

ПРИРОДА ИННОВАЦИОННОЙ ФИРМЫ

© 2011 Е.А. Карова*

Ключевые слова: инновационная фирма, инновационное производство, инновационный маркетинг, инновационная стратегия фирмы, инновационная активность фирмы, интеллектуальный капитал, человеческий капитал, клиентский капитал, инновационный доход.

Представлено теоретическое описание трансформационных процессов в современной фирме, которые происходят под воздействием перехода экономики из индустриальной стадии в постиндустриальную. Выявлены новые закономерности в деятельности фирмы, дан анализ основных сущностных характеристик природы инновационной фирмы.

Трансформация развитых экономик в постиндустриальную стадию развития предполагает изменение в хозяйственной деятельности всех экономических агентов. Важнейшим экономическим ресурсом постиндустриализма являются знания: максимизация эффективности экономической деятельности и повышение конкурентоспособности экономических агентов обеспечиваются только за счет использования знаний в процессе их деятельности на уровне выше среднего, генерации новых знаний. Поскольку новое знание, или инновация, становится определяющим фактором роста, экономику постиндустриального общества можно определить как инновационную, что подчеркивает важность использования инноваций для повышения общественного благосостояния.

Фирма является одним из важнейших институтов общества и также испытывает на себе влияние трансформационных процессов. Изменения, происходящие в экономике в процессе установления фундаментальной роли знаний как экономического ресурса и производственного фактора, трансформируют не только внешнюю среду функционирования современной фирмы, но приводят к изменениям в деятельности фирмы, в ее стратегии, организационной структуре и содержании производственных процессов.

Происходящие явления меняют природу фирмы, ее основные сущностные характеристики. Современная фирма, как элемент инновационной экономики, также является инновационной, т.е. знание, а конкретнее – инновационное знание, выступает важнейшим

фактором для обеспечения конкурентных преимуществ и устойчивого роста фирмы. Еще Й. Шумпетер отмечал, что инновации используются предпринимателями в ходе производства новых товаров либо новых технологий, а также в сфере обращения, управления, инфраструктурного обеспечения деятельности фирм. При этом в структуре инноваций Й. Шумпетер различал следующие варианты, обеспечивающие предпринимателям конкурентные преимущества:

1. Изготовление нового, еще не известного потребителю блага или создание нового качества того или иного блага.
2. Внедрение нового метода производства, в основе которого необязательно лежит новое научное открытие.
3. Освоение нового рынка.
4. Получение нового источника сырья.
5. Совершенствование внутренней структуры предприятия, проведение соответствующей реорганизации¹.

Как писал Карл Маркс, экономические эпохи различаются не тем, что производится, а тем, как производится, какими средствами труда². Качественный скачок в научно-техническом прогрессе во второй половине XX в., получивший название научно-технической революции, в конечном счете привел к тому, что в развитых странах была сформирована новая материальная основа общества, основанная на технологиях постиндустриального типа. Современная фирма, в первую очередь, изменяет производственную технологию на постиндустриальную, которая характеризуется наукоемкостью, высоким

* Карова Елена Анатольевна, аспирант Самарского государственного экономического университета.
E-mail: ekarova@bk.ru.

уровнем интеллектуализации, автоматизации, компьютеризации. На первый план выходит сфера научных исследований и разработок, результаты которой в виде новых идей и технологий позволяют создавать инновационные товары и услуги.

Организовать процесс конкурентоспособного производства невозможно без научной идеи, нового знания, которое собственно на современном этапе развития является краеугольным камнем при создании конкурентоспособного продукта. В постиндустриальной экономике производство знания играет решающую роль. Данный сектор экономики эффективнее материального производства, так как достаточно изготовить первоначальный образец, а затраты на копирование незначительны. В этом и есть главное отличие постиндустриальной экономики от индустриальной: в индустриальной экономике в стоимости товара основную массу составляла стоимость тиражирования. Стоит вспомнить технологически громоздкие и весьма трудозатратные конвейеры Г. Форда, либо основанные на огромных затратах человеческого труда производственные процессы на фабриках и заводах. С развитием автоматизации, компьютеризации производство можно полностью запрограммировать. Человек в процессе материального производства выполняет лишь контролирующую роль - он должен следить за правильным функционированием системы, что легко сможет сделать любой адекватный работник после обучающего курса. И совсем другое дело, когда возникнет необходимость совершенствовать технику, либо создавать продукты/услуги в целях наиболее полного удовлетворения потребностей, либо в целях получения конкурентных преимуществ на рынке. Здесь необходимо не просто наличие знания в какой-либо области. Необходимо создать новое знание, которого еще не было, эксклюзивную идею, инновационную разработку. Именно инновационное знание определяет успех в современной экономике. Полностью либо частично автоматизированные системы с легкостью копируют созданный образец. В новой экономике затраты труда на копирование ничтожны по сравнению с затратами труда на создание образца инновационного продукта. Поэтому в настоящее время все иннова-

ционные фирмы активно сотрудничают с научно-исследовательскими институтами, либо проводят самостоятельные научные исследования. В любом случае бюджет современных фирм на НИОКР весьма и весьма значителен. На инновации крупные фирмы тратят огромные ресурсы. Расходы некоторых из них сравнимы с ВВП целых стран: так, 1000 крупнейших компаний мира в 2009 г. потратили на НИОКР 504 млрд. долл.

