государственная инновационная программа создается для внедрения техники, технологии и материалов, подготовки специалистов для их освоения, использования передового отечественного и зарубежного научно-технического опыта, реализации крупных социально-экономических, организационных и других мероприятий, позволяющих ускорить темпы развития РСФСР. Финансирование государственных инновационных программ осуществляется, как правило, через Республиканский инновационный фонд. Инициаторами государственных инновационных программ могут выступать юридические и физические лица. Предложения по государственным инновационным программам направляются в Инновационный совет. Утвержден порядок разработки, структура, порядок принятия и выполнения Программ.

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
17.	Указ Президента РФ от 27 апреля 1992 г. № 426 «О неотложных мерах по сохранению научно-технического потенциала РФ».	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создан Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ). Финансовая база РФФИ формируется за счет отчисления Министерством науки 3% ассигнований, предусматриваемых на финансирование науки по республиканскому бюджету. 2. Органам исполнительной власти предписано усилить контроль за процессом реорганизации государственных научно-исследовательских, опытно-конструкторских, проектных, технологических организаций, высших учебных заведений и других учреждений науки, имея в виду недопустимость выделения из их состава опытных, опытно-учебных производств, приводящего к разрушению технологического единства научной, опытно-производственной и учебной баз. 3. Одобрено предложение Миннауки о создании Российского фонда технологического развития (РФТР). 4. Правительству предписано представить предложения о ряде налоговых льгот для участников научно-исследовательских работ: <ul style="list-style-type: none"> • освобождение от платы налога за землю и налога на имущество предприятий - ВУЗ'ы, НИУ, финансируемые преимущественно за счет средств федерального бюджета; • освобождение от налогообложения части прибыли, направляемой на проведение НИОКР, а также в РФФИ и РФТР - объединения, предприятия и организации; • освобождение от уплаты НДС за выполненные НИОКР, финансируемые из средств РФФИ, РФТР и других внебюджетных фондов.
18.	Постановление Совета Министров - Правительства РФ от 11 мая 1993 г. № 446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в РФ».	<p>В качестве одного из 5 приоритетов государственной политики по поддержке МП установлена «инновационная деятельность».</p> <p>Правительству поручено подготовить предложения для внесения следующих изменений в налоговое законодательство для МП, работающих в приоритетных направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> • освобождение от налогообложения суммы прибыли, накопленной за определенный период времени и используемой для развития собственного производства; • установление льготных ставок налога на прибыль малых предприятий в третий и четвертый годы работы с момента их регистрации; • возмещение налога на добавленную стоимость, уплачиваемого малыми предприятиями поставщикам оборудования и иных основных средств; • освобождение от налога на прибыль средств негосударственных юридических лиц и от подоходного налога - физических лиц, направляемых в Фонд поддержки предпринимательства и развития конкуренции и аналогичные государственные фонды, создаваемые органами государственной власти и управления субъектов Федерации и органами местного самоуправления; • предоставление льгот по налогообложению доходов коммерческих банков, предоставляющих кредиты малым предприятиям, занимающимся производственной деятельностью; • распространение на малые предприятия, образованные в результате выделения (разделения) предприятий - монополистов, при условии их приватизации, льгот по налогообложению, установленных для вновь созданных малых предприятий; • сохранение налоговых льгот для малых предприятий при их приватизации; • уточнение порядка и сроков взимания налога на прибыль и налога на добавленную стоимость для малых предприятий. <p>Для малых предприятий, работающих в приоритетных направлениях предусмотрены также ряд льгот по: кредитованию, участию в приватизации, лицензированию, предусмотрены дополнительные экспортные квоты для МВЭС РФ. Установлено в качестве одного из источников финансовых средств на программы поддержки МП - часть доходов от приватизации.</p>

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
19.	Постановление Правительства РФ от 3 февраля 1994 г. № 65 «О Фонде содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере».	<p>Создан Фонд, утверждено Положение о Фонде и назначен наблюдательный Совет.</p> <p>Источниками формирования средств Фонда являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> • бюджетные ассигнования в размере 1% средств, предусматриваемых ежегодно в федеральном бюджете на финансирование науки; • добровольные взносы предприятий, учреждений, организаций и граждан, в том числе иностранных юридических и физических лиц; • иные поступления от деятельности Фонда. <p>Фонд является государственной некоммерческой организацией и образован для развития малого предпринимательства в научно - технической сфере (создание малых наукоемких фирм инкубаторов бизнеса, инновационных, инжиниринговых центров и др.), а также поощрения конкуренции в научно - технической сфере путем оказания финансовой поддержки высокоэффективным наукоемким проектам, разрабатываемым малыми предприятиями.</p> <p>Финансовая помощь предоставляется на возвратной основе с оплатой за использование средств федерального бюджета в размере до 1/2 действующей учетной ставки Центрального банка Российской Федерации. Могут использоваться разнообразные способы финансирования, включая долевое участие, организация совместных предприятий (в том числе, с иностранным участием) и пр.</p>
20.	Постановление Правительства РФ от 12 апреля 1996 г. № 424 «Вопросы Федерального Фонда поддержки малого предпринимательства».	Утвержден Устав Фонда. Среди основных направлений деятельности Фонда - «осуществление финансовой поддержки инновационной деятельности предпринимательских структур, стимулирование разработки и производства принципиально новых видов продукции, содействие в освоении новых технологий и изобретений».
21.	Постановление Правительства РФ от 12 апреля 1994 г. № 315 «О порядке образования и использования отраслевых и межотраслевых внебюджетных фондов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ».	<ol style="list-style-type: none"> 1. В федеральных министерствах и иных федеральных органах исполнительной власти, а также в корпорациях, концернах и ассоциациях, осуществляющих координацию деятельности по разработке, финансированию и реализации комплексных и целевых научно - технических программ, научно-исследовательских и опытно - конструкторских работ (услуг) вводятся отраслевые и межотраслевые внебюджетные фонды научно - исследовательских и опытно-конструкторских работ. 2. Внебюджетные фонды формируются за счет добровольных отчислений предприятий и организаций независимо от форм собственности в размере до 1,5% себестоимости реализуемой продукции (работ, услуг) с отнесением этих расходов на себестоимость продукции (работ, услуг). 3. Учредителям внебюджетных фондов НИОКР предписано ежеквартально в соответствии с Указом Президента № 426 перечислять 25% средств, поступающих в фонды, в Российский фонд технологического развития. 4. Средства внебюджетных фондов направляются на финансирование научно - исследовательских и опытно - конструкторских работ по созданию новых видов наукоемкой продукции, сырья и материалов, разработки новых и совершенствования применяемых технологий, мероприятий по повышению технического уровня продукции, работ по стандартизации, сертификации и лицензированию продукции, работ в области охраны труда и техники безопасности, разработок нормативных и инструктивных материалов и других научно - исследовательских и опытно - конструкторских работ. 5. Средства внебюджетных фондов могут направляться на высокорисковое финансирование инновационных наукоемких проектов и развитие инновационной инфраструктуры (абзац введен Постановлением Правительства РФ от 31 марта 1998 № 374).
22.	Постановление Правительства РФ от 29 апреля 1994 г. № 409 «О мерах по государственной поддержке МП в РФ»	<p>Среди основных государственных приоритетов в области поддержки МП декларирована инновационная деятельность.</p> <p>Утверждены расходы Федерального фонда по созданию инфраструктуры поддержки инновационных МП в Москве, Томске, Балтийске и др.</p>

