



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Л.М. Вотчель
М.В. Кузнецова

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
КАК СПОСОБ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ
ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

Монография

Магнитогорск
2017

УДК 336.581
ББК 65.261

Рецензенты:

Доктор педагогических наук, профессор,
зав. кафедрой образовательных технологий и дистанционного обучения
ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный
педагогический университет»

В.А. Беликов

Кандидат экономических наук, доцент,
зав. кафедрой экономики и управления Магнитогорского филиала
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

И.А. Агеева

Вотчель Л.М.

Предпринимательство как способ коммерциализации инновационных проектов [Электронный ресурс] : монография / Лилия Мидыхатовна Вотчель, Маргарита Владимировна Кузнецова ; ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова». – Изд. 2-е, подгот. по печ. изд. 2015 г. – Электрон. текстовые дан. (1,49 Мб). – Магнитогорск : ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», 2017. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования : IBMPC, любой, более 1 GHz ; 512 Мб RAM ; 10 Мб HDD ; MS Windows XP и выше ; Adobe Reader 8.0 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; мышь. – Загл. с титул. экрана.

В монографии рассматриваются сущностные черты предпринимательства в контексте коммерциализации инновационных проектов.

УДК 336.581
ББК 65.261

© Вотчель Л.М., Кузнецова М.В., 2015
© ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова», 2015

ВВЕДЕНИЕ

Современное общество представляет собой общество с развитой регулируемой экономикой, важнейшим компонентом которой выступает предпринимательство. Предпринимательская деятельность является основным фактором динамизма рыночного хозяйства, мощным двигателем экономического и социального развития.

Превращение предпринимательства в типичный и достаточно массовый элемент современного общества явилось следствием социальных преобразований, в том числе научно-технического прогресса. В результате, с одной стороны, были созданы чрезвычайно эффективные средства производства, с другой, - усложнились индивидуальные и общественные потребности. Инновационная предпринимательская деятельность позволяет обществу наиболее эффективно использовать экономические ресурсы, расширять границы производственных возможностей и максимально полно удовлетворять общественные потребности.

В связи с этим, в решении задач обеспечения долгосрочного экономического роста, первостепенная роль принадлежит инновационной деятельности, способной обеспечить непрерывное обновление технической и технологической базы общественного производства, освоение и выпуск новой конкурентоспособной продукции.

К числу основных причин, ограничивающих масштабы инновационной деятельности в России, принято относить недостаток инвестиций. Однако опыт экономически развитых стран показывает, что развитие принципиально новых механизмов финансирования инновационной деятельности во многом позволяет решить проблему дефицита инвестиций. Одним из таких механизмов является рисковое (венчурное) финансирование нововведений. От того, насколько успешно функционирует венчурный механизм, сегодня во многом зависит скорость коммерциализации новых перспективных научных идей и технологических разработок, а, следовательно, и конкурентоспособность организаций различных отраслей национальной экономики.

Теоретическим вопросам венчурного предпринимательства посвящены работы следующих ученых: Ю. Аммосова, Д. Гарнера, Д. Зингера, А. Каширина, И. Гладких, Е.А. Угнич, Д. Уолла, В. Хорсмана, Л.А. , К. Шерлинга, Щербаковой и многих других. Большую роль в популяризации венчурного инвестирования в России играют работы Национального Информационного центра по науке и инновациям, в частности, А. Никконена. Очень важная работа в анализе результатов развития венчурного бизнеса в России выполняется в Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ).

Вместе с тем, требует дополнительной проработки целый ряд аспектов венчурного финансирования инновационных проектов. Во-первых, недостаточно полно раскрыт феномен предпринимательства, как вида инновационной деятельности, во-вторых, - не разработана методология оценки эффективности венчурного предпринимательства. Представленная в литературе информация свидетельствует о том, что предложенные показатели эффективности венчурного инвестирования полностью совпадают с методологией оценки эффективности любого инвестиционного проекта, несмотря на то, что венчурный бизнес обладает характерными отличительными чертами.

Актуальность работы обусловлена необходимостью осмысления феномена предпринимательства, сущностной чертой которого выступает коммерциализация инновационных проектов, значимостью развития венчурной индустрии для перевода экономики России на инновационную модель развития. Задача роста инновационной активности российской экономики требует разработки механизмов повышения эффективности венчурного финансирования.

Вышеизложенное определило объект и предмет данного исследования.

Объектом исследования выступает предпринимательство как специфический способ функционирования инновационной деятельности.

Предметом исследования является совокупность экономических отношений, складывающихся в процессе венчурного финансирования инновационных проектов.

Теоретическая и методологическая основа исследования включает в себя диалектическую методологию, реализуемую в принципах противоречивости, системности, общелогические методы исследования, совокупность методов экономико-статистического анализа, а также научные труды и прикладные работы ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области венчурного предпринимательства.

ГЛАВА 1. Теоретические основы предпринимательства

1.1. Системный анализ предпринимательской деятельности

Предпринимательская деятельность, как вид экономической деятельности, представляет собой сложную социальную систему. Принципы системного подхода позволяют получить представление о предпринимательской деятельности как системном объекте, то есть о ее целостности и одновременно внутренней организованности, о компонентах, которые необходимы и достаточны для функционирования и т.д. Ряд авторов, среди них М.С. Каган, В.Ж. Желе, В.С. Швырев, Э.Г. Юдин, определяют деятельность с этих позиций [16]. С этих же позиций можно определить предпринимательскую деятельность как сложноорганизованную систему.

Сложная система, в особенности, если эта система социальная, требует двоякого ее рассмотрения. Во-первых, она может и должна быть рассмотрена в ее предметном бытии, в статике, временно отвлекаясь от динамизма ее реального существования, ибо только при такой «остановке» познание способно схватить, описать, смоделировать состав и строение данной системы. Во-вторых, она может и должна быть рассмотрена в динамике ее действительного существования.

Однако последняя, в свою очередь, проявляется двояко. Движение системы есть, во-первых, ее функционирование, ее деятельность, и, во-вторых, ее развитие-возникновение, становление, эволюционирование, разрушение, преобразование. Соответственно этому адекватное представление о сложнодинамической системе требует сопряжения трех плоскостей ее исследования – предметной, функциональной и исторической, которые должны быть необходимыми и достаточными методологическими компонентами системного подхода как целого [16].

Предметный аспект системного исследования предпринимательской деятельности предполагает решение трех взаимосвязанных задач:

В первую очередь, выявление системообразующего компонента предпринимательской деятельности, закономерности взаимосвязей компонентов этой системы, которые придают ей целостность и тем самым порождают у нее некоторые новые свойства, не сводящиеся к свойствам составляющих ее элементов. Поскольку именно структура предпринимательской деятельности является носителем ее внутренней упорядоченности, она способна раскрыть причину ее системной целостности.

Во вторую очередь, определение степени сложности предпринимательской деятельности, зависящей от того, на скольких

уровнях располагаются исследуемые составляющие ее компоненты: если они находятся на одном уровне, их связь имеет чисто координационный характер, если на двух или нескольких – она становится субординационной, возможно и сочетание обоих типов взаимоотношений элементов, при котором структура имеет и «горизонтальные» и «вертикальные» плоскости.

И, наконец, в третью очередь, сравнение данной системы с другими социально-экономическими системами. Данное направление исследования позволяет выявить законы предпринимательской деятельности, которые до этого оказывались неуловимыми.

Структурный анализ позволяет перейти к изучению способа реального бытия предпринимательской деятельности – ее функционированию. При этом изучаемая система рассматривается в виде относительно автономной подсистемы некоей более обширной и сложной метасистемы. *Функциональный аспект* системного анализа позволяет раскрыть, с одной стороны, механизм внутреннего функционирования предпринимательства, взаимодействие его элементов, и, с другой стороны, его реальную среду, взаимодействие с которой составляет внешнее функционирование системы.

Внутреннее функционирование предпринимательства исследуется в его обусловленности, во-первых, его компонентным составом и его структурой, во-вторых, его внешней функцией, которая определяет взаимодействия всех элементов системы.

Внешнее функционирование предпринимательской деятельности, в свою очередь, имеет двухсторонний характер: его можно представить в кибернетических понятиях о прямой и обратной связи системы со средой. То есть среда воздействует на находящуюся в ней систему, которая избирательно воспринимает и перерабатывает эти воздействия в соответствии со своей внутренней природой, а система активно воздействует на среду, сознательно или бессознательно, преднамеренно или непреднамеренно. Речь идет о взаимной детерминации и взаимной рецептивности.

Исследование внутреннего и внешнего функционирования предпринимательской деятельности не раскрывает ее происхождения и возможности ее дальнейшего развития. Анализ динамики реального бытия предпринимательской деятельности преодолевает абстрактность структурного анализа, но абстрагирует систему от ее реальной истории. Поэтому системный подход предполагает ввод *исторического аспекта*, что отвечает принципу единства логического и исторического методов исследования. О необходимости исторического аспекта в исследовании явлений отмечал В.И. Ленин: «... смотреть на каждый вопрос с точки зрения того, как известное явление в истории возникло, какие главные

этапы в своем развитии это явление проходило, и с точки зрения этого его развития смотреть, чем данная вещь стала теперь» [28, С.39].

Историческая плоскость системного подхода имеет два направления – генетический и прогностический. Первый определяет необходимость осветить происхождение предпринимательской деятельности, процесс ее формирования и ее дальнейшие судьбы, вплоть до того времени, пока наблюдатель не делает ее предметом изучения; другой – прогностический – связан с рассмотрением перспектив дальнейшего развития предпринимательской деятельности, ее возможного, предполагаемого, научно-предвидимого будущего, ее ожидаемого поведения.

Таким образом, методологию системного подхода в исследовании предпринимательской деятельности можно представить как пересечение трех плоскостей исследования *предметной, функциональной и исторической*. Это позволяет рассматривать исследуемое явление в его предметном бытии и в динамике его действительного существования.

ПРЕДМЕТНЫЙ АСПЕКТ СИСТЕМНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательская деятельность, как социально сформировавшаяся и культурно организованная активность, имеет в своей основе разделение действующего лица и предмета действия, то есть субъекта и объекта. «Человек делает самое свою жизнедеятельность предметом своей воли и своего сознания», – отмечал К. Маркс [30, С.188]. В этом смысле предпринимательская деятельность, как вид деятельности, может быть определена как активность субъекта, направленная на объекты и других субъектов, а сам человек должен рассматриваться как субъект деятельности. Иными словами, предпринимательская деятельность предметна. В силу этого у человека складывается предметное отношение к миру, внешние предметы становятся объектами преобразовательной деятельности и в этом своем качестве противостоят человеку.

Предметное отношение определяет человека в качестве субъекта предпринимательской деятельности, обращенного к «своему иному», к объекту.

Место человеческой деятельности в системе субъектно-объектных отношений глубоко и последовательно раскрыто К. Марксом. Его учение о человеческой деятельности как овладении объекта субъектом раскрывает имманентно активную роль субъекта деятельности. Признавая активность субъекта, оно исходит из объективной реальности окружающего мира, как природного, так и социального. А это, в свою очередь, делает объективно реальной и саму деятельность субъекта. Отсюда становится возможным вычленение трех основных элементов деятельности и раскрытие их структурной связи.

Предпринимательская деятельность – это вид деятельности. На основе вышеизложенного, элементами предпринимательской деятельности, на наш взгляд, являются:

- *субъект*, наделенный активностью и направляющий ее на объект или других субъектов;
- *объект*, на который направлена активность субъекта;
- сама *активность*, выражающаяся в том или ином способе преобразования объекта субъектом в соответствии со своими потребностями.

Анализ каждого из трех элементов системы начнем с выяснения сущности предпринимательской деятельности [14].

Категория «предпринимательство» представляет собой многозначное понятие. Она отражает весьма осязаемый феномен культурно-исторической действительности, и в определении этой категории должны присутствовать два аспекта – исторический и логический. Логическое определение предпринимательства должно вывести сущность этого явления на основе более широкой категории; историческое определение должно обобщить все сколько-нибудь значимые определения, сформировавшиеся в истории мысли.

Рассмотрим *логическое определение* феномена «предпринимательство».

Как было отмечено выше, в русском языке «предпринимательство» употребляется в двух общих значениях – характеризуя определенный вид деятельности и обозначая определенную общественную группу, занимающуюся этой деятельностью. Поскольку последнее практически всегда определяется через первое, нас интересует только первое из обычных словоупотреблений.

Сегодня слово предприниматель толкуют как владелец предприятия, фирмы, либо вообще как деятель в экономической и финансовой сферах, как человека предприимчивого и практичного. А предпринимательство – как деятельность предпринимателя, склонность к устройству предприятий [16, С.37]. Другими словами, создание предприятия есть самореализация сущности предпринимателя.

В рамках данного исследования предпринимательство рассматривается как вид деятельности.

Под деятельностью мы понимаем целенаправленное преобразование объектов окружающего мира в соответствии с потребностями человека. Когда результаты деятельности принимают товарную форму, они становятся продуктами экономической деятельности.

Здесь следует отметить, что в экономической науке существуют различные точки зрения в понимании сущности экономических отношений. Одни авторы (Л.И. Абалкин, В.Н. Афанасьев, Н.Д. Елецкий,

В.Д. Камаев, В.А. Медведев, В.В. Радаев и др.) под экономическими понимают производственные отношения как таковые, другие – (В.М. Белоусов, В.М. Запалов, Н.С. Комарова, О.Ю. Мамедов, В.И. Панченко и др.) рассматривают их только в рамках товарного производства. В нашем исследовании мы придерживаемся последней точки зрения и считаем, что производственные отношения выступают в экономической форме в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономических благ, приобретающих форму товарной продукции.

Предпринимательская деятельность – это экономическая деятельность по поводу создания и последующего обмена экономических благ в форме купли-продажи. При этом в процессе обмена осуществляется соотношение затрат с результатами деятельности, определяется экономическая эффективность деятельности. Таким образом, целью экономической деятельности выступает прибыль, полученная в сфере производства и обмена экономических благ. Она становится источником расширенного общественного воспроизводства.

В то же время, предпринимательская деятельность представляет собой особый вид экономической активности, поскольку ее целью становится получение предпринимательского дохода за счет рискованных нововведений в процессы производства и реализации товарной продукции. В связи с этим, прибыль предпринимателя складывается из двух элементов: нормальной (средней) прибыли и предпринимательского дохода, как формы общественного вознаграждения за проявленный инновационный подход, новаторство в хозяйственной сфере. Благодаря предпринимательскому доходу расширенное воспроизводство получает новый импульс развития, осуществляется его переход в новое качественное состояние.

Основой предпринимательской деятельности, как любого вида деятельности, является противоречивое единство объективных и субъективных моментов. В предпринимательской деятельности в неразрывном единстве взаимодействуют особые объективные экономические функции и субъективные свойства того, кто их выполняет в рамках какого-либо предприятия.

Предпринимательская деятельность связана с предприятием в изначальном смысле этого слова. Под предприятием подразумевают совместно организованные усилия по созданию каких-либо экономических благ. Поначалу, когда организованные попытки что-то создать являются новыми и единичными, предприятие представляет собой весьма рискованную организацию. Однако если попытка оказывается удачной или приносит людям достаточный опыт, то навык совместного усилия закрепляется и предприятие становится стабильным; теперь предприятие – это институциональная организация совместных усилий для систематического создания каких-либо продуктов.

Инициатором той или иной попытки совместного создания экономических благ, приобретающих товарную форму, выступает предприниматель. На свой страх и риск он создает предприятие. Проявляя предприимчивость в экономической сфере (это универсальное сложное свойство, включающее в себя инициативность, рисковость, оборотистость, находчивость, изобретательность, практичность), он стремится особым образом организовать предприятие. Чтобы предприятие приносило систематическую прибыль субъект предпринимательства, ощущая на себе ответственность за предложенную инициативу, старается превратить его из рискованной в стабильную, институциональную организацию. Имея личную заинтересованность получения предпринимательского дохода, предприниматель постоянно стремится расширять предприятие, вкладывать в него все новые ресурсы и развивать его во все новых формах.

Исходя из вышесказанного, мы определяем *предпринимательство как деятельность, которая на основе риска инициатирует, на основе предприимчивости организует, на основе ответственности стабилизирует, на основе личной заинтересованности развивает те или иную новую форму создания и реализации товара* (6). Раскрыв логическое определение предпринимательства, обратимся к его *историческому определению*.

Изучение предпринимательства как социально – исторического феномена имеет давнюю историю, характеризуя которую необходимо отметить междисциплинарный характер исследований в этой области, существование многочисленных интерпретаций и основных методологических подходов к определению понятия «предпринимательство». В рамках даже одной научной дисциплины диапазон трактовок «предпринимательства» чрезвычайно широк, а потому крайне важна проблема его теоретической идентификации.

В определении содержания понятия «предпринимательство» в истории экономической мысли до середины двадцатого столетия делается несколько важнейших шагов, которые связаны с изменением оценки характера предпринимательской деятельности и обусловлены парадигмальными сдвигами в изучении картины экономической реальности [2]. В интерпретации представителей различных экономических школ понятие «предпринимательство» передавался по-разному, как «entrepreneur» (эквивалент французского слова «предприниматель»), «enterpreneurship» (предпринимательство), «entrepreneurial» (предпринимательский), «business-leader» (бизнес-лидер), «innovator» (инноватор), «capitalist» (капиталист), «adventurer» (авантюрист), «self-employed» (самозанятый) и даже «undertaker» (прямой перевод немецкого термина *unternehmer*-«предприниматель»).

Принято считать, что одним из первых, кто серьезно заинтересовался таким явлением, как предпринимательство, был А. Смит (1723–1790). Однако за десять лет до него этими проблемами очень интенсивно занимался Р. Кантильон (1680–1734). Именно ему принадлежит заслуга формулирования тезиса, согласно которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать дороже. Именно он назвал этих субъектов рынка предпринимателями [5]. Кстати, «предприниматель» – слово французское, в буквальном смысле означающее «посредник». Предприниматель в понимании Р. Кантильона был субъектом особым, наделенным способностями предвидеть, рисковать, брать на себя полноту ответственности за принимаемые решения, да и принимать их не только в стандартных ситуациях, но и в обстоятельствах рискованных, в том числе в инновациях. Р. Кантильон обратил внимание на то, что такие люди преуспевают и в производстве, но не обязательно являются собственниками функционирующего капитала[5].

Таким образом, сущность предпринимательской деятельности и предпринимателя сводилась только к субъективному моменту. Такая точка зрения не позволяет выявить объективные причины предпринимательской деятельности.

В современной науке идеи Р. Кантильона нашли отражение в работах представителей австрийской экономической школы в лице Л. Мизеса (1881–1973), Ф. Хайека (1899–1992) и особенно И. Кирцнера. В частности, И. Кирцнер отмечал, что свойства неравновесных рыночных ситуаций заслуживают не меньшего внимания, чем равновесных. Неравновесные ситуации базируются на расхождении между спросом и предложением, как во времени, так и в пространстве. Отсюда и возникают возможности для получения добавочной прибыли, а сущность предпринимательства сопрягается с использованием этих возможностей [5].

Попытки найти объективные причины предпринимательства предприняли представители классической экономической школы.

Так, А. Смит под предпринимателем понимал собственника предприятия. Соответственно трактовалась им и цель предпринимательской деятельности – получение предпринимательского дохода. Такое понимание этих категорий одним из основателей классической школы политической экономии было исторически оправдано, так как основной формой функционирующей собственности в то время была семейная малая и средняя фирма, в которой капитал воспроизводился, как правило, хозяином средств производства, его родственниками и соратниками.

К. Маркс(1818–1883) вслед за А. Смитом и другими представителями английской классической школы также применял, по существу, понятие «предприниматель» как синоним функционирующего капиталиста. Правда, он один из первых обратил внимание на инновации как одним из важнейших факторов накопления капитала и получения добавочной прибыли.

Ж.Б. Сэй (1767–1832) уже в начале XIX века отличал доход на капитал от предпринимательского дохода. Он считал, что функции предпринимателя заключаются в умении соединять, комбинировать факторы производства. Целью и результатом такой деятельности является предпринимательский доход. В отличие от представителей классической школы политической экономии и К. Маркса основную функцию предпринимателя Ж.Б. Сэй видел не в извлечении прибавочной стоимости (прибыли), а в организации и управлении воспроизводством в рамках обычной хозяйственной деятельности [5].

Заметный вклад в развитие теории предпринимательства внес Й. Шумпетер (1883–1950). В своих исследованиях он исходил из связи предпринимательства с, так называемой, динамической неопределенностью. Согласно его выводам, в экономике, в которой отсутствуют технический прогресс, воспроизводство представляет собой рутинный процесс, где нет неопределенности будущего. В такой ситуации нет места и предпринимательскому доходу. Инновация трактовалась Й. Шумпетером как открытие нового технического знания, используемого в воспроизводстве. Причем, она определялась достаточно широко, не только как внедрение в производство новых технологий и новых сырьевых продуктов, но и как освоение новых источников и форм снабжения, новых форм организации труда и производства и т.д.

Таким образом, возмущающие экономические изменения сведены Й. Шумпетером к инновациям, а предпринимателя он отождествляет с инноватором. Именно предприниматель, по его мнению, является источником всех изменений в экономике.

По Й. Шумпетеру предприниматель – не обязательно физическое лицо, им может быть и группа людей; предприниматель – не обязательно собственник, в этом качестве способен выступать и менеджер. К тому же предпринимательский статус непостоянен, субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда он осуществляет функции инноватора. И утрачивает этот статус, коль скоро переводит свой бизнес на рельсы рутинного процесса.

В поисках объективных условий осуществления предпринимательской деятельности развивали свои идеи А. Тюнен (1783–1850), а в последствии Ф. Найт (1885–1974).

А. Тюнену удалось развернуто охарактеризовать предпринимателя как обладателя особых качеств (умеющего рисковать, принимать

нестандартные решения и отвечать за свои действия) и потому претендующего на незапланированный (непредсказуемый) доход. Правда, А. Тюнен считал, что предприниматель не обязательно должен быть инноватором.

Взгляды А. Тюнена были развиты Ф. Найтом в работе «Risk Uncertainty and Profit» в 1921г. В ней, во-первых, он основательно исследовал такие категории, как риск и неопределенность, проводя между ними различия. Во-вторых, показал, что, несмотря на неопределенность будущего, предприниматель может «угадать» основные параметры развития производства и обмена и потому получит дополнительный коммерческий эффект. Предпринимательский доход по Ф. Найту – это разница между ожидаемой (прогнозируемой) денежной выручкой фирмы и реальной ее величиной. Такого дохода не может быть в стационарной экономике, где будущие события в точности предугадываются. Получение такого дохода связано с чрезвычайной неопределенностью, использованной под ответственность предпринимателя. Эта неопределенность по своей природе не может быть ни застрахована, ни капитализирована, она порождается рынком [5].

Иной взгляд на проблему сущности предпринимательства вырабатывался у представителей других научных дисциплин, среди которых преобладают социология и социальная психология. Здесь к выявлению сущности предпринимательской деятельности подходят через анализ субъекта этой деятельности.

Целый ряд мыслителей, в основном Германии, рассматривали предпринимательство через категорию духа. Впервые о предпринимательском духе на рубеже XIX–XX веков заговорили представители немецкой исторической школы (В. Зомбарт (1863–1941), М. Вебер (1864–1920)). Уникальная картина экономической реальности этой школы определила их специфический взгляд на предпринимателя как носителя особого Духа, укорененного в социальных устоях, нравах и обычаях данного народа и характерного для данной конкретной ступени хозяйственного развития. Предпринимательский дух, как совокупность всех душевных качеств, необходимых для успешного функционирования предприятия, выступал у Зомбарта одним из составляющих капиталистического духа и его носителя – буржуа. «Предприниматель, если хочет иметь успех, – писал Зомбарт, – должен осуществлять весьма различные функции (три), а именно: завоевателя, организатора, торговца» (20, С.46). Выполнение этих функций требует определенных душевных качеств и многочисленных способностей, в числе которых Зомбарт называл обладание духовной свободой и духовной энергией, постоянство воли, организаторские способности, умение хорошо вести переговоры и убеждать клиентов, решительность и готовность к риску [20, С.45-49] .

«Дух» капитализма у Вебера явился в значительной степени производной религиозных устоев, чем личностных качеств как у Зомбарта. Религиозный переворот, произошедший в Западной Европе в период Реформации, был необходимой предпосылкой возникновения капиталистического духа, то есть «того строя мышления, для которого характерно систематическое рациональное стремление к законной прибыли в рамках своей профессии» [20, С.85]. С точки зрения Вебера в качестве необходимых условий для предпринимательской деятельности выступают ценности протестантской этики.

В рамках американской традиции определения психологического облика предпринимательства исследуются его основные психологические характеристики, такие как мотивация достижения (жажда успеха), опора на собственные силы (внутренний локус – контроль), отношение к риску и ценностные ориентации предпринимателей[1].

Принимаются попытки дать социальный портрет предпринимателя. В ряде работ зарубежных исследователей социологическая сущность понятия предпринимательства раскрывается через изучение сетевых связей (social network) [1].

Что касается современных экономических трактовок предпринимательства в зарубежной и отечественной литературе, то в разнообразных его определениях отличительным признаком выступает инновационный характер данной деятельности. Эта традиция восходит к классической работе Й. Шумпетера «Теория экономического развития», вышедшей в начале XX века. Инновационную теорию предпринимательства развивал также П. Друкер в книге «Нововведения и предпринимательство», где писал, что «нововведение – это особый инструмент предпринимателей, средство, при помощи которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг» [20]. Аналогичной позиции придерживается шведский экономист и психолог К.Э. Варнерид, определяющий предпринимательство как деятельность по созданию социальных связей или социальных структур (таковой, несомненно, является фирма, предприятие, компания), в той сфере, где раньше их не существовало [20]. В отечественной литературе близкой точки зрения придерживаются Л.И. Абалкин, В.С. Автономов, А.И. Агеев, П.Г. Бунич, А.В. Бусыгин, Г.В. Горланов, А.М. Емельянов, Т.И. Заславская, В.В. Куликов, А.Я. Лившиц, В.В. Радаев, Г.П. Черников, А.Ю. Чепуренко, В.М. Яковлев и др. [16].

В целом можно выделить три основных позиции, вытекающие из трактовок предпринимательства как инновационной деятельности.

Согласно первой, предпринимательство обозначается как разновидность социальной деятельности (поведение социального субъекта), как специфическая деятельность, связанная с инновациями и в

некоторых случаях с риском. По мнению П. Друкера, предпринимательство не ограничивается экономической сферой, несмотря на то, что именно в ней зарождается. Оно соотносится со всеми видами человеческой деятельности, «кроме тех, которые можно отнести не к социальным, а к экзистенциальным», то есть вне зависимости от области приложения смысл предпринимательства остается неизменным. «Как предприниматель в сфере образования, так и предприниматель в сфере здравоохранения по решаемым задачам, используемым инструментам и встречающимися трудностями мало чем отличаются от предпринимателя в коммерческо-производственной деятельности» [1].

Таким образом, инновационность – особый инструмент предпринимательства, а само предпринимательство как действие направлено на то, чтобы вдохнуть в имеющиеся ресурсы (капитал, труд, управление и время, которые одинаковы для всех видов социальной деятельности) новые свойства с целью создания благ.

Согласно второму подходу, предпринимательство трактуется как вид хозяйственной деятельности, то есть ограничивается экономической сферой. В понимании содержания этой деятельности у экономистов есть определенные разногласия, где можно явно обнаружить две тенденции в определении предпринимателя:

а) как хозяйственного субъекта, осуществляющего сугубо репродуктивные функции комбинирования факторов производства с целью извлечения и максимизации дохода. Данное направление зародилось в статических системах классической и неоклассической экономических школ, представителями которых описывали предпринимательскую функцию как часть экономического «мира», смоделированного ими (Р. Кантильон, неоклассики А.Л. Вальрас, Дж. Б. Кларк, А. Маршалл, основатель теории транзакционных издержек Р. Коуз). Роль предпринимателя, как утилизатора уже имеющихся рыночных возможностей, координатора наличных ресурсов для удовлетворения спроса, представляется здесь достаточно пассивной. В современной интерпретации (например, у А. Хоскинга) «предприниматель» и «бизнесмен» выступают как синонимы [1, С.8-10];

б) как хозяйственного субъекта, осуществляющего инновацию. Подчеркивая активный, инновационный характер предпринимателя, который в условиях рыночного несовершенства и неопределенности результатов экономического действия создает новые рыночные возможности (осуществляет новые комбинации факторов производства), а не просто приспосабливается к рынку (М. Вебер, П. Друкер, В. Зомбарт, И. Кирцнер, Л. Мизес, Ф. Тоссинг, Дж. Тюнен, Ф. Хайек, Г. Шмоллер, Й. Шумпетер, Дж. Шэкл).

Популярным остается и взгляд на предпринимателя как агента экономического роста, несущего бремя различных рисков в условиях

неопределенности спроса (у Р. Кантильона, Л. Мизеса, Дж. Милля, Ф. Найта, Дж. Тюнена и др.), что, впрочем, отнюдь не всегда считается существенной чертой предпринимателя (подтверждение тому – позиция Й. Шумпетера).

