

**РИСКИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ
ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

В условиях кризиса экономика подвергается структурным изменениям, позволяющим смягчить последствия кризиса и освоить новые виды экономической деятельности и ниши рынка. Одним из новых, растущих секторов, становится малый бизнес, функционирующий в традиционной и виртуальной формах, что значительно расширяет возможности выбора потребителей товаров и услуг и делает более гибкими стратегию и тактику продавцов и производителей. С увеличением масштабов предпринимательской деятельности увеличиваются масштабы рисков, которые имеют две стороны: для потребителей становится все более сложным выбор из многочисленных предложений, анализ ситуации на рынке и принятие рационального решения по критерию «цена-качество»; для производителя и продавца возникают новые виды рисков, связанных с конкурентоспособностью, ценовой политикой, хозяйственной и финансовой деятельностью, а также с государственным регулированием малого бизнеса. Все перечисленные риски дополняются и изменяются под влиянием факторов информационных технологий и использования компьютерной сети Интернет, которые оказывают как положительное воздействие на деятельность предпринимателей, так и порождают риски отказов компьютерного оборудования, сбоев программного обеспечения, нарушения бухгалтерских данных предприятий, сведений о клиентах и хозяйственной деятельности. В связи с этим исследование рисков малого предпринимательства в условиях информационной экономики является актуальным.

Рассмотрению различных аспектов малого бизнеса посвящено достаточно работ украинских и зарубежных авторов. Так, проблемам государственного регулирования развития малого предпринимательства в Украине посвящены работы Н.Л. Шлафман, С.Г. Дриги, О.Ф. Семерак, в которых раскрываются вопросы антикризисных мероприятий по поддержке малого бизнеса в Украине, влияния макроэкономических факторов и налогообложения на развитие инновационного предпринимательства. В других работах по развитию малого бизнеса и инновационных процессов чаще всего изучаются частные вопросы, не объединенные общей темой. Исключение составляет П. Друкер, провозгласивший лозунг «Побеждать числом и скоростью», ставший главным для малых предпринимателей многих стран [1, с. 327]. Анализ работ украинских экономистов Б.И. Адамова, В.И. Ляшенко, Б.А. Сорокина, Г.Ф. Толмачовой, Л.В. Усковой, Е.В. Остропольской, С.Ф. Попова, К.В. Ваганова и О.А. Кириченко, Т.В. Тарасенко, Е.А. Бояриновой, И.А. Павленко показал, что исследуя малый бизнес в Украине, они оставляют без внимания вопросы рисков, но позволяют выявить отдельные факторы, влияющие на их возникновение в условиях распространения компьютерной сети Интернет и информационных технологий.

Целью статьи является выявление особенностей рисков малого инновационного бизнеса в информационной экономике.

Информационная экономика характеризуется повсеместным внедрением компьютеров и информационных технологий во все сферы экономической деятельности, а также возникновением феномена компьютерной сети Интернет.

Начиная с середины 1990-х годов, Интернет стремительно развивалась, порождая волну инноваций в информационных технологиях и во множестве областей их приложений, что породило различные онлайн сервисы и новые модели ведения бизнеса. Это дало повод считать Интернет основой нового экономического роста, его фактором. Цифровые технологии в целом оказались теми стратегическими и важными технологиями, которые существенно влияют не только на экономику, но и на все социально-экономическое развитие в целом: нормы потребления, режимы производства, организационные формы.

Компьютерная сеть Интернет способствует развитию индивидуального предпринимательства и, в то же время, совершенствует корпоративное управление. Реструктуризация экономики, катализатором которой выступают телекоммуникации, способствует появлению фирм как производственной ячейки. Становление информационной экономики сопровождается своеобразным «располосованием»: с одной стороны, появляется большое количество малых предприятий, вплоть до индивидуальных предпринимателей, с другой – развиваются транснациональные корпорации (ТНК), объединяющие компании многих стран, организующих научные исследования, добычу сырья, весь производственный цикл и реализацию продукции.