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
23.	на 1994-95 гг.». Постановление Правительства РФ от 12 августа 1994 г. № 912 «О Совете по промышленной политике и предпринимательству при Правительстве РФ».	Для усиления взаимодействия предпринимательских структур и Правительства создан Совет по промышленной политике и предпринимательству (на базе существовавших ранее двух Советов). На Совет возложены следующие основные задачи: <ul style="list-style-type: none"> подготовка аналитических материалов о тенденциях развития промышленности и предпринимательства с целью выявления ключевых приоритетных направлений; инновационных технологий и стимулирования конкурентоспособных производств; участие в разработке конверсионных, инновационных и инвестиционных программ.
24.	Постановление Правительства РФ от 5 января 1995 г. № 9 «О внесении изменений в Положение о Фонде содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере»	Фонду предоставлено право «предоставлять для реализации федеральных, региональных и отраслевых программ и высокоэффективных проектов малого инновационного предпринимательства финансовую помощь на возвратной основе с оплатой за использование средств федерального бюджета в размере до 1/2 действующей учетной ставки Центрального банка Российской Федерации, выступать залогодателем, поручителем, гарантом по обязательствам юридических и физических лиц».
25.	Постановление Правительства РФ от 26 июня 1995 г. № 594 «О реализации Федерального Закона «О поставках продукции для федеральных государственных нужд».	Утвержден порядок подготовки предложений по бюджетным расходам, в том числе на выполнение инновационных программ и проектов для государственных нужд.
26.	Постановление Правительства РФ от 8 февраля 1996 г. № 123 «О федеральной программе развития экспорта».	Утверждена Федеральная программа. В Программе декларирована долгосрочная стратегия российского экспорта: увеличение доли продукции высокой степени переработки, что невозможно без развития инновационной деятельности. В программе декларирована необходимость расширения кооперации между малым и крупным бизнесом для повышения экспортного потенциала традиционных экспортеров машинотехнической продукции за счет привлечения малого бизнеса к доработке экспортной продукции под западные стандарты (дизайн и т.д.). Программой предусмотрены меры поддержки экспортеров принципиально новой продукции (в последующем реализовано соответствующим Постановлением Правительства): Министерству экономики разрешено при проведении конкурсов на долевое финансирование инвестиционных проектов увеличивать долю государственного участия в таких проектах до 50%.
27.	Постановление Правительства РФ от 7 мая 1997 г. № 543 «О неотложных мерах по усилению государственной поддержки науки в РФ».	<ol style="list-style-type: none"> Начиная с 1998 г. Минфину поручено предусматривать в бюджете ассигнования на науку в размере 4% от расходной части бюджета. Миннауки предписано подготовить предложения по реструктуризации научных учреждений, включая ликвидацию утративших научных профиль. Признан факт неэффективного использования средств, выделяемых на науку из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, а также внебюджетных фондов различного уровня. С целью устранения недостатков предписано подготовить предложения по внедрению контрактной системы и торгов на выполнение работ по госзаказу. Предусмотрены ряд льгот по призыву на военную службу, компенсации затрат на литературу аспирантам и научным работникам, увеличены некоторые стипендии.
28.	Указ Президента РФ от 14 ноября 1997 г. № 1225 «О первоочередных мерах государственной поддержки малого предпринимательства в РФ».	Правительству предписано при подготовке предложений по совершенствованию налогового законодательства распространить льготы, предусмотренные для малого предпринимательства на инновационную деятельность.
29.	Постановление Правительства РФ от 3 июня 1998 г. №	Среди источников финансирования Программы поддержки МП в 1998-99 гг. Определены в том числе средства Фонда содействия развитию ма-

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
30.	697 «О Федеральной программе государственной поддержки МП в РФ на 1998-99 гг.». Постановление Правительства РФ от 31 марта 1998 г. № 374 «О создании условий для привлечения инвестиций в инновационную сферу».	<p>лых форм предприятий в научно-технической сфере на поддержку развития инновационной инфраструктуры и инвестирование научно-технических проектов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1998 г. - 20 млн. руб.; • 1999 г. - 25 млн. руб. <p>Определены ожидаемые результаты выполнения программы - «увеличение численности занятых в малом предпринимательстве до 13,5 - 14,5 млн. человек и числа малых предприятий - до 900-950 тыс., создание новых рабочих мест (прежде всего в производственной и инновационной сферах).</p> <p>Определены основные цели Программы, среди них: стимулирование малого предпринимательства в сфере инновационной деятельности.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Министерству финансов поручено предусматривать на 1999 г. и последующие годы ассигнования на финансовую поддержку инновационных проектов, реализующих нового вида продукцию и/или технологии, за счет кредитов, предоставляемых Российской Федерации международными финансовыми организациями и правительствами иностранных государств. Для этого ответственным органам власти поручено в 2-х месячный срок разработать порядок использования этих кредитов для названных целей. 2. Развивать инновационно - технологические центры. 3. Поручено предусматривать с 1999 г. при формировании федеральных инновационных программ лимиты государственных инвестиций по разделу «Наука» не менее 5% общего объема государственных инвестиций. 4. Предложено разработать систему государственного участия в финансировании высокорисковых наукоемких проектов. В частности, настоящим постановлением внесены изменения в Уставы и Положения о внебюджетных фондах, разрешающие направлять средства фондов на «высокорисковое финансирование инновационных наукоемких проектов и развитие инновационной инфраструктуры». 5. Предписано внести предложения по: <ul style="list-style-type: none"> • «отнесению расходов, связанных с разработкой наукоемкой высокоэффективной техники, на себестоимость выпускаемой продукции»; • по финансовому обеспечению правовой охраны в Российской Федерации и за рубежом объектов промышленной собственности, созданных с использованием средств федерального бюджета.
31.	Налоговый Кодекс, принят Госдумой 18 июля 1998 г.	<p>Предусмотрено предоставление инвестиционного налогового кредита по следующим основаниям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проведение организацией научно - исследовательских или опытно - конструкторских работ либо технического перевооружения собственного производства, в том числе направленного на создание рабочих мест для инвалидов или защиту окружающей среды от загрязнения промышленными отходами; • осуществление организацией внедренческой или инновационной деятельности, в том числе создание новых или совершенствование применяемых технологий, создание новых видов сырья или материалов.
32.	«Межведомственная Программа активизации инновационной деятельности в научно-технической сфере России на 1998-2000 гг.» (Проект).	<p>Формулируется цель активизации инновационной деятельности (миссия программы) - «развитие и превращение научно-технического потенциала в решающий фактор экономического роста России».</p> <p>Ключевым в развитии инноваций считается этап «коммерциализации технологий». Для того, чтобы активизировать инновационный процесс предлагается сосредоточить основное внимание на поддержке этого этапа. Инструмент - создание сети инновационно-технологических центров (ИТЦ), привлечение для этих целей бюджетных и внебюджетных финансовых ресурсов. Решение проблемы предлагается комплексное, включающее не только поддержку конкретных проектов, но и подготовку и переподготовку кадров для ИТЦ и пр.</p> <p>Вся программа - это скоординированный комплекс мероприятий различных ведомств (Минэкономики, Миннауки, Минобразования, Минсельхозпрода, Госстандарта и др.) по развитию внедренческой деятельности.</p>
33.	Постановление Правительст-	Определены цели, задачи и принципы поддержки малого предпринима-