Наконец, имеет место попытка рассматривать предпринимательство через понятие «предприниматель», под которым подразумевается человек, действующий в условиях свободной рыночной экономики и преследующий в качестве основной цели максимизацию прибыли. Современное прочтение предпринимательской функции дает, например, Третий Международный словарь Вебстера (Webster's Third New International Dictionary, 1961), определяя предпринимателя как «организатора экономического предприятия, кто его начинает, им владеет, управляет и принимает на себя риск своего бизнеса» (16, С.18). При этом предприимчивость как бы остается на втором плане, уступая место трактовке предпринимательства как типа экономической деятельности, с одной стороны, и социального слоя – с другой. Согласно данной позиции предпринимательство следует рассматривать как «процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий в результате денежный доход и моральное удовлетворение достигнутым» [16, С.26].

В приведенных трактовках предпринимательство охватывает разнородные признаки: экономические (получение прибыли, автономность экономических решений), социокультурные (социальный слой, группа), психологические (творчество, личный риск, удовлетворенность). Это подтверждает сложность и многогранность исследуемого явления.

Однако в рассмотренных выше позициях предпринимательская деятельность анализируется односторонне. То есть выделяется и абсолютизируется субъективная или объективная сторона предпринимательской деятельности, исходя из которой, осмысливается сущность этого социального явления.

На наш взгляд, предпринимательство есть деятельность, обладающая системностью. Это система противоречивой взаимосвязи субъективных и объективных сторон деятельности. На основе единства логического и исторического определим системную сущность предпринимательской деятельности, как особого вида экономической деятельности; сущность предпринимателя как субъекта этой деятельности.

По нашему мнению, сущность предпринимателя как субъекта экономической деятельности может быть выражена в следующей формулировке:

предприниматель – это субъект деятельности, способный по-особому соединять факторы производства (труд, земля, капитал), организовывать процесс воспроизводства на инициативной, инновационной, рискованной основе под полную экономическую ответственность, которая дает возможность получать предпринимательский доход.

Способность по-особому соединять факторы производства на инновационной, рискованной основе зависит от личностных качеств предпринимателя. Они обусловлены свойствами объекта предпринимательской деятельности. Необходимость придания товару новых потребительных свойств, предполагает наличие таких личностных качеств субъекта как умение принимать нестандартные новаторские решения в неопределенных ситуациях; умение оперативно оценивать инновации с точки зрения эффекта и конечного результата предпринимательской деятельности; умение рисковать на основе оценки рыночной ситуации и т.д. Реализация этих способностей во взаимодействии с объектом отличает данного субъекта от обычного хозяйственника [17].

Предприниматель комбинирует факторы производства для изготовления нового, неизвестного потребителям блага; открывает новые способы производства (технологий) и коммерческого использования уже существующего товара; осваивает новые рынки сбыта, новые источники сырья; производит реорганизацию в отрасли для создания своей монополии или подрыва чужой с целью получения предпринимательского дохода.

Предпринимательский доход – это прибыль, которая создается в инновационном, рисковом процессе производства и реализации продукции. Процесс получения такой прибыли и составляет глубинную экономическую сущность предпринимательской деятельности. Предприниматель по-особому, на инновационной и рискованной основе организует и управляет процессом производства.

Таким образом, в предпринимательской деятельности выделяют три компонента – личностный, экономический и организационно-управленческий. Они находятся в органической взаимосвязи и проявляются в едином процессе предпринимательской деятельности.

На основе вышеизложенного сформулируем следующую дефиницию:

Предпринимательская деятельность – это особый вид экономической деятельности, в которой ее субъект, предприниматель, экономически целесообразно соединяет ресурсы (вещественные и личные факторы производства), организует и управляет процессом воспроизводства на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода [17].

Структурный анализ предполагает выявление форм субъекта и объекта предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность в рыночной экономике может осуществляться в многообразных организационных формах, где субъектом деятельности могут выступать индивид, социальная группа. Как было отмечено выше, в экономической области основной ячейкой предпринимательской деятельности, ее инструментом выступает предприятие, организованное в виде единоличного предприятия, партнерства, корпорации. Предприятие представляет собой экономическую категорию и, «будучи...первичной ячейкой производства, включает в свой состав известную совокупность материальных ресурсов, которые являются вещественными факторами производства в их натуральной форме» [16, С.57]. Предприятие отражает взаимосвязь двух сторон одного явления, в котором предприятие как таковое выступает не только как совокупность материальных элементов, но и как способ существования и выражения сущности предпринимательства, его различных модификаций.

Определим характерные черты деятельности субъекта предпринимательства, проявляющегося в различных формах.

Индивидуальный субъект деятельности.

Если рассматривать предпринимательство с экономических позиций, то субъектом этой деятельности, носителем новаторской идеи выступает экономически активный, предприимчивый человек, обладающий деловыми качествами, характерными для хозяйственной предприимчивости как таковой. Обязательное при этом условие – не ограничиваться только разработкой идеи, а, придав ей коммерческий характер, стремиться воплотить в жизнь. Поэтому субъект предпринимательства так организует свою деятельность, что его доход напрямую зависит от количества и качества произведенного им и реализованного на рынке продукта (или услуги).

Предпринимательство, осуществляющееся через единоличное предприятие, отличается тем, что за одним лицом закрепляются все функции, связанные с деятельностью предприятия: предприниматель, как это было в самом начале его появления, – и собственник, и управляющий, и исполнитель. Частно-индивидуальное предприятие предпринимательского типа основано на полной экономической свободе и независимости в действиях собственника, позволяющие ему принимать гибкие и оперативные управленческие решения в вопросах приумножения собственности [23]. Предприниматель по своему усмотрению выбирает сферу деятельности, создает предпринимательскую структуру для производства тех общественных полезностей, которые, по его мнению, принесут ему коммерческий успех. Его деятельность регулируется лишь договором о купле – продаже,

налоги он платит как частное лицо. Достоинство данного предприятия очевидно: полная самостоятельность предпринимателя и, соответственно, его неограниченная личная инициатива, позволяющая субъекту деятельности удовлетворять одну из важных потребностей, мотивирующих его активность – потребность в самореализации. Впрочем, есть и обратная сторона этого достоинства: столь же неограниченная ответственность в случае неудачи. Деятельность предпринимателя осуществляется в условиях неопределенности рыночной среды, с заведомо неполным знанием о ней, а значит она рискованна в своей основе. В случае неуспеха предпринимательского начинания, а тем более банкротстве, индивидуальный предприниматель теряет почти все свое имущество.

Здесь следует отметить, что на выбор форм хозяйственной деятельности влияют размеры капитала, мера готовности предпринимателя брать ответственность на себя (в полной мере или частично) за результаты своей деятельности, а также размах предполагаемой деятельности и ее виды.

Поэтому на принципах единоличного хозяйства организовано преимущественно малое предпринимательство. В экономически развитых странах оно превратилось ныне в мощную экспериментальную базу для апробации всякого рода нововведений – как раз потому, что здесь нет препятствий для рискованных действий: предприниматель волен поступать по собственному усмотрению. Такие предпринимательские структуры характеризуются максимальной гибкостью и независимостью, здесь владельцы сами выполняют административно – управленческие обязанности. Малое предпринимательство ориентировано, прежде всего, на локальный рынок, на производство и поставку узкого круга товаров и услуг. Здесь ограничены не только объемы производства, но и количество занятых работников, хозяйственный оборот, стоимость активов, а также размер уставного капитала. Благодаря низкой капитало-, материало- и трудоемкости, создающих условия для достижения и поддержания высокой производительности труда, малое предпринимательство приобретает достаточную конкурентоспособность.

Коллективный субъект деятельности.

Предпринимательство в современном обществе перестает быть делом одиночек, следующих своему личному интересу. Поскольку оно осуществляется в непрерывно расширяющемся и меняющемся пространстве, многообразии обстоятельств, которые предстоит связать предпринимателю при комбинировании факторов, вызывает необходимость сотрудничества. Здесь одной из важнейшей проблемой становится сплоченность группы, участвующей в предпринимательстве. Предприниматель, естественно, стремится сплотить вокруг себя людей с

наилучшими деловыми и профессиональными качествами, однако, непосредственно воспользоваться этими качествами он может только тогда, когда, во-первых, создается определенное отношение между участниками предприятия, которое позволяет им вместе работать, и, во-вторых, обеспечивается такая организация предприятия, которая обуславливает оптимальное взаимодействие индивидуальных усилий, чтобы совокупный (аддитивный, эмерджентный) эффект совместной деятельности превосходил простую сумму усилий отдельных индивидов. И первое, и второе возможно лишь в том случае, когда каждый член предпринимательского коллектива отождествляет свои цели и ценности с ценностями и целями группы. Другими словами, важной основой успеха коллективного предпринимательства является сплоченность участников предприятия: зачастую мера прибыли напрямую зависит от того, насколько сплоченной является команда, занимающаяся извлечением этой прибыли под руководством предпринимателя.

В предпринимательском коллективе инициатор появления нового предприятия вынужден делить доход с другими собственниками. В данном случае и ответственность за неудачу и банкротство делится в зависимости от вложенного капитала. Поэтому работа командой является самой типичной формой предпринимательской деятельности. В корпоративных объединениях такой вид деятельности обязателен, иначе предприятие окажется обреченным на гибель. Крупные предприятия, транснациональные в особенности, не только допускают современную предпринимательскую деятельность, но и представляют наиболее развитые ее формы. Достигнуто это во многом благодаря охватившей такие предприятия перестройке в системе социальных отношений. Утвердились организация работы небольшими командами, демократизация взаимоотношений руководителя и подчиненных, применение системы заинтересованности новаторов в финансовых результатах деятельности предприятия (не следует полагать, что вообще в предпринимательской деятельности доминируют материальные интересы; превалирует здесь все же сама возможность реализации творческих потенций работника как личности).

Корпоративное предпринимательство создает максимально благоприятные условия для привлечения инвестиций, аккумуляции поступлений из различных источников.

Привлекательными специфическими компонентами корпоративного предпринимательства являются: крупное диверсифицированное инновационное производство; эффективный механизм внутриотраслевого, межотраслевого и внутрифирменного перелива капитала; гарантировано устойчивое существование независимо от изменения состава владельцев; классифицированный менеджмент, основанный на личной ответственности, высоком профессионализме

управляющих. Главное достоинство корпоративного предпринимательства – масштабы производственно-коммерческой деятельности.

Индивидуальное и корпоративное предпринимательство позволяют максимально эффективно использовать производственный аппарат, производственную и социальную инфраструктуру, трудовые, интеллектуальные и природные ресурсы, существующие экономические, прежде всего, рыночные и правовые отношения.

В экономике любой страны существует государственный сектор. Его образуют предприятия, находящиеся либо полностью в собственности государства, либо под его контролем через владение контрольным пакетом акций корпоративных предприятий. Поэтому наряду с индивидуальным и коллективным предпринимательством рассматривается государственное предпринимательство.

Государство выступает в роли коллективного субъекта предпринимательства, если созданные им предприятия состоят на хозяйственном расчете, не финансируются в сметном порядке и выступают в предпринимательском обороте «как самостоятельные и не связанные с казной предприятия». Государственные предприятия, как и частные, стремятся к наиболее выгодному вложению капитала и наибольшему доходу. С точки зрения организации своей хозяйственной деятельности они почти ничем не отличаются от частных предприятий (предприятия отраслей легкой промышленности, бытовая электроника и т.д.). Руководство государственных предприятий самостоятельно определяет его производственно – финансовую политику, рынки сбыта и т.д. Дело в том, что, когда субъект, имеющий полномочия использовать государственную собственность, выступает как самостоятельный и равноправный партнер в рыночной конкуренции, то форма собственности перестает играть свое решающее значение. Об этом, в частности, говорит весь мировой зарубежный опыт. За рубежом государственные предприятия являются ведущими предпринимателями и успешно конкурируют с частными предпринимателями. Более того, иногда государство проводит национализацию многочисленных частных предпринимательских групп (например, в Великобритании, Португалии), устанавливает монополию на целые отрасли экономики .

Такие процессы имеют место в условиях ухудшения экономической конъюнктуры. В этом случае государство как бы берет на себя проблему вывода экономики из кризиса, сохранения научно – технического потенциала, задачи технического и технологического перевооружения, так как в этом объективно заинтересованы все слои населения. И, наоборот, при благоприятной экономической конъюнктуре государственный сектор испытывает тенденцию к сжатию: государство как бы освобождается от лишней нагрузки по развитию производства,

опираясь в большей степени на частную инициативу, сосредотачиваясь на решении иных социальных задач, средства для чего черпает из увеличивающихся – вследствие благоприятной экономической конъюнктуры – налоговых сборов.

Таким образом, главный аспект в постановке вопроса об отнесении того или иного лица к субъекту предпринимательства должен касаться не того «что» и «кто» выступает в роли субъекта деятельности, а как использует субъект свое имущество. Наличие государственного сектора наряду с другими формами предпринимательской деятельности в национальном хозяйстве способствует повышению его эффективности. Мировой опыт свидетельствует, что решающую роль в экономике играет не характер собственности, а условия ее реального функционирования, отношения между собственностью и управлением.

Подлинное предпринимательство выступает как рыночное по своей сущности явление: оно определяется степенью свободы (самостоятельности) экономического поведения товаропроизводителя. Это поведение подразумевает свободу спроса и предложения производимого товара, свободу инициативы и предпринимательства, свободу мышления и действий. Общество с сформировавшейся регулируемой рыночной экономикой представляет собой *предпринимательское общество* с отчетливо выраженным предпринимательским характером. Это общество основано на частной собственности и конкуренции; свободе выбора и предпринимательства; свободном ценообразовании и активной роли государства в вопросах макроэкономического регулирования.

Рыночная организация экономики наиболее эффективна, она требует от общества наименьших издержек при решении важнейших экономических проблем: Что, Как, Для кого производить. Удовлетворение потребностей общества в разнообразных товарах и услугах зависит от имеющихся ресурсов труда, земли, сырья; материально-технических факторов производства. Но не менее важно и то, как используются эти экономические ресурсы, какие технологии избираются для выпуска продукции, насколько экономически целесообразно распределяется произведенное. Рынок беспристрастно и жестко осуществляет отбор как товаров, так и способов их производства. Для одних участников рыночной экономики эти требования оказываются непомерными, и они выбывают из «игры» из-за убытков и банкротства. Успех и прибыли других свидетельствуют об удачно выбранных направлениях деятельности, эффективности принятых решений. Этот своеобразный экономический отбор, независимо от того, одобряют или не одобряют его люди, привносит важнейшие организующие и регулирующие начала в систему экономики.

Оказывая определяющее влияние на процесс создания потребительских товаров и услуг, рынок выполняет важные функции. Главная из них – ценообразование. Стимулирование предпринимательства, экономия применяемых ресурсов, объем производства и ассортиментная структура выпускаемой продукции, стандарты качества товаров и услуг – все это определяют рыночные цены.

Другой функцией рынка выступает конкуренция. В определенном смысле рынок и конкуренция синонимы. Рыночная конкуренция – это процесс открытия новых возможностей в производстве новых и более дешевых товаров. Успех в конкурентном процессе обеспечен тому, кто сумеет обнаружить в системе рынков едва обозначенные контуры новых потребностей и технологий производства, использовать незамеченную другими разницу между нынешними ценами и ценами на товары, которые будут произведены с их помощью. Конкуренция создает своеобразное экономическое принуждение, заставляет поддерживать высокую деловую активность, постоянно искать новые возможности экономического роста.

Таким образом, рыночная экономика представляет собой подчиненную действиям законов спроса и предложения, закона стоимости функционирующую систему атомизированных производств, в которой независимые товаропроизводители, исходя из цели достижения наибольшей прибыли, самостоятельно и свободно выбирают виды производственной деятельности, самостоятельно устанавливают необходимые им экономические связи с партнерами, вступая в конкурентную борьбу за выживание, совершенствуют технологический и организационный уровень производства, опираются на рыночную инфраструктуру (биржи, банки, страховые компании и др.), учитывают денежную и налоговую политику государства.

Общество с рыночной экономикой формулирует признаки и принципы предпринимательства. К признакам этого вида деятельности следует отнести:

во-первых, свободный выбор предпринимателем производства тех товаров и услуг, которые он сам в состоянии осуществлять и для которых в обществе имеются свободные ниши;

во-вторых, свободный выбор предпринимателем направления производственной деятельности, что связано не только с возможностями производства и конкретной ниши предложенных потребителю товаров, но также и с получением максимально возможных размеров прибыли и ориентацией на достижение наивысшей эффективности производства;

в-третьих, свободный выбор предпринимателем системы организации и управления своей производственной деятельностью, имеющим немало ограничений (денежными, ценовыми, материальными,

творческими, технологическими возможностями и условиями производства, способностями предпринимателей в решении вопросов совершенствования производства в зависимости от его предложения на рынке);

в-четвертых, необходимость постоянной поддержки частнособственнической деятельности вне зависимости от ее конкретной юридической формы. Последняя может быть индивидуальной частной собственностью, коллективной собственностью, а также смешанной с участием государства и государственной собственности;

в-пятых, самостоятельное установление цен на создаваемый товар;

в-шестых, постоянное стремление предпринимателей сохранить, возместить и увеличить капитал, способствуя устойчивости производства на рынке, усилению конкуренции;

в-седьмых, характер свободы предпринимателей по отношению друг к другу.

В соответствии с формами предпринимательства складываются связи и зависимости субъектов деятельности на базе их капиталов. Мелкие капиталы (а в разных странах минимальные размеры капитала бывают разными) в условиях рынка исключительно редко бывают самостоятельными. Кроме того, предприниматели в таких случаях и сами не всегда стремятся к самостоятельности. Крупное предпринимательство самостоятельно в решении множества финансовых и производственных вопросов, но степень этой самостоятельности тоже нельзя назвать полной, ибо такое предпринимательство – составная часть общественного капитала. Следовательно, законы последнего должны неукоснительно соблюдаться любыми производственными единицами, стремящимися к нахождению выгодных и приемлемых зависимостей.

Очевидно, имеют место и другие признаки предпринимательства, но названные, отражая важнейшие возможности рыночной экономики, выступают ведущими и основными. На их основе историческая практика развития человеческого общества выработала определенные правила (принципы) предпринимательства, которые одновременно являются и принципами рынка. К ним относят:

- необходимость выявления ниши недостающих товаров и услуг;
- цель – получение максимальной прибыли и высокой эффективности;
- потребность в совершенствовании производства определяется положением производства на рынке;
- осуществление частнособственнической деятельности с помощью коммерческого расчета;
- стремление производства к установлению среднего уровня цен;
- обеспечение возможности накопления капитала;

- необходимость наличия выгодных взаимосвязей капиталов в рамках общественного капитала.

Объективные условия и принципы функционирования рыночной экономики в ее подлинном значении совпадают с предпринимательством. Поэтому рыночное общество можно назвать предпринимательским обществом. Предпринимательство здесь становится типичным и достаточно массовым элементом общественной системы.

Возникновение и становление такого общества неразрывно связано с международными экономическими отношениями, имеющими многовековую историю. На протяжении столетий они существовали преимущественно как внешнеторговые связи, решая проблему обеспечения населения товарами, которые национальная экономика производила неэффективно или не производила вовсе. В ходе эволюции внешнеэкономические связи переросли рамки внешней торговли и превратились в сложную совокупность международных экономических отношений, затрагивающих интересы всех государств мира, превратив их в открытые системы, в поле взаимной экономической зависимости. Взаимозависимость усиливается углубляющейся интернационализацией хозяйственных связей, НТР, принципиально новой ролью средств информации и коммуникаций, невозможностью эффективного функционирования экономики в условиях автаркии – национальной экономической самообеспеченности.

Обобщив вышесказанное отметим, что в качестве субъекта предпринимательской деятельности выступает индивид, функционирующий в рамках единоличного предприятия, коллектив единомышленников, действующий в рамках партнерства, корпорации. Участие субъекта в предпринимательской деятельности представляет собой особый вид экономической активности в условиях рыночной экономики. Ее можно трактовать как целенаправленную деятельность субъекта предпринятая с целью получения предпринимательского дохода путем создания, сохранения увеличения организационной единицы, являющейся совокупностью ресурсов, капитала, информации и труда (то есть предприятие), которая является мерой успеха субъекта деятельности, формой его самореализации, во взаимодействии с экономическими, политическими и социальными условиями того периода развития общества, который позволяет значительную степень свободы принятия решений [13].

В условиях развитых рыночных отношений субъект предпринимательства не ставит цель содействовать общественной пользе. Однако экономический интерес предпринимателя реализуется лишь при работе его на общество. Если этот вид деятельности не позволяет удовлетворить какую-либо общественную потребность, то субъект предпринимательской активности не получит

предпринимательского дохода. Экономическая власть предпринимателя – это делегированная власть потребителя: она увеличивается, если наказы потребителя выполняются и уменьшается, если они не учитываются [10]. Поэтому субъект предпринимательства направляет свою деятельность на производство того, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

Значит, *объектом* предпринимательской деятельности выступают товарная продукция или услуга с новыми потребительскими свойствами.

Инновационная и рискованная деятельность предпринимателя в условиях рыночной неопределенности носит поисковый характер. Он должен определить свою «нишу» в структуре общественного воспроизводства, «угадать» на какой продукт или услугу, в какое время, на каком сегменте рынка окажется наибольшим платежеспособный спрос. В результате общество получает новые товары и услуги, новые потребительские качества, новый уровень потребления.

В условиях конкурентной борьбы выбор выпускаемой продукции и связанные с этим разные аспекты организации производства осуществляются предпринимателем самостоятельно. Здесь многое зависит от знаний, энергии, своего рода чутья товаропроизводителей, являющихся в силу этого предпринимателями. Профессиональный подход предпринимателя к своей деятельности предполагает прежде всего внимание к качеству, потребительским свойствам, цене, внешнему виду, упаковке товара, маркировке, сервису и т.д.

Так, субъект предпринимательства, выходящий на рынок с традиционным и хорошо известным потребителям товаром (услугой) с самого начала должен отдавать себе отчет в том, какие усовершенствования с целью повышения своей конкурентоспособности он должен вносить, насколько глубокими они должны быть и как быстро осуществляться. Для этого субъект деятельности оценивает перспективы выхода на данный рынок и выясняет, каких изменений в товаре ждет потребитель (тактика «выявленного интереса»). Но не только. Сегодня недостаточно заниматься совершенствованием лишь ассортимента товаров и услуг. Не менее важны нововведения в методах работы с рынком, с потребителями. Потребителей субъект предпринимательства «воспитывает» путем соответствующей рекламы, поощрений, сервиса, сопутствующего продаже и потреблению, ибо, осуществляя тактику постоянных улучшений, можно достаточно долго удерживать свою рыночную нишу и обеспечить рост сбыта и предпринимательского дохода.

Если предприниматель выводит на рынок принципиально новый продукт, не имеющий близких аналогов, он обязан предварительно подготовить к принятию новинки рынок (через информацию, рекламу, пробные продажи и т.п. – тактика «навязываемого интереса»). Поскольку

чем выше степень новизны и технического совершенства товара, тем большему коммерческому риску подвергает субъект свое предприятие. И совершенно неясно, как примут его потребители.

Таким образом, маркетинговые исследования, использование в производстве новейшей техники и технологии, новые формы организации и управления производством позволяют снижать индивидуальные издержки в сравнении с общественными, на базе которых формируются рыночные цены. В результате предприниматель получает предпринимательский доход, а общество эффективно разрешает проблему максимального удовлетворения потребностей в условиях редкости и ограниченности экономических ресурсов.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ СИСТЕМНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Поскольку предпринимательская деятельности представляет собой вид деятельности, то в широком смысле главной ее функцией является адаптация природной и социальной среды к потребностям человека. Тем самым она обеспечивает не только самосохранение вида *Homo sapiens*, но и стремительный социальный прогресс, в ходе которого изменяются природа, общество, сам человек как объект и субъект собственной деятельности.

Предпринимательство – сложная и многогранная система. Ее функциональный анализ позволяет определить какую роль играет предпринимательство в обеспечении сохранения и непрерывного развития человеческого общества.

Способ реального бытия предпринимательства рассмотрим с точки зрения его внутреннего и внешнего функционирования.

Нам представляется, что *внутреннее функционирование* данной системы имеет экономическое содержание. Ибо предпринимательская деятельность состоит в формировании «новых комбинаций» факторов производства, позволяющих изготавливать новые, неизвестные потребителям блага; открывать новые способы производства (технологии) и коммерческого использования уже существующих благ; осваивать новые рынки сбыта и источники сырья и т.д. с целью извлечения предпринимательского дохода [16].

Таким образом, с экономической точки зрения рассматривают три взаимосвязанные предпринимательские функции:

- ресурсную;
- организаторскую;
- творческую.

Известно, что для организации любой хозяйственной деятельности необходимы объективные (средства производства) и субъективные (работники с достаточными знаниями и умениями) факторы производства. Здесь, наряду с землей, капиталом, трудом, в качестве

четвертого фактора производства видят предпринимательство как совокупность управленческих и межличностных отношений. Именно от умения устанавливать неформальные межличностные отношения и пользоваться разветвленной сетью деловых связей в значительной степени зависят организация работы и успех всякого предприятия. Предпринимательская способность, как особый «редкий ресурс» общества, заключается в умении наиболее эффективно соединять и использовать имеющиеся экономические ресурсы. Таким образом, ресурсная функция предпринимательства реализуется в его организаторской функции. Последняя особенно важна в условиях объективной ограниченности и редкости экономических ресурсов при данном уровне экономического развития. Предпринимательство обеспечивает такое соединение и комбинирование факторов производства, которое лучше всего способствует достижению максимального удовлетворения безграничных общественных потребностей при ограниченных возможностях экономики [44].

Организационно-хозяйственная функция предпринимательства носит инновационный характер. Так как заключается не только в выборе наилучшей из имеющихся альтернатив комбинаций факторов производства, но и в соединении новых рыночных возможностей. Согласно известному определению Й. Шумпетера, предпринимателями называют «хозяйственных субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций с использованием основных факторов производства, по отношению к которым он выступает как активный элемент» [1, С.170]. В этом он видит «основополагающую функцию», отличающую предпринимателей от других хозяйственных субъектов. Й. Шумпетер считал предпринимательство универсальной общеэкономической функцией, подчеркивая при этом, что статус собственника не является определяющим и обязательным атрибутом предпринимателя. Предпринимательство характеризуется не родом занятий, а поведением хозяйственного субъекта. Поэтому предпринимателем может быть и мелкий собственник, и управляющий корпорацией, арендатор и т.д. Общее для всех этих категорий – в особом типе экономического поведения, новаторстве, инициативе, стремлении получить выгоду, желании проверить себя, рискнуть.

Одна из существенных современных тенденций развития мировой экономики – рост значения малого и среднего предпринимательства. Здесь собственник, управляя своим капиталом, совмещает эти функции с личным производительным трудом. Практика показывает, что предприятия, основанные на принципиальных нововведениях, возникают, как правило, в сфере малого предпринимательства. Однако, и корпорации, которые до определенного времени компенсировали угнетенное состояние предпринимательства ростом размеров

предприятия, экономией на масштабах производства и управленческих издержках, развернули энергичное стимулирование предпринимательства в своих стенах. В сфере крупного предпринимательства появляется функциональное разграничение между собственником и предпринимателем. Функция последнего закрепляется за менеджером. Поэтому, по мнению американского исследователя А. Стоуна, «наиболее эффективные результаты, максимальный прогресс и стабильность бизнеса достигаются, если поставить его управляющих в позицию, аналогичную той, какую они занимали бы, ведя собственное дело» [1, С.198]. Корпорации повели работу по изменению структуры управления (от централизованной к децентрализованной – внутрифирменное интрапренерство), усилению мотивации управляющих (обусловленность их доходов результатами деятельности предприятия). Крупное предпринимательство ясно осознало: предприятие, желающее выжить, более того, добиться успехов, нуждается в постоянном притоке новых идей. А для этого ему необходимы менеджеры, чутко улавливающие возможности создания новых товаров, изменяющиеся потребительские вкусы, потребности в новых технологиях (то есть все составляющее суть предпринимательства).

Творческая функция предпринимательства связана с организационно-хозяйственным новаторством. Благодаря ей общество оказывается в выигрыше, так как «...любой продукт изготавливается людьми, умеющими это делать с меньшими или, по крайней мере, не с большими издержками, чем тот, кто данного продукта не производит (и кто при этом не способен направить свои усилия на производство какого-то другого продукта со сравнительно еще более низкими издержками). Поэтому цена любого товара ниже той, по которой он мог бы продаваться, если бы его производили не те, кто фактически занят этим сейчас» [16]. Движущей силой процесса поиска нового является субъект предпринимательства, который стремится обнаружить возможности получения дохода, не замеченные другими.

Значение творческой и новаторской функции рассматриваемого вида деятельности в условиях современного научно-технического прогресса и развития неценовой конкуренции, когда главным орудием соперничества становятся качество, товарные новинки, реклама, послепродажное обслуживание и активное продвижение товара на рынке. Внедрение новинок в процессы производства и реализации продукции создает новый экономический климат для предпринимательства. Быстро растет рынок научно-технических разработок (или венчурного предпринимательства), занятого внедрением новинок техники и технологии. Совершенствуется информационная инфраструктура предпринимательства – расширяется доступ к полезной информации в государственных органах, укрепляются патентно-лицензионные службы,

развивается сеть банковских информационных данных, накапливаемых с помощью IT технологий и др.