Исключение посредников позволяет с использованием сетей телекоммуникаций и Интернет выбирать наиболее выгодных поставщиков и потребителей, что позволяет крупным корпорациям не

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

поглощать малые предприятия, а заключать с ними выгодные контракты на поставку комплектующих и услуг, а также использовать их для реализации продукции под торговой маркой ТНК. Данный фактор вовлекает малый бизнес в глобализационные процессы, снижает уровень международного разделения труда. Виртуальным предприятиям, осуществляющие основные виды работ в компьютерной сети, присущи как традиционные, так и новые риски, порожденные Интернетом.

В Программе экономических реформ Украины на 2010 – 2014 гг. имеется раздел об улучшении бизнес-климата и привлечении инвестиций. Предлагаемые меры касаются, в основном, правовых вопросов и организационных процедур, и охватывают бизнес в целом, не выделяя развитие малого предпринимательства в отдельную проблему. Также в разделе о развитии научно-технической и инновационной сферы не упоминается участие малого бизнеса. Тем не менее, малый бизнес в развитых странах не только дает значительную долю ВВП, но и активно разрабатывает и производит инновационные продукты [2].

В табл. 1 приведены основные показатели развития малых предприятий в Украине.

Таблица 1

Основные показатели развития малых предприятий в Украине

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Количество предприятий в расчете на 10 тыс. жителей, ед.	44	63	72	76	72	75	63	70	75,5
Количество занятых работников, тыс. чел.	1730,4	1890,4	2232,3	2231,5	2237,4	2152,0	2073,6	2070,8	2051,3
Количество наемных работников, тыс. чел.	1709,8	1834,2	2158,5	2154,3	2156,8	2067,8	1992,5	1991,1	1951,6
Доля объема реализованной продукции малых предприятий в общем объеме продукции %	8,1	5,5	18,8	18,1	16,3	16,7	14,2	13,1	16,0

Источник: составлено автором на основе данных официального сайта Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

С 2005г. по 2008 г. наблюдался рост занятых работников в малом бизнесе, в 2008 г. по сравнению с 2005 г. увеличилось количество занятых работников на 18,4%, а доля объема реализованной продукции малых предприятий в общем объеме продукции выросла всего за год – с 2005г. по 2006 г. в 3,42 раза. Однако с 2007 года эта доля стала сокращаться и в 2012 г. уменьшилась по сравнению с 2006 г. на 12%, хотя выросла по сравнению с 2011 г. на 18%. Несмотря на относительный докризисный рост основных показателей деятельности малых предприятий, их влияние на производство продукции остается незначительным, всего 16% в 2012 году, в то время как в «локомотивах» мировой экономики она превышает 50%. Следует также отметить сокращение численности занятых в малом бизнесе при увеличении количества малых предприятий. Наблюдаемые колебания в показателях развития малого бизнеса свидетельствует о том, что данный вид экономической деятельности постоянно находится в зоне различных рисков.

Предприниматель вкладывает собственные средства в свое предприятие, контролирует финансовые потоки, осуществляет взаиморасчеты с работниками, действует как маркетолог, исследуя рынок сбыта, привлекает инвестиции. Л.В. Ускова показывает, что малое предпринимательство необходимо рассматривать как с количественной, так и с качественной стороны, в последнем случае имеет место особенность объединения в одном лице собственника и менеджера предприятия [3]. На каждом этапе и в каждом виде своей деятельности предприниматель принимает на себя риски. Мотивацией для предпринимателя служит получение прибыли, поэтому внедрение (а часто и собственная разработка) инноваций является необходимым условием выживания на рынке свободной или недобросовестной конкуренции.

Предпринимательству присущи инновационные риски, это связано со следующими обстоятельствами. Инновации в настоящее время стали пониматься достаточно широко, не только в узком, технологическом, смысле. На это обращают внимание и такие теоретики, как П. Друкер, и администраторы, руководители правительств. П. Друкер пишет о формировании «предпринимательского общества», массовом занятии бизнесом, создании большого количества малых и средних предприятий. Фактически уже можно говорить о технологии ведения бизнеса на всех его этапах, что подтверждают многочисленные пособия и повсеместно проводимые семинары. Это – организационная технология, которая востребована обществами различных государств, имеющих свою экономическую историю. Данная технология, безусловно, носит институциональный характер, но и содержит множество инвариантных положений. Комментируя работы П. Друкера и