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
	ва Москвы от 30 декабря 1997 г. № 942 «О комплексной программе поддержки малого предпринимательства в г. Москве на 1998-2000 гг.».	<p>тельства в Москве (в этих категориях инновационный малый бизнес отдельно не фигурирует). Формулируются основные направления Комплексной программы поддержки МП в Москве, среди них то, что можно отнести к инновациям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инвестиционная поддержка МП через лизинг оборудования; • инвестиционная поддержка общегородских и пилотных проектов МП. <p>Программой предусмотрено выделение из бюджета Москвы 7,5 млн. руб. на финансирование проектов МП «в сфере инновационного предпринимательства и высоких технологий», 11 млн. руб. на «венчурное финансирование проектов МП», а также 10 млн. руб. - на «создание и развитие городских технопарков и инновационных центров малого бизнеса, в т.ч. ... Московского инновационного центра новых технологий». Введено в действие Положение о финансировании программ и проектов развития и поддержки малого предпринимательства в г. Москве.</p>
	Порядок статистического наблюдения за инновациями, инструкции	
34.	Постановление Госкомстата от 7 февраля 1994 г. № 204 «Об утверждении государственной статистической отчетности по инновационной деятельности и Инструкции по ее заполнению».	Вводится статистическая отчетность об использовании объектов промышленной собственности для всех предприятий кроме малых.
35.	«Типовые методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости научно-технической продукции», утверждено Миннауки 15 июня 1994 г. № ОР-22-2-46.	С учетом специфики работ по созданию научно-технической продукции определен порядок их отражения на себестоимости (для тех случаев, когда конечным продуктом деятельности предприятия является научно-техническая продукция, т.е. для исполнителя работ).
36.	Постановление Госкомстата от 14 февраля 1995 г. № 16 «Об утверждении формы федерального государственного статистического наблюдения за малым предпринимательством».	<p>1. Внесены изменения в определение МП, в интересах отчетности к ним отнесены предприятия с численностью:</p> <ul style="list-style-type: none"> • в промышленности, строительстве и на транспорте - до 50 человек; • в сельском хозяйстве и в инновационной деятельности - до 30 человек; • в науке и научном обслуживании, в розничной торговле, общественном питании и бытовом обслуживании - до 15 человек; • в оптовой торговле, в остальных отраслях и других видах деятельности - до 25 человек. <p>2. К инновационной деятельности отнесены предприятия, занимающиеся организацией внедрения и тиражирования изобретений, "ноу-хау", научно-технических разработок, включая создание опытных образцов, проведением испытаний, разработкой и передачей технологий и научно-технической документации, подготовкой производства, проведением научно-исследовательских, проектных и опытно-конструкторских, маркетинговых исследований и другими видами деятельности, связанными с инновационным процессом.</p>
37.	Постановление Госкомстата РФ от 5 января 1996 г. № 4 «Об утверждении «Инструкции по заполнению формы федерального государственного статистического наблюдения за финансово-хозяйственной деятельностью малого предприятия».	<p>1. Установлено, что субъектом МП являются коммерческие организации - юридические лица, в уставном капитале которых доля государственной собственности РФ и субъектов РФ, муниципальной собственности, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25 процентов, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами МП, не превышает 25 процентов и у которых средняя численность работников не превышает следующих предельных уровней:</p> <ul style="list-style-type: none"> • в промышленности, строительстве и на транспорте - 100 человек; • в сельском хозяйстве и научно-технической сфере - 60 человек; • в оптовой торговле - 50 человек; • в розничной торговле и бытовом обслуживании населения - 30 человек; • в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности - 50 человек. <p>2. Научно-техническим организациям предписано в отчетности указывать объем выполненных работ, руководствуясь следующим. К научно-</p>

№ п/п	Наименование документа	Краткое содержание
1	2	3
		техническим работам относятся: научно-исследовательские, конструкторские, технологические, проектные и изыскательские работы, изготовление опытных образцов (партий) изделий, испытание созданных образцов, другие инновационные (внедренческие) работы и научно-технические услуги, выполняемые (изготавливаемые) в соответствии с условиями, предусмотренными в договоре (заказе).
38.	Постановление Госкомстата РФ от 16 сентября 1997 г. № 63 «Об утверждении унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения».	Малые предприятия подлежат ежеквартальному выборочному опросу по формам № П-1, П-2, П-4. Перечень опрашиваемых МП определяется органами статистического наблюдения. Форма № П-2 «Сведения об инвестициях».
39.	Постановление Госкомстата РФ от 3 сентября 1998 г. № 91 «Об утверждении формы федерального государственного статистического наблюдения за инновационной деятельностью».	Вместо существовавшей ранее формы №4-ИТ введена новая форма отчетности «Об использовании объектов промышленной собственности». Форма представляется ежегодно, начиная с 1998 г. в Роспатент всеми юридическими лицами их обособленными подразделениями (кроме субъектов малого предпринимательства), использующими объекты промышленной собственности.
41.	Совместное письмо Инновационного Совета при Председателе Совета Министров РСФСР и Министерства финансов от 14 мая 1991 г. № 16/135В.	Отдельные частные вопросы Даны необходимые разъяснения по поводу отнесения конкретных видов деятельности к инновационным для решения вопроса о предоставлении налоговых льгот в соответствии с Законом «О налогах с предприятий, объединений и организаций».
42.	Распоряжение Правительства РФ от 20 февраля 1995 г. № 255-р.	Утверждена Программа демонополизации в сферах стандартизации, метрологии и сертификации. Внесены дополнения в федеральную инновационную программу «Сертификация и метрология».
43.	Протокол Заседания ГМЭК от 29 августа 1996 г. № 5/30-96.	Рассмотрен комплекс вопросов по итогам проверки выполнения федеральной инновационной программы «Создание комплекса технических средств для обязательного кассового учета на предприятиях торговли и сферы услуг (1993-95 гг.)».

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Финансирование инноваций

Доступ к финансированию инноваций

Фактические затраты на разработку технологий и успешное их распространение на рынке как правило значительно превышают первоначально планируемые расходы. Недостающие средства приходится привлекать либо из фондов венчурного капитала, либо заимствовать у частных инвесторов, так называемых неформальных инвесторов или "ангелов бизнеса". Другим источником привлечения капитала являются банки, фондовые биржи, инновационные компании и др.

Возможность получения средств из того или иного источника зависит от ряда факторов: стадии работы проекта, размера и срока существования на рынке инновационной компании, объема требуемых средств, степени технологической проработки. Разные этапы инновационной деятельности могут быть профинансированы из различных источников:

- исследования могут быть профинансированы путем предоставления грантов, в основном из государственных средств в рамках национальных и региональных программ; программ по исследованиям и развитию технологий Европейской комиссии, например, программа CORDIS; из средств промышленных и торговых компаний, исследовательских ассоциаций, благотворительных фондов и др;
- когда разработка проекта достигает этапа, на котором можно продемонстрировать опытный образец и, следовательно, оценить его возможности, фонды венчурного капитала могут предоставить средства, необходимые для запуска серийного производства и выхода на рынок;
- если создается новая компания, неформальные инвесторы ("ангелы бизнеса") могут предоставить стартовый капитал, а также оказать консалтинговые услуги. Особенно высока значимость этого источника финансирования, если необходимо привлечь средства объемом менее 250 000 экю, в силу того, что многие фонды венчурного капитала специализируются на более крупных сделках и не заинтересованы в предоставлении инвестиций размером менее 250 000 экю. В то же время некоторые венчурные фонды, например вошедшие в Сеть фондов венчурного капитала (I-TEC Network of Venture Capital Funds), созданную в рамках Инновационной программы (the Innovation Program) в 1997 г., специализируются именно на финансировании начальных стадий инновационных проектов;
- гранты и другие средства, предоставленные на безвозмездной основе, могут быть получены начинающими предприятиями для приобретения основных фондов из государственных источников. Некоторые промышленные или торговые фирмы, желающие способствовать развитию технологий, могут также предоставить финансирование;
- если компания быстро развивается и становится самоокупаемой, фонды венчурного капитала могут проявить заинтересованность в ее финансировании. Банки также могут предоставить свои средства;
- биржи, работающие с быстро растущими инновационными компаниями, требуют, чтобы последние, желающие разместить свои ценные бумаги на фондовой бирже, имели активы не менее определенной величины и уже зарекомендовали себя на рынке. Биржи, которые были созданы недавно предъявляют менее строгие требования и, тем не менее, они также могут отказать в котировке ценных бумаг только что образованного предприятия.