Таким образом, предпринимательская функция заключается в совершенствовании способов соединения различных факторов производства с целью повышения эффективности последующего обмена. То есть предпринимательство конституирует три необходимых элемента: организационное действие, инициирование изменений, предпринимательский доход как цель и критерий успеха. Ему экономическая система обязана своим прогрессом.

Рассмотрев внутренние функции предпринимательства, выясним его роль в обществе, иными словами, выделим его социальные (внеэкономические) функции. На наш взгляд, они будут определять сущность *внешнего функционирования* предпринимательской системы. Ибо социальные функции предпринимательства – те, которые прямо или косвенно решают вопросы, связанные с проблемой воспроизводства человека, материальных и духовных условий его существования, а также системы общественных отношений – социальных условий его жизнедеятельности [10]. Все, что производит предприниматель (товары и услуги), предназначено для потребления обществом. То есть предпринимательство неразрывно связано с жизнедеятельностью людей. Конечно, могут возразить, что субъект рассматриваемой деятельности думает, прежде всего, о своей прибыли, то есть, якобы, решает свои чисто меркантильные задачи. Однако еще А. Смит указывал, что предприниматель, преследуя свои узкокорыстные интересы, в конечном итоге служит интересам общества. «Каждый отдельный человек, – писал он, – старается употреблять свой капитал так, чтобы продукт его обладал наибольшей стоимостью. Обычно он имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует лишь собственную выгоду, причем, в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им» [11, С.131-132].

Так что же заставляет предпринимателя помимо его воли, стремлений и желаний отдавать часть ресурсов, прибыли на благо общества? Почему все более очевидно проявляется тенденция повышения роли социального в развитии экономики, что охватывает как базисные, так и надстроечные отношения и процессы?

В настоящее время сформировались две точки зрения на содержание и формы проявления идеи социальной ответственности предпринимательства в обществе. Часть предпринимателей и ученых считают, что роль предпринимательства состоит в деятельности, направленной на увеличение прибыли при условии, что оно поддерживается правил игры и участвует в открытой конкурентной

борьбе, не прибегая к мошенничеству и обману. С другой стороны, высказываются мнения, что этого недостаточно. Учитывая, что предпринимательству приходится действовать в условиях сложного социального окружения, которое может оказывать на него значительное воздействие, необходимо уравнивать чисто экономические цели предпринимательства с социальными целями этого окружения.

Рассмотрим подробнее компоненты социального окружения предпринимательства и постараемся выяснить характер их влияния на него. Любую предпринимательскую структуру можно представить как некую организацию (часть общества) по многим каналам. При этом факторы, воздействующие на организацию, можно представить как факторы прямого, непосредственного воздействия и факторы, которые оказывают косвенное, опосредованное влияние. К первым можно отнести факторы, непосредственно влияющие на деятельность организации и испытывающие на себе ее обратное воздействие. К ним относятся: поставщики материальных, трудовых, капитальных ресурсов, потребители, профсоюзы, конкуренты, законы и учреждения государственного регулирования. К факторам косвенного воздействия относятся: состояние экономики, научно-технический прогресс, социокультурные и политические изменения, обычаи и традиции страны, влияние групповых интересов и существенные для организации события в других странах. Внешнее окружение организации стремится как можно больше получить от нее ресурсов, средств в социальном плане. С одной стороны, организация, выполняя экономическую функцию производства продукции и услуг, необходимых для общества, обеспечивает одновременно работу граждан и максимальную прибыль как вознаграждение для себя, учредителей, и т.п. С другой стороны, оказывается этого недостаточно для нормальной деятельности организации. Во-первых, общество в лице государственных органов через системы налогообложения и ценообразования может в законодательном порядке обязать организацию выделять ресурсы на общественные цели: защиту среды обитания, обеспечение безопасности и защиту гражданских прав населения, защиту гражданских прав потребителей и т.д. Во-вторых, предпринимательская структура может добровольно откликаться на социальные проблемы общества. Речь идет об усилении процессов социализации прибыли, то есть об изъятии прибыли из процесса расширенного воспроизводства и частичном направлении ее на решение внеэкономических задач (социальные программы по развитию культуры, здравоохранения, образования, благотворительные фонды, социальное обеспечение работающих данного предприятия и т.д.).

Чем мотивируется такая добровольная помощь обществу со стороны предпринимательства? Прежде всего, в обществе более

благополучном с социальной точки зрения, гораздо благоприятнее и условия для осуществления предпринимательской деятельности, то есть, очевидны долгосрочные преимущества для предпринимательских структур. Кроме того, в обществе складывается более привлекательный образ данного предприятия, что, при прочих равных условиях, дает существенные преимущества в конкурентной борьбе за рынок, государственные заказы и т.д. Это, в конечном счете, может дать дополнительный доход. То есть внешнее функционирование предпринимательской системы, не связанное непосредственно с извлечением предпринимательского дохода, выступает для предпринимательской системы условием ее становления и развития, способствует ее внутреннему функционированию.

Однако, как и во всяком деле, имеется и обратная сторона. Как правило, расходы на решение социальных вопросов отвлекают часть ресурсов организации от решения прямых задач – экономических. Кроме того, расходы переносятся на потребителя в виде повышения цен. А если учесть, что многие предприятия не специализируются в области решения социальных проблем, то становится объяснимой гораздо меньшая их эффективность в этом направлении, чем у организаций, специализирующихся на решении именно социальных проблем, то есть общество в целом может и проиграть. В связи с этим очень актуален вопрос о границах социальных функций предпринимательства. Очевидно, что верхним пределом социальных функций должна быть экономическая целесообразность предпринимательской деятельности. Выделять средства на решение социальных вопросов, если речь идет об экономической целесообразности предприятия, никто не будет. С другой стороны, нельзя запускать решение социальных вопросов на столько, чтобы это могло грозить социальным взрывом или гибелью одного из факторов производства. Очевидно, здесь будет проходить нижняя граница социальной ответственности предпринимательства.

Следует особо подчеркнуть, что экономическое (внутреннее) и социальное (внешнее) в предпринимательстве взаимосвязаны. Субъект предпринимательства, движимый стремлением получить прибыль, находит новые комбинации соединения факторов производства, производит продукцию (экономическое), а в процессе предпринимательской деятельности воспроизводятся условия жизнедеятельности людей и общественные отношения (социальное). При этом следует учитывать, что для решения социальных вопросов необходимы ресурсы, которые могут быть получены только на основе «экономического». Зачастую отсталость социального не позволяет увеличивать экономические результаты.

Таким образом, диалектика заключается в следующем: достижение социальных целей основывается на экономическом росте, а он, в свою

очередь, зависит от эффективного использования социальных факторов. Необходимо не просто сочетать затраты на расширение предпринимательской деятельности с затратами на «человеческий капитал», а обеспечить тесное взаимодействие факторов экономической и социальной эффективности, направленной на их взаимоусиление.

ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СИСТЕМНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Рассмотренная исторически предпринимательская деятельность представляет социальную систему, складывающуюся под воздействием всех факторов общественного развития. Это историческое явление, оно возникает, меняется, совершенствуется вместе с развитием социальных отношений, которое оно обслуживает и которые оно же постоянно меняет.

«С чего начинается история, с того же должен начинаться и ход мыслей, и его дальнейшее движение будет представлять собой не что иное, как отражение исторического процесса в абстрактной и теоретической последовательной форме; отражение исправленное, но исправленное соответственно законам, которые дает сам действительный исторический процесс...», – отмечали основоположники марксизма [30, С.297]. В историческом анализе мы выделяем несколько этапов становления и развития предпринимательской деятельности.

Предпринимательство, то есть умение человека с пользой для себя обменивать одни виды товаров и услуг на другие или производить новые виды товаров и услуг, опять же с пользой для себя, возникло на самой заре человеческой цивилизации. Уже тогда первобытный охотник обменивал у первобытного рыболова шкуру животного на рыболовные крючки, оба они вступали в деловые, чисто предпринимательские отношения. Но непосредственно первыми предпринимателями по праву можно считать кочевников – скотоводов, обитавших в библейские времена в северных районах Междуречья. Именно они стали первыми посредниками в торговых операциях. Перегоняя свои стада, они поначалу обменивали нехитрые продукты своего хозяйства на те товары, которые сами производить не умели. Со временем пришло понимание того, что гораздо выгоднее купить товар в одном месте и продать его дороже в другом, получив весомую прибыль. Такого рода предпринимательству очень благоприятствовало то обстоятельство, что скотоводы постоянно находились в пути, в движении, и оседлому населению городов Междуречья было удобно пользоваться их услугами. В дальнейшем такое посредничество в торговых операциях превратилось у скотоводов из побочного занятия в основной и высокодоходный промысел.

В целом, в доиндустриальную эпоху предпринимательство находилось на обочине основной экономики. В этот период преобладало

сельское хозяйство, где была занята подавляющая часть трудоспособного населения. Натуральное хозяйство как примитивная форма организации общественного производства характеризовалось слабым развитием общественного разделения труда и господством ручного труда. Базовые потребности большинства населения удовлетворялись без помощи рынка. Поэтому, в условиях архаичного мелкокрестьянского и ремесленного производства и крайнего ограничения сферы денежного обращения, предпринимательская деятельность, как рыночный атрибут, являлась нетипичным экономическим явлением.

В экономике самообеспечения предпринимательская деятельность могла проявить себя только в посреднической сфере. Однако, и здесь, занятия предпринимательской деятельностью были сопряжены с огромными трудностями. Последнее было связано, главным образом, с отсутствием государственных гарантий собственности и правового обеспечения рынка.

Социальную значимость в эту эпоху имели лишь приближенные к власти, а богатство и собственность, взятые сами по себе, мало что значили. Субъекты предпринимательства (ростовщики, купцы) оказывались заложниками властей и не имели никаких реальных прав.

Сколь либо крупные купцы специализировались на поставке дорогих предметов роскоши высшим общественным классам; сколотив же состояние, многие покидали хозяйственное поприще. Ростовщики своими деньгами сужали в основном светских и духовных феодалов на их личные нужды. А без соединения капитала с производством все денежные операции приобретали паразитический характер, и никак не сказывалось на развитии экономики. В ремесленном производстве, где предпринимательство оказалось в предельно жестких рамках цеховой структуры производства, оно также не могло получить должного развития.

Если кто-то в средние века и проявлял устойчивую предпринимательскую наклонность, так это крупнейший распорядитель ресурсов – государство. Устанавливая государственную монополию на определенный вид предпринимательской деятельности, оно часто грабило богатых сограждан ради пополнения собственной казны. Поэтому полученная в результате торговли, ростовщичества, ремесла прибыль зачастую оседала в виде сокровищ, ревниво оберегаемых от постороннего взгляда.

В результате сужения рамок предпринимательской деятельности, вызванного господством натурального хозяйства и корпоративным устройством средневекового общества, затруднялось выдвижение в хозяйственной сфере новых, смелых и энергичных людей. Таким образом, предпринимательство в доиндустриальную эпоху было лишено экономической и социальной мотивации, носило эпизодический характер

и выступало, как правило, в спекулятивной форме. Оно не имело возможности преумножения дохода и богатства, а значит, возможности дальнейшего развития.

В индустриальную эпоху предпринимательство динамично перешло в новое качество – организацию производства, собственного дела не только ради обеспечения личного благополучия и накопления богатств, а главным образом, ради извлечения прибыли, идущей на дальнейшее расширение производства.

Буржуазные революции в Европе привели к смене способа производства, к развитию товарно-денежных отношений, к становлению и развитию рыночной экономики. На экономической арене появляются новые хозяйствующие субъекты, которые в противоположность традиционным, доиндустриальным обладали не только личной независимостью, но и законодательно подкрепленными возможностями капитализации собственности. Для них прежняя жажда богатства соединяется с предприятием, принимает форму непреодолимого стремления извлечения прибыли на вкладываемый капитал как универсальной хозяйственной стратегии. Предпринимательство охватывает все стороны общественного воспроизводства и, прежде всего, его главную – производственную. Воспроизводство промышленного, финансового, торгового капитала их владельцами на инновационной, рискованной основе определяло содержание предпринимательской деятельности в эту эпоху.

Это был своего рода «золотой век» для «старого среднего класса», когда весьма обширные предпринимательские слои могли более или менее гармонично сочетать наличие собственности и приличного уровня доходов, квалификацию и социальный престиж, организационно-правовые полномочия и политическое влияние. Это время триумфа буржуазии, время ее довольства собой и миром. Начавшаяся промышленная революция укрепляет ее могущество и поддерживает в ней веру в общественный прогресс.

По мере достижения институциональной стабильности и юридической защищенности предпринимательство все более специализируется. Дух риска и авантюризма, который ранее требовался даже для обычного торгового дела, отступает перед духом устойчивого развития и экономически целесообразного использования возможностей рынка. На смену средневековому торговцу – вечному страннику, погруженному в мир случайного, приходит вполне оседлый человек, пользующийся все более развитой системой коммуникаций. Возрастает значение деловой репутации. Новый предприниматель вынужден вести себя респектабельно. Авантюрные формы предпринимательства при этом не исчезают, но вытесняются все больше в сферу финансовых манипуляций и «фиктивного» капитала.

В индустриальную эпоху личное преуспевание предпринимателей и их успех в делах становятся общественными ценностями. Предпринимательство получает идеологическое обоснование в протестантской религии [8]. Протестантизм воспитывал в людях личность, ответственную за себя, для которой жизнь в обществе означала неутомимую деятельность по приумножению своего состояния, что способствовало простору и общественного богатства.

Это и стало предпосылкой так называемого «европейского чуда», когда Европа оказалась способной перейти от традиционного типа общества (под которым марксистские историки понимали рабовладельческий, азиатский, феодальный способы производства) к, так называемому, капитализму, под которым ныне понимают начальный этап индустриального общества.

Итогом этого процесса стала широкомасштабная замена ручного труда машинами. Машинизированное производство превратилось в главную сферу экономики. Резко усилилось общественное разделение труда, что привело к росту его производительности. «Величайшее развитие производительной силы труда и преобладающая часть мастерства, ловкости и сообразительности, с какими он где-либо прилагается, по-видимому, явились результатом разделения труда», – отмечал А. Смит, указывая на взаимосвязь этих явлений. Это привело к развитию более сложных форм организации хозяйства – товарно-рыночной экономике. В результате предпринимательская деятельность из эпизодического экономического явления доиндустриальной эпохи превращается в типичное явление, атрибут рынка.

В последующем, в результате развития крупного машинного производства, появления акционерного капитала, развития кредитных отношений, углубления общественного разделения труда получила развитие рыночная экономика, создав условия эффективного функционирования предпринимательства во всех сферах общественного воспроизводства.

В этот период происходит разделение капитала собственности и капитала функции. Семейные предприятия все более уступают место корпорациям, собственность расплывается по акционерам, все более обезличивается. Владельцы крупных капиталов (не говоря о мелких держателях акций) «освобождаются» от проблемы реальной организации и управления производством, которые ложатся на плечи менеджеров. Таким образом, появляются новые субъекты предпринимательской деятельности, которые получали возможность свободно распоряжаться собственностью, им не принадлежащей. Наряду с собственниками мелких и средних предприятий они осуществляют предпринимательскую деятельность в современных условиях.

В XX веке предпринимательство осуществлялось в рамках развитой регулируемой рыночной экономики, поскольку, промышленная революция, пронизавшая все общество Западной Европы, обнаружила нерешенность проблемы соотношения труда и собственности. Оказалось, что рынок не совсем идеальный регулятор национального хозяйства. Периодические колебания, то расширяющие, то сокращающие рынок, разрушали стабильность социально-экономической и политической структуры общества, вызывали общественные потрясения. Поэтому ведущие европейские страны в целях самосохранения в 30-е – 50-е годы прошлого столетия были вынуждены перейти к макроэкономическому государственному регулированию рынка, и, следовательно, к новой модели экономического роста. Вместо принципа «производство ради самого производства с целью извлечения максимальной прибыли без всяких социальных гарантий», господствующим стал принцип «производство ради удовлетворения постоянно растущих материальных и духовных потребностей общества». Это стало составлять основу в мотивации предпринимательской деятельности. Такая модель экономического роста придала странам с развитой рыночной экономикой еще более мощный импульс развития.

XX век в целом упрочил институт предпринимательства – как социально-экономически, так и идеологически. Сегодня речь идет о дальнейшем придании ему культурных начал, сглаживания отрицательных сторон.

Анализ исторического аспекта предпринимательства позволяет сделать вывод, что из зыбкого, неустойчивого и трудновычленимого социального феномена предпринимательство превратилось в настоящее время в центральную сферу деятельности в рыночной экономике *постиндустриальной эпохи*. Коренные преобразования в области производительных сил в эпоху НТР (всеобщая информатизация экономической жизни; широкое распространение персональных компьютеров и телекоммуникационных систем, позволяющим автоматизировать большую часть рутинной работы и освободить время для творческой деятельности; все большее развитие научного творческого труда), быстрая сменяемость ее волн, а следовательно, новых комбинаций факторов производства, широкое внедрение нововведений стали нормой для современной экономической жизни.

Предпринимательство сегодня превратилось в особую инновационную форму деятельности, и в соответствующих исторических и социально-экономических условиях становится преобладающей, что обеспечивает всему общественному воспроизводству необходимую динамику. Страна, которой присущ такой тип воспроизводства, во многом защищена от сбоев и потрясений в хозяйственной сфере; ее

общественно-экономический прогресс динамичен и устойчив, перспективы обнадеживающие.

На основе вышеизложенного анализа предметного, функционального и исторического аспектов системного исследования предпринимательской деятельности сделаем некоторые выводы.

I. Предпринимательская деятельность – это особый вид экономической деятельности. Ее специфика обусловлена единством личного, экономического и организационно-управленческого моментов данной деятельности. Это целенаправленная деятельность субъекта, осуществляющего новые комбинации факторов производства в рамках организуемого и управляемого им предприятия на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода [11].

В качестве субъекта предпринимательской деятельности рассматривают индивида, социальную группу, функционирующих в условиях рыночной экономики. Объект, на который направлена экономическая активность субъекта, представляет собой товары и услуги рыночной новизны, производимые и предлагаемые обществу.

II. Предпринимательство как явление или процесс выступает в качестве важнейшего источника экономического развития. Его логический вектор направлен от выяснения общих хозяйственных условий (состояния рынка и экономической системы), общего политического и культурно-исторического фона к вычленению организационно-хозяйственных ролей, стратегий – содержанию особой предпринимательской функции, необходимой для успешного хозяйственного развития.

Основная функция предпринимательства состоит в постоянном реформировании процесса производства и распределения товаров путем использования разнообразных возможностей для выпуска новых или старых (но по новым способам) товаров и услуг, открытие новых источников сырья, рынков сбыта, различных новшеств организации производства, и обеспечения на основе этого поступательного развития общества.

III. Возможность и необходимость проявления экономической активности в форме предпринимательства возникает только в определенной исторической ситуации, складывающейся в результате взаимодействия всех факторов существования и развития общества.

1.2. Анализ определяющих аспектов предпринимательской деятельности

В опыте системного анализа предпринимательской деятельности важное значение приобретает анализ ее определяющих аспектов. Он позволяет выделить следующие ее стороны: *преобразовательную, познавательную, ценностно-ориентационную и коммуникативную*. В основе дифференциации лежит противоречивое единство субъекта и объекта данной деятельности.

Понятия «субъект – объект» применяются, во-первых, как оппозиционно – соотносительные категории, обозначающие два полюса целостной и лишь в абстракции расчленяемой системы связей человека с миром. Категориальное различие «субъекта» и «объекта», во-вторых, отражает осознание человеком своего отличия от внешнего мира, которое и делает возможной его сознательную и целенаправленную деятельность. В-третьих, категориальная оппозиция «субъект – объект» не имеет фиксированной прикрепленности к определенным предметам. Один и тот же предмет может быть и субъектом и объектом.

Анализируя деятельность субъекта предпринимательства в системе субъектно-объектных отношений, рассматривают две возможности. Одна выражается в том, что активность субъекта, направленная на объект, приводит к его предметному преобразованию, другая – к не предметному, идеальному преобразованию. Во втором случае тоже обнаруживаются два возможных направления реализации активности субъекта: она может вернуться к субъекту в виде знания или может выразиться в формировании ценностного отношения субъекта предпринимательства к объекту.

Следует отметить, что такое вычленение сторон предпринимательской деятельности весьма условно, поскольку все они совпадают во времени и в пространстве. Под преобразовательной стороной предпринимательской деятельности мы подразумеваем предметно-преобразовательную деятельность. Познавательная и ценностно-ориентационная стороны выделяются нами как идеально-преобразовательная деятельность.

Целью предпринимательской деятельности является извлечение предпринимательского дохода. Для достижения поставленной цели субъект предпринимательства, при взаимодействии с объектом, с необходимостью решает преобразовательную, познавательную, ценностно-ориентационную и коммуникативную задачи.

Раскроем характеристику каждой из сторон предпринимательской деятельности в силовом поле субъектно-объектных отношений.

ПРЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СТОРОНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательство как предметно-преобразовательная деятельность ведет к реальному изменению существующего и к реальному созданию того, чего прежде не существовало.

Предпринимательство – это особая экономическая деятельность, связанная с процессом производства товарной продукции. Это «...процесс, совершающийся между человеком и природой, процесс, в котором человек своей собственной деятельностью опосредует, регулирует, контролирует обмен веществ между собой и природой» [17, С.57]. Специфика этой деятельности заключается в необходимости создания товара рыночной новизны, реализация которого приносит субъекту деятельности предпринимательский доход. Поэтому в данном аспекте предпринимательства субъект решает задачу преобразования объекта, то есть задачу создания товара с новыми потребительскими свойствами за счет особого способа организации и управления производством.

Для любой хозяйственной деятельности необходимы объективные факторы (средства производства) и субъективные (рабочая сила). Содержанием предпринимательской деятельности является поиск новых комбинаций соединения факторов производства, в том числе внедрение инноваций в области техники и технологии, либо организация и управление производством и создание условий для снижения издержек производства, роста производительности труда, эффективной мотивации труда наемных работников и т.д. Инновационные комбинации соединения факторов производства выступают средством решения преобразовательной задачи предпринимательской деятельности.

Рыночная среда определяет содержание и характер предпринимательской деятельности: она основывается на коммерческом расчете. Его суть заключается в том, что выручка от продажи произведенных товаров и услуг должна покрывать все затраты ресурсов и приносить доход. В кратком виде сущность предпринимательства можно представить в следующей последовательности: первоначально авансированные денежные средства – приобретенные товары – возросшая сумма авансированных денег ($D - T - D'$). Это последовательность показывает, как действует субъект предпринимательства. С самого начала он должен иметь денежные средства, авансированные в обращение с целью получения предпринимательского дохода. На них он закупает определенные товары. В конечном счете, он реализует на рынке имеющиеся товарные ценности и получает возросшую сумму денег. Прирост денег по сравнению с авансированной суммой составляет его доход.

Приведенная последовательность отражает сущность спекулятивного предпринимательства, основой которого является

товарный дефицит, образующийся на рынке какое-то время. Сам спекулятивный рост рыночной цены приводит в действие рыночный закон предложения, а с увеличением производства товаров исчезают экономические условия для спекуляции.

Однако при таком варианте деятельности на рынке происходит только смена форм стоимости (ее денежная форма меняется на товарную и наоборот). А сама стоимость здесь не возникает вообще и не может возрастать (она создается только в производстве). Также неравноценный обмен только перераспределяет имеющуюся стоимость между субъектами рынка. Между тем общая сумма всех продуктов остается прежней. И, наконец, если все предприниматели (индивидуальные и коллективные) начнут в равной степени и постоянно пытаться наживаться за счет неэквивалентного обмена, то они не смогут обогатиться на спекулятивной перепродаже товаров друг другу. Сфера товарно-денежного обращения не дает возможности постоянно увеличивать стоимость. Поэтому приведенная выше последовательность должна быть уточнена, и соответствовать такой форме деятельности, которая основана на создании новой стоимости, на процессе производства товаров и услуг.

Предпринимательство, как преобразовательная деятельность, есть особая организация и управление процессом производства товарной продукции на основе инноваций и риска. Деятельность производственного предпринимательства может быть представлена в следующей последовательности: первоначально авансированные денежные средства – приобретенные средства производства и рабочая сила – процесс создания новой стоимости (или товара) – произведенный товар с возросшей стоимостью – возросшая сумма авансированных денег (Д – Ресурсы – Производство – Т – Д').

Здесь видно, что для начала производственного процесса необходимы денежные средства, достаточные для приобретения факторов производства: средств производства и рабочей силы. На этом процесс обращения товаров и денег прерывается и начинается процесс производства, в ходе которого экономические ресурсы преобразуются в продукт с нужной полезностью, то есть работники, воздействуя на предметы труда с помощью средств труда, создают новую стоимость. Вновь созданные общественные полезности обладают возросшей стоимостью. После их реализации на рынке субъект предпринимательства получает сумму денег, превышающую первоначально авансированные средства.

Коммерческий расчет, как метод ведения предпринимательского хозяйства, строится на принципах предпринимательской самостоятельности, самокупаемости и рентабельности,

самофинансировании, материальной заинтересованности и экономической ответственности.

Чтобы эффективно организовывать и управлять производственным процессом, субъект предпринимательства должен обладать экономической самостоятельностью. Индивидуальные, коллективные предприниматели сами выделяют собственные или заемные деньги на покупку средств производства и заработную плату работникам, определяют как рационально использовать производственные факторы, какие товары выпускать, как учитывать конъюнктуру рынка, спрос покупателей. Они по собственному усмотрению реализуют произведенную продукцию, получая при этом валовый доход. При сопоставлении полученного дохода с расходами, прежде всего, проявляется забота о том, как обеспечить самоокупаемость. Выделенные на хозяйственную деятельность деньги должны полностью возмещаться за счет выручки от продажи товаров, чем обеспечивается безубыточность их производства. Все предприниматели стремятся получить также прибыль – прирост первоначально затраченной на производство суммы денег. Иначе хозяйственная деятельность не имеет экономического смысла, а предприятие терпит крах. Прибыль служит источником самофинансирования. Она используется для дальнейшего расширения и совершенствования производства, решения социальных проблем трудового коллектива и на иные цели. Как отмечалось выше, здесь следует различать прибыль вообще от предпринимательского дохода. Прибыль субъекта предпринимательства складывается из нормальной прибыли (удерживающей его в рамках данного предприятия, и позволяющей осуществлять расширенное воспроизводство при общественно нормальных условиях) и предпринимательского дохода (как прибыли полученной в результате проявленного инновационного подхода, новаторства в производстве). Предпринимательский доход призван материально заинтересовать субъекта деятельности в улучшении результатов производства. Наконец, предприниматель несет всю полноту экономической ответственности за конечные итоги работы. В рыночных условиях он сам расплачивается за допущенные им убытки, невыполнение принятых обязательств и договоров с контрагентами.

Коммерческий расчет позволяет эффективно реализовать собственность на факторы производства и получить от нее доход. Он развивает инициативу и предприимчивость, благоприятствует рациональному ведению дела, что и способствует увеличению предпринимательской прибыли.

Рассмотрим экономические и правовые условия, необходимые для реализации анализируемой стороны предпринимательской деятельности.

Для производства материальных ценностей субъекту деятельности необходимы разнообразные ресурсы. К ним относятся природные

ресурсы, рабочая сила, капитал и предпринимательство. Предпринимательская деятельность основана на непереносимом юридическом условии: собственники всех производственных факторов должны гарантированно (согласно правовым договорам) получать свою долю от общего дохода предприятия. Так, для создания товаров необходимы природные ресурсы (минералы, лес, другие естественные богатства), за пользование которыми субъект предпринимательства выплачивает ренту ее собственнику. Для производства благ необходим труд – физические и умственные усилия людей. Нанятые индивидуальным или коллективным предпринимателем для этого работники получают вознаграждение за свой труд – заработную плату. При недостаточности собственных средств, предприниматель прибегает к займу. Плата за пользование капиталом представляет собой процент. И, наконец, если новые идеи, осуществляемые с известным риском, и усилия предпринимателя по организации и управлению производством увенчаются успехом, то наградой ему служит соответствующий предпринимательский доход.

Предварительные экономические и правовые условия хозяйственной деятельности определяют конечный результат всего процесса. При нормальных условиях валовый доход субъекта предпринимательства должен включать ренту, заработную плату, процент и предпринимательскую прибыль. В том, что агенты производства получают регулярный доход по итогам производственной деятельности, заключена их материальная заинтересованность в постоянном возобновлении и расширении производства товаров, представляющих собой новую стоимость. По этой причине субъект предпринимательской деятельности стремится увеличить величину новой стоимости, применяя в практике разнообразные методы. Среди них:

1. Увеличиваются размеры капитала.

Общим материальным условием расширения производства товаров является применение большей величины капитала. На капитальные средства приобретаются орудия производства и предметы обработки, нанимаются новые работники, что, в конечном счете, приводит к увеличению выпуска продукции.

2. Расширяется численность работников.

Вполне очевидно, что каждый работник участвует в создании новой стоимости. Поэтому наращивание численности персонала ведет к росту объема производства.

3. Повышается интенсивность труда.

Если степень напряженности трудовых усилий увеличивается, то за единицу времени работник затрачивает большее количество труда и создает большую величину новой стоимости. Так как законодательно на

предприятиях ограничено время работы, то часто применяют повышение нормы выработки, что ведет к росту напряженности труда.