его раздумья над предпринимательским обществом, Л.И. Федулова пишет: «Нормой жизни такого общества должна быть инновационная деятельность менеджеров – основное средство достижения целей в экономике знаний» [4, с. 91]. Сам П. Друкер считает, что предприниматель в любом случае занимается инновационной деятельностью, что «Инновационная деятельность является особым инструментом предпринимательства. Это действие, придающее имеющимся ресурсам новое качество способствовать приумножению богатства» [1, с. 55]. П. Друкер подчеркивает, что инновационная деятельность должна быть обязательно последовательной и ее суть заключается в поиске перемен, возможности которых находятся как внутри предприятия, так и за его пределами. К внутренним возможностям он относит неожиданный успех, несоответствие между реальностью и ее видением, жизненно необходимые для производственного процесса нововведения и неожиданные изменения на рынке или отрасли. Внешними инновационными возможностями П. Друкер считает демографический фактор, изменение настроений и восприятий в обществе, а также новые знания, как научные, так и общего характера. Он уравнивает перечисленные внутренние и внешние возможности и подчеркивает их комплексность. П. Друкер пишет, что из примерно 600 тысяч предприятий, ежегодно регистрируемых в США, только 10 тысяч относятся к наукоемким производствам и в целом эту «наукоемкость» можно считать достаточно условной [1, с. 16].

Украинский малый бизнес практически только начинает осуществлять инновационную деятельность и этому в первую очередь способствует Интернет и информационные технологии. У малого бизнеса для этого имеются финансовые, организационные и производственные условия, о чем свидетельствует бурный рост электронной коммерции в мире и в Украине.

Механизмы организационно-инфраструктурного обеспечения инновационного предпринимательства должны включать кадровое, технологическое, информационное, экономико-консультационное, научное, финансовое, организационно-инфраструктурное, производственное и правовое обеспечение. Для каждого элемента механизма Е.А. Бояринова определяет свою функцию, позволяющую реализовать инновационный процесс от носителя идеи – инноватора – до конечного продукта, потребленного конечным потребителем [5]. Цепочку, представляющую непрерывный инновационный процесс, реализуют различные субъекты предпринимательства: образовательные учреждения, технопарки, информационные центры и биржи, маркетинговые и консалтинговые компании, научно-исследовательские институты, инновационные и венчурные фонды и капиталы, производственные предприятия и органы государственного управления. Все перечисленные звенья инновационной цепочки, за исключением последнего, могут включать в свою структуру малые предприятия, в том числе, виртуальные, функционирующие в компьютерной сети Интернет.

Одним из организационно-экономических механизмов коммерциализации и трансферта наукоемких технологий малыми предприятиями, как показывает С.Ф. Попов, является взаимодействие национальных университетских и предпринимательских систем, что возможно при привлечении внешнего капитала и создании специальных структур управления интеллектуальной собственностью при учебных и научно-исследовательских организациях [6]. Однако, на наш взгляд, в случае функционирования рынка инновационных технологий и развитой информационной сети о новых, уже зарегистрированных, инновационных предложениях, малый бизнес будет иметь возможность самостоятельной ориентации и выбора технологии для ее последующей коммерциализации. Объединение малых предприятий с университетскими структурами позволит снизить финансовые риски при внедрении инноваций и преодолении рыночных барьеров для инновационных продуктов, защитить интеллектуальную собственность инноваторов.

Государственное стимулирование инновационного предпринимательства, как пишет Т.В. Тарасенко, необходимо рассматривать как стратегический приоритет развития экономики Украины [7]. Инновационное предпринимательство, по мнению И.А. Павленко, является неотъемлемой частью рыночных трансформаций в Украине, а эффективность взаимодействия субъектов инновационного предпринимательства обеспечивается механизмами государственной поддержки. Принципами данной поддержки должны быть комплексность, целенаправленность, последовательность, системность, а также максимальный учет интересов самих предпринимателей [8]. Государственная поддержка малого инновационного предпринимательства позволит снизить ставку целенаправленного кредита на его развитие, упростит регулирование деятельности малого инновационного предприятия со стороны контролирующих органов, даст возможность быстрой диффузии