Переориентация с капиталоемкой и ресурсоемкой технологий на наукоемкую для современной фирмы означает и переориентацию приоритетов по использованию ресурсов. Идея, знание становятся главными ресурсами, а человеческая мысль - не просто элементом производственной системы, а непосредственной производительной силой - в современной экономике человек выступает как главная производительная сила и как конечный результат производства³.

Знание, которым владеет человек, и способность и готовность применить его, а также генерировать новое знание определяют ценностный потенциал. Поэтому другой важнейшей особенностью современной фирмы является переориентация на накопление интеллектуальных ресурсов и увеличение человеческого капитала. Интеллектуальные ресурсы фирмы - это знания, образование, квалификация персонала, базы данных, программное обеспечение, патенты на изобретения, авторские права, технологии ноу-хау, марки товаров, деловое сотрудничество, корпоративная культура, стратегии управления, гудвилл и т.д.

Ресурсы, используемые фирмой в процессе производства, становятся производственными факторами. Знание как фактор - количество вовлеченных в производственный процесс знаний и умений, либо создающих инновационный продукт, либо участвующих в создании инновационной составляющей продукта (дифференцируются они в зависимости от величины прибавочной стоимости, создаваемой непосредственно фактором "знание"). В процессе функционирования знания как фактора оно приобретает форму интеллектуального капитала. В этом случае осуществляется определяющая функция капитала - создание новой стоимости. Учеными подсчитано, что в эпоху постиндустриализма при-

быль, получаемая на доллар, вложенный в интеллектуальный капитал, в несколько десятков раз больше, чем на доллар, вложенный в материальные активы.

Интеллектуальный капитал обладает рядом отличительных свойств:

1. Интеллектуальный капитал неделим, нематериален, создается не всеми работниками корпорации, а частью их, способной к генерации новых знаний либо более производительному применению старых, но может быть использован всем персоналом корпорации.

2. Интеллектуальный капитал подвержен физическому и моральному износу, амортизируется, подвержен влиянию НТП.

3. К интеллектуальному капиталу применяются особые меры защиты и правила доступа - создается институт интеллектуальной собственности и обеспечивается соответствующая правовая защита интеллектуальной собственности.

4. Интеллектуальный капитал обеспечивают современным фирмам реальные конкурентные преимущества.

Интеллектуальный капитал представляет собой нечто вроде "коллективного мозга", аккумулирующего научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и организационную структуру, информационные сети и имидж фирмы⁴. По своей структуре интеллектуальный капитал делится на человеческий капитал, структурный капитал и клиентский капитал. Человеческий капитал - это люди с их знаниями, навыками, опытом, а также способностями к развитию. Структурный капитал - это нематериальные активы, используемые в процессе производственной деятельности фирмы, либо которые были созданы человеческим капиталом в предыдущие производственные циклы: лицензии, патенты, ноу-хау, базы данных, деловая репутация и пр. Клиентский капитал - совокупность элементов, которые позволяют сформировать надежные и взаимовыгодные отношения между фирмой и ее партнерами (акционерами, инвесторами, страховщиками, клиентами, работниками, посредниками, поставщиками).

Человеческий капитал - важнейший ресурс постиндустриального общества. По дан-

ным Всемирного банка, во всем мире на долю человеческого капитала приходится в среднем 64% общего богатства, на долю физического капитала - 16%, на долю природного капитала - 20%.

Потребительские аспекты вложений в человека оказываются не менее важными, чем производственные, поскольку способствуют развитию способностей и умений. Поэтому современные фирмы становятся многоцелевыми институтами, способными решать сложные социальные проблемы, они уже не могут работать только как механизмы для максимизации отдельных экономических функций - производства или прибыли⁵, они должны накапливать активы другой природы. Крупные корпорации тратят значительные средства на обучение персонала, его медицинское обслуживание, проводят рекреационную политику. В конечном итоге эти мероприятия улучшают качество человеческого капитала, его способности к генерации новых знаний, что в дальнейшем будет определять успешность функционирования фирмы на рынке.

Итак, в самом общем виде, использование интеллектуальных ресурсов в процессе инновационного производства происходит путем трансформации ресурсов в фактор и обеспечивает производство инновационных продуктов, т.е. абсолютно новых товаров и услуг, ранее не существовавших. При реализации инновационного продукта фирма получает дополнительный доход от использования фактора "новое знание" - инновационный доход. Он больше просто интеллектуального дохода, который фирма получает от использования знаний неинновационного характера, поскольку обеспечивает фирме монопольное положение на рынке либо в сегменте рынка. Инновационный доход можно сравнить с монопольной рентой в классической теории, поскольку его получают не все фирмы, а только те, которые используют в процессе производства инновационные знания, тогда как интеллектуальный доход получают все субъекты экономики, использующие интеллектуальные ресурсы.