4. Возрастает производительность труда.

Благодаря внедрению новой техники и технологии, повышению квалификации работающих, то же самое число работников выпускает больше продукции. В условиях НТР производительность труда повышается посредством активизации человеческого фактора. С этой целью субъект предпринимательства применяет новые формы материального и морального стимулирования инициативного и творческого отношения работников к труду, совершенствует его организацию.

НТР создает материально-вещественные и организационно-экономические предпосылки, соответствующие возросшему уровню развития работников. Без создания подлинно человеческих условий на предприятиях практически невозможно внедрять электронную технологию, обеспечивать возросший уровень выработки новейшего оборудования, требующего высокой культуры обслуживания. Нельзя также добиваться стабильно высокого качества продукции. Другими словами, в предпринимательском обществе усиливается тенденция к гуманизации производства, означающая постоянное улучшение условий и безопасности работников, укрепление их здоровья, создание благоприятного социально-психологического климата в трудовом коллективе. В результате возрастает выработка работников, улучшается качество продукции, повышается культура труда.

Все рассмотренные способы увеличения производства новых полезностей характеризует особенности производственного предпринимательства. В результате такой деятельности, в конечном счете, преобразуется структура общественного производства. Конкурентный механизм рынка, действующий в основе экономической организации данного общества, обеспечивает наилучшее распределение основных факторов производства. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует снижение затрат на единицу продукции, поощряет рост производительности труда, технический прогресс повышение качества продукции. Межотраслевая конкуренция путем перелива капиталов из отрасли в отрасль формирует оптимальную структуру общественного производства, стимулирует расширение наиболее перспективных отраслей.

В результате обеспечивается постоянно возрастающий доход всем экономическим агентам. Преобразовательная деятельность субъекта предпринимательства вызвала грандиозный прогресс техники и рабочей силы, привела общество к индустриальной и постиндустриальной экономике. Она создала прочные основы для роста благосостояния и культуры населения высокоразвитых стран во второй половине XX века.

В настоящее время в этих странах национальная экономика приобрела многие черты предпринимательского общества, служащего более полному удовлетворению человеческих потребностей.

ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ СТОРОНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Когда деятельность субъекта предпринимательства не затрагивает реального бытия товара, а изменяет его идеально, чтобы мысленно запечатлеть его подлинное бытие, проникнуть в его глубины, постичь его суть, то речь идет о познавательной стороне предпринимательской деятельности. Здесь активность субъекта, направленная на объект, не модифицирует его, не разрушает и не реконструирует предметно, а отражается им и возвращается к субъекту в виде знания об этом объекте, то есть как идеальный образ.

Предпринимательство, как инновационный вид деятельности, предполагает поиск и осуществление новых комбинаций в производстве или обращении, или внедрение различных нововведений. При этом понятием «осуществление новых комбинаций» задаются форма и содержание экономического развития, а именно – производство нового неизвестного потребителям блага или создание нового качества, внедрение новой технологии, освоение новых рынков сбыта и источников сырья, а также проведение организационных изменений хозяйственных форм [17, С.64]. Если в процессе производства не осуществляется никаких «новых комбинаций», то говорить о предпринимательстве нет, практически, никаких оснований. Другими словами, о предпринимательской деятельности можно говорить только в том случае, когда ставший привычным производственный процесс (или процесс обращения) сворачивает с традиционного хозяйственного кругооборота (эволюционного развития) на нехоженую тропу «новых комбинаций» (революционного, дискретного, скачкообразного развития). По словам теоретика предпринимательства Й. Шумпетера, предпринимательство – «основной феномен экономического развития, его главная движущая сила» [17, С.67].

Предпринимательская деятельность запрограммирована на нововведения. В сущности, роль предпринимателя и сводится к тому, чтобы из чего-то единичного и случайного, частного и нетипичного сделать нечто более массовое и общепризнанное, будь то тиражирование технического нововведения или нового вида услуг. Но для этого предпринимателю нужно вовремя, то есть намного раньше других, заметить такое нововведение и верно оценить его рыночный потенциал.

Борьба за предпочтение потребителей требует продвижения на рынке новых потребительских качеств, создание которых невозможно без творческого начала, без инновационной идеи.

Инновационность – особый инструмент предпринимательства. Само предпринимательство как действие направлено на то, чтобы

вдохнуть в имеющиеся ресурсы новые свойства с целью создания благ. Более того, в ходе нововведений создается ресурс. Ресурса как такового не существует до тех пор, пока человек не отыщет в природе что-либо полезное и не наделит его экономической ценностью (не многим более столетия назад ресурсами не считались ни нефть, ни алюминий, ни бокситы – их считали помехой, нарушающей плодородие почвы).

Таким образом, получается, что цель инновационного решения – повысить отдачу на вложенные ресурсы (что соответствует определению Сэя, данное им в отношении предпринимательства). В преломлении современной экономической мысли нововведение определяется как явление, лежащее в сфере спроса, а не предложения, так как оно изменяет ценность и полезность, извлекаемые потребителями из ресурсов. Субъект предпринимательства же стремится создать новые и отличные от старых ценности и полезности, превратить «материал» в «ресурс» или облечь существующие ресурсы в новую и более продуктивную форму.

Предпринимательская идея представляет собой отражение в сознании субъекта деятельности присущего потребителю желания иметь тот товар, который будет предложен предпринимателем. Это четкое представление о том, как потребность потенциального покупателя может быть удовлетворена, путем каких конкретных действий предпринимателя.

Поиск и отбор предпринимательских идей предполагают:

- знание потребителя, его потребности в том или ином товаре, услуге;
- объективную оценку предпринимателем своих собственных способностей, умений, навыков, которые позволяют реализовать идею;
- обладание информацией об уровне развития науки, техники и технологии.

Эти знания выступают основой будущей деятельности, задают ее границы и возможности.

Практическое воплощение предпринимательской идеи возможно лишь при условии познания самой эффективной из всех существующих технологий, доступной для предпринимателя. НТР открыла невиданные до сих пор возможности для достижения максимальных результатов при наименьших затратах. Это привело к появлению принципиально новых технологий изготовления полезных вещей, основанных на ресурсосберегающем, экологически чистом, высококачественном производстве. Выбор таких технологий обеспечивает рост экономической эффективности хозяйственной деятельности. В связи с тем, что экономика начинает характеризоваться все в большей степени процессом создания и распространения разнообразных новшеств во всех ее сферах, нововведения становятся двигателем роста, средством повышения значимости предпринимательства в обществе.

Творческий и новаторский характер предпринимательской деятельности осуществляется в условиях неопределенности, неустойчивости и риска рыночной среды.

Неопределенность имеет место не в результате незнания субъектом деятельности того, к чему он стремится, или плохого ориентирования в окружающей среде, а потому что постоянно меняются условия его деятельности, меняется поведение субъектов рынка, что заставляет проводить быструю переориентацию производства и сбыта. Неустойчивость проистекает из того, что ни одна тенденция не продолжается слишком долго. В условиях рынка нет ничего постоянного – все циклично: за взлетом следует замедление или падение деловой активности, затем вновь начинается оживление.

Неопределенность воспитывает в предпринимателе обостренное чувство интуиции. Она обязательно должна дополнять логический анализ ситуации. Интуиция позволяет субъекту предпринимательства производить упреждающие действия и, благодаря этому, чувствовать себя уверенно, вопреки неопределенности и неустойчивости. Вместе с тем, он всегда должен быть готов к неожиданностям, обязан предвидеть и одновременно создавать непредсказуемые ситуации для конкурента.

Неопределенность и неустойчивость, постоянные изменения порождают риск как неотъемлемую черту предпринимательской деятельности. Осуществление перемен – это нормальное состояние хозяйствования. Предприниматель – это «революционер» в экономике, своего рода выскочка, нарушающий верность традициям, его отличает духовная раскрепощенность, большой запас сил и энергии, способность увлекать людей за собой, готовность принимать рискованные инновационные решения.

Указанные выше особенности рыночной среды обуславливают задачу данного аспекта предпринимательской деятельности – познание товара, рыночной среды, элементом которой он является. Изучение рыночной среды, овладение субъектом социальными знаниями выступают условием достижения предпринимательской цели.

Прежде чем предпринимательская идея о новой комбинации факторов производства, новом товаре, новом качестве претворилась в жизнь, необходимо изучить рынок, получить знания обо всех его составляющих. Поскольку цель предпринимательства сводится к извлечению предпринимательского дохода через производство и поставку на рынок потребительских полезностей, объектом познавательной деятельности субъекта предпринимательства становятся, прежде всего, положение товара и та ситуация, которая складывается вокруг него на рынке. Кроме того, его интересуют возможности для расширения своей доли на рынке за счет увеличения рыночных поставок

товара или начала производства нового товара, в котором ощущается потребность.

Сегментация рынка имеет большое значение. Предприниматель должен знать, на какую группу населения (с самым высоким доходом, со средним уровнем дохода или минимальным) он ориентируется при принятии решения. При этом он должен иметь представление о численности такой группы для определения масштабов своего производства. Кроме того, необходимо владеть информацией применительно к региональному и местному рынку, на который предприниматель ориентируется в своей деятельности.

Факторы, влияющие на поведение потребителя, требуют от предпринимателя тщательного изучения, учета, выработки мер по приспособлению ситуации, складывающейся вокруг производителя.

Особое внимание предприниматель уделяет изучению конкурентов с точки зрения объемов продаж, прибыли, внедрения новых технологий, обслуживания после продажи, рекламы. Субъект хозяйствования должен отчетливо представлять отличие собственного товара или услуги по основным характеристикам (качеству, дизайну и др.) от товаров и услуг конкурентов.

По мнению профессора Гарвардского университета М. Портера, возможны два типа конкурентных преимуществ. Во-первых, субъект предпринимательства может разработать, произвести и сбыть товар с более низкими издержками, чем конкуренты. Во-вторых, он может осуществить специализацию потребительских свойств товара, удовлетворяя потребности покупателей и выделяясь среди конкурентов. Специализация возможна при стандартном наборе параметров за счет повышения качества или в результате нестандартного состава свойств [17, С.70-71].

Субъект предпринимательства, применяющий современное оборудование, материалы, квалифицированных работников, владеющий патентами или оригинальными конструкторскими разработками нацелен на выпуск высококачественных товаров, нередко с уникальными свойствами. Важнейшим критерием прогрессивности и конкурентоспособности предприятия является показатель наукоемкости такой продукции, свидетельствующий о доле затрат на научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) в общем объеме производственных расходов.

Роль НИОКР из года в год растет, что связано с ужесточением конкуренции на рынках сбыта, сокращением времени появления принципиально новой продукции и технологий, которое ведет к быстрому моральному старению продукции, следствием чего является сокращение жизненного цикла продукции и ускорение разработки все новых и новых видов товаров.

Неумение субъекта предпринимательства вовремя осознать необходимость смены продукции и технологии может привести к крупным потерям на рынке или даже вынудить его прекратить свою деятельность в ранее прибыльной для него сфере. С другой стороны, своевременно выйдя на рынок с созданной на базе новых технологий продукцией, предприниматель может завоевать и сохранить превосходство в конкурентной борьбе.

Существуют четыре источника идей в области разработки новых изделий. Первый и самый главный – потребности рынка, на который приходится, по экспертным оценкам, около 72% общего числа идей, успешно воплощающихся в новых товарах. Второй – возможности науки и техники, позволяющие экономически выгодно реализовать их в новых изделиях (25% удачных идей). Третий источник – потребности, или политика предприятия. Идеи, появляющиеся на этой почве, дают 6% удачных новых продуктов. И, наконец, подражание другим, успешно действующим предпринимателям, приводит к разработке 22% экономически оправданных новых изделий.

Таким образом, конкурентная среда обуславливает техническое обновление производства, а это приводит к повышению хозяйственной результативности предпринимательской деятельности.

Знания, полученные при изучении рынка, носят практический характер. Без них невозможна реализация предпринимательской идеи и выход на конкурентный рынок. С этой точки зрения, предпринимательство есть форма соединения уникальных знаний и конкретной рыночной ситуации с целью обеспечения твердых позиций на рынке.

Предпринимательство – это инновационный, рискованный вид деятельности. Неопределенность, неустойчивость, необходимость риска обязывают предпринимателей, независимо от масштабов их предприятий, заниматься прогнозированием и планированием. Такой метод познания рыночных составляющих позволяет укрепить положение предприятия на рынке, способствует постоянной эффективности производства.

Прогнозирование и планирование основываются на полученных данных о состоянии рынка. Они определяют цели предприятия на определенную перспективу, анализ способов их реализации и ресурсного обеспечения. Это непрерывно циклический процесс, имеющий целью приведение возможностей предприятия в соответствие с факторами рынка, которые не поддаются контролю.

Намериваясь начать конкретное дело, субъект предпринимательства проводит предварительную подготовку, которая находит отражение в составляемом им бизнес-плане. Он представляет собой способ познания рыночных составляющих. После его реализации

предприятие, выйдя на устойчивый режим работы, вносит в свою деятельность новые элементы планирования и организации производства. Такое планирование обеспечивает конкурентоспособность предприятия, оптимальный уровень его рентабельности и само существование предпринимательской структуры.

В рамках общества познавательная активность предпринимателя позволяет изучать и воплощать на практике пути наиболее эффективного и полного использования ресурсов с целью удовлетворения общественных потребностей. Так, способами лучшего использования и повышения эффективности:

- природных ресурсов является наиболее полное извлечение, комплексная и глубокая переработка сырья, защита от разрушения природы (их изучение и внедрение приводит к снижению материалоемкости общественного продукта);

- трудовых ресурсов – совершенствование образования, здравоохранения, улучшение организации труда (познание этих способов приводит к повышению производительности общественного труда);

- капитальных ресурсов – совершенствование технологии и организации производства (это приводит к повышению фондоотдачи и качества общественного продукта).

Применение более прогрессивной техники, передовых технологий, науки, более экономичных предметов труда, повышение квалификации рабочей силы в масштабах общества приводят к новому качеству экономического развития. Оно выражается, прежде всего, в возрастающей экономичности производства национального продукта. Существенно улучшается все хозяйственное развитие, неуклонно повышается научно-технический уровень и качество выпускаемой продукции.

Новое проявляется в создании современной структуры народного хозяйства. В общем объеме производства возрастает удельный вес наукоемких отраслей. Существенно меняются пропорции воспроизводственного процесса. Относительно медленнее растет производство средств производства, и, наоборот, возникает тенденция к ускорению выпуска предметов потребления [17]. Таким образом, решается проблема редкости ресурсов и увеличивается удельный вес конечного общественного продукта, идущего на потребление.

ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТАЦИОННАЯ СТОРОНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Данный аспект предпринимательской деятельности представляет собой специфическую форму отражения субъектом предпринимательства его объекта. Особенность состоит в том, при взаимодействии с объектом у субъекта устанавливается ценностное отношение к нему. Такая сторона

деятельности дает не чисто объективную, а объективно-субъективную информацию, то есть информацию о ценностях, но не о сущностях.

Отражение человеческим сознанием действительности имеет не только форму познания, то есть отражения объективной реальности вне зависимости от потребностей субъекта, но и форму оценивания, то есть отражения реальной связи объекта с потребностями субъекта. То есть речь идет о взаимодействии познавательной и оценочной деятельности человеческого сознания.

На самом деле, в сфере ценностного сознания объект предпринимательской деятельности соотносится с потребностями субъекта, а не объекта. Ценность объекта – в отличие от его объективного содержания, устанавливается непосредственной реакцией субъекта предпринимательства, индивидуального, коллективного, общественного, в соответствии с тем, как входит данный объект в жизненный опыт этого субъекта, какое отношение к себе он вызывает, как он эмоционально осваивается. Если бытие объекта познается субъектом как истина, то его ценность переживается как благо, как добро, как красота, как величие. «В то время как интеллект, – писал Гегель, – старается лишь брать мир, каков он есть, воля, напротив, стремится к тому, чтобы теперь только сделать мир тем, чем он должен быть» [17, С.74]. Ценности выступают ориентирами предпринимательской деятельности. Они фиксируют социально признанные, на основе которых разворачиваются более конкретные и специализированные системы нормативного контроля, соответствующие общественные институты и сами целенаправленные действия предпринимателей.

Поскольку объектом предпринимательской деятельности выступает товар, то предпринимательство представляет собой вид деятельности, сориентированный на пользу, то есть на результат, выбор которого обусловлен не априорными (универсальными и безусловными) принципами, а практическими целями. Польза представляет собой положительную ценность, в основе которой лежат интересы человека или любого другого социального субъекта – общественной группы, а также общества. Как жизненный принцип полезность выражается в максиме: «Ориентируясь на собственный интерес, извлекай из него пользу». Пользоориентированное сознание оперирует и другими ценностными понятиями, такими как «успех» (достижение результатов, близких к запрограммированному в качестве цели) и «эффективность» (достижение результатов с наименьшими затратами). Соответственно, принцип полезности дополняется такими максимами, как «стремление к успеху», «в достижении целей используй оптимальные средства».

Полезность, успешность, эффективность являются базовыми ценностями экономической деятельности вообще, а

предпринимательства в особенности. В представлении о пользе универсализируются требования, с которыми сталкивается человек в своей практической деятельности. Предприниматель может быть в своем мировоззрении циником, скептиком или романтиком, но в практической деятельности он ставит перед собой реалистические цели, стремится использовать оптимальные средства, его успех строится на опыте и расчете. Он трезво учитывает условия, в которых ему приходится действовать, но при этом старается, насколько в его силах, управлять ситуацией, программировать результаты своих усилий.

Поэтому с этической точки зрения предпринимательство представляет собой социально-ценную, культурную деятельность. Экономические ценности являются сущностными для предпринимательской деятельности. Поскольку ориентируют субъекта на такое взаимодействие с объектом, в результате которого он извлекает предпринимательский доход.

Конечно, в социально-экономическом плане предпринимательство неоднородно. Одно дело, торговое предпринимательство, или, как называл его Вебер, авантюристическое, спекулятивное, и, другое – промышленное, или продуктивное. Именно с последним Вебер связывал все положительные характеристики предпринимательства, поскольку промышленное предпринимательство было вдохновлено высокой морально-религиозной идеей – протестантской этикой [8, С.49-53]. Он выделил два классических типа предпринимательства вообще. Предприниматель – это деловой человек и делец, новатор и ловчила, самоотверженно отдающийся делу и видящий в деле лишь средства наживы, источник приобретательства. Предприниматель всегда целеустремлен, инициативен, решителен, готов идти на риск. Но в одном случае эти качества соединяются с бережливостью, расчетом, дисциплиной – всем тем, в чем проявляется культура практической деятельности. В другом, – с лихостью, оборотистостью, рвачеством, приспособленчеством. Предприниматель всегда руководствуется своим частным интересом. Но в одном случае в частный интерес входит уважение к себе и признание в другом достоинства и права на личную свободу; в ином – достоинства и свобода человека становятся в зависимость от меры богатства, которым тот обладает. Речь идет именно о типах предпринимателя и предпринимательства, о тенденциях, которые существуют в этом феномене и которые в реальности представлены в различных вариациях и комбинациях.

Если проанализировать предпринимательство в свете названных выше экономических ценностей, то станет ясно, что оно востребует одни качества и ценностные ориентиры человека и блокирует другие. Так, исполнительность, конформизм, предполагаемые любой службой, низко ценятся в предпринимательстве, требующем от субъекта деятельности, в

первую очередь, инициативности, решительности, мобильности, готовности идти на риск. Предпринимательство проникает в общественные связи и осваивает их в той мере, в какой они отвечают поставленным целям; в противном случае оно организует и преобразует их. Будучи социально-организующей и преобразующей мир деятельностью, предпринимательство представляет собой разновидность творчества, и в этом смысле оно является одной из ключевых форм человеческой деятельности вообще.

Творческая самостоятельность субъекта предпринимательства в действиях и осознание того, что в них он реально самореализуется, дают ему ощущение собственной свободы и экономической независимости. Чувство хозяина собственного положения – основа независимости и достоинства. Причем, экономическая независимость основана на возможности субъекта предпринимательской деятельности распоряжаться собственностью по своему усмотрению. Независимость также обретается благодаря достижению успеха, который выступает, своего рода, апробацией усилий, тактики и техники действий (решений). Успех – не просто личное достижение, это и подтверждение того, что субъект деятельности сумел управлять ситуацией и заставить служить ее своим целям.

Исторически принцип частной собственности, соединенный с товарно-денежным хозяйством, создал реальную почву для того, чтобы автономия, экономическая независимость и суверенность личности смогли стать реальной социальной ценностью. Однако с позиций логики успеха независимость не является действительно важной приоритетной ценностью, она необходима для достижения успеха, то есть, актуальна в плане средств и условий деятельности. Условия же могут измениться таким образом, что выгодным станет не независимость, а конформизм. Предприниматель целенаправленно формирует и расширяет сферы своего влияния, но вместе с тем он вынужден и адаптироваться к рынку, заключать соглашения с партнерами и в этом смысле учитывать их интересы.

Деятельность субъекта предпринимательства свободна в той мере, в какой направляется его интересом (извлечением предпринимательского дохода). Но она всегда причинна. Действительно, предприниматель предприимчив, он самостоятелен в выборе цели и задач своей деятельности, в определении средств их реализации. Однако его выбор не своеволен. Он организует производство вещей и услуг не для личного потребления, а для продажи, то есть организует производство товарной продукции. Политико-экономический смысл полезности как потребительной стоимости позволяет понять, что сориентированный на пользу человек реализует свои цели, лишь включаясь в общественные отношения. Так как польза – это общественно признанная

характеристика продуктов, годных к удовлетворению определенных общественных потребностей. В условиях рыночной экономики полезность товара определяется в процессе обмена. Продукты предпринимательской деятельности должны иметь потребительскую ценность и обладать способностью эквивалентно обмениваться на другие товары и услуги. Эти свойства продукта свидетельствуют об общественной значимости создавшей его деятельности. Так как полезность выявляется в процессе рыночного сопоставления качества различных товаров и услуг, в процессе обмена, субъект предпринимательства вынужден принимать существующие в рамках этих отношений и апробированные стратегии, стандарты, правила поведения, то есть адаптироваться к этим отношениям. Другими словами, не только польза как ценность выявляется в рыночном пространстве, но и человек, стремящийся к созданию пользы, становится социально определенным человеком, лишь найдя свое место в этом пространстве.

В широком социально-философском плане принцип полезности лежит в основе гражданского общества, то есть системы политико-правовых, социальных и экономических механизмов, духовных представлений и соответствующих нормативных регуляторов, гарантирующих автономию индивидов, их равенство перед законом, охрану их имущества, возможность каждого в меру своей готовности реализовывать собственный интерес.

Вовлеченность в рыночные отношения требует взаимного учета интересов и прав, известной «функциональности», обезличивания, подчинения ситуации и принятым установкам. Субъект деятельности, стремясь к удовлетворению своего субъективного интереса, вступает во взаимоотношения с другими субъектами рынка, через которых он и реализует собственный интерес. Очевидно, взаимопользование возможно лишь как обмен: вступающие в него субъекты взаимно поставляют средства для удовлетворения своих интересов. Это отношение равных объективных условий деятельности.

Предпринимательство опосредовано не только отношениями взаимопользования – партнерства, но и отношениями конкуренции, когда осуществляется отбор партнеров и потребителей. Конкуренция – соревнование товаров и услуг. Однако она часто провоцирует стремление каждого из конкурентов не просто одержать верх, но и подчинить или подавить соперника.

Ситуация конкуренции, как бы предполагающая равенство возможностей, оказывается предпосылкой того, что субъекты деятельности начинают сравнивать достижения друг друга, что может стать причиной для зависти и социальной ревности. Неравенство сравниваемых достижений – очевидный источник недовольства, недоброжелательности и враждебности. Здесь важна роль правовых

регуляторов, которые ограничивали бы естественное стремление к господству и доминированию в области хозяйствования.

Логика предпринимательства предполагает ответственность лишь за сохранение и возрастание капитала. Хозяйствующий субъект здесь ориентирован лишь экономическими ценностями. Однако, в результате сложнейшего взаимодействия исторических, национальных и других факторов формируются этические нормы, ограничивающие экономическую деятельность. Они получают отражение в общественном сознании, закрепляются господствующей идеологией, моралью, законодательством.

Благодаря моральному регулированию рынка, общество строго описывает границы дозволенного в конкурентной борьбе, обозначает ее внутреннее пространство. Закрепленные законодательно, такие нормы становятся обязательными для исполнения.

Система нравственных норм и моральных принципов, лежащих в основе этики предпринимательства, ограничивает допустимый арсенал средств достижения индивидуальных и коллективных целей субъектов рынка; вменяет предпринимателям ответственность за сохранение окружающей среды, за справедливые отношения с наемными работниками, за открытые и честные отношения с партнерами, потребителями и т.д. Другими словами, этика предпринимательства требует от индивидуальных и коллективных предпринимателей коррекции своих точек зрения, позиций, учета нравственных требований общества. Следует отметить, что есть пункты, в которых выдвигающий нравственные требования общественный субъект и преследующие свои цели индивидуальный и коллективный субъекты предпринимательства сходятся. Главным пунктом является стабильность работы предприятий, направленных на создание общественно необходимых благ. Такая стабильность предполагает наличие системы отношений, базирующихся на законопослушности (правовой аспект) и взаимном доверии (собственно нравственный аспект). Благодаря этому становится возможным создание этических правил, регламентирующих предпринимательство.

Отсутствие устойчивых регулирующих норм и моральных стандартов в предпринимательском поведении таит в себе множество явных и скрытых опасностей для предпринимательства. Для индивидов, социальных групп, занимающихся предпринимательской деятельностью – это главная дело жизни, сфера самовыражения, а не одноразовая сделка. Основной здесь становится проблема не «как искуснее обмануть», а как решить моральную дилемму: преступать или не преступать внутренний, этически установленный и принятый барьер.

Огромное количество сделок совершаются на основе взаимного доверия. Доверие – фундамент предпринимательства, поскольку никакой

контракт не в состоянии предусмотреть все разнообразие возможных изменений. Обман доверия может стоить субъекту предпринимательства несоизмеримо дорого: с ним просто откажутся вести дела, как партнеры, так и клиенты. Поэтому с утилитарной точки зрения это невыгодно. Нравственная устойчивость предпринимателя – залог его успеха, так как это деятельность рассчитана на перспективу, где гораздо труднее обмануть того, в ком ты заинтересован как в постоянном партнере или клиенте. Этичным быть выгодно. Рынок вознаграждает качество, честность и этическое поведение.

Таким образом, при создании и реализации товара субъект предпринимательской деятельности ориентирован экономическими ценностями. Однако потребности хозяйственного развития приводят к тому, что его деятельность направляется также моральными ценностями. Последние не являются сущностными для предпринимательской системы и принимаются ей лишь в той мере, в какой они способствуют достижению поставленной цели. Но в современных условиях хозяйствования противоречивое единство экономических и моральных ценностей предпринимательской системы позволяет создавать условия для совмещения частных и общественных интересов, этики успеха и этики общественного процветания.

КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Социальная природа субъекта предпринимательства делает общение людей условием предпринимательской деятельности. Общение есть практическая активность субъекта предпринимательства, направленная на других субъектов и не превращающая их в объекты, а напротив, ориентирующая на них именно как на субъектов. Акт общения имеет место тогда, когда предприниматель, вступает в контакт с другим человеком и воспринимает его как субъекта. Поэтому он рассчитывает на активную обратную связь, на обмен информацией. Передаваемая информация материализуется, объективируется в той или иной системе знаков.

Коммуникативная сторона предпринимательской деятельности играет огромную роль во всех трех описанных выше сторонах деятельности. Она опосредует преобразовательную, познавательную, ценностно-ориентационную деятельность, но в то же время ими же порождается и стимулируется.

Общение для предпринимательской системы – это сложный процесс установления контактов между субъектом предпринимательской деятельности и субъектами окружающей его рыночной среды, порождаемый потребностями хозяйственной деятельности. В данном аспекте деятельности задачей субъекта предпринимательства при взаимодействии с объектом является установление внутренних и внешних коммуникативных связей с субъектами рынка. Внутренняя

коммуникация выступает неперенным условием функционирования собственно предпринимательской системы. Она предполагает общение предпринимателя с потребителями, работниками данной предпринимательской структуры, партнерами.

Внешняя коммуникация рассматривается как способ реагирования предпринимательства на факторы внешнего окружения.

В основе взаимоотношений субъекта предпринимательства и рынка лежит идея удовлетворения нужд и потребностей потенциальных потребителей. В условиях массового производства, во избежание перепроизводства товаров, требуется серьезное изучение самого механизма продвижения товара на рынок. В его основе – исследование и прогнозирование рынка, изучение внутренней и внешней среды предприятия, разработка стратегии и тактики поведения на рынке. Информация для маркетинговых исследований поступает в результате опроса, наблюдения, эксперимента на потребительском рынке, организуемых субъектом предпринимательства.

В ходе опроса предприниматель собирает и систематизирует информацию от опрашиваемых потребителей посредством контактов с ними лично, по телефону или почте. Он выявляет данные об отношениях, прошлых покупках и характеристиках потребителей.

С помощью наблюдения изучают и фиксируют настоящее поведение потребителей. А при эксперименте изменяют один или несколько факторов в контролируемых условиях, затем анализируют причину и следствие изменения потребительского поведения.