Венчурный капитал: что это такое?

Венчурный капитал - это один из наиболее подходящих источников финансирования инвестиций инновационных компаний. Специально обученные биржевые маклеры привлекают средства, находящиеся на рынке капитала, для создания венчурных компаний, фондов.

Фонды венчурного капитала покупают акции или обратимые облигации компаний. Они не инвестируют средства с целью немедленного получения дивидендов; они дают компании возможность начать эффективно функционировать, что в конечном итоге позволит получить прибыль от осуществленных инвестиций. Следовательно, фонды заинтересованы в инновационных предприятиях, которые имеют быстрые темпы роста.

Долевое участие в капитале - плюсы:	минусы:
Диверсификация рисков	Уступка части функций по управлению компанией
Отсутствие необходимости предоставлять залог	Вхождение в Совет Директоров представителей венчурных фондов
Проценты по привлекаемым средствам не выплачиваются	Контроль за расходованием средств компании
Добавочная стоимость (опыт квалифицированных инвесторов)	Необходимость распределения прибыли среди акционеров
Доход от увеличения капитала (при наличии прибыли от инвестиций)	

Некоторые фонды венчурного капитала специализируются в определенных отраслях (например, биотехнологии, информационные технологии). Другие могут участвовать в финансировании компании/проекта только на определенной стадии. Обычно различают следующие этапы в реализации проекта (или деятельности компании), когда могут потребоваться инвестиции.

- **Предварительное финансирование**, а именно, финансирование исследований на стадии разработки начальной концепции инновации, предлагаемой компанией, до начала ее реализации.
- **Стартовое финансирование** необходимо компаниям для разработки опытного образца продуктовой или процессной инновации и на осуществление предварительного маркетинга. Компания может находиться на стадии создания или функционировать какое-то короткое время, но еще не приступить к коммерческому сбыту продукции.
- **Другие варианты финансирования на начальном этапе** требуются компаниям, которые уже прошли стадию разработки опытного образца и которым необходимо дальнейшее финансирование для запуска его в серийное производство, организации продаж. На этой стадии компания может еще не получать прибыль.
- **Финансирование этапа расширения рынка** необходимо для дальнейшего развития компании, которая стала получать прибыль с продажи продукции. Капитал может быть использован для финансирования наращивания производства, расширения рынка или разработки нового продукта и/или для пополнения оборотного капитала.
- **Промежуточное финансирование** необходимо компании в период ее перехода из единоличной частной в акционерную собственность, то есть в период, когда ее акции размещаются на бирже и идут торги.
- **Финансирование приобретения доли компании в собственность руководством** необходимо инвесторам или руководству данной компании с целью приобретения уже существующего предприятия или отдельной продуктовой линии.
- **Финансирование приобретения доли компании в собственность руководителями других компаний** необходимо руководителям сторонних организаций для приобретения в собственность части компании. Иногда финансирование осуществляется при поддержке инвесторов венчурного капитала.

Что необходимо компаниям венчурного капитала?

Компании венчурного капитала не заинтересованы в получении дивидендов, их цель - увеличить объем инвестиций, предоставляемых компании. Для определения, насколько целесообразно вкладывать средства, компании венчурного капитала используют следующие параметры:

- **внутренняя норма прибыли.** Это важный показатель, позволяющий оценить потенциал роста инвестиций. Каждый венчурный фонд устанавливает свою норму прибыли, но, как правило, ее величина колеблется на уровне 40% - 60% годовых. Использование показателя внутренней нормы прибыли позволяет венчурным компаниям расставить приоритеты при решении вопроса, на финансирование какого из существующих проектов следует направить средства, поскольку его величина показывает, каков будет прирост от вкладываемых средств. Так, в условиях жесткой конкуренции даже очень хороший проект не обязательно будет профинансирован;

- рыночный потенциал проекта сильно влияет на возможную прибыль от инвестиций. Инновационные проекты, которые создают совершенно новый рынок, несомненно, имеют больший шанс достичь более быстрой отдачи от вложений, чем проекты, рынки которых уже существуют, и где есть сильная конкуренция;
- предлагаемая команда руководителей проекта при рассмотрении заявки будет внимательно проанализирована инвесторами венчурного капитала. Они будут оценивать опыт и возможности этой команды по созданию прибыльного бизнеса на основе технологического прорыва в рамках проекта;
- права интеллектуальной собственности при технологическом прорыве и их защита также важны, поскольку позволяют компании полностью использовать преимущества рынка;
- размер инвестиций является важнейшим фактором. Даже очень высокая норма прибыли не даст значительного прироста средств, если объем вкладываемых средств был небольшим. Экономически целесообразно осуществлять крупные инвестиции. По этой причине, некоторые фонды венчурного капитала не рассматривают проекты по предоставлению инвестиций размером менее 500.000 экю. Иногда эта планка поднимается значительно выше.

Каким образом обращаться в компании венчурного капитала?

Первое и главное - написать убедительный проект. Прежде, чем разговаривать с представителем компании венчурного капитала, предпринимателю необходимо написать хороший бизнес-план и четко уяснить себе природу венчурного капитала.

Бизнес-план - это подробное описание текущего положения дел в компании и стратегии ее развития. В бизнес-плане должно быть подробно отображено, почему проект будет успешным, и в чем заключается его новаторство. Подробно должны быть изложены основные цели проекта, чтобы можно было понять логику руководства компании и определить важнейшие пути ее развития. Обычно план пишется на 5 лет.

Бизнес-план должен четко продемонстрировать конкурентоспособность предлагаемого проекта и высокий потенциал его роста. Сюда входят все аспекты реализации проекта: маркетинговая стратегия, конкуренты и потенциальные потребители, руководство и финансирование бизнеса, предполагаемые объемы ежегодных продаж и цели проекта. Бизнес-план должен быть подготовлен руководителями компании по самым высоким стандартам (владельцы венчурного капитала хотят знать, что из себя представляете именно Вы, а не как хорошо другие могут писать для Вас). Он должен включать следующие разделы:

- краткое изложение сути проекта;
- характеристики рынка;
- описание продукта, процесса или изобретения;
- права интеллектуальной собственности;
- предприятие и его позиция на рынке;
- стратегия маркетинга;
- производство;
- прогноз продаж, движения наличности и прибыльности;
- руководство и управление бизнесом;
- объем требуемого финансирования.

Процесс финансирования по линии фонда венчурного капитала обычно проходит следующие стадии:

Первое обращение

Направляется письмо в фонд венчурного капитала, к которому прикладывается краткий бизнес-план.

Интервью

В нем участвуют основные руководители проекта, и идет обсуждение роли каждого из них.