Институт интеллектуальной собственности должен быть оформлен правовыми нормами и положение фирм, корпораций в отношении присвоения и использования интеллектуальной собственности стоит строго оп-

ределить, поскольку большая часть инновационных знаний создается в ходе научно-исследовательской деятельности фирм, принадлежит фирмам и обеспечивает получение доходов за счет их использования. Все развитые постиндустриальные государства используют такую практику.

Таким образом, научно-исследовательская деятельность является важнейшим компонентом производственного процесса в фирме, поскольку обеспечивает в итоге получение инновационной идеи либо технологии, с помощью которой будет произведен инновационный продукт. Но финансирование НИ-ОКР, производство инноваций должно быть экономически оправдано и целесообразно, т.е. должно в итоге принести инновационный доход. А чтобы принести доход, инновационная продукция должна быть продана. То есть на инновационную продукцию должен существовать платежеспособный спрос, который необходимо исследовать. И в этом процессе важную роль в инновационной фирме играет инновационный маркетинг - совокупность мероприятий по исследованию потребительского спроса, требований покупателей в направлении выявления неудовлетворенных потребностей с целью создания новых товаров/услуг, которые смогут занять пустующие рыночные ниши. Всевозрастающие требования потребителей к качеству товаров и услуг, количеству выполняемых ими функций и сложности операций определяют необходимость осуществления фирмой ускоренных реакций на требования рынка, постоянного совершенствования предлагаемых товаров и услуг. Еще одной особенностью современного бизнеса является то, что инновационные фирмы сначала формируют новые рынки под выпускаемый инновационный продукт. Такая стратегия позволяет обрести монопольное положение, пусть и на время, и получать монопольный доход от продажи инновационных продуктов.

Каждая фирма в зависимости от ее способности применять и производить инновации обладает определенной степенью инновационного потенциала. От состояния инновационного потенциала зависит выбор инновационной стратегии фирмы. В самом общем виде все фирмы можно дифференцировать в зависимости от инновационной стратегии

и инновационного потенциала на глобальных инноваторов, локальных инноваторов (в зависимости от охвата созданным инновационным продуктом), инноваторов для себя (применение какой-либо инновации в организации самого производственного процесса), имитаторов (фирмы, которые адаптируют известные технологии) и на пассивные предприятия, которые не используют инновации в своей деятельности вовсе.

Итак, обозначим основные сущностные признаки, характеризующие природу инновационной фирмы:

1. Знания и информация являются главным ресурсом на современной фирме. Теперь главные вопросы экономики: что, как и для кого производить - максимально решаются с помощью знаний. Однако получение фирмой сверхприбыли обеспечивают не просто знания, а инновации, которые позволяют создать уникальный продукт и стать монополистом на новом рынке.

2. Знания представлены в фирме в виде интеллектуального капитала, который можно определить как совокупность человеческого и структурного капиталов. Постоянный рост значимости интеллектуального капитала отражает все большую зависимость организации от нематериальных активов, человеческого капитала, клиентского капитала.

3. В современной фирме происходит смена господствующей технологии с капиталоемкой на наукоемкую. Превращение наукоемкой технологии в главную предполагает активное проведение фирмами научных исследований. Успешный мировой опыт показывает, что все большая часть науки формируется предпринимательским сектором и прежде всего крупными корпорациями, которые занимаются организацией, финансированием и коммерциализацией исследований, разработкой крупных проектов, интегрирующих результаты инновационного поиска малых наукоемких компаний.

4. Особое значение для современной фирмы имеет инновационный маркетинг, поскольку именно исследование спроса, реклама позволяют фирмам создавать инновационные продукты, новые рынки, стимулировать спрос на новые товары, исследовать потребности покупателей, формирующиеся либо уже имеющиеся, но не удовлетворен-

ные, с целью создания нового продукта и нового рынка под него либо с целью обновления и совершенствования имеющихся товаров и услуг.

5. Ориентация фирм на знания, и прежде всего на инновационные знания, предполагает ряд изменений в процессе производства - оформление научных исследований в самостоятельную производственную стадию и выделение затрат на интеллектуальные активы в отдельную статью, а также увеличение расходов на маркетинг и развитие персонала. Причем затраты на исследования, маркетинг и развитие человеческого капитала намного значительнее, чем затраты на выпуск. Также появляются характерные особенности в процессе управления инновационной фирмой - формируются инновационные стратегии.

Таким образом, параллельно с трансформацией социально-экономических процессов и явлений происходит и эволюция фирмы как одного из важнейших институтов общества. Современная фирма обладает рядом признаков и характеристик, позволяющих определить ее как инновационную и отличающих ее природу и происходящие в ней процессы от фирмы прошлого.

¹ *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М., 1982.

² *Маркс К.* Капитал. Кн. 2. Процесс обращения капитала // Сочинения. Т. 49. М., 1969. С. 190.

³ *Михайлов А.М., Гудков В.Ф.* Рост технического строения производства и региональные аспекты занятости. Куйбышев, 1989.

⁴ *Иноземцев В.Л.* За пределами экономического общества. М., 2002.

⁵ *Тоффлер Э.* Третья волна. М., 2004.

Поступила в редакцию 19.11.2010 г.