Изучение и анализ маркетинговой информации позволяет принять правильное решение о «продвижении» товара, о «воспитании» потребителя путем соответствующей рекламы. По утверждению Н. Фаулер «половина покупателей любого сообщества не знает, чего хотят, пока им кто-нибудь не подскажет» [17, С.82]. Вообще, рекламу можно рассматривать, как форму коммуникации, которая пытается перевести качества товарной продукции, а также идеи на язык нужд и запросов потребителей. Рекламу используют для формирования долговременного образа предприятия (престижная реклама), для долговременного выделения конкретного марочного товара (реклама марки), для распространения информации о продаже, услуге или событии (рубричная реклама), для объявления продажи по сниженным ценам (реклама распродажи) и для отстаивания конкретной идеи (разъяснительно пропагандистская реклама). Реклама – это рентабельный способ распространения обращений, это форма массового увещевания, и вступить в контакт с аудиторией ей помогают средства массовой информации (телевидение, радио, газеты, журналы) и прочие средства рекламы (прямая почтовая реклама, макеты, рекламные щиты и т.д.).

Чтобы эффективно управлять предприятием, требуется обмен информацией. Если люди не смогут обмениваться информацией, они не сумеют работать вместе, формулировать цели и достигать их. Поэтому коммуникацию называют связующим процессом управленческой деятельности вообще, и предпринимательской в частности.

Коммуникативные связи в предпринимательской структуре осуществляются в рамках вертикальных и горизонтальных уровней. Предприниматель сообщает подчиненным уровням информацию о текущих задачах, изменении приоритетов, о конкретных заданиях, рекомендуемых процедурах, об обсуждении проблем эффективности работы, о достижении признания и вознаграждения с целью мотивации, о совершенствовании и развитии способностей подчиненных и т.д. В свою очередь, низшие структуры сообщают руководству, что делается ими. Таким путем предприниматель узнает о текущих и назревающих проблемах и предлагает возможные варианты исправления положения дел. Обмен информацией по восходящей обычно происходит в форме отчетов, предложений, объяснительных записок.

В дополнение к обмену информацией по вертикали, предпринимательская структура нуждается в горизонтальных коммуникациях. Она состоит из множества подразделений, поэтому обмен информацией нужен для координации их задач и действий. Поскольку предпринимательская структура – это система взаимосвязанных элементов, предприниматель должен добиваться, чтобы специализированные элементы работали совместно, продвигая предприятие в нужном направлении. Горизонтальные коммуникации формируют равноправные отношения, являющиеся важной составляющей удовлетворенности работников предприятия.

Согласованный обмен информации внутри предпринимательской структуры облегчает субъектам деятельности достижения ее цели.

Для организации нормального производственного процесса (то есть для обеспечения необходимых условий реализации проекта) субъекту предпринимательства приходится устанавливать партнерские связи с поставщиками экономических ресурсов. Это дает возможность каждому предпринимателю получить искомый уровень прибыли за счет обмена результатами деятельности (покупка, поставка продукции), выступающими в товарной или денежной форме. Партнерские связи в предпринимательстве могут осуществляться в сфере производства, товарообмена и сотрудничества в сфере финансовых отношений. Индивидуальный, коллективный предприниматель в своей отраслевой деятельности либо должен предложить какую-либо конкретную форму сотрудничества, либо дать ответ своему партнеру на его предложение об избранной им или предпочтительной для него форме сотрудничества.

Любая договоренность между предпринимателями, в основе которой лежит коммерческий интерес, называется сделкой.

Следует отметить, что в любой коммерческой сделке одни партнеры могут выступать в роли поставщиков, другие – в роли потребителей, третьи – в роли посредников.

Сделка считается заключенной, когда на каждую из сторон возлагаются определенные этой сделкой права и обязанности, то есть, заключается договор. Понятие договора как выражения воли, обязывающее человека, группу, коллектив, организацию, государство соблюдать принятые на себя обязанности – одна из общечеловеческих ценностей. Еще Демосфен в Древней Греции говорил: «... о чем договорятся, то и господствует». Цицерон отмечал, что основа права – верность слову и договору [17, С.89]. Договор выступает универсальной формой жизни рынка. Он призван обеспечить оптимальное соотношение воли человека, его интересов с интересами и потребностями общества. Он опосредует отношения труда, организацию управления, межгосударственные отношения и являются основной формой, в которой реализуются рыночные отношения.

Кроме внутренних, субъект предпринимательства вступает во внешние коммуникативные связи с общественностью, где первостепенное внимание уделяется созданию определенного образа, «имиджа» предприятия на местном, общенациональном или международном уровнях. Индивидуальным, коллективным предпринимателям приходится подчиняться государственному регулированию и заполнять в этой связи письменные отчеты. В своих ежегодных отчетах они сообщают информацию по финансам, маркетингу, а также приводят сведения о своем размещении, возможностях роста, льготах и т.д. Используя лоббистов и делая взносы в пользу разных политических групп, комитетов, предприниматели пытаются влиять на содержание будущих законов и постановлений. Если в предпринимательской структуре есть профсоюз, руководитель должен поддерживать связь с законными представителями лиц, работающих по найму. Если профсоюз в данной организации отсутствует, она может общаться со своими работниками ради того, чтобы профсоюз не появился. Это лишь немногие примеры из всего разнообразия способов реагирования субъекта предпринимательской деятельности на события и факторы внешнего окружения.

Таким образом, внутренние и внешние коммуникативные связи создают условия для решения преобразовательной, познавательной и ценностно-ориентационной задач деятельности предпринимателей.

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТОРОН ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассмотренные выше стороны предпринимательской деятельности в чистом виде существуют только в теоретическом описании. В реальности они выступают в разнообразных формах сцепления, скрещения, взаимодействия, образуя единую, целостную систему. Это положение согласуется с выводами К. Маркса.

Субъектно-объектное взаимодействие в предпринимательской системе нацелено на извлечение предпринимательского дохода. Достижение поставленной цели возможно лишь при условии решения взаимосвязанных и взаимообуславливающих задач: преобразовательной, познавательной, ценностно-ориентационной и коммуникативной.

На самом деле, предпринимательство, как целенаправленная, инновационная, рискованная, инициативная деятельность, невозможно без знаний. Знание потребительского рынка, объективная оценка собственных возможностей, обладание информацией об уровне развития науки, техники и технологии, задают границы и возможности предпринимательской деятельности.

В свою очередь, коммерческий характер преобразовательной деятельности требует творческого, инновационного начала. Новые комбинации соединения средств производства с рабочей силой, нововведения в области техники и технологии, в организации и управлении производством создают необходимые условия для производства и предложения на рынке конкурентоспособной продукции, а значит, получения предпринимательского дохода.

Практические действия предпринимателя направляются механизмом целеполагания. Поведение данного субъекта в его свободной сознательной деятельности ориентировано экономическими ценностями: полезностью, успешностью и эффективностью. Однако, эгоизм частного интереса, нацеленный на извлечение предпринимательского дохода, противоречит общественному интересу. Общество с помощью правовых и моральных норм задает границы проявления частного интереса.

Предпринимательство, как, впрочем, любой вид человеческой активности, является социальным феноменом. Это означает, что оно осуществляется только при условиях гибких и богатых связей между субъектом предпринимательства и субъектами рыночной среды. Общение опосредует преобразовательную деятельность предпринимателя, позволяет ему реализовывать собственный интерес через поставку на рынок конкурентоспособной продукции, социально самоутверждаться и творчески самовыражаться.

Обобщив выше сказанное, мы определяем *ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО* как сложную деятельностьную систему, где процесс создания общественных полезностей направлен на извлечение

дохода, где эффективная преобразовательная деятельность невозможна без соответствующих знаний и системы ценностных ориентаций, согласовывающей частные интересы субъекта деятельности с общественными. А общение выступает необходимым условием реализации предпринимательской идеи, впоследствии принимающей материализованную форму.

Предприниматель как субъект выступает ведущим элементом экономической деятельности. От его личностных качеств зависит, насколько реализуются объективные социальные условия для предпринимательской деятельности. Через непосредственную деятельность предпринимателя (преобразующую, познавательную, ценностно-ориентационную, коммуникативную) вносятся нововведения в экономике.

Не все субъекты экономической деятельности являются предпринимателями, поскольку существенным условием предпринимательства выступает новизна. Там, где деятельность носит инновационный характер, там необходим предприниматель – новатор.

Глава 2. Инновационные проекты и венчурное предпринимательство

2.1. Роль венчурного финансирования в реализации инновационных проектов

Инновационность – основная черта предпринимательства. Инновациям зачастую принадлежит решающая роль в достижении успеха хозяйствующего субъекта в условиях возрастающей конкуренции. Innovation (лат.улучшение, обновление) в переводе на русский язык имеет три значения: инновация, нововведение, новшество[6, С.160]. Однако между данными терминами можно выделить смысловые различия. Новшество представляет собой оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Новшества оформляются в вид открытий, изобретений, патентов, товарных знаков, рационализаторских предложений, ноу-хау, понятий, научных подходов и принципов, и т.д. Нововведение означает, что новшество не просто существует на бумаге, но уже используется, внедрено. В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса (НТП) в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях. С момента появления на рынке новшество приобретает новое качество и становится инновацией.

«Инновация (нововведение) – это конечный результат творческой деятельности, получивший воплощение в виде новой или усовершенствованной продукции либо технологии, практически применимых и способных удовлетворить определенные потребности» [45, С.28]. Другими словами, инновация – это результат реализации новых идей, знаний с целью их практического использования для удовлетворения определенных запросов потребителей. Таким образом, в понятии инновация необходимо выделить два основополагающих момента. Во-первых, понятие инновации подразумевает наличие новой идеи, которая досконально описана, отражена на схемах или чертежах. Можно сказать, что это теоретический аспект инновации. Во-вторых, новая идея, которая лежит в основе инновации, должна быть использована в какой-либо отрасли. Это практический аспект инновации. Следовательно, в качестве основных свойств инновации можно выделить следующие: новизна, практическая применимость и реализуемость.

Традиционно считается, что инновации проявляются только в сфере высоких технологий. В действительности же они возможны в любой области человеческой деятельности. С точки зрения В.Л. Макарова, «инновация есть форма разрешения противоречия, явление

прогресса в любой сфере человеческой деятельности, а не только в технике и технологии» [29, С.48].

Инновационный процесс представляет собой процесс создания и распространения нововведений (инноваций). Понятие инновационного процесса шире понятия инновация, поскольку инновация является составным элементом инновационного процесса.

Инновации следует рассматривать с позиции инновационного проекта. В экономической литературе, как правило, приводятся две точки зрения относительно сущности понятия «инновационный проект». С одной точки зрения, это комплекс мероприятий, связанных с созданием и распространением нового вида продукции или технологии в целях получения сверхприбыли или иного принципиального нового полезного эффекта. С другой точки зрения, это конкретный документ, отражающий деятельность предприятия по разработке и внедрению новых видов техники, технологии и связанные с этими процессами изменения в области труда и производства.

По сути, «инновационный проект представляет собой совокупность производственных, опытно-конструкторских, финансовых, коммерческих, научно-исследовательских и других мероприятий, осуществляемых предприятием и направленных на внедрение определенных инновационных идей». Другими словами, инновационный проект это сложная система взаимообусловленных и взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, направленных на достижение конкретных целей (задач) в рамках внедрения инноваций. На практике понятие «инновационный проект» рассматривается в основном как пакет документов, в котором находят отражение поэтапное воплощение инновационных идей – от первоначальных замыслов, планирования, прогнозирования, оценки ожидаемой доходности и возможных рисков, координации действий различных служб, вовлеченных в процесс разработки и доведения инновационного проекта до своего логического завершения.

Период от идеи разработки инновационного проекта до выпуска целевой продукции определяют понятием «жизненный цикл». Он включает в себя три основных фазы: преинвестиционная, инвестиционная и производственная (эксплуатационная). Инновационный процесс как и жизненный цикл охватывает все этапы преобразования научного знания или идеи в конкретный продукт, технологию, услугу и их практическое использование в целях получения полезного эффекта. Одной из основных составляющих этого процесса является финансирование инноваций, направленное как на осуществление промежуточных этапов, так и на достижение конечной цели инновационного процесса.

Существуют различные формы и источники финансирования инноваций. Все их множество можно разделить на два класса. К первому классу относят наиболее распространенные – традиционные формы финансирования: собственное, заемное и бюджетное. Ко второму классу относят менее распространенные – специфические, нетрадиционные формы финансирования: венчурное, лизинговое, факторинговое, форфейтинговое, проектное, ипотечное, франчайзинговое [19]. Нельзя сказать, что все перечисленные формы используются в равной степени для финансирования инноваций: одни из них применяются чаще, другие реже. Логично предположить, что с эволюцией рыночных отношений будут развиваться и новые способы финансирования инновационных проектов. При этом их структура, удельный вес будут подвержены изменению под влиянием как внешних, так и внутренних факторов бизнеса. К основополагающим внешним факторам можно отнести конъюнктуру рынка, экономическое положение страны, внешнеэкономическую деятельность государства, уровень развития банковской и денежно-кредитной системы и т.д. К внутренним факторам – уровень менеджмента на конкретных предприятиях, финансовая устойчивость конкретной организации и т.д.

Если крупная корпорация имеет доступ к разного рода финансовым ресурсам для коммерческого освоения результатов работы ее НИОКР-подразделений, то компаниям малого бизнеса или только что созданным в целях реализации инновационной идеи компаниям большинство этих ресурсов недоступны в силу отсутствия необходимого уровня доходов, кредитной истории, а также возможности предоставить какие-либо материальные активы в качестве залога и т.д. Для таких компаний единственным способом финансирования инноваций зачастую становится механизм венчурного финансирования [25].

Понятие “*венчур*” в переводе с английского языка означает “риск”, “рискованное начинание”, а также “рисковое предприятие”. «Финансирование – обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами затрат на осуществление, развитие чего-либо» [6, С.414]. Отсюда можно сделать вывод, что *венчурное финансирование* представляет собой инвестирование частного капитала в рискованные предпринимательские проекты без достаточных гарантий их успешной реализации. [3] На практике венчур проявляется в виде особых экономических отношений, которые характеризуются тем, что ключевая роль в успехе компании принадлежит инвестору. Он принимает участие в управлении и передаче основателям компании опыта ведения бизнеса, полезных связей и навыков. Именно такие «умные» инвестиции и помогают молодым компаниям пройти через «долину смерти» – период, когда само существование компании находится под вопросом [9].

Единого научно обоснованного понимания, определения венчурного капитала нет. Так, например, национальная ассоциация венчурного капитала США трактует венчурный капитал следующим образом – «Венчурный капитал – это финансовые ресурсы, предоставляемые профессиональными инвесторами, которые инвестируют в молодые, быстро растущие компании, обладающие потенциалом превращения в компании, вносящие значительный вклад в экономику. Венчурный капитал является важным источником собственных средств для начинающих компаний». Европейская ассоциация прямого и венчурного инвестирования считает, что венчурный капитал - это акционерный капитал, предоставляемый профессиональными фирмами, которые инвестируют, одновременно принимая участие в управлении, в частные предприятия, демонстрирующие значительный потенциал роста, в фазах их начального развития, расширения и преобразования. В российской науке также разработаны определения венчурного капитала. Например, Бунчук М. дает ему следующее определение: «Венчурный капитал - это долгосрочный, рискованный капитал, инвестируемый в акции новых и быстрорастущих компаний с целью получения высокой прибыли после регистрации акций компаний на фондовой бирже» [7, С.2]. С точки зрения Щербаковой Л.И. «Венчурный капитал - это рискованный капитал, финансирующий инновационные проекты малых фирм, который характеризуется рядом особенностей, отличающих его от банковского и промышленного капитала»[46, С.21].

Венчурный капитал, сочетая в себе различные формы капитала (акционерного, ссудного и предпринимательского), является посредником в экономических отношениях инвесторов и компаний, нуждающихся в финансировании. Для более полного понимания «венчурного капитала» выделим его особенности:

- венчурный капитал связан с инновационной и научно-технической деятельностью;
- венчурный капитал нацелен не на возврат вкладываемых средств, не на процент и не на регулярные доходы на инвестированный капитал, а на развитие самих инновационных предпринимательских структур, их нововведений и прибыль от массового выпуска инноваций — товаров, а также акций преуспевающих фирм, принявших венчурный капитал, и размещение их среди населения (мотивационная особенность);
- активное участие инвесторов с целью минимизации рисков в управлении, начиная с экспертизы предпринимательских идей и заканчивая обеспечением ликвидности акций вновь созданной фирмы;
- он характеризуется высокими затратами на предварительные исследования;

- венчурный капитал органически связан с человеческим фактором (объединение в себе возможностей финансового капитала и интеллектуального ресурса);

- практически оправданная высокая рискованность венчурного капитала;

- дробность финансирования инновационных предпринимательских проектов (поэтапное выделение ресурсов в виде небольших порций (траншей)) и различия в прибыльности в разных фазах его жизненного цикла;

- инвестор, как правило, не стремится приобрести контрольный пакет акций компании, в отличие от "стратегического инвестора". Он принимает на себя только финансовый риск, а такие виды рисков, как технический, рыночный, управленческий, ценовой и т. д., перекладывает на менеджмент, у которого как раз и находится контрольный пакет акций компании.

Сущность венчурного капитала проявляется через его функции, к которым относятся:

- *Научно-производственная функция*. Направлена на содействие технологическому прорыву, на развитие инновационной и деловой активности, которая в итоге содействует экономическому инновационному росту хозяйственных систем.

- *Венчурный капитал выполняет функцию структурного обновления экономики различных уровней*. Данный капитал содействует замене жесткой вертикальной структуры предприятия через развитие горизонтальных связей моделью, которую можно условно назвать «научно-производственной сетью»[32, С.13].

- *Функция коммерциализации научно-технической и инновационной деятельности*. Эта функция свойственная всем основным формам венчурного капитала, ее можно также назвать функцией инкубации инновационного предпринимательства, в том числе внутреннего.

- *Функция инвестиционного обеспечения научно-технической и инновационной деятельности венчурного капитала* вытекает из первой функции, которую конкретизирует в определенной степени.

- *Венчурный капитал выполняет функцию своеобразного гаранта временной экономической устойчивости рождающихся малых инновационных предпринимательских структур*, а за счет последних обеспечивает устойчивость корпоративного каркаса экономики.

Анализ особенностей и функций венчурного капитала позволяют охарактеризовать экономическую сущность венчурного капитала как разновидность финансового капитала, выполняющего роль особого инвестиционного фактора - ресурса в общественном воспроизводстве, имеющего преимущественную направленность действия на активизацию научно-технической и инновационной деятельности, сочетающего

высокие риски и неопределенность конечного совокупного рыночного эффекта со сверхвысокой доходностью вложенных в новые или развивающиеся фирмы средств.

Рассмотрим анализируемые понятия применительно к российской экономике. Понятия “венчурное финансирование”, “венчурные инвестиции” или “венчурный проект” в современных российских условиях раскрываются в двух аспектах. Первый момент связан с направленностью инвестиций. Венчурное финансирование означает, что инвесторы направляют свои средства на реализацию инновационных проектов. Понятие венчурный проект, в данном смысле, означает проект, предполагающий, выведение на рынок новых высокотехнологичных и конкурентоспособных продуктов. Как уже было сказано выше, такое вложение средств предполагает одновременно высокую степень риска и большую прибыль для инвестора. Для инвестора важен именно финансовый результат проекта (т.е. прибыль), венчурное финансирование не предназначено для поддержки фундаментальных научных исследований – исследований, которые не предполагают создание и последующий вывод на рынок продукта с коммерческой перспективой.

Во втором значении венчурные инвестиции тождественны прямым инвестициям – это инвестиции, направляемые непосредственно в акционерный (уставный) капитал коммерческих организаций. Таким способом инвестор в обмен на финансовые вливания в инновационный бизнес-проект получает определенные права по управлению проинвестированным предприятием, так как он становится акционером - совладельцем бизнеса. В данном шаге тоже проявляется определенный риск: инвестор вкладывает деньги в дело практически без обеспечения – залога, банковских гарантий, поручительства и т.д. Если два аспекта венчурных инвестиций объединить, то получится, что по содержанию это будут инвестиции в инновации, т.е. в создание высокотехнологичных продуктов, а по форме это будут прямые инвестиции в уставный капитал юридического лица [31].

Венчурный капитал, как один из источников финансирования развития компаний с высоким показателем добавленной стоимости, является неотъемлемой частью финансового ландшафта. Эффективно работающая индустрия венчурного капитала способна обеспечить инвестициями наиболее динамично развивающиеся инновационные молодые предприятия малого и среднего бизнеса, способствуя, таким образом, повышению конкурентоспособности российской экономики.

Венчурное инвестирование появляется на ранних стадиях развития компании. Однако портфель венчурного капиталиста содержит компании, находящиеся на различных стадиях: ранней (достартовая ступень, стартовая ступень и раннее финансирование), средней (или

расширение), поздней (поздняя ступень развития, переходная ступень) и завершающей стадии («выход» инвесторов). Общая продолжительность цикла от «посева» до «выхода» занимает 5-10 лет [26, С.156].

Рассмотрим рынок венчурного капитала. Рынок венчурного капитала состоит из трех сегментов:

- «классический» или институциональный венчурный капитал;
- неформальный венчурный капитал (бизнес-ангелы);
- корпоративный венчурный капитал.

Характеристики и отличительные черты этих сегментов приведены в таблице 1.2 [24].

Венчурный капитал не просто важен, а необходим для инновационного развития экономики. Это обусловлено следующими факторами:

Во-первых, венчурный бизнес, априори основанный на инновационных предпринимательских идеях, выбирает наиболее перспективные направления технологического развития. Появление венчурного капитала в отдельных отраслях служит сигналом для других потенциальных инвесторов (банков, крупных корпораций, государства) о возможности получения высокой доходности от объектов инвестирования. Данный механизм позволяет перераспределить совокупный капитал в пользу наиболее перспективных отраслей экономики или технологий.

Во-вторых, венчурный капитал как первопроходец стимулирует конкуренцию. Выступая первым, он заставляет корпорации увеличивать свою инновационную активность. В конечном счете, это повышает инновационную способность и конкурентоспособность экономики в целом.

В-третьих, венчурный бизнес формирует (особенно в условиях переходной экономики, на развивающихся рынках) новые представления о ценностях и деловой этике, новые модели организации деятельности. Возрастает значение личной инициативы, творчества. Особое значение приобретает мотивация на начальных стадиях, не связанных с получением прибыли. Примером таких новых моделей организации бизнеса служит внутренний венчур в корпорациях.

В-четвертых, создается инвестиционный механизм, который адекватен потребностям быстрого развития на базе революционных изменений в технологии. Данный механизм, несмотря на свою сложность, обладает необходимой гибкостью, чтобы быстро реагировать на инновации.

Таблица 1.2 - Основные характеристики трех сегментов рынка венчурного капитала

Характеристика	Институциональный венчурный капитал	Бизнес-ангелы	Корпоративный венчурный капитал
Источники финансовых ресурсов	Преимущественно институциональные инвесторы	Преимущественно частные инвесторы, вкладывающие собственный капитал	Крупные корпорации, выделяющие часть бюджета на высокорискованные инновационные проекты
Форма организации	Партнерство с ограниченной ответственностью	Частное предпринимательство	Подразделение крупной корпорации
Особенности инвесторов	Профессиональные инвесторы, большие инвестиционные возможности, тщательная процедура отбора	Инвесторы, специалисты, менеджеры крупных компаний; ограниченные инвестиционные возможности; упрощенная процедура отбора	Технологически ориентированные инвесторы; большие инвестиционные возможности; тщательная процедура отбора
Мотивы для инвестирования	Рост ценности акционерного капитала	Рост личного благосостояния	Стратегическое развитие корпорации
Мониторинг и контроль	Формальные процедуры контроля и мониторинга	Неформальные процедуры контроля и мониторинга	Мониторинг и контроль в рамках корпоративных регламентов

Исследователи венчурного бизнеса, подчеркивая невысокую долю венчурного капитала в структуре финансирования инновационных проектов, отмечают его ключевую роль как «точки роста», катализатора развития новых секторов экономики.

Эффективность инвестиционного проекта - категория, отражающая соответствие проекта, порождающего данный инвестиционный проект целям и интересам его участников. Основой оценки эффективности реализации венчурных проектов является формирование обоснованных критериев эффективности.

Выделяют два взаимодополняющих подхода к оценке эффективности инновационных проектов: качественный и количественный.

Качественный, иными словами целевой, подход ориентирован на оценку эффективности проекта с точки зрения его максимального соответствия поставленным целям. Из определенного числа инноваций инвестор выбирает ту, которая максимально приближает его к поставленной цели. Таким образом, оценивается стратегическая эффективность нововведения в плане получения долгосрочных рыночных преимуществ. Данный метод основан на умении предпринимателя, инвестора, органов государственной власти предвидеть и прогнозировать будущие рыночные ситуации, определить факторы будущей конкурентоспособности компании, ставить достижимые цели и находить новые пути их достижения.

Однако в силу ограниченности ресурсов необходимо использовать количественные методы оценки эффективности инновационных проектов. Количественный, или затратный, метод оценки связан с расчетом доходности и рентабельности проекта. Здесь возможно использование следующих показателей: абсолютная доходность проекта (оценивается сумма дохода, которая получена инвестором при реализации проекта), абсолютно-сравнительная доходность (инвестор сравнивает сумму абсолютного дохода с нормативом, который может быть установлен самостоятельно или взят из общепринятой практики), сравнительная доходность проекта (проект сравнивается с альтернативными вариантами проектов), чистая текущая стоимость инвестиционного проекта, внутренняя норма прибыльности, дисконтированный срок окупаемости, индекс прибыльности.

Рассмотрим подход к выделению показателей эффективности инвестиционных проектов, связанных с инновациями, который позволяет выделить разносторонние эффекты от их внедрения [24]. Система взаимосвязанных эффектов от инноваций – совокупность различного рода эффектов от осуществления инновационной деятельности. На

основе имеющейся литературы были выделены группы эффектов от реализации венчурных проектов:

1. финансово-экономический эффект;
2. рыночный эффект;
3. производственно-технологический эффект;
4. социальный эффект;
5. бюджетный эффект;
6. политический эффект;
7. экологический эффект.

Рассмотрим подробно, как именно проявляются каждый из выше приведенных эффектов.

1. *Финансово-экономический эффект* возникает в процессе экономических отношений при создании и использовании финансовых ресурсов в ходе реализации венчурных проектов.

Общим принципом оценки эффективности является сопоставление результата и затрат за расчетный период времени. Таким образом, можно рассчитать интегральный эффект, используя формулу (1.1), который представляет собой величину разности затрат за расчетный период приведенных к одному, обычно начальному году, то есть с учетом дисконтирования результатов и затрат:

$$\Delta_{и} = \sum_{t=0}^{Tr} (P_t - Z_t) \alpha_t, \quad (1.1)$$

где $\Delta_{и}$ - интегральный чистый доход;

Tr - расчетный год;

P_t - результат в t-й год;

Z_t - инновационные затраты в t-й год;

α_t - коэффициент дисконтирования (дисконтный множитель).

Сопоставлять результаты и затраты нужно не только через разность, но и через отношение. Отношение результаты / затраты может быть выражено как в натуральных, так и в денежных величинах и показатель эффективности при этих способах выражения может оказаться разным для одной и той же ситуации. В целом проблема определения экономического эффекта и выбора наиболее предпочтительных вариантов реализации инноваций требует, с одной стороны, превышения конечных результатов от их использования над затратами на разработку, изготовление и реализацию, а с другой – сопоставления полученных при этом результатов с результатами от применения других аналогичных по назначению вариантов инноваций. Метод исчисления эффекта (дохода) инноваций, основанный на сопоставлении результатов их освоения с затратами, позволяет

принимать решение о целесообразности использования новых разработок.

Следует различать экономический эффект по сферам его получения, что необходимо рассчитывать при расчетах экономической эффективности, обосновании цен на научно-техническую продукцию, при экономическом стимулировании участников инновационной деятельности. В зависимости от сферы получения различают экономический эффект:

1) от внедрения научно-технических разработок, направленных на создание прогрессивных технологических процессов, повышение уровня автоматизации и механизации производства (эффект в сфере производства);

2) от производства и использования новых видов продукции с улучшенными технико-экономическими параметрами (эффект в сфере потребления).

Экономическая оценка эффективности используемых инноваций проводится по тем же показателям, что и предварительная оценка инновационных проектов. Среди наиболее распространенных критериев финансово-экономического блока можно выделить следующие основные показатели:

а) Текущая стоимость (NV)

Текущая стоимость представляет собой сумму всех денежных оттоков и притоков, порожденных инвестицией. Расчет производится по формуле (1.2):

$$NV = \sum_{t=0}^n CF_t - \sum_{t=0}^n I_t, \quad (1.2)$$

где NV - текущая стоимость;

CF_t - приток денежных средств в периоде t = 1, 2, ...n;

I_t - отток денежных средств в периоде t = 0, 1, 2, ... n (по абсолютной величине);

n - число периодов.

Показатель текущей стоимости характеризует эффективность инвестиций в абсолютных значениях без учета временной стоимости денег. Критерий приемлемости текущей стоимости: NV >= 0 (чем больше, тем лучше).