Рассмотрение бизнес-плана

Руководство фонда венчурного капитала весьма подробно рассматривает бизнес-план, особенно финансовые прогнозы, прогнозы продаж и прибыли.

Оценка

Руководители фонда венчурного капитала дают подробную оценку бизнес-плана.

Оценка возможности инвестиций

Компания может получить предложение по возможному предоставлению инвестиций. Как правило, ни один фонд венчурного капитала не захочет приобрести более 35% собственности компании. Подробная схема инвестирования излагается в документе, имеющем юридическую силу, который называется "соглашение акционеров".

Здесь приводится список обязательных моментов, которые предприниматель должен помнить, обращаясь в фонд венчурного капитала

- Руководство компании должно быть нацелено на выполнение миссии по созданию "новой силы" в выбранной отрасли;
 - Руководить компанией должна сбалансированная команда менеджеров во главе с энергичным исполнителем, обладающая техническими, коммерческими и маркетинговыми навыками и имеющая соответствующий опыт;
 - У компании должна быть "история" успешного функционирования в выбранной отрасли или технологии;
 - Компания должна выбрать такую рыночную нишу, которая будет обеспечивать рост производства и получение прибыли;
 - Руководство компании должно доказать, что ее проект имеет значительные и неоспоримые преимущества в конкурентной борьбе со старыми и новыми конкурентами;
 - У компании должен быть опытный образец процессной или продуктовой инновации;
 - Компания должна иметь права собственности на ключевые объекты интеллектуальной собственности;
 - Собственник и менеджеры компании должны быть готовы вложить собственные средства, в том числе и денежные;
 - Руководство должно представить подробный (но не более 25 страниц) и продуманный бизнес-план;
 - Руководство компании должно обладать такими качествами, как твердость характера, непоколебимая стойкость и намерение преодолеть все препятствия.
-

Как найти фонды венчурного капитала?

Первым шагом в поисках финансирования из средств фондов венчурного капитала является составление краткого списка наиболее подходящих фондов и фамилий основных исполнительных лиц в них. Для первого раза достаточно 5 компаний, с руководителями которых нужно установить прямой контакт. В зависимости от их первоначального ответа (или отказа), можно изменить текст письма-обращения. Кроме всего прочего, это поможет избежать разглашения коммерческой тайны.

- Европейская ассоциация венчурного капитала (the European Venture Capital Association) создана при активной поддержке Генерального директората DG XIII/D Европейской Комиссии, которая ведет Инновационную программу (the Innovation program). Ассоциация публикует на страницах своего интернет-сервера каталог, содержащий сведения по 350 фондам венчурного капитала в Европе.

- Сеть фондов венчурного капитала I-TEC Network of Venture Capital Funds, которая включает в себя фонды, занимающиеся финансированием инновационных технологий на ранних этапах становления предприятия. Сеть была создана в 1997 г. по Инновационной программе в сотрудничестве с Европейским инвестиционным фондом. Фонды, входящие в эту сеть, обязались вложить не менее 25% своего капитала в проекты подобного рода.
- Другая сеть ЕС, созданная в 1990 г. - это Eurotech Capital. Она включает в себя 15 фондов венчурного капитала, заинтересованных в более крупных, транснациональных проектах.
- Бюро по вопросам финансовой поддержки инноваций LIFT Help Desk for Financing Innovation было создано по Инновационной программе для оказания поддержки и непосредственного участия в программах по исследованиям и разработкам ЕС для оказания содействия в поисках источников финансирования.

Неформальные инвесторы

Неформальные инвесторы или "ангелы бизнеса" - это состоятельные люди, которые готовы вложить свои финансовые средства для осуществления рискованных инвестиций, основываясь на собственном опыте и интересах. Ими могут быть вышедшие на пенсию руководители высшего звена крупных предприятий или те, кто продал свои компании и теперь хотят вложить полученные средства. Их мотивации могут быть различны, они могут инвестировать средства поодиночке или группами.

Неформальные инвесторы или "ангелы бизнеса" придерживаются подхода "непосредственного контроля" за своими вложенными средствами. Обычно они становятся акционерами компании, то есть ее совладельцами. Как правило, объем инвестиций, который они предоставляют, не превышает 250.000 экю.

Неформальные инвесторы - плюсы:	минусы:
Долевое участие в капитале (как правило)	Опасность чрезмерного "вторжения" в бизнес
"Терпеливые" деньги - меньше причин для ухода	Могут превратиться в "демонов бизнеса"
Возможен "эффект рычага" по отношению к другим инвесторам	Имеют ограниченные возможности по поддержке финансирования
Небольшой объем финансирования	Меньший объем финансирования по сравнению с фондами венчурного капитала
Привлекаемые средства обходятся дешевле по сравнению со средствами фондов венчурного капитала	Неформальных инвесторов труднее найти, чем фонды венчурного капитала
Возможность получения консультаций, обмен мнениями, предоставление "ноу-хау"	Сеть неформальных инвесторов менее развита

СХЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В ЕС

СХЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ЕС - СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КАПИТАЛА

Европейская комиссия

Программа по обеспечению экономического роста и инициативы персонала (Growth & Employment Initiative (GEI))

Структурные фонды (Structural Funds)

Программа по финансированию технологий (Technology Performance Financing (TPF))

Европейский инвестиционный банк (European Investment Bank (EIB))

Амстердамская программа особых действий (Amsterdam Special Action Programme (ASAP))

Программа по расширению технологических возможностей в Европе (European Technology Facility (ETF))

Европейский инвестиционный фонд (European Investment Fund (EIF))

Программа по расширению возможностей для начинающих компаний (ETF Startup Facility (GEI))

Программа по расширению возможностей предоставления гарантий малым и средним предприятиям (SME Guarantee Facility (GEI))

Программа по созданию условий, обеспечивающих экономический рост и формирование благоприятной внешней среды (Growth & Environment Facility (G&E))

СХЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ЕС - ПОМОЩЬ РУКОВОДИТЕЛЯМ

Венчурный капитал (Venture Capital)

Пилотный проект [I-TEC](#)

Программа [Eurotech Capital](#)

Программа [Eurotech Data for I-TEC Partner](#) (LIFT)

Программа предварительного финансирования ([Seed Capital Initiative](#) (CREA))

Банки и компании

Пилотные проекты рейтинга технологий (Technology Rating Pilot Projects)

Программы Фаре и Тасис ([Phare and Tacis](#))

Программа совместных предприятий ([Joint Venture Programme](#) (JOP))

Программа европейских совместных предприятий ([Joint European Ventures](#) (JEV))

Программа партнеров по инвестициям ЕС ([European Community Investment Partners](#) (ECIP))

СХЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ЕС - ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ

Европейская ассоциация венчурного капитала ([European Venture Capital Association](#) (EVCA))

Европейская ассоциация дилеров по работе с ценными бумагами ([The European Association of Securities Dealers](#) (EASD))

Проект [FIT Policy Exchange Project](#)

Проект транснациональных инвестиций ([Transnational Investment Fora](#))

Европейская сеть "ангелов бизнеса" ([European Business Angel Network](#) (EBAN))

Центры передачи инноваций ([Innovation Relay Centers](#) (IRCs))

Бюро по вопросам финансовой поддержки инноваций ([LIFT Help Desk for Financing Innovation](#))

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Права интеллектуальной собственности

Патенты – "Зеленый документ"

Нужно ли или совершенствовать патентную систему в Европе? Этот ключевой вопрос, поставленный в "Зеленом документе", был одобрен Европейской Комиссией. "Зеленый документ", призван стать основой для консультаций с заинтересованными сторонами, чтобы определить, насколько удовлетворяются потребности пользователей, и следует ли принимать новые меры в этом направлении на уровне Европейского сообщества. Среди прочих проблем, в "Зеленом документе" ставится вопрос о целесообразности замены Конвенции по патентам, заключенной странами-членами ЕС в Люксембурге в 1975 г., на полноценное законодательство ЕС по патентам, гарантирующее на основе внедрения единой системы патентования защиту прав интеллектуальной собственности бизнесменов и инноваторов на всем едином рынке.

Система патентования играет решающую роль в инновационной и информационной сферах, что подтвердилось в ходе консультаций, проведенных после утверждения "Зеленого документа по проблемам инноваций" в 1975 г. (см. IP/95/1438). Но система патентования в Европе стала слишком сложной. Наряду с национальными патентами действует и Европейский, хотя многие вопросы его использования не решены. Он был подготовлен Европейским патентным офисом в Мюнхене и призван решать те же задачи, что и национальные патенты. Сейчас не существует единой европейской судебной системы, с помощью которой можно было бы решать разногласия по вопросам патентования, такие как нарушения патентных прав или отзыв патента. Поэтому всегда существует опасность того, что суды, рассматривающие подобные случаи в странах-членах ЕС, могут выносить противоречивые решения. Нынешняя система патентования создает значительные трудности для открытого и свободно функционирующего единого рынка.

В "Зеленом документе" ставится вопрос, следует ли и в какой мере использовать патентную систему ЕС, согласно распоряжению (статья 235) Договора ЕС, а не согласно межгосударственным соглашениям, таким как Люксембургская конвенция по патентам ЕС 1975 г. и соглашение по патентам ЕС, подписанное в 1989 г. Эти конвенции никогда не были ратифицированы всеми странами-членами ЕС и никогда не вступали в силу.

Преимуществом Единой патентной системы ЕС был бы тот факт, что она имела бы силу во всех странах Сообщества; патент можно было бы выдавать, передавать, аннулировать на уровне всего Союза. Требовалось бы лишь один раз подать заявление на получение патента. Управление патентными правами значительно упростится, и можно будет избежать дублирования процедур оформления, а юридическая ясность существенно улучшится.

Однако, на уровне ЕС неизбежно возникнут технические проблемы практически по любому вопросу создания и функционирования будущей единой патентной системы. Потребуется согласование некоторых аспектов деятельности стран-членов ЕС на уровне Сообщества.

В "Зеленом документе" обсуждаются и другие вопросы по патентному законодательству, такие как изобретения работников компании, привлечение агентов по патентам и признание (зачет) профессиональных квалификаций. Также ставится проблема о необходимости согласования и координации по всем проблемам патентования.

Наконец, в "Зеленом документе" поднимается вопрос, каким образом система пошлин и сборов по патентам может быть модифицирована так, чтобы она соответствовала оказываемым услугам и не создавала препятствий на пути инноваций.

Патенты: Европейская комиссия намечает ряд эффективных мер

Ряд конкретных мер для улучшения системы получения патентов и их защиты в ЕС излагается в Докладе Европейской Комиссии о политике в области патентования. В число этих мер входят: предложение по разработке единого образца патента ЕС, действующего во всех странах-участниках ЕС; предложение по разработке Директивы о защите патентов по изобретениям в области программного обеспечения, а также Доклада о создании благоприятных условий для деятельности патентных агентов и о поддержке национальных патентных бюро для развития инноваций. В Докладе отражены ре-

зультаты консультаций с Европарламентом и широким кругом заинтересованных сторон на основе "Зеленого документа по проблемам патентования" Европейской Комиссии (июнь 1997 г.). Доклад является частью Плана действий Комиссии по единому рынку и Первого плана действий по распространению инноваций в Европе.

Приоритетными мерами, изложенными в Докладе, в соответствии с актуальными областями, определенными на консультациях, являются:

- Предложение по поводу основного регулирующего документа, предусматривающего создание единой патентной системы в ЕС, которая действовала бы во всем Европейском сообществе. В рамках этой системы патенты, выданные патентными бюро в странах-членах ЕС, должны быть согласованы с патентами, выданными Европейским патентным бюро (основано в 1973 г. согласно Мюнхенской конвенции). Таким образом, будет создана система защиты для инновационного бизнеса. В этом предложении, которое будет рассмотрено в течение 1999 г., как и в "Зеленом документе", отражена необходимость создания единой патентной системы в ЕС. Единый образец патента ЕС значительно упростит управление патентными правами в рамках Единого рынка и облегчит соблюдение этих прав;
- Предложение по Директиве для согласования условий предоставления патентов по изобретениям в сфере программного обеспечения также будет подготовлено Комиссией. Это предложение, которое будет рассмотрено до лета 1999 г., скоординирует национальные правила и практику использования патентов для того, чтобы предоставить инновационным компаниям, работающим с программным обеспечением, эффективную защиту по патентам на изобретения по всем основным странам-членам ЕС. В настоящее время это невозможно реализовать из-за того, что в странах-членах ЕС применяются разные подходы к решению этой проблемы;
- Комиссией будет подготовлен Доклад, посвященный детальным разъяснениям того, какие преимущества агенты по патентам могут получить по Договору о свободе предоставления услуг в ЕС;
- Должны быть осуществлены пилотные программы по оказанию поддержки национальным патентным бюро в развитии и поддержке инноваций. Эти программы должны стать частью Пятой основной программы ЕС по исследованиям и развитию технологий.

В число других планируемых инициатив Доклада входят:

- Предложения по согласованию перечня операций, не требующих получения патента (например, при некоммерческом использовании), операций с правами, передаваемыми с помощью патентов в конкретных отраслях (например, в фармацевтической промышленности). Все предложения по формированию этого списка будут вноситься после детального анализа ситуации;
- Для создания единой Европейской патентной системы будет запущена процедура по предоставлению доступа в Мюнхенскую конвенцию. Разрабатываются предложения по уменьшению сборов за патенты, по снижению стоимости перевода европейских патентов, а также предложения для стран-членов ЕС по пересмотру Мюнхенской конвенции с тем, чтобы привести ее в соответствие с достижениями в области технологий (например, обеспечить выдачу патентов на программное обеспечение), и с целью учета соответствующего законодательства ЕС и соответствующих международных соглашений;
- Распространение Доклада ЕС по совершенствованию информационной системы о патентном законодательстве среди инвесторов, исследователей, малых и средних предприятий;
- Организация исследования по изобретениям, сделанным персоналом компаний. Цель исследования - выявить, могут ли пункты в контрактах по найму быть препятствием для инноваций; какие должны быть стандартные формулировки этих пунктов; какие судебные процедуры помогут уладить конфликты сторон. Однако, Комиссия считает, что законодательство в этой области не должно быть единым для всех стран-участниц ЕС;

Организация Европейской конференции для страховых компаний, промышленных организаций и патентных бюро для обсуждения проблем юридической защиты и снижения судебных издержек в случае судебных разбирательств по вопросам патентов.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Создание компаний, реализующих новые технологии.

От программ по исследованиям и разработкам к программам по повышению конкурентоспособности и программам по созданию фирм, реализующих новые технологии. Второй отчет по компаниям, основанный на показателях уровня развития науки и техники в 1997 г.

Доступ к научным и техническим знаниям и возможность их использования приобрели особую стратегическую и тактическую важность для экономики стран и регионов в условиях конкурентной борьбы и интеграции экономик.

- 50 стран в области науки и техники достигли высокого уровня развития, который превышает уровень остальных 130 стран. В 1986-94 гг. средние темпы экономического роста этих стран в три раза превысили темпы роста остальных стран. Рост среднедушевого дохода в 50 ведущих странах составляет 1,1% в год. С другой стороны, среднедушевой доход в остальных 130 странах с более низким уровнем образования, науки и технологий за тот же период снижался на 1,5% ежегодно. Эти тенденции характеризуют новое разделение мировой экономики, основанное на доступе к информации, знаниям и возможностям их использования.
- Новые рабочие места в ЕС создаются медленно. По сравнению с ростом занятости в США, который составил 27% и в Японии (14%), за тот же период времени (1980-95 гг.) число рабочих мест в Европе сократилось. В производственном секторе Европы было ликвидировано гораздо больше рабочих мест, чем в США и Японии вместе взятых, а создание новых рабочих мест в сфере услуг, где Европа в 1985-90 гг. опережала Японию и США, резко упало в первой половине 90-х годов.
- Зависимость между уровнем развития технологий и занятостью сложна и неоднозначна. С 1980 г. по 1995 г. в Европе, США и Японии высокотехнологичные предприятия не так сильно сократили число рабочих мест, как другие предприятия. Во всех странах ОЭСР в фармацевтической, химической, электронной и компьютерной промышленности были созданы новые рабочие места, в то время как в менее технологичных отраслях занятость резко падала. В противовес широко распространенному убеждению, приходится констатировать, что больше рабочих мест создается в тех странах, где больше инвестиций осуществляется в новые информационные и коммуникационные технологии.

Достижения ЕС в области технологий, о которых можно судить по числу патентов, все еще отстают от уровня США во многих отраслях, а также от уровня Японии в информационных и коммуникационных технологиях.

- В странах Европы выдается 48% от общего числа патентов, выдаваемых Европейским патентным бюро; 6% от общего числа патентов, выдаваемых японским патентным бюро, и 18% от числа патентов, выдаваемых американским бюро патентов и торговых марок (USPTO). Доля американских патентов в их собственной системе составляет 55%, около 25% - в Европейской патентной системе. Что касается Японии, она выдает 87% от общего числа японских патентов и 24% от европейских патентов.
- Европа специализируется в аэрокосмической, химической, фармацевтической и автомобильной промышленности. Несмотря на то, что, уровень европейской специализации в компьютерах, электронике и инструментах был низок, в 1993-95 гг. по сравнению с серединой 80-ых годов зафиксировано его резкое снижение. В североамериканском договоре о свободной торговле NAFTA отсутствует сильно выраженная специализация в какой-либо области. Тем не менее, практически во всех областях технологий показатели товарооборота значительно улучшились. Экономически развитые страны Азии специализируются главным образом в области производства компьютеров и электроники, в меньшей степени в автомобильной промышленности, в ущерб другим отраслям промышленности.
- С точки зрения доли в Европейском патентном бюро по различным ключевым технологиям, ЕС занимает более слабую позицию по отношению к конкурентам в таких областях, как телекоммуникации, производство компьютеров, электроники и инструментов. Европа входит в число лидеров в области технологий по окружающей среде и транспортным технологиям, по применяемым материалам и используемым производственным процессам. Ее технологическое положение по телекоммуникациям, компьютерам, применяемым материалам и используемым процессам

улучшается. С другой стороны, ухудшается состояние в электронике, инструментах, фармацевтической промышленности и на транспорте. Остается без изменений положение дел в биотехнологии и окружающей среды.

С точки зрения инвестиций в исследования и разработки, ЕС отстает от своих партнеров в большинстве отраслей, где ведутся интенсивные исследования. Производительность в этих отраслях растет, но это происходит за счет увеличения рабочих мест, а не внедрения новых технологий.

- Из восьми отраслей, где ведутся интенсивные исследования и разработки, электроника является единственной отраслью, в которой ЕС имеет более высокую интенсивность проведения исследований и разработок, чем США и Япония (например, по показателю затрат на исследования и разработки в процентном отношении к производству). По этому показателю Европа сильнее отстает в производстве научных инструментов (2,6% - ЕС, 8,2% - Япония и США - 8,5%), компьютеров и офисной техники (ЕС - 4,6%, Япония - 8,3%, США - 13,5%); в химической промышленности (ЕС - 2,8%, Япония - 6%, США - 3%).
- Тем не менее, на протяжении 90-ых годов во всех указанных выше восьми отраслях в ЕС отмечен резкий подъем производительности труда, в большинстве случаев приведший к значительному росту объема производства. Однако в тот же период времени оказалось весьма трудным поддерживать уровень занятости в этих отраслях.

Есть основания для того, чтобы подтвердить так называемый европейский парадокс, который проявляется в том, что хорошие результаты ЕС в научных исследованиях не находят достаточной реализации в производстве. Здесь ситуация меняется от государства к государству, от отрасли к отрасли. Более того, наблюдается новый парадокс: быстро растет европейский экспорт высокотехнологичных товаров, несмотря на их довольно скромную технологическую прибыль от вкладываемых инноваций.

- ЕС имеет хорошие показатели, по сравнению с США и Японией, по выпуску научной продукции (публикациям) на единицу соответствующих затрат. Однако, технологическая прибыль (число патентов, поделенное на расходы на исследования и разработки) менее впечатляет, и эта цифра гораздо ниже, чем аналогичные показатели в США и Японии. При этом данный показатель выше, чем доля патентов США и Японии в общем числе европейских патентов, однако США быстро преодолевают имеющийся разрыв.
- Значительные различия существуют между самими странами-членами ЕС. Этот парадокс наблюдается в Бельгии, Греции, Испании, Швеции и Великобритании - странах с высоким научным уровнем, но с уровнем технологической прибыли по инвестициям ниже среднего. Франция, Италия и Португалия имеют показатели научного уровня и технологической прибыли ниже среднего, а Австрия и Германия в технологическом отношении добились успехов, в то время как по числу публикаций их показатели невысоки. Лучшие показатели у Дании, Финляндии и Нидерландов, где одинаково высокий уровень числа публикаций и патентов.
- Относительно низкий уровень технологической прибыли в Европе можно было бы объяснить относительной слабостью связи между европейской наукой и производством. Если посмотреть на число цитируемых публикаций по европейским патентам (как способ определения уровня использования научных открытий в патентах), показатели для Европы хуже показателей для США и Японии. В свою очередь, это является результатом того, что в электронном машиностроении, автомобилестроении и космических исследованиях, в отраслях, где выдаются патенты, более низкий уровень развития науки по сравнению с США, поэтому и патентов выдается меньше. Тем не менее, некоторые страны-члены ЕС имеют хорошие показатели, например, Великобритания, занимающая сильные позиции в современной химии.
- Несмотря на эти положительные тенденции, есть несколько причин для беспокойства. ЕС все еще имеет общий дефицит по торговле высокотехнологичной продукцией. В наукоемких отраслях объем производства высокотехнологичной продукции ниже в ЕС, чем в США и Японии.

Есть свидетельство того, что динамика числа создаваемых и ликвидируемых рабочих мест выше на инновационных МСП, чем на неинновационных. Тем не менее общий уровень занятости на инновационных предприятиях остается прежним. На предприятиях, реализующих новые технологии, пока еще не отмечено особых успехов с точки зрения создания новых рабочих мест. Таким образом, компании, реализующие новые технологии не вносят существенного вклада в решение проблемы безработицы, но эти предприятия оказывают опосредственное положительное влияние на экономику в целом.

- Влияние компаний, реализующих новые технологии, на обновление европейской промышленности кажется незначительным, в отличие от США. Стоит только упомянуть названия Microsoft, Apple Computers, Intel и Dell для того, чтобы понять, каково влияние инновационных компаний на экономику США. В ЕС еще не было подобных прецедентов с точки зрения экономического роста и занятости. Однако, европейские компании, реализующие новые технологии, оказывают огромное влияние на интеллектуальную жизнь Европы и обеспечивают блестящую карьеру многим докторам наук.

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Знания и обучение

С учетом того, что мы вступаем в эпоху "общества знаний", Европейская Комиссия в своей "Программе 2000" ("Agenda 2000") предлагает разработать политику в ведущих областях жизни общества (инновации, исследования, образование и обучение). Этот процесс напрямую связан с развитием концепции обучения на протяжении всей жизни, так называемого "пожизненного обучения". Для воплощения идеи обучения на протяжении всей жизни в Амстердамский договор было включено положение о решительном намерении ЕС развивать и поддерживать высокий уровень образования своих граждан путем предоставления широкого доступа к обучению и постоянному повышению квалификации. Была поставлена задача решить проблему безработицы при помощи как макро-, так и микроэкономических инструментов, в том числе при помощи конкретных усилий на рынке труда. Решение проблемы безработицы должно стать частью среднесрочной стратегии развития навыков и образования всех граждан Европы.

Наряду с продолжением реализации текущих программ, необходимость которых очевидна, новые программы ЕС (программы нового поколения) должны будут решать новые задачи. Предложения по новым программам будут иметь следующие особенности:

- ограниченное число целей;
- большая адресность;
- усовершенствованный менеджмент.

Иначе говоря, следует сделать все для того, чтобы построить то самое европейское общество, с которым мы войдем в XXI век.

Постепенное построение открытого и динамичного образовательного пространства является основой, на которой построен Доклад. В современном быстро меняющемся мире наши государства должны предложить своим гражданам больше возможностей для доступа к знаниям вне зависимости от их возраста или социального положения. Поэтому термин "образовательное пространство" необходимо понимать в более широком, как географическом, так и временном смысле. Это пространство дает возможность мобилизовать усилия по воплощению идеи обучения на протяжении всей жизни, что было основной идеей года в Европе в 1996 г. Следует отметить особенности европейского образовательного пространства: граждане Европы смогут **совершенствовать свои знания**, что будет способствовать **укреплению гражданского самосознания и увеличению занятости**, посредством приобретения людьми **новых навыков и умений** в условиях постоянных изменений в работе и ее организации.

Размах самих новых задач требует большей интеграции систем образования, обучения и политики в отношении молодежи. Новые программы должны быть сосредоточены на ограниченном числе задач:

- предоставление лучшего доступа гражданам Европы ко всем образовательным ресурсам Европы;
- инновации в ресурсах;
- широкое распространение удачного опыта в области образования.

Предусматривается 6 основных направлений программ: обеспечение **возможности физического передвижения** слушателей и преподавателей; **возможности виртуального перемещения** и использования новых информационных и коммуникационных технологий; **развитие сетей сотрудничества** на европейском уровне; развитие **языковых и культурных навыков**; развитие **инноваций посредством пилотных проектов**, основанных на транснациональном партнерстве; постоянное улучшение доступа к информационным источникам по образованию, обучению и к молодежным программам.

В Докладе говорится о намерении ЕС повысить результативность предпринимаемых мер, а также улучшить информированность всех заинтересованных сторон о своей деятельности и о своих целях. Для этого, а также для обеспечения согласованности между различными направлениями действий, которые могут повлиять на человеческие ресурсы, в ЕС будут улучшены и систематизированы про-

цедуры оценки программ. Что касается оперативного менеджмента, Европейская Комиссия разрабатывает предложения о децентрализации принятия решений, передавая часть полномочий заинтересованным сторонам. Комиссия предложит улучшить организацию структур оказания содействия, оперативного менеджмента и упростить организационные процедуры, что даст возможность улучшить доступ к программам ЕС.

В Докладе делается акцент на два главных направления:

Политика в области обучения и образования

- Отмечая тот факт, что мы вступаем в эпоху "общества знаний", Европейская Комиссия в Программе 2000 предлагает разработать политику в следующих областях: инновации, исследования, образование и обучение, которые являются основными направлениями внутренней политики стран-членов ЕС. Будущая деятельность Комиссии по этим 4 направлениям должна обеспечить реализацию соответствующих программ. Экономическая конкуренция, занятость и формирование единого гражданского сознания у жителей Европы уже более не основываются только на производстве. Создание общественного богатства, таким образом, будет связано как с производством, так и с распространением знаний и будет зависеть, прежде всего, от наших действий в области исследований, образования и обучения и нашей способности развивать инновации. Мы должны создать действительно "Европу знаний".
- Этот процесс напрямую связан с воплощением идеи развития системы обучения на протяжении всей жизни, которая была определена как цель ЕС и вошла в Амстердамский договор, причем Европейский Союз выразил намерение развивать и обеспечить высокий уровень образования у своих граждан посредством предоставления для них широкого доступа к обучению, постоянному повышению квалификации.

Решение проблемы безработицы

- Политика в области занятости, вне зависимости от того, идет ли речь о макроэкономических инструментах или конкретных мерах на рынке труда, должна быть составной частью среднесрочной стратегии развития навыков и образования всех граждан Европы.
- В своих "Выводах и заключениях" сессия Совета Европы в Амстердаме подчеркнула, что приоритет следует отдать развитию профессионального образования и социальных навыков, которые обеспечат адаптацию рабочих к изменениям на рынке труда. Следует уделить особое внимание прочным основам образования и развитию специальных навыков (технических, социальных и организационных), которые ведут к инновациям. Это необходимо сделать с учетом понимания различий в национальных культурах, языках.
- В основных направлениях политики стран-членов ЕС в области занятости делается акцент на необходимость нового подхода к интеграции в сфере труда. Новые действия ЕС в области образования, обучения и молодежных программ должны преследовать достижение следующих целей:
 - Сокращение длительной безработицы и безработицы среди молодежи;
 - Сокращение числа молодых людей, которые не получают полного среднего образования;
 - Развитие ученичества и содействие странам с высоким числом учащихся посредством широкого распространения информации о них;
 - Обучение безработных;
 - Совместные действия бизнесменов и государства по предоставлению возможностей для обучения, переобучения и повышения квалификации тем, кто хочет это сделать.
- Политика ЕС и новые меры в области образования, обучения и молодежных программ должны помочь Европе справиться с новыми проблемами.

Меры ЕС в вышеназванных трех областях за последние 15 лет постоянно совершенствовались. Достижения в области сотрудничества, выполнение действующих программ (Сократ (Socrates), Леонардо да Винчи (Leonardo da Vinci) и Молодежь для Европы (Youth for Europe) и более ранних программ (Эразм (Erasmus), Кометт (Comett), Лингва (Lingua), Петра (Petra), Форс и Евротехнет (Force and

Eurotecnet)) создают прочную основу для нового этапа. Наряду с продолжением действующих программ, необходимость которых очевидна, новые программы ЕС должны воплощать новые идеи. Предложения по новым программам будут иметь следующие особенности:

- ограниченное число целей;
- большая адресность;
- усовершенствованный менеджмент.

Иначе говоря, следует сделать все для того, чтобы построить то самое европейское общество знаний, с которым мы войдем в XXI век.