б) Чистая текущая стоимость (чистый приведенный эффект, чистый дисконтированный доход - NPV)

Чистая текущая стоимость представляет собой сумму текущих стоимостей всех спрогнозированных с учетом ставки дисконтирования денежных потоков - формула (1.3). Текущая стоимость инвестиционных

затрат (I_0) сравнивается с текущей стоимостью доходов (PV). Разность между ними составляет чистую текущую стоимость доходов (NPV):

$$NPV = PV - I_0; \quad (1.3)$$

где I_0 – текущая стоимость затрат;

PV – текущая стоимость доходов за все годы

NPV показывает чистые доходы или чистые убытки инвестора от помещения денег в проект по сравнению с хранением денег в банке. Если NPV является положительным, т.е. больше нуля, то можно считать, что инвестиции эффективны, т.к. увеличат капитал предпринимателя и их следует осуществлять. При NPV отрицателен, то доходы недостаточно высоки, чтобы компенсировать риск, присущий данному проекту и инвестиционное предложение должно быть отклонено.

Используемый в формуле (1.3) показатель текущей стоимости в свою очередь рассчитывается по формуле (1.4):

$$PV = \sum_{t=0}^n PV_t = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (1.4)$$

где CF – доходы за каждый год;

r – барьерная ставка (ставка дисконтирования);

t – период времени.

с) Срок окупаемости инвестиций (Ток или PP)

Срок окупаемости инвестиций характеризует временной период, необходимый для возврата первоначальных вложений. Данный показатель имеет особое значение для бизнеса, расположенного в странах с неустойчивой финансовой системой, или бизнеса связанного с передовой технологией, где стремительное устаревание товара является нормой, что превращает быстрое возмещение инвестиционных расходов в важную проблему. Естественно, что чем короче срок окупаемости, тем лучше. Общая формула для расчета срока окупаемости инвестиций (1.5):

$$\text{Ток} = n, \text{ при котором } \sum_{t=1}^n CF_t > I_0, \quad (1.5)$$

где Ток (или PP) - срок окупаемости инвестиций;

n - число периодов;

CF_t - приток денежных средств в период t ;

I_0 - величина исходных инвестиций в нулевой период.

Окупаемость можно использовать так же, как и барьерную ставку, - в виде ограничительного критерия. Если для компании важно возместить первоначальные расходы, и как можно скорее, то окупаемость может приобрести больший смысл.

д) Дисконтированный срок окупаемости инвестиций (окупаемость в терминах текущих стоимостей, $T_{окTC}$ или PVP).

Дисконтированный срок окупаемости инвестиций определяется как время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов, при этом учитывается временная стоимость денег. Общая формула (1.6) для расчета окупаемости в терминах текущих стоимостей:

$$T_{окTC} = n, \text{ при котором } \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} > I_0 \quad (1.6)$$

Где $T_{окTC}$ - дисконтированный срок окупаемости инвестиций;

n - число периодов;

CF_t - приток денежных средств в период t ;

r - барьерная ставка (коэффициент дисконтирования);

I_0 - величина исходных инвестиций в нулевой период.

Дисконтируемый срок окупаемости инвестиций не определяется размер денежных потоков после точки окупаемости, и не определяется при знакопеременных денежных потоках.

е) Внутренняя норма доходности (внутренняя норма прибыли, внутренний коэффициент окупаемости - IRR)

Внутренняя норма доходности - норма прибыли, порожденная инвестицией. Это та норма прибыли (барьерная ставка, ставка дисконтирования), при которой чистая текущая стоимость инвестиции равна нулю, или это та ставка дисконта, при которой дисконтированные доходы от проекта равны инвестиционным затратам. Внутренняя норма доходности определяет максимально приемлемую ставку дисконта (r), при которой можно инвестировать средства без каких-либо потерь для собственника (формула 1.7).

$$IRR = r, \text{ при котором } NPV = f(r) = 0, \quad (1.7)$$

Ее значение находят из следующего уравнения (1.8):

$$NPV(IRR) = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+IRR)^t} = 0 \quad (1.8)$$

Где $NPV(IRR)$ - чистая текущая стоимость, рассчитанная по ставке IRR,

CF_t - приток денежных средств в период t ;

I_t - сумма инвестиций (затраты) в t -ом периоде;

n - суммарное число периодов (интервалов, шагов) $t = 0, 1, 2, \dots, n$.

Экономический смысл данного показателя заключается в том, что он показывает ожидаемую норму доходности (рентабельность инвестиций) или максимально допустимый уровень инвестиционных затрат в оцениваемый проект. IRR должен быть выше средневзвешенной цены инвестиционных ресурсов. Если это условие выдерживается, инвестор может принять проект, в противном случае он должен быть отклонен.

d) Дисконтированный индекс доходности (Дисконтированный индекс рентабельности, ТС-индекс - DPI)

Одним из вариантов модификации понятия окупаемости заключается в суммировании всех дисконтированных денежных потоков с последующим делением суммы на дисконтированный инвестиционный расход. Результатом является дисконтированный индекс доходности. Показатель характеризует эффективность (рентабельность) инвестиции, в относительных значениях.

Формула (1.9) для расчета дисконтированного индекса доходности:

$$DPI = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}}, \quad (1.9)$$

где DPI - дисконтированный индекс доходности, долей единиц;

CF_t - приток денежных средств в период t;

I_t - сумма инвестиций (затраты) в t-ом периоде;

r - барьерная ставка (ставка дисконтирования), долей единиц;

n - суммарное число периодов (интервалов, шагов) t = 0, 1, 2, ..., n.

Этот инструмент анализа решает технические проблемы, сопутствующие вычислению внутреннего коэффициента окупаемости (IRR). Денежные потоки могут в некоторый год оказаться отрицательными, а в следующий - положительными, однако ТС-индекс демонстрирует свою надежность, оставаясь при этом неизменным.

Отдельно затронем проблему эффективности инновационных проектов с точки зрения инвесторов венчурного капитала. Поскольку венчурные капиталисты играют роль финансовых посредников, должен существовать механизм, посредством которого они возвращают деньги (и обеспечивают доход на них) инвесторам. Таким механизмом является выход из финансируемой компании. Выход может быть осуществлен следующими методами:

- продажа акций венчурных инвесторов на фондовом рынке, если компания осуществила выход на фондовый рынок через процедуру IPO (первичной продажи акций на фондовом рынке);

- продажа компании (или доли в ней венчурных инвесторов) другому инвестору, например фонду прямых инвестиций (продажа финансовому инвестору);
- продажа компании (или доли в ней венчурных инвесторов) крупной корпорации, которая может выступить в роли стратегического инвестора;
- продажа доли венчурных инвесторов менеджменту финансируемой компании;
- списание.

Нацеленность венчурных инвесторов на благополучный выход из финансируемых компаний дает дополнительное объяснение тому факту, что венчурные капиталисты специализируются на узком круге отраслей экономики, демонстрирующих высокие показатели роста. Венчурные капиталисты инвестируют в малые компании, но такие, которые могут быстро вырасти вследствие того, что их продукция будет пользоваться спросом, и которые будут представлять интерес для инвесторов в перспективе. Отсюда вытекает нацеленность на высокотехнологичные отрасли, где создаются продукты, которые могут легко проникнуть на рынки или даже создать новые рынки.

2. Рыночный эффект

Причиной внедрения инноваций может быть несколько. В современных условиях одним из побудительных мотивов создания новшеств является то, что фирма вынуждена конкурировать на рынке. Таким образом, инновации всегда связаны с рынком. Конкуренция стимулирует предприятия разрабатывать и внедрять новинки. Как минимум это делается с целью удержания своих позиций на рынке, как максимум, для освоения нового сегмента и получения дополнительных конкурентных преимуществ. Цель минимум-максимум определяется инновационной стратегией фирмы.

Связь инноваций с рынком является взаимообусловленной. С одной стороны неудовлетворенный рыночный спрос стимулирует создание и внедрение новшества. С другой - появление инновации на рынке изменяет соотношение спроса и предложения, формирует новые рыночные сегменты, порождая новые рыночные потребности. Эти причинно-следственные связи иллюстрируют два противоположных подхода к ведению бизнеса. Первый подход иллюстрирует выявленный интерес потребителя, который может быть удовлетворен путем создания продуктовой новинки или модернизации уже существующего товара. Выявленный интерес потребителя является результатом изучения предпринимателем очевидных, но не удовлетворяемых (или не полностью удовлетворяемых) потребностей потенциального покупателя, которые можно удовлетворить путем создания новых товаров или

товаров с новыми свойствами. Такой подход более вероятен в условиях товарного дефицита и характерен для общества с низким уровнем социально-экономического развития. Однако связь инновации с рынком может возникать и другим способом – через навязываемый интерес предпринимателя потребителю. Навязываемый потребителю интерес предпринимателя это результат предпринимательского решения по выявлению неосознанного интереса потребителя. В основном такая предпринимательская активность связана с решением (и готовностью) предпринимателя производить новые товары, не традиционные для потребительского рынка.

Таким образом рыночный эффект венчурных проектов может выражаться в следующем:

- изменение позиции компании на рынке,
- увеличение рыночной доли компании,
- завоевание новых рынков,
- создание и заполнение новой ниши на рынке,
- диверсификация продуктового ряда,
- создание бренда и т.д.

3. *Производственно-технологический (научно-технический) эффект.*

Производственно-технологический (научно-технический) эффект прежде всего представляет получение новых знаний, прирост информации. Рассматриваемый эффект от венчурных проектов оказывает влияние на развитие перспективных отраслей науки, развитие и совершенствование технологий производства и может определяться уникальностью и новизной разработки, пользой от нововведения, эффективностью НИОКР, научным потенциалом и другими показателями.

Измерять прирост информации количественно практически не представляется возможным, поскольку измерение научной продукции в битах или по количеству идей вряд ли возможно. Г. А. Лахтин пишет: «Когда нельзя измерить количество исследовательской продукции, полученной в результате работы, можно попытаться дать оценку хотя бы тому, выполнена она или нет» [27, С.245]. Но такой подход предполагает уже не количественную, а качественную оценку, т. е. выявление научного эффекта как результата научного труда посредством сочетания этих видов оценок. При этом научный эффект отражает возможность удовлетворения потребностей в новой информации и многократного ее применения (свойство потребительной стоимости научной продукции), а также выявляет степень удовлетворения потребностей (свойство качества созданной информации).

Однако эффективность научно-технических результатов обычно оценивается экспертным путем с использованием шкалы характеристик.

Например, таких как:

- уровень новизны;
- возможность практической реализации;
- возможный масштаб применения;
- перспективность.

В последующем на стадии практического использования новых знаний их эффективность можно оценить опосредованно через эффективность созданных на основе этих знаний новых товаров, оборудования, машин, технологий.

Таким образом, научно-технический эффект нововведений заключается в развитии различных отраслей науки, техники и технологии (при создании материальных инноваций). Научные знания являются базой реализуемых инновационных процессов. Научно-технические показатели внедренного нововведения отражают коммерческую значимость осуществленных научных исследований. Для определения научно-технического эффекта могут быть использованы оценочные показатели, выраженные в баллах, учитывающие новизну, изобретательский уровень и практическую пользу нововведения.

4. Социальный эффект

Социальный эффект от деятельности тех или иных структур может быть получен как на уровне региона – вследствие улучшения социально-экономической ситуации, внедрения в практику новых социальных технологий, механизмов распределения ресурсов, так и на уровне населения – за счет возможности трудоустройства, повышения социального статуса, потенциала самореализации.

Таким образом, социальный эффект выражается в оказании венчурным проектом определенного влияния на все стороны общественно-экономической жизни, как-то:

- стимулирование экономического роста региона,
- поддержка отечественных производителей,
- экспорт наукоемкой продукции с высокой добавленной стоимостью,
- технологическое обновление общества,
- изменение существующих социальных структур (текучесть кадров, изменение видов экономической деятельности и т.п.),
- развитие предпринимательских инициатив,
- улучшение образа жизни населения, в том числе условия труда (рост занятости населения, увеличение количества новых рабочих мест, подготовка и переподготовка кадров, социальная безопасность);
- рост доходов населения,

– повышение доступности и качества услуг населению в сфере транспорта, здравоохранения, образования, физической культуры и спорта, культуры, жилищно-коммунального хозяйства.

5. Бюджетный эффект

Бюджетная эффективность от внедрения проекта - оценка степени влияния результатов осуществляемого проекта на доходы и расходы бюджетов всех уровней. Показатели бюджетной эффективности, отражают последствия осуществления инвестиционного проекта на федеральный, региональный и местный бюджеты.

Показатели бюджетной эффективности отражают влияние результатов осуществления проекта на доходы и расходы соответствующего (федерального, регионального или местного) бюджета. В качестве основного показателя бюджетной эффективности принимается бюджетный эффект за определенный период времени, который выражается в увеличении бюджетных доходов или снижении бюджетных расходов в результате реализации инновационного проекта. Интегральный бюджетный эффект рассчитывается как сумма дисконтированных годовых бюджетных эффектов или как превышение интегральных доходов бюджета над интегральными бюджетными расходами. Таким образом, показатели бюджетной эффективности рассчитываются на основании определения потока бюджетных средств.

К поступлениям финансовых средств для расчета бюджетной эффективности относятся:

- притоки от налогов, акцизов, пошлин, сборов и отчислений в государственные внебюджетные фонды, установленные действующим законодательством;
- доходы от лицензирования, конкурсов на разведку, строительство и эксплуатацию объектов, предусмотренных проектом;
- платежи в погашение кредитов, выданных из областного бюджета;
- платежи в погашение налоговых кредитов или инвестиционных налоговых кредитов;
- дивиденды по акциям и другим ценным бумагам, выпущенным в связи с реализацией проекта.

К оттокам бюджетных средств относятся:

- предоставление бюджетных ресурсов на условиях закрепления в государственной собственности акций акционерного общества, создаваемого для осуществления проекта;
- предоставление бюджетных ресурсов в виде бюджетного кредита;

– предоставление бюджетных средств на безвозмездной основе (субсидирование);

– бюджетные дотации, связанные с проведением определенной ценовой политики и обеспечением соблюдения определенных социальных приоритетов.

Помимо выше перечисленных показателей к основным индикаторам бюджетной эффективности относятся:

– доля бюджетного финансирования в общем объеме инвестиций,

– срок возврата бюджетных средств,

– снижение бюджетной нагрузки по содержанию действующего оборудования и субсидированию населения,

– индекс доходности инвестиций бюджета (отношение чистого дисконтированного дохода бюджета к величине инвестиций за счет средств соответствующего бюджета).

8. *Политический эффект* может проявляться в оказываемом проектом влиянии на реализацию государственной политики по переходу на инновационный путь развития, стимулировании развития национальной венчурной системы, поддержке отечественного производителя конкурентоспособной продукции.

9. *Экологический эффект*

Экологический эффект определяется способностью инновации при производстве, эксплуатации и утилизации как минимум не оказывать негативного воздействия на окружающую среду. В лучшем случае экологический эффект - это улучшение показателей экологической среды: уровня шума, показателей электромагнитного поля, загрязненности, освещенности, вибраций и т.д. Экологический эффект может быть выражен следующими показателями: ресурсоемкостью, энергоемкостью, выбросами и сбросами в окружающую среду, сроками полезного использования, возможностью повторного использования после истечения срока годности.

Инновация характеризуется как высокозначимая при наличии всех вышеперечисленных эффектов.

Нововведениям одновременно могут быть свойственны положительные и отрицательные стороны. Так, инновация может обладать экономическим эффектом (приносит прибыль), но при этом быть антисоциальной. Негативные воздействия заключаются во вредном влиянии на человека и среду его обитания. Ускорение цикла «наука — техника — производство» приводит к увеличению количества вовлекаемых в производство природных ресурсов, усилению техногенного воздействия на природу и загрязнению окружающей среды, поэтому активизация инновационной деятельности фирм явилась главной

причиной обострения противоречий между обществом и природной средой. С целью сохранения своих позиций на рынке и обеспечения высокой конкурентоспособности товаров компании создают высокотехнологичную, наукоемкую продукцию, формируя новые рынки сбыта. Высокий рыночный спрос на новинки определяет характер современного производства в промышленно развитых странах, особенностью которого является выпуск товаров с коротким жизненным циклом (например, электронное оборудование морально устаревает через год). В результате ускорения инновационных процессов изделия могут устареть, едва поступив на рынок. При этом возникает двойной негативный эффект: экономический - затраты по созданию инновации, не компенсированные доходами, и экологический - использование природных ресурсов и дополнительные отходы производства.

Реальность такова, что положительный эффект в инновационной деятельности не всегда достижим, поскольку нововведения являются специфическим продуктом. Эта специфика заключается в неопределенности, возникающей при практическом использовании новшества, особенно при выводе на рынок продуктовых нововведений. Таким образом, для получения полной оценки эффективности инновационного проекта необходимо учитывать и определять все возможные эффекты и последствия, которые могут возникнуть при создании и массовом использовании новшества.

2.2 Оценка уровня развития рынка прямых и венчурных инвестиций в РФ

Началом развития венчурного инвестирования и всей венчурной индустрии в России общепринято считать 1993 г. В этом году на Токийском саммите между правительствами стран «большой семерки» и Европейским Союзом было принято соглашение о поддержке только что приватизированных российских предприятий по Государственной программе РФ по массовой приватизации. Венчурные фонды в России стали создаваться с 1994 г. по инициативе и при финансовой поддержке Европейского банка реконструкции и развития. Им было выделено на эти цели 312 млн. долл. [18]. Было создано 11 региональных фондов венчурного капитала. В 2001 г. чисто венчурным фондом на всю страну был один-единственный – Mint Capital Mint. Всего фонд собрал 20 млн. долл. Известны инвестиции Mint в шесть компаний, из которых четыре (ParallelGraphics, jNetx, Abbyu, «RBC/Пентаком») подпадают под категорию технологических. Ещё одна (телекомпания «Студия 2В») – медийный актив [29]. В октябре 2002 г. фонд Draper Fisher Jurvetson инвестировал в российские компании 100 млн. долл. Примерно в это же

время «Альфа-Эко» совместно с Vostok Nafta Investments объявили о создании фонда прямых инвестиций Russia Resources Fund для развития инновационно-технологических предприятий. В 2003 г. «Альфа-Групп» создала венчурный фонд «Русские технологии» с объёмом 50 млн. долл., часть из которых направлена на финансирование инновационных проектов [33].

Уровень развития венчурного инвестирования в нашей стране можно оценивать, используя разные признаки. Размеры венчурного инвестирования можно охарактеризовать с помощью показателей накопленной капитализации и мобилизованного капитала. Степень вовлеченности инвесторов в приращение капитала с помощью венчурного инвестирования характеризует число венчурных фондов и фондов прямых инвестиций. Степень вовлеченности предпринимателей-новаторов – через число профинансированных компаний и величину сделок. Можно также оценить отраслевое разнообразие венчурных инвестиций – как правило, венчурный капитал сосредоточен в нескольких отраслях, т.е. можно выделить отрасли-лидеры и отрасли-аутсайдеры венчурного финансирования. Степень географического распространения венчурных инвестиций можно определить, рассмотрев рискованные вложения в разрезе федеральных округов.

Проведенный в данном параграфе анализ уровня развития венчурного инвестирования, базируется на данных Российской ассоциацией венчурного инвестирования (РАВИ), представленных в аналитических сборниках «Обзоры рынка: прямые и венчурные инвестиции в России» с 2006 по 2014 гг. [33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42]. В настоящее время, данные сборники представляют собой наиболее полную картину венчурной индустрии в РФ. Данные были собраны в результате широкомасштабного сбора данных в виде анкетирования представителей ведущих инвестиционных структур, работающих в данной сфере.

Необходимо отметить, что в данную статистику не включены фонды, осуществляющие целевым образом сделки в сфере недвижимости и девелопмента, т.е. инвестиции в конкретные строительные проекты и объекты. Это сделано в соответствии с адаптированной отраслевой классификации EVCA (European Venture Capital Association Европейская ассоциация "рискового" капитала). Вместе с тем в статистике учитываются сделки по инвестициям в компании, оказывающие инженерные и архитектурные услуги, производящие строительные материалы и осуществляющие строительные работы.

Осуществлять венчурные инвестиции возможно как через непосредственно венчурные фонды, так и через фонды прямых инвестиций. Выделим, что принципиально отличает венчурный ПИФ от

фонда прямых инвестиций. Во-первых, инвестор фонда прямых инвестиций не может выступить (через ПИФ) учредителем компании-получателя инвестиций. Он вынужден совместно с эмитентом (АО) постоянно проводить (выкупать) дополнительные выпуски, чтобы, во-первых, обеспечить текущее и возможное венчурное финансирование компании и, во-вторых, довести участие в уставном капитале до контрольного пакета. Во-вторых, основная ниша для фонда прямых инвестиций - непубличные компании. В-третьих, венчурные фонды могут финансировать соответствующие проекты не только через капитальные вложения и выкуп эмиссионных ценных бумаг, но и через вексельные программы; у фонда прямых инвестиций такой возможности нет. Ну и последнее, законодатель обозначает предпосылки к формированию публичного статуса венчурной компании, которую финансирует фонд (нет возможности выкупать облигации, зарегистрированные без проспекта).

В таблице 2.1 приведены данные, характеризующие число венчурных фондов и фондов прямых инвестиций в РФ за период с 2006 по 2014гг.. Графически изменение рассматриваемых показателей приведено на рисунке 2.1.

Таблица 2.1 - Число венчурных фондов и фондов прямых инвестиций

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число действующих фондов	98	130	155	162	170	174	260	321	347
Новые фонды	22	35	32	19	15	21	94	64	36
Ликвидированные фонды	3	3	7	12	7	17	9	9	10

Начиная с 2008 года и по 2011г. значительного роста числа фондов на рынке коллективных инвестиций не наблюдалось. Наоборот, ряд фондов прекратили работу. Однако в эти периоды времени был рост количества организаций, не структурированных как "классические" фонды прямых (венчурных) инвестиций, но позиционирующих себя как агентства, фонды бизнес-ангелов, инновационные студии, интернет-инкубаторы и т.д. Такие структуры оказывают консультационные и посреднические услуги молодым командам разработчиков и в конечном итоге способствуют привлечению инвестиций в стартап-проекты (в

основном в компании ИТ-сферы) или инвестируют собственные средства (относительно небольшие).

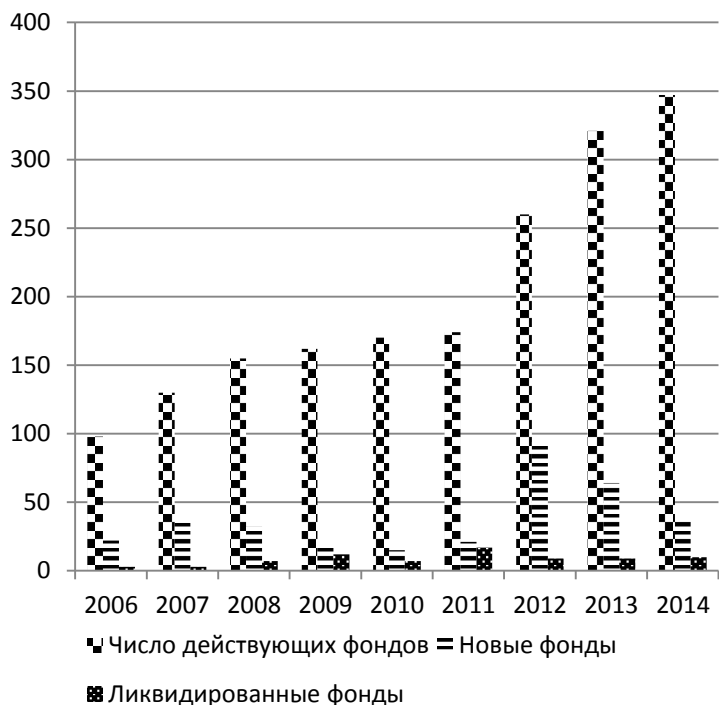


Рисунок 2.1 - Число венчурных фондов и фондов прямых инвестиций, ед.

Оценим динамику изменения числа венчурных фондов и фондов прямых инвестиций (таблица 2.2).

2010 год охарактеризовался тем, что спектр появившихся в этом году фондов весьма широк: от относительно небольших частных посевных венчурных фондов (фондов микрофинансирования) до фондов прямых инвестиций, специализирующихся на поздних стадиях развития компаний. Некоторые фонды планируют инвестировать в недооцененные или проблемные активы.

Новым явлением стало создание венчурных фондов, направленных на взаимодействие с глобальными венчурными фондами, обладающими значительным опытом работы с высокотехнологическими компаниями. Основной проблемой является то, что ощущается нехватка фондов для вложений в компании, находящиеся на посевной стадии развития,

несмотря на усилия институтов развития и частные инициативы в этой сфере.

Таблица 2.2 - Цепные темпы роста числа венчурных фондов и фондов прямых инвестиций, %

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Действующие фонды	132,7	119,2	104,5	104,9	102,4	149,4	123,5	108,1
Новые фонды	159,1	91,4	59,4	78,9	140,0	447,6	68,09	56,3
Ликвидированные фонды	100,0	233,3	171,4	58,3	242,9	52,9	100,0	111,1

В 2012 году отмечается взрывной рост числа венчурных фондов. Основной вклад в рост числа венчурных фондов внесли фонды, ориентирующиеся на инвестиции в интернет-проекты. Однако в это же период появились и нишевые фонды, отдающие предпочтение при выборе перспективных проектов для инвестирования, например, образовательной тематике или инвестициям в банковские и платежные продукты.

2014 год отметился замедлением прироста количества венчурных фондов и фондов прямых инвестиций. Это обусловлено неблагоприятной экономической обстановкой, сложившейся в стране.

Приведем статистику исключительно для венчурных фондов в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Число действующих венчурных фондов

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число	52	64	80	87	91	97	160	208	231

Позитивной тенденцией последних лет стало увеличение числа и объемов фондов посевных инвестиций. Необходимо отметить, что оценка объемов и числа посевных фондов носит отчасти субъективный характер, так как многие фонды, позиционирующие себя как «венчурные», одновременно инвестируют в компании как на начальной и ранней стадиях развития, так и на посевной, обеспечивая финансирование и стартапам, и проектам на стадии идеи. С учетом сказанного, можно

говорить о не менее чем 16 фондах посевных инвестиций, действовавших на российском рынке на конец 2012 года (один из фондов инвестировал и в зарубежные компании) с суммарным объемом капитализации 219 млн. долл. По сравнению с 2011 годом, число включенных в статистику посевных фондов выросло примерно в 2 раза, при этом капитализация фондов выросла на треть (64 млн. долл.). 2014 год также показал прирост числа венчурных фондов.

Проанализируем венчурные фонды и фонды прямого инвестирования не только количественно, но и качественно – оценим их капитализацию, динамика которой представлена в таблице 2.4 и на рисунке 2.2.

Рост накопленной капитализации фондов можно охарактеризовать как уверенный. Несмотря на определенный ”естественный” отток капитала (фиксирующийся ежегодно), объем накопленной капитализации фондов по-прежнему демонстрирует значительный рост, что, прежде всего, связано с тенденцией последних лет, заключающейся в приходе на рынок относительно крупных фондов прямых инвестиций.

Охарактеризуем изменение выше приведенных данных, рассчитав ценные темпы роста. Результаты расчетов представлены в таблице 2.5.

Динамика мобилизованного капитала была неоднозначной. Был зафиксирован спад в 2008 и 2009, 2013 и 2014 гг. Все же, несмотря на определенное замедление по сравнению с докризисным периодом темпов привлечения денег инвесторов в действующие на российском рынке фонды, рынок развивается и адаптируется к сложившейся внутризэкономической ситуации и текущим мировым тенденциям.

Накопленная капитализация венчурных фондов не выбивается из общей тенденции: она поступательно росла все последние годы, испытала определенное замедление темпов роста только в кризисный для индустрии 2009 и 2013 гг. В 2012 году прирост объемов венчурного капитала превысил докризисные уровни (составив более 1 млрд. долл.). Анализируемые показатели представлены в таблице 2.6.

В 2010 г., как и в 2009 году, в силу ряда объективных причин процесс привлечения инвесторов в новые фонды был весьма затруднителен. С одной стороны, это связано с проблемами, возникающими при выходе из ранее проинвестированных фондами компаний (нередко докризисные вложения осуществлялись в ценовом диапазоне, неадекватном текущим экономическим реалиям). С другой стороны, на рынке не так много управляющих компаний, обладающих командами специалистов, доказавшими свою успешность на практике и имеющими четкую инвестиционную стратегию в нынешних непростых условиях.

Таблица 2.4 - Капитализация венчурных фондов и фондов прямых инвестиций

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Накопленная капитализация действующих фондов млн.долл.	6272	10255	14327	15192	16787	20092	26419	27479	30498
Мобилизованный капитал, млн.долл.	1450	4320	4267	1308	1737	3828	6800	3012	1650
Капитализация ликвидированных фондов, млн.долл.	173	337	195	443	142	523	312	904	121

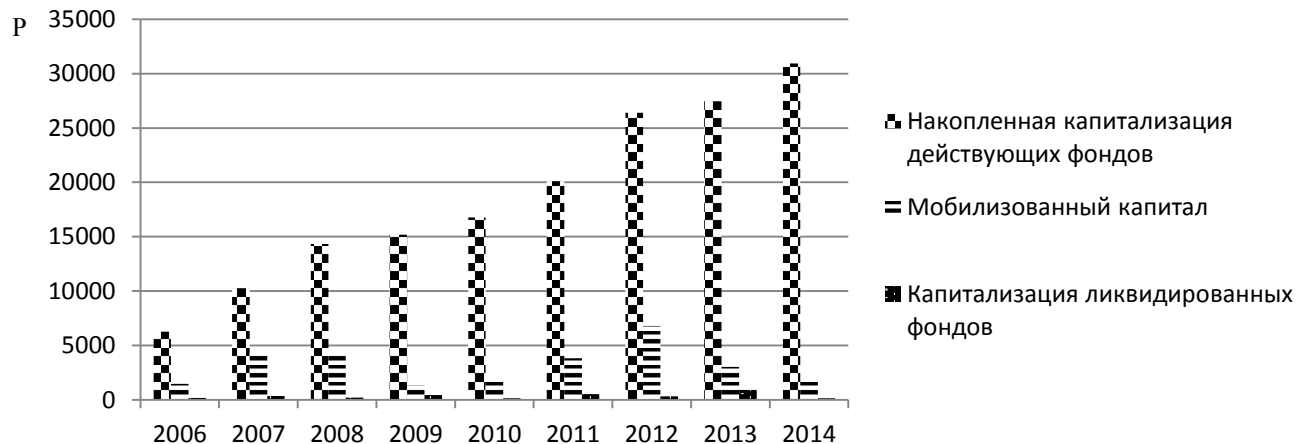


Рис. 2.2 – Капитализация венчурных фондов и фондов прямых инвестиций

Таблица 2.5 - Цепные темпы роста капитализации венчурных фондов и фондов прямых инвестиций, %

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Накопленная капитализация действующих фондов млн. долл.	163,5	139,7	106,0	110,5	119,7	131,5	104,0	111,0
Мобилизованный капитал, млн. долл.	297,9	98,8	30,7	132,8	220,4	177,6	44,3	54,8
Капитализация ликвидированных фондов, млн. долл.	194,8	57,9	227,2	32,1	368,3	59,7	289,7	13,4

Таблица 2.6 - Капитализация венчурных фондов

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Накопленная капитализация действующих фондов млн. долл.	1037	1625	2408	2687	2854	3449	4537	5551	5648

В целом, несмотря на поступательное движение российского рынка прямых (венчурных) инвестиций в последние годы, имеет место мнение, что для иностранных инвесторов пока, к сожалению, более привлекательными являются рынки других развивающихся стран, помимо России.

Проведем сравнительную характеристику фондов венчурных инвестиций и фондов прямых инвестиций за 2011-2014 гг. (таблица 2.7). Фонды венчурных инвестиций (VC фонды) ориентированы преимущественно на компании ранних стадий, в отличие от фондов прямых инвестиций (PE фонды). По имеющимся оценкам, число действующих на российском рынке фондов венчурных инвестиций составило на конец 2012 г. 160, что более чем в полтора раза превышает число учтенных в статистике фондов прямых инвестиций (число которых составило 100). Соотношение числа венчурных фондов и фондов прямых инвестиций для 2011 года – 1,26. В 2010 г., как и в 2009 году, в силу ряда объективных причин процесс привлечения инвесторов в новые фонды был весьма затруднителен. С одной стороны, это связано с проблемами, возникающими при выходе из ранее проинвестированных фондами компаний (нередко докризисные вложения осуществлялись в ценовом диапазоне, неадекватном текущим экономическим реалиям). С другой стороны, на рынке не так много управляющих компаний, обладающих командами специалистов, доказавшими свою успешность на практике и имеющими четкую инвестиционную стратегию в нынешних непростых условиях.

В целом, несмотря на поступательное движение российского рынка прямых (венчурных) инвестиций в последние годы, имеет место мнение, что для иностранных инвесторов пока, к сожалению, более привлекательными являются рынки других развивающихся стран, помимо России.

Проведем сравнительную характеристику фондов венчурных инвестиций и фондов прямых инвестиций за 2011-2014 гг. (таблица 2.7). Фонды венчурных инвестиций (VC фонды) ориентированы преимущественно на компании ранних стадий, в отличие от фондов прямых инвестиций (PE фонды). По имеющимся оценкам, число действующих на российском рынке фондов венчурных инвестиций составило на конец 2012 г. 160, что более чем в полтора раза превышает число учтенных в статистике фондов прямых инвестиций (число которых составило 100). Соотношение числа венчурных фондов и фондов прямых инвестиций для 2011 года – 1,26.

С точки зрения накопленной капитализации картина прямо противоположная динамике численности фондов: по совокупному объему капиталов фонды прямых инвестиций многократно (почти в 5

раз) превышают аналогичный показатель для венчурных фондов. Причем соотношение совокупных объемов фондов прямых инвестиций и венчурных фондов осталось на том же уровне при сравнении с 2011 годом (около 5,8). При разделении фондов на категории следует отметить одну особенность, связанную с тем, что зачастую в портфеле фондов, позиционирующих себя как фонды прямых инвестиций, доля венчурного капитала может доходить до нескольких десятков процентов.

Оценим динамику числа компаний, которые были профинансированы за счет венчурных фондов и фондов прямых инвестиций за период 2006-2014 гг. Результаты исследования представлены в таблице 2.8 и на рисунке 2.4. На основании представленных данных наглядно видно, что 2009 год оказался самым неблагоприятным. В этот период, как в численном, так и денежном выражении, поток зафиксированных сделок существенно снизился по сравнению с 2008 годом (примерно в 3 раза). Отчасти это объясняется тем, что многие «докризисные» инвестиции фондов сейчас требуют особого внимания, чтобы, по крайней мере, просто удержать проинвестированные компании «на плаву», избежав списаний. Кроме того, кризис предопределил резкий спад в ряде прежде быстрорастущих секторов экономики, которые ранее являлись основным объектом интереса фондов прямых инвестиций. В этих условиях новые инвестиции представляются преждевременными.

Наряду с этим открывается и ряд новых возможностей, в частности, вложения в проблемные активы с целью обеспечить выживание компаний путем их реструктуризации. В этих случаях инвесторы при заключении сделок находятся в несколько более выигрышном положении, чем ранее, поскольку могут диктовать свои условия и цены.

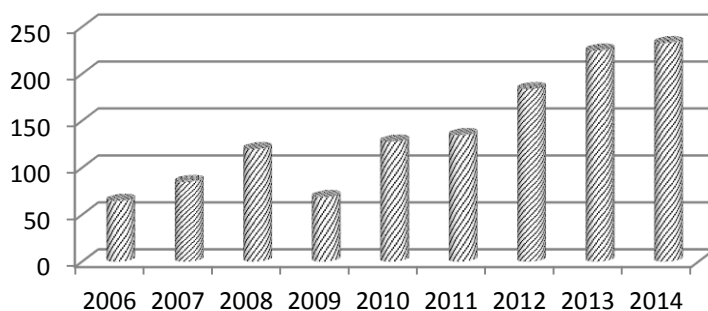


Рисунок 2.4 - Число профинансированных компаний венчурными фондами и фондами прямых инвестиций, ед.

Таблица 2.7 - Соотношение числа объемов фондов прямых и венчурных инвестиций

	2011		2012		2013		2014	
	Объем, млн. долл.	Число	Объем, млн. долл.	Число	Объем, млн. долл.	Число	Объем, млн. долл.	Число
PE фонды	16643	77	22323,13	100	23417,63	113	24850,03	230
VC фонды	3449	97	4536,89	160	5551,10	208	5647,84	116
Всего	20092	174	26860,02	260	28968,73	321	30497,87	347

Таблица 2.8 - Число профинансированных компаний

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число, ед.	65	85	120	69	128	135	184	225	233

Согласно таблице 2.9 и рисунку 2.5 средний размер инвестиций несколько уменьшился в 2012 году (примерно на 6,6% меньше по сравнению с 2011 годом), что было обусловлено, прежде всего, значительным ростом инвестиций на посевной и начальной, а также ранней стадиях.

Прослеживается тренд по поступательному увеличению среднего размера инвестиций, исключение составил только кризисный для индустрии 2009 год, когда среднее значение инвестиций значительно уменьшилось.

Средний размер инвестиций по итогам 2013 года вернулся к докризисным уровням и составил около 13 млн. долл. (почти в два раза меньше по сравнению с 2012 годом - 21,3 млн. долл.), что было обусловлено целым комплексом причин. Это, прежде всего, значительная активность на венчурном рынке, сопровождающаяся значительным ростом числа инвестиций на посевной и начальной, а также ранней стадиях (с учетом повышения информационной открытости, особенно в секторе ИКТ) и снижение объемов инвестиций в компании более зрелых стадий по сравнению с рекордными показателями. 2014 год продемонстрировал самый низкий уровень инвестиций за весь анализируемый период. Средний размер инвестиций составил около 5,6 млн.долл., что меньше уровня 2009 года.

Таблица 2.9 - Средний размер инвестиций

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Средний размер инвестиций, млн. долл.	10,0	12,0	12,3	7,4	19,6	22,8	21,1	13,0	5,6

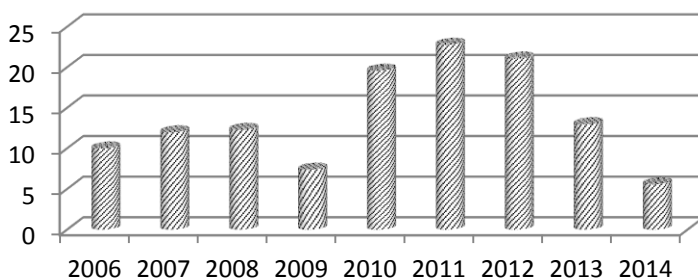


Рисунок 2.5 - Средний размер инвестиций, млн. долл.

Для более полной характеристики венчурного финансирования в нашей стране целесообразно рассмотреть данный вопрос в отраслевом разрезе. Характеристика венчурных инвестиций по отраслям приведена в таблице 2.10 (абсолютные величины) и 2.11 (относительные величины).

В 2006 году лидирующие позиции сохранились за секторами телекоммуникаций, потребительского рынка и финансов. При этом выросли в абсолютном выражении суммарные объемы сделок. Вложения в наукоемкие отрасли (особенно в компании ранних стадий) по-прежнему относительно невелики. В 2006 году отмечен значительный рост суммарного объема сделок в сфере финансовых услуг. В этом секторе зафиксированы инвестиции в банки, страховые и лизинговые компании. Это связано, в частности, с уже имеющимися примерами успешных сделок и в целом – с повышением активности на рынке слияний и поглощений в финансовом секторе. Некоторое оживление произошло в сфере транспорта, связанное, прежде всего, с расширением деятельности логистических компаний. Отмечено вложение средств и в производственные мощности этой сферы. По-прежнему не привлекательным сектором для прямых и венчурных инвесторов остается сельское хозяйство. В 2008 годы отрасли-лидеры не поменялись. Как и в 2007 году, по объему привлеченных инвестиций впереди компании потребительского рынка, вложения в которые за 2008 год составили чуть более одной трети от всех вложенных средств (в 2007 году вложения в этот сектор составили 47,9% от общего объема инвестиций). В отличие от 2007 года, на второе место вышел финансовый сектор.

Что касается итогов 2009 года, то тройка лидеров не изменилась. Потребительский сектор (в частности, розничная торговля) в непростой ситуации сокращения спроса в 2008–2009 гг. продемонстрировал определенную устойчивость, прежде всего за счет сокращения издержек уменьшения затрат, сокращения персонала, отказа от нерентабельных торговых точек).

Лидерство потребительского сектора сохранилось и в ближайшей перспективе, несмотря на нестабильность экономической и финансовой ситуации. Прежде всего, это связано с тем, что после определенного спада неизбежно ожидается рост рынка потребительского кредитования и внутреннего спроса. При этом такие изменения конъюнктуры рынка в первую очередь будут способствовать вложению средств фондов в производство потребительских товаров и создание услуг на потребительском рынке с относительно коротким сроком инвестиционной окупаемости, поскольку долгосрочные перспективы по-прежнему остаются неопределенными.

Таблица 2.10 - Распределение объемов инвестиций по отраслям, млн. долл.

Отрасль	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Экология	0	0,02	0,54	0	0	0,60	3,88	0	0
Легкая промышленность	0	5,00	4,50	0	0	0	18,30	0	0
Транспорт	86,93	40,10	10,00	0	3,37	8,50	113,00	3,00	150,33
Биотехнологии	12,37	1,98	29,43	0,55	0	2,33	1,91	13,92	0,00
Строительство	24,63	14,00	80,00	2,00	7,54	0	26,14	47,64	1,74
Химические материалы	10,35	9,30	0	2,35	3,02	64,38	9,84	9,45	30,60
Сельское хозяйство	0	0,96	16,25	2,50	52,50	0	40,93	170,00	0,00
Промышленное оборудование	4,11	6,06	61,10	3,16	94,93	493,12	226,88	61,57	4,93
Электроника	5,15	0,45	4,24	13,63	0	17,58	16,40	11,64	3,13
Энергетика	7,08	1,00	75,00	28,83	101,34	138,59	665,45	82,58	1,52
Медицина / Здравоохранение	0,50	0,51	2,44	37,65	52,70	14,31	268,44	78,21	33,24
Компьютеры	4,55	51,71	123,31	37,93	118,62	218,36	70,07	57,77	11,74
Телекоммуникации	138,50	188,38	144,69	59,30	944,92	342,22	1040,18	1698,23	659,25
Потребительский рынок	173,20	487,46	596,40	240,00	292,33	1541,96	299,50	43,75	106,67
Финансовые услуги	107,15	153,60	312,16	80,00	842,27	233,74	817,10	461,20	0,22
Другое	78,41	57,00	3,00	0	0,3	7,08	271,97	183,61	301,25
Итого	652,92	1017,53	1472,41	507,9	2513,84	3082,77	3889,99	2919,57	1304,63

В целом складывается впечатление, что рынок телекоммуникаций, интернета и компьютеров в меньшей степени, чем другие отрасли, оказался подверженным кризисным явлениям и имеет неплохие виды на будущее. Не в последнюю очередь этому могли способствовать относительно небольшие долговые нагрузки компаний, относительно стабильная ситуация на рынке интернет-рекламы по сравнению с традиционными видами рекламы, а также устойчивый спрос на телекоммуникационные услуги у населения. Кроме того, инвестиции в разработки, например программного обеспечения, не требуют значительных капитальных вложений (по крайней мере, сопоставимых с теми, которые требуются при создании производств) и обещают отдачу в краткосрочной перспективе. Стоит отметить, что хотя перспективность отраслей биотехнологий и медицины (фармацевтики) не вызывает сомнений, тем не менее с точки зрения фондов прямых (венчурных) инвестиций риск вложений в эти отрасли значительно возрос, поскольку цикл инвестирования в проекты здесь может составлять до 7–10 лет, что в условиях высокой финансово-экономической нестабильности существенно повышает риски. Кроме того, необходима достаточно высокая квалификация самих инвесторов, понимание ими специфики предмета разработки.

Итоги 2010 года позволяют сделать вывод о том, что инвестиционная активность фондов по сравнению с «провальным» 2009 годом показала тенденцию к восстановлению с точки зрения как объемов, так и числа осуществленных инвестиций, примерно соответствия показателям 2008 года.

Основная активность с точки зрения объемов средств, инвестированных фондами в 2010 году, традиционно сосредоточилась в отраслях телекоммуникаций и компьютеров (часто объединяемых в сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)), финансовых услуг и потребительского рынка. Таким образом, состав отраслей-лидеров не претерпел кардинальных изменений относительно предыдущих лет. Однако тенденция к появлению специализированных отраслевых фондов (в частности, нацеленных на инвестиции в биотехнологии, фармацевтику и др.) позволяет надеяться на увеличение объемов инвестиций в отрасли, которые ранее не относились к числу инвестиционных фаворитов. В русле европейских и мировых тенденций находится ряд сделок в секторе ИКТ, осуществление которых указывает на значительный потенциал находящегося на подъеме российского рынка электронной коммерции. Кроме того, по-прежнему в сфере интересов инвесторов находятся сервисы для социальных сетей, индустрия развлечений, телекоммуникационная инфраструктура и т.п.

Отрасль финансовых услуг по объемам зафиксированных инвестиций следует за сектором ИКТ с результатом 842,27 млн. долл. (около трети всего объема зафиксированных инвестиций). Значительные объемы зафиксированных сделок в отрасли финансовых услуг связаны с осуществлением ряда крупных сделок в банковской сфере. При этом сами сделки можно отнести к знаковым, т.е. свидетельствующим об ослаблении влияния кризиса и возрождении интереса инвесторов к этой сфере. Налицо стремление некоторых новых крупных игроков утвердиться в лидирующих ролях на развивающемся российском рынке прямых инвестиций в сфере финансовых услуг. Стоит отметить, что отрасль финансовых услуг стабильно находится на лидирующих позициях. При этом если отрасли телекоммуникаций и компьютеров анализировать раздельно, то финансовая сфера обгоняет их и прочно удерживает второе место в перечне отраслей, привлекаемых для российского прямого инвестирования в последние годы (примерно 16% от общего объема сделок в 2009 году и около 21% в 2008 году).

Объем зафиксированных инвестиций в отрасль потребительского рынка составил в 2010 году примерно 292 млн. долл. или около 12% от общего объема зафиксированных сделок. Необходимо заметить, что значительная активность инвесторов на потребительском рынке в прежние годы, например, связанная с инвестициями в продуктовый или строительный ритейл, привела к ситуации некоторого перенасыщения в указанных областях. Поэтому в 2010 году наметилась тенденция к поиску фондами новых объектов инвестирования в отрасли потребительского рынка. Например, в торговые сети, осуществляющие продажу различных нишевых товаров. Обращает на себя внимание тот факт, что по-прежнему относительно невысока активность фондов, инвестирующих в российские компании в таких сферах как экология, альтернативная энергетика, новые материалы и т.п. К тому же информация по ряду сделок недостаточно полна для включения их в статистику. При этом указанные отрасли являются объектом активного интереса инвесторов за рубежом – не в последнюю очередь благодаря различным мерам поддержки данных отраслей со стороны государства. Это может привести к ситуации догоняющего развития этих отраслей в России, знакомой по некоторым другим отраслям (в частности, телекоммуникаций и компьютеров, где многие проекты являются «копиями» стартапов, уже успешно апробированных за рубежом).

Тройка отраслей-лидеров в 2011 г. по объему осуществленных инвестиций выглядит не совсем традиционно. На первом месте с точки зрения предпочтений инвесторов расположился потребительский сектор с результатом около 1,5 млрд. долл. (примерно 50% от всего объема

зафиксированных сделок) против 300 млн. долл. (около 12%) зафиксированных инвестиций в 2010 году. Помимо того, что потребительский сектор вернул себе лидерство, характерно, что объем зафиксированных в нем инвестиций сопоставим с совокупным объемом инвестиций по всем отраслям, который регистрировался на протяжении нескольких последних лет. Второе место по объемам зафиксированных инвестиций занимают в совокупности отрасли телекоммуникаций и компьютеров (далее для удобства объединяемые в сектор информационно-коммуникационных технологий – ИКТ). На третье место вышла отрасль промышленного оборудования, совокупные зафиксированные инвестиции в которую составили более 490 млн. долл. (примерно 16% от общего объема зафиксированных инвестиций). Необходимо отметить, что с отраслью промышленного оборудования связаны одни из самых «громких» сделок, произошедших в 2011 году: впервые в отечественной практике инвестиции в высокотехнологические компании (в данном случае, занимающиеся разработками и производством в сфере нанотехнологий) осуществили «классические» фонды прямых инвестиций, основанные западными инвесторами. Упомянутые фонды имеют большой «послужной список» и хорошо известны в российской индустрии прямых инвестиций. Однако их отраслевые предпочтения до последнего времени были достаточно далеки от сферы высоких технологий.

В целом, наиболее привлекательными для инвесторов сферами на протяжении ряда последних лет являлись, сменяя друг друга, отрасли потребительского рынка, телекоммуникаций и компьютеров (объединяемых в сектор информационно-коммуникационных технологий – ИКТ) и финансовых услуг.

В 2013 году основной интерес инвесторов, если судить по наибольшему объему проинвестированных средств, был сосредоточен в секторе ИКТ. Привлекательность компаний данного сектора, прежде всего из сфер разработки программного обеспечения и интернет-проектов, складывается из нескольких факторов, в числе которых, например, относительно невысокие материальные расходы на запуск продукта или практически полное отсутствие производственных и технологических рисков, характерных для компаний «реального» сектора.

В целях проведения анализа инвестиций по стадиям, сопоставим объемы и число PE и VC инвестиций. Как было уже выделено ранее, VC фонды ориентированы преимущественно на компании ранних стадий, а PE фонды на более поздние (зрелые) стадии жизни инновационного

проекта. Результаты анализа приведены в таблицах 2.12 и 2.13, рисунках 2.6 и 2.7.

Таблица 2.12 - Относительная доля объемов PE и VC инвестиций, %

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PE	88,5	89,4	89,0	75,6	93,9	91,2	91,4	91,4	88,9
VC	11,5	10,6	11,0	24,4	6,1	8,8	8,6	8,6	11,1

На фоне динамики абсолютных показателей рынка – числа и объемов зафиксированных инвестиций – относительное распределение этих показателей между стадиями развития профинансированных компаний не претерпевало существенных изменений.

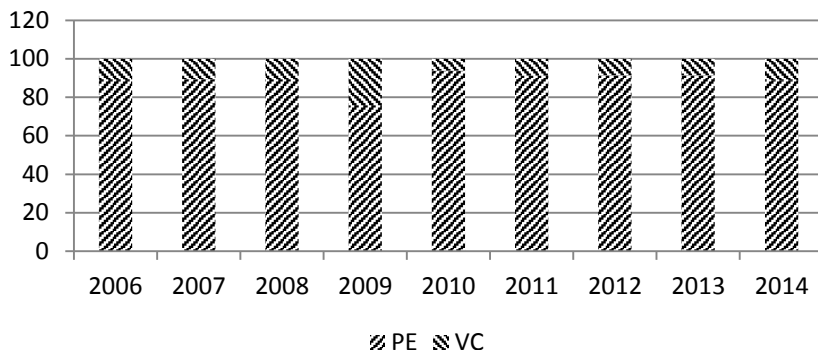


Рисунок 2.6 - Относительная доля объемов PE и VC инвестиций, %

По объемам осуществленных инвестиций традиционно наблюдается существенный перевес в пользу «зрелых» стадий (расширения, реструктуризации и поздней стадии) – около 90% от совокупного объема инвестиций в 2012 и 2013 гг.

Таблица 2.13 - Относительная доля числа PE и VC инвестиций, %

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PE	58,5	60,0	44,2	30,4	36,7	22,2	31,5	20,4	20,1
VC	41,5	40,0	55,8	69,6	63,3	77,8	68,5	79,6	79,9

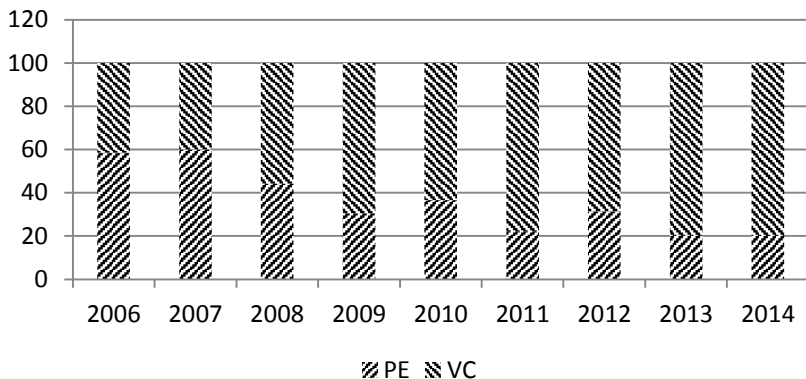


Рисунок 2.7 - Относительная доля числа PE и VC инвестиций, %

По числу профинансированных компаний наблюдается снижение доли числа компаний, получивших вливания на зрелых стадиях. На начало анализируемого периода доля числа VC инвестиций несколько превалировала над PE инвестициями, однако с 2008 года паритет изменился в пользу инвестиций на «венчурных» стадиях. В 2012 г. безоговорочным лидером остаются «венчурные стадии» (к которым отнесены посевная и начальная, а также ранняя стадии) – более чем две трети зафиксированных инвестиций в отчетном периоде. Последний анализируемый год – 2013 - также не стал исключением, подтвердив наметившуюся тенденцию. Три четверти сделок пришлось на финансирование компаний, находящихся на ранних стадиях развития. Приведем более укрупненную статистику распределения инвестиций по стадиям за период с 2009 по 2013 гг. Результаты анализа укрупненного распределения инвестиций по стадиям VC и PE представлены в таблице 2.14. В таблицах 2.15, 2.16 и на рисунке 2.8 представлено детальное распределение инвестиций по стадиям в период с 2006 по 2013 гг.

Доля инвестиций на «венчурных» стадиях (посевной и начальной, а также ранней) в общем объеме вложенных традиционно на низком уровне. Общий объем зафиксированных инвестиций на этих стадиях составил в 2008 году в денежном выражении 161,76 млн. долл. по сравнению со 108,30 млн. долл. в 2007 году, в том числе на посевной и начальной стадии – 67,81 млн. долл., на ранней – 93,95 млн. долл. (в 2007 году соответственно 42,12 млн. долл. и 66,18 млн. долл.).

Таблица 2.14 - Распределение числа и объемов инвестиций по стадиям VC и PE.

Стадии	Показатели	2009	2010	2011	2012	2013
Посевная и начальная, а также ранняя стадия VC	Число инвестиций	48	81	105	127	181
	Темпы роста числа инвестиций, %	-	168,75	129,63	120,95	142,52
	Объем инвестиций, млн. долл.	123,75	153,30	272,21	371,26	264,87
	Темпы роста объема инвестиций, %	-	123,88	177,57	136,38	71,34
	Доля в общем объеме инвестиций	24	6,0	8,8	9,4	8,9
Стадии расширения, реструктуризации и поздние PE	Число инвестиций	21	47	30	59	47
	Темпы роста числа инвестиций, %	-	223,81	63,83	196,67	79,66
	Объем инвестиций, млн. долл.	384,15	2360,54	2810,56	3584,81	2698,86
	Темпы роста объема инвестиций, %	-	614,48	119,06	127,55	75,29
	Доля в общем объеме инвестиций	76	94,0	91,2	90,6	91,1

Таблица 2.15 - Распределение объемов инвестиций по стадиям инновационного проекта, млн. долл.

Стадии развития инновационного проекта	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Посевная и начальная	38,53	42,12	67,81	13,29	21,52	129,18	118,13	81,57
Ранняя	36,55	66,18	93,95	110,46	131,78	143,03	253,13	183,30
Расширение	493,46	909,23	1310,65	314,15	2257,88	979,91	1867,50	1277,05
Реструктуризация	84,38	0	0	70	2,66	6,80	353,42	40,40
Поздние стадии	0	0	0	0	100	1823,85	1363,90	1381,41
Итого	652,92	1017,53	1472,41	507,9	2513,84	3082,77	3956,08	2963,73

Таблица 2.16 - Распределение объемов инвестиций по стадиям инновационного проекта, %

Стадии развития инновационного проекта	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Посевная и начальная	5,9	4,1	4,61	2,6	0,9	4,2	3,0	2,8
Ранняя	5,6	6,5	6,38	21,7	5,2	4,6	6,4	6,2
Расширение	75,6	89,4	89,0	61,9	89,8	31,8	47,2	43,1
Реструктуризация	12,9	0	0	13,8	0,1	0,2	8,9	1,4
Поздние стадии	0	0	0	0	3,9	59,2	34,5	46,6
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100



Рисунок 2.8 - Распределение объемов инвестиций по стадиям, млн. долл.

Объем инвестиций на венчурных стадиях более чем в полтора раза превысил аналогичный показатель 2007 года. Отмеченный рост показателей инвестиционной активности на венчурных стадиях в немалой степени связан с активизацией деятельности фондов, созданных в рамках программ частно-государственного партнерства Министерства Экономического Развития (МЭР), подготовительная работа по организации которых велась в предыдущие годы.

Инвестиции на стадии расширения традиционно составляют основную долю всех сделок и осуществляются преимущественно в телекоммуникационном и потребительском секторе. Зафиксированные инвестиции на стадии расширения по-прежнему многократно превышают

объем средств, вложенных на венчурных стадиях. За 2008 год отмечено 53 сделки на сумму 1310,65 млн. долл. (51 сделка и 909,23 млн. долл. соответственно в 2007 году). Доля вложений на этой стадии (около 89%) соответствует уровню прошлого года (89,4% всех вложенных за 2007 год средств). Следует отметить, что по ряду сделок информации было недостаточно, и в силу этого они были отнесены к стадии расширения. Вместе с тем можно предполагать, что ряд осуществленных сделок относился к стадии реструктуризации.

Значительный рост количества зафиксированных сделок на «венчурных» стадиях (почти двукратный по сравнению с 2007 годом) в значительной степени связан с реализацией программ частного-государственного партнерства на федеральном и региональном уровнях.

2009 год выделился ростом инвестиций на ранней стадии – их доля составила 21,7% против 5-6% за предыдущие годы. Следующий 2010 год характеризовался тем, что венчурный рынок был несколько «перегрет», т.е. инвестиционный потенциал имеющихся венчурных фондов превышает предложение хорошо проработанных по форме и перспективных по содержанию проектов, особенно на посевной и начальной стадии. Таким образом, определенный дефицит качественных проектов и подготовленных команд, способных их реализовать, является сдерживающим фактором роста объемов сделок на венчурных стадиях. Исправлению сложившейся ситуации должны способствовать запускаемые институтами развития программы и проекты, в первую очередь образовательные и консалтинговые, направленные на поддержку инфраструктуры венчурных инвестиций.

Как и прежде, в 2010 году основная доля инвестиций приходится на стадии расширения и реструктуризации. Также зафиксированы сделки на поздней стадии. В целом в 2010 году на стадиях расширения, реструктуризации и поздней стадии зафиксировано 47 сделок общим объемом около 2360,5 млн. долл. (21 сделка и примерно 384 млн. долл. в 2009 году, 53 сделки и около 1310 млн. долл. в 2008 году). Совокупная доля инвестиций на указанных стадиях является стабильно преобладающей на протяжении всего периода наблюдений – свыше 90% всех вложенных средств в 2010 году, 76% в 2009 году и 89% в 2008 году.

Исходя из текущей экономической ситуации, роль прямого инвестирования будет только возрастать, поскольку доступ к долговому финансированию ограничен, особенно для компаний относительно небольшой капитализации

По итогам 2011 года можно констатировать, что распределение зафиксированных инвестиций в компании по стадиям достаточно традиционно в том смысле, что по-прежнему по объемам сделок

превалируют стадии расширения, реструктуризации и поздних стадий. С точки зрения числа проинвестированных компаний, напротив, преобладают сделки на «венчурных стадиях» (посевной и начальной, а также ранней стадии). В 2012 году совокупный объем зафиксированных инвестиций на венчурных стадиях вырос почти в 1,5 раза по сравнению с 2011 годом.

Затронем вопрос отраслевых распределений объемов инвестиций на венчурных (ранних) стадиях (таблица 2.17). Как видно из представленных данных, отрасли-лидеры по объему инвестиций на венчурных стадиях не полностью совпадают с отраслями, набравшими наибольший объем финансирования на всех стадиях развития компании. Так, например, в 2006 году, максимальный объем денежных средств получили секторы потребительского рынка (31,27 млн. долл.), строительства (24,63 млн. долл.) и транспорта (5,895 млн. долл.). Ненамного отстала электроника (5,15 млн. долл. соответственно).

В 2007 году сохранили свои лидирующие позиции 2 отрасли из трех: потребительский рынок (39,66 млн. долл.) и телекоммуникации (51,98 млн. долл.). На третьем месте находится отрасль промышленного оборудования, однако инвестиции в нее уже намного меньше – 6,059 млн. долл.

Сектор ИКТ первенствовал в 2008 году – совокупный объем инвестиций составил 90,99 млн. долл. Очевидно, что как минимум одна из этих отраслей, стабильно попадают в тройку лидеров за весь анализируемый период.

В 2009 году максимальное финансирование получили медицина/здравоохранение (35,65 млн. долл.) и энергетика (28,83 млн. долл.). Отрасль медицины первенствовала с 52,71 млн. долл. и в 2010 году, а вот энергетика вернулась на свои привычные последние позиции.

2011 год охарактеризовался тем, что отрасль телекоммуникаций со 160,73 млн.долл. превалировала над всеми другими отраслями. На втором месте расположились финансовые услуги, но их объем инвестиций был в несколько раз меньше – всего 26,74 млн. долл. В следующем году преимущество сектора телекоммуникации только увеличилось.

По итогам анализа можно сделать вывод, что каких-либо существенных тенденций в инвестировании на венчурных стадиях выявить не удалось. Отрасли-лидеры по инвестициям на венчурных стадиях постоянно менялись. Некоторые отрасли в некоторые годы были лидерами, а в последующие годы вообще не были профинансированы, как например потребительский рынок.

Таблица 2.17 - Отраслевые распределения объемов профинансированных компаний на венчурных стадиях, млн. долл.

Отрасль	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.
Экология	0	0,018	0,22	0	0	0,6	3,88	0
Легкая промышленность	0	0	4,5	0	0	0	0	0
Транспорт	5,895	0	0	0	0	8,5	30,00	0
Биотехнологии	0,37	1,981	11,43	0,55	-	2,33	1,91	20,58
Строительство	24,63	0	0	0	7,55	0	0,14	0,04
Химические материалы	1,72	0,261	5,83	2,35	3,03	14,68	9,84	6,45
Сельское хозяйство	0	0,96	0	0,5	2,5	0	27,93	0
Промышленное оборудование	0,55	6,059	21,1	3,16	29,03	10,12	8,38	1,94
Энергетика	0,08	0	0	28,83	1,34	1,75	1,92	4,58
Электроника	5,15	0,452	4,243	13,63	0	13,97	16,40	11,64
Медицина / Здравоохранение	0,5	1,113	2,44	35,65	52,71	14,31	13,94	14,21
Компьютеры	2,55	1,71	36,306	27,83	16,8	11,4	12,57	17,07
Телекоммуникации	2	51,98	54,687	11,25	33,5	160,73	220,39	157,60
Потребительский рынок	31,27	39,66	20	0	0	0	0	0,15
Финансовые услуги	0,15	0,1	0	0	6,54	26,74	0	2,00
Другое	0,21	5	1	0	0,3	7,08	0	2,00
Итого	75,075	108,294	161,756	123,75	153,3	272,21	371,26	264,87

Рассмотрим инвестиции венчурного капитала в разрезе федеральных округов. Статистические данные приведены в таблицах 2.18 и 2.19.

В 2007 доля Центрального федерального округа (ФО), как и в прежние годы, превалирует, оставаясь относительно стабильной по сравнению с 2006 годом (около 70%). При этом в денежном выражении сумма инвестиций увеличилась примерно в полтора раза (709 млн. долл. против 466 млн. долл.). Вместе с тем необходимо отметить, что распределение инвестиций в других регионах существенно изменилось по сравнению с 2006 годом. В частности, на второе вышел место Сибирский ФО, сместив на третье место Северо-Западный ФО. В Сибирском ФО в 2007 году привлечен капитал на сумму около 140 млн. долл. (14% от всего объема вложенных средств). Основное влияние на рост объемов оказал достаточно перспективный региональный рынок ритейла и финансовый сектор. Северо-Западный ФО в 2007 году осуществлены инвестиции на сумму приблизительно 43 млн. долл. (около 4% от всего объема вложенных средств) по сравнению с 136 млн. долл. (около 21%) в 2006 году. Снижение размера инвестиций можно связать, в частности, с цикличностью процессов инвестирования. Зафиксированные инвестиции в остальных федеральных округах суммарно составили приблизительно 12% от общего объема сделок в 2007 году.

В 2008г. распределение осуществленных инвестиций по географическому признаку претерпело определенные изменения по сравнению с данными прошлых лет. Доля Центрального ФО, как и в прежние годы, является самой значительной, оставаясь относительно стабильной и сравнимой с 2007 годом (около 67% против примерно 70%). При этом в 2008 году сумма инвестиций в денежном выражении несколько превысила данные за 2007 год (989,75 млн. долл. против 709,07 млн. долл.). Что касается других ФО, то по сравнению с 2007 годом произошло определенное “уравнивание” в распределении инвестиций – при этом разница по объемам инвестиций между федеральными округами, занявшими места со второго по четвертое, незначительна. Общий спад инвестиционной активности фондов прямых и венчурных инвестиций в 2009г. нашел свое отражение и в региональном распределении инвестиций, зафиксированных в 2009 году.

В 2010 году инвестиции были зафиксированы в подавляющем большинстве федеральных округов (ФО). При этом основной вклад в совокупный объем инвестиций за 2010 год принадлежит, как и в предыдущие периоды, Центральному ФО.

Таблица 2.18 - Распределение объемов инвестиций по Федеральным округам, млн. долл.

Федеральные округа	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Центральный	466,39	709,07	989,75	343,23	2167,5	1265,06	3655,01	1770,35	977,54
Северо-Западный	135,98	43,00	133,30	120	50,12	1234,21	69,61	710,18	20,16
Приволжский	0	34,68	145,76	36,65	24,02	511,24	45,67	48,34	6,98
Южный	0	20,45	0,38	4,59	2	2	29,58	206,47	0,04
Северо-Кавказский	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Уральский	11,00	30,00	144,13	1,73	56,65	6,69	0,67	15,77	30,98
Сибирский	34,65	140,33	45,09	2,7	13,45	58,77	11,95	9,07	1,15
Дальне-восточный	4,90	40,00	14,00	0	200,1	4,8	77,50	159,39	0,29
Неизвестно	0	0	0	0	0	0	0	0	267,48
Итого	652,92	1017,53	1472,41	507,9	2513,84	3082,77	3889,99	2919,57	1304,63

Таблица 2.19 - Распределение объемов инвестиций по Федеральным округам, %

Федеральные округа	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Центральный	71,4	69,7	67,2	67,8	86,2	41,0	93,96	60,64	74,93
Северо-Западный	20,8	4,2	9,1	23,6	2	40,0	1,79	24,32	1,55
Приволжский	0	3,4	9,9	7,0	0,96	16,6	1,17	1,66	0,54
Южный	0	2,0	0,03	0,9	0,08	0,1	0,76	7,07	0,00
Северо-Кавказский	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00
Уральский	1,7	3,0	9,8	0,3	2,3	0,2	0,02	0,54	2,37
Сибирский	5,3	13,8	3,1	0,5	0,5	2,0	0,31	0,31	0,09
Дальне-восточный	0,8	3,9	0,95	0	8,0	0,2	1,99	5,46	0,02
Неизвестно	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00	20,50
Итого	100	100	100	100	100	100	100,00	100,00	100,00

Необходимо отметить один момент, связанный с отнесением к тому или иному региону инвестиций в компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения и интернет-сервисов, оказывающих телекоммуникационные услуги и т.д.

Наличие широких сетей офисов обслуживания или центров разработки, охватывающих многие регионы России (а также ближнее и дальнее зарубежье), возможность использования услуг аутсорсинга и т.п. вызывают некоторые затруднения при классификации инвестиций по территориальному признаку. В этих случаях географическая привязка сделок осуществлялась, как правило, по расположению головного офиса инвестируемой компании. В связи с этим большинство указанных компаний было отнесено к Центральному ФО. В целом, некоторая наблюдаемая неравномерность в показателях региональных объемов инвестиций по годам связана, как правило, с регистрацией в соответствующих федеральных округах достаточно крупных единичных сделок.

В 2012 году, как и в прежние годы, наибольшую инвестиционную активность проявили регионы Европейской части РФ. Доля Центрального ФО в совокупном объеме инвестиций составила примерно 89%.

В 2013г. в части ФО наблюдалось снижение инвестиционной активности – объемы инвестиций в Центральном ФО, например, сократились почти в 2 раза. Положительную динамику показали Северо-Западный, Южный, Уральский и Дальневосточный федеральные округа. Однако размеры инвестиций в эти округа, даже при условии динамичного развития в 2013 году, все же не сопоставимы с округом-лидером.

Рассмотрим распределение объема инвестиций в 2012-2013гг. по следующим признакам: отрасль, федеральный округ и стадии инвестиций (таблицы 2.20, 2.21, 2.22, 2.23).

Центральный ФО представлен инвестициями практически во всех отраслях. Помимо Центрального ФО на фоне остальных федеральных округов можно выделить Северо-Западный ФО, в котором отмечены инвестиции в различные отрасли – от биотехнологий и медицины до телекоммуникаций. Это вполне объяснимо с учетом приведенной выше оценки накопленного потенциала с точки зрения числа и объема капиталов венчурных фондов. Резкое по сравнению с предыдущими периодами возрастание потока сделок было отмечено в Южном ФО в 2012г., что напрямую было связано с началом работы регионального венчурного фонда.

Таблица 2.20 - Региональное распределение объемов инвестиций по отраслям в 2012г., млн. долл.

Отрасль	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	Итого
Экология	0	0	0	3,88	0	0	0	0	3,88
Легкая промышленность	0	18,3	0	0	0	0	0	0	18,3
Транспорт	113	0	0	0	0	0	0	0	113
Биотехнологии	0	0	1,91	0	0	0	0	0	1,91
Строительство	30,6	0	0,14	0	0	0	0	0	30,74
Химические материалы	4,67	0	0,5	4,2	0	0	0,46	0	9,83
Сельское хозяйство	13	20	0	3,33	0	0	0	200	236,33
Промышленное оборудование	224,33	0	2,55	0	0	0	0	0	226,88
Энергетика	645,33	5,53	0,78	0	0	0	10,3	3,5	665,44
Электроника	10,1	6	0	0	0	0	0,3	0	16,4
Медицина / Здравоохранение	262,29	5,06	1	0	0	0	0,58	0	268,93
Компьютеры	62,4	0	0	7,67	0	0	0	0	1047,88
Телекоммуникации	1027,6	18,02	1,6	0	0	0,66	0	0	1047,88
Потребительский рынок	260		035	4,5	0	0	0	0	299,5
Финансовые услуги	779	0	0	0	0	0	0	92,5	871,5
Другое	264,17	0	1,5	6	0	0	0,3	0	271,97
Итого	3696,49	72,91	44,98	29,58	0	0,66	11,91	296	4152,56

* 1 – Центральный ФО, 2 – Северо-Западный ФО, 3 - Приволжский ФО, 4 – Южный ФО, 5 - Северо-Кавказский, 6 - Уральский ФО, 7 - Сибирский ФО, 8 - Дальневосточный ФО

Таблица 2.21 - Региональное распределение объемов инвестиций по отраслям в 2013г., млн. долл.

Отрасль	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	Итого
Экология	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Легкая промышленность	0	0	0	0	0	0	0	0	00
Транспорт	3,00	0	0	0	0	0	0	0	3,00
Биотехнологии	20,47	0,31	0	0	0	0	0	0	20,58
Строительство	47,60	0	0,04	0	0	0	0	0	47,64
Химические материалы	2,20	0,49	1,01	0	0	2,42	0	0,33	6,45
Сельское хозяйство	0	0	0	60,00	0	0	0	110,00	170,00
Промышленное оборудование	23,41	0	2,55	30,00	0	6,63	0,39	0,03	61,57
Энергетика	31,60	0	0,28	0	0	2,70	0	48,00	82,58
Электроника	10,61	1,00	0	0	0	0	0	0	11,64
Медицина / Здравоохранение	78,21	0	0	0	0	0	0	0	78,21
Компьютеры	62,87	0,83	0	0	0	1,60	0	0	65,27
Телекоммуникации	1008,88	706,15	4,55	0,03	0	0,09	8,53	0	1728,23
Потребительский рынок	43,60	0	0	0	0	0	0,35	0	43,75
Финансовые услуги	461,20	0	0	0	0	0	0	0	461,20
Другое	21,06	1,40	41,35	116,44	0	2,33	0	1,03	183,61
Итого	1814,51	710,18	48,34	206,47	0	15,77	9,07	159,39	2963,73

* 1 – Центральный ФО, 2 – Северо-Западный ФО, 3 – Приволжский ФО, 4 – Южный ФО, 5 - Северо-Кавказский, 6 - Уральский ФО, 7 - Сибирский ФО, 8 - Дальневосточный ФО

Таблица 2.22 - Региональное распределение объемов инвестиций по стадиям и федеральным округам в 2013г., млн. долл.

Стадии инвестиций	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	Итого
Посевная начальная и	59,04	3,38	2,86	1,47	0	4,84	8,92	1,06	81,57
Ранняя	166,23	6,80	5,48	0	0	4,30	0,18	0,33	183,30
Расширение	955,42	0	0	205,00	0	6,63	0,00	110,00	1277,05
Реструктуризация	0,40	0	40,00	0	0	0	0	0	40,40
Поздние стадии	633,41	700,00	0	0	0	0	0	48,00	1381,41
Итого	1814,51	710,18	48,34	206,47	0	15,77	9,07	159,39	2963,73

* 1 – Центральный ФО, 2 – Северо-Западный ФО, 3 - Приволжский ФО, 4 – Южный ФО, 5 - Северо-Кавказский, 6 - Уральский ФО, 7 - Сибирский ФО, 8 - Дальневосточный ФО

Таблица 2.23 - Региональное распределение числа профинансированных компаний по стадиям и федеральным округам в 2013г., ед.

Стадии инвестиций	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	Итого
Посевная начальная и	67	9	11	2	0	6	8	2	105
Ранняя	65	3	4	0	0	2	1	1	76
Расширение	32	0	0	4	0	1	0	1	38
Реструктуризация	1	0	1	0	0	0	0	0	2
Поздние стадии	5	1	0	0	0	0	0	1	7
Итого	170	13	16	6	0	9	9	5	228

* 1 – Центральный ФО, 2 – Северо-Западный ФО, 3 - Приволжский ФО, 4 – Южный ФО, 5 - Северо-Кавказский, 6 - Уральский ФО, 7 - Сибирский ФО, 8 - Дальневосточный ФО

Таким образом, можно констатировать асимметричность рынка венчурных инвестиций в РФ с точки зрения отраслевого и регионального функционирования. Это объясняется, главным образом, недостаточно развитой инфраструктурой венчурного бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предпринимательство – целенаправленная деятельность хозяйствующего субъекта, осуществляющего новые комбинации факторов производства в рамках организуемого и управляемого им предприятия на инновационной основе, хозяйственном риске, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода.

Основная функция предпринимательства – инновационное реформирование сферы производства и распределения экономических благ. Она реализуется посредством коммерциализации инновационных проектов с помощью механизма венчурного финансирования. Венчурное финансирование в рискованные предпринимательские проекты, без достаточных гарантий их успешной реализации, проявляется в виде особых экономических отношений, где ключевая роль в коммерческом успехе принадлежит инвестору.

Венчурное инвестирование показывает положительную динамику, в том числе, и в нашей стране. Это выражается в росте венчурных фондов и фондов прямых инвестиций, увеличении их капитализации, расширении объектов инвестирования и т.д. Вместе с тем, рынок прямых и венчурных инвестиций в РФ характеризуется ярко выраженной асимметричностью. Во-первых, это проявляется в том, что инвестиции сосредоточены в 4 отраслях: телекоммуникации, компьютеры, финансовый рынок и потребительский сектор. Доля остальных отраслей чрезвычайно мала. Во-вторых, соотношение между ранними и зрелыми стадиями в пользу последних. По объемам осуществленных инвестиций традиционно наблюдается существенный перевес в пользу «зрелых» стадий (расширения, реструктуризации и поздней стадии) – около 90% от совокупного объема инвестиций за период исследования. Таким образом, проекты посевных стадий испытывают дефицит финансовых ресурсов. Анализ распределения объема инвестиций по регионам показал, что значительная доля финансовых ресурсов сосредоточена в Центральном федеральном округе, далее – Северо-западном и Приволжском федеральных округах. Наблюдаемая неравномерность в показателях региональных объемов инвестиций связана, с регистрацией в соответствующих федеральных округах достаточно крупных единичных сделок.

Анализ эффективности венчурного финансирования инновационных проектов показал, что способ финансирования через выход ПРО является самым привлекательным, но недостаточно доступным для инвесторов. Прогнозируется дальнейшее развитие

выхода российских компаний на IPO как в сегменте крупных компаний потребительского, финансового и других секторов, так и в компаниях высокотехнологического сектора.

Среди проблем, препятствующих развитию венчурного предпринимательства как способа финансирования инновационных проектов выделены несколько. Первая группа – это проблемы личного характера. Они обусловлены недостатком квалификации менеджеров, страхом самих предпринимателей – генераторов инновационных идей, неумением работать с венчурными инвесторами. Вторая группа факторов, сдерживающих развитие венчурного предпринимательства, это недоверие и информационный вакуум в отрасли. Третья группа проблем, пожалуй, самая широкая, - несовершенство законодательной базы. Сюда можно отнести отсутствие законодательства, регулирующего непосредственно венчурное финансирование, необходимость введения налоговых льгот, проблемы интеллектуальной собственности – неясно кому принадлежит предпринимательская идея и т.д. Четвертая группа проблем – проблемы финансирования. Инвесторы предпочитают финансировать зрелые стадии, снижая риски и тем самым, ущемляя ранние стадии инновационных проектов. Кроме того, как уже было отмечено выше, еще одна проблема – это асимметричность венчурного финансирования по регионам и отраслям. В целом, у института венчурного финансирования есть перспективы развития в РФ, если удастся преодолеть или минимизировать выявленные проблемы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Автономов, В.С. История экономических учений : Учеб. пособие / В. С. Автономов, О. В.Ананьева, Н. Макашова. – М : ИНФРА-М, 2000. - 784 с.
- 2 Автономов, В.С. Предпринимательская функция в предпринимательской системе / В.С. Автономов. - М., 1990. –256 с.
- 3 Ахмеджанова, Т.А. Риски в предпринимательской деятельности и основные методы их нейтрализации / Т.А. Ахмеджанова // Тенденции и перспективы развития науки XXI века: сборник статей Международной научно-практической конференции (18 октября 2015 г., г. Екатеринбург). В 2 ч. Ч.1 - Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2015. - С. 13-15.
- 4 Бекетов, Н.В. Механизм венчурного финансирования инновационных процессов / Н.В. Бекетов // Финансы и кредит. - 2008. - № 9. - С. 68-71.
- 5 Бертенев, С.А. Экономические теории и школы / С.А. Бертенев. - М.,1996. – 337 с.
- 6 Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд. доп. и перераб. – М. : Институт новой экономики, 2002. – 469 с.
- 7 Бунчук, М. Роль венчурного капитала в финансировании малого инновационного бизнеса / М. Бунчук // Технологический бизнес, 1999. - №1. - С. 2-7.
- 8 Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма / М.Вебер // Избранные произведения. - М. : Прогресс,1990. – С.61-272.
- 9 Викулина, В.В. Венчурный бизнес как основа развития инновационных технологий // В.В. Викулина, М.В. Кузнецова // Модернизация отечественной экономики: стратегия, риск. страхование: сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. «Августовские чтения □ 2012» / под общ. ред. С.Г. Журавина. М.: ООО НПО «МАКСС Групп», 2012. - С. 122 – 127
- 10 Вотчель, Л.М. К вопросу о социальной эффективности предпринимательской деятельности / Л.М. Вотчель // Интеграл. - 2012.- № 2. - С. 72.
- 11 Вотчель, Л.М. Системный анализ предпринимательской деятельности в инновационной экономике: предметный аспект / Л.М. Вотчель, В.В. Викулина // Инновационный Вестник Регион. -2013. - № 4.2 (34). – С. 1–7.

12 Вотчель, Л.М. Теоретические основания концепции «человека экономического» / Л.М. Вотчель, В.В. Викулина // Экономика и политика. - 2014. - № 1 (2). – С. 58-63.

13 Вотчель, Л.М. Анализ определяющих аспектов предпринимательской деятельности / Л.М. Вотчель, В.В. Викулина // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2011. - № 4. – С. 18-22.

14 Вотчель, Л.М. Основы системного анализа предпринимательской деятельности / Л.М. Вотчель, В.В. Викулина // Инновационный Вестник Регион. - 2012. - № 1. – С. 66-71.

15 Вотчель Л.М. Системная характеристика предпринимательской деятельности. предметный аспект / Л.М. Вотчель, В.В. Викулина // Экономика и политика. - 2014. - № 2 (3). – С. 32-37.

16 Вотчель, Л.М. Предпринимательство как феномен бытия "человека экономического" /монография / Л. М. Вотчель, В. В. Викулина ; М-во образования и науки Российской Федерации, ГОУ ВПО "Магнитогорский гос. ун-т". Магнитогорск, 2011. –158с.

17 Вотчель, Л.М. Философский анализ онтологических оснований предпринимательской деятельности/диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / Магнитогорск, 2000. – 154с.

18 Гулькин, П.Г. Венчурные и прямые инвестиции в России: теория и десятилетие практики / П.Г. Гулькин. – Спб. : Изд-во аналитического центра "Альпари СПб", 2003. – 240с.

19 Журавин С.Г. Инвестиционная деятельность предприятия / С. Г. Журавин, Т. П. Рахлис, Н. В. Теренина // Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова". Магнитогорск, 2009.

20 Зомбарт, В. Буржуа: к истории духовного развития современного экономического человека / В.Зомбарт // Собр.соч.:в 3 т.-СПб., 2005. - Т1. – 640 с.

21 Ивашина, Н.С. Влияние инновационного развития на конкурентоспособность региона / Н.С. Ивашина, Г.С. Свиридова // Инновационный Вестник Регион. - 2013. - № 4.2(34). – С.61-69.

22 Каширин, А.И. Венчурное инвестирование в России / А.И. Каширин, А.С. Семенов. - М. : Вершина, 2007. - 331 с.

23 Краснова, Н.Э. Анализ предприятий частной и коллективной форм собственности в Уральском Федеральном округе

за 2012-2014 гг. / Е.Г. Зиновьева, Н.Э. Краснова// Новый университет. Серия: Экономика и право. - 2015. - № 7 (53). – С. 89-93.

24 Кузнецова, М.В. К вопросу об оценке эффективности инновационных проектов / М.В. Кузнецова // Вестник Магистратуры . - 2014. - № 4-2 (31). – С. 54-57.

25 Кузнецова, М.В. Проблемы венчурного финансирования инновационных проектов в Российской Федерации / М.В. Кузнецова, Е.Г. Зиновьева // Экономика и менеджмент систем управления . - 2015. - Т. 16. № 2.1. - С. 157 – 166.

26 Кузнецова, М.В. Характеристика рынка венчурного капитала / М.В. Кузнецова // Научный вестник Магнитогорского филиала РАНХиГС, 2014. - №1. – С.183-188

27 Лахтин, Г.А. Тактика науки: экономика и организация работы научно-исследовательских учреждений / Г. А. Лахтин ; отв.ред. В. С. Соминский ; Институт экономики и организации промышленного производства СО АН СССР. - Новосибирск : Наука. Сибирское отделение, 1969. - С. 243-251.

28 Ленин, В.И. Полное собрание сочинений / В.И. Ленин. - Т.29, Т.42.-С.39.

29 Макаров, В.Л. Внедрение нетехнических нововведений / В.Л. Макаров // Экономика и организация промышленного производства. - 1983. - № 10. - С. 47-52.

30 Маркс, К. Сочинения /К.Маркс, Ф. Энгельс.- 2-е изд. - М.,1995.-Т.23. –С.188.

31 Мушинкин, А.К. Венчурное финансирование инновационных проектов. Деятельность Пермского фонда содействия венчурным инвестициям [Электронный ресурс] / А.К. Мушинкин // Сайт национального института системных проблем предпринимательства. – 2003. – 15 мая. - Режим доступа : http://www.nisse.ru/business/article/article_644.html, свободный.

32 Николаева, С.Н. Применение венчурного капитала в развитии инновационного предпринимательства в России: автореф. дис. канд. экон. наук / С.Н. Николаева. – М., - 2009. – 45 с.

33 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2005 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2006. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

34 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2006 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2007. - Режим

доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

35 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2007 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2008. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

36 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2008 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2009. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

37 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2009 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2010. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

38 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2010 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2011. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

39 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2011 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2012. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

40 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2012 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2013. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

41 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2013 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2014. - Режим доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

42 Обзор рынка прямых и венчурных инвестиций в России за 2013 год [Электронный ресурс] / Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования (РАВИ). – СПб. : РАВИ, 2015. - Режим

доступа : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>, свободный.

43 Попов, В. Л. Управление инновационными проектами: учебное пособие / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов; под ред. В.Л. Попова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.

44 Современные аспекты развития экономики: теория и практика: коллективная монография / М.Г. Абилова, И.А. Агеева, С.А. Асланов и др. – Санкт-Петербург: Изд-во «Инфо-Да», 2015. – 256 с.

45 Соколова, Ю. В. Методика оптимальной распределения финансовых ресурсов венчурного фонда между инвестиционными проектами портфеля [Электронный ресурс] / Ю.В. Соколова // Управление экономическими системами. – 2012. - № 11 (47). - Режим доступа : <http://www.uecs.ru/marketing/item/1637-2012-11-07-07-04-45>, свободный.

46 Щербакова, Л.И. Государственное регулирование развития инновационного предпринимательства на базе венчурного капитала / Л.И. Щербакова. - М. : РАГС, 1996. – 178 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. Теоретические основы предпринимательства	5
1.1. Системный анализ предпринимательской деятельности.	5
1.2. Анализ определяющих аспектов предпринимательской деятельности.....	39
Глава 2. Инновационные проекты и венчурное предпринимательство	6
2.1. Роль венчурного финансирования в реализации инновационных проектов.....	62
2.2. Оценка уровня развития рынка прямых и венчурных инвестиций в РФ.....	81
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	115
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	117

Научное текстовое электронное издание

**Вотчель Лилия Мидыхатовна
Кузнецова Маргарита Владимировна**

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
КАК СПОСОБ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ
ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

Монография

1,49 Мб

1 электрон. опт. диск

г. Магнитогорск, 2017 год
ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»
Адрес: 455000, Россия, Челябинская область, г. Магнитогорск,
пр. Ленина 38

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет им. Г.И. Носова»
Кафедра экономики и финансов
Центр электронных образовательных ресурсов и
дистанционных образовательных технологий
e-mail: ceor_dot@mail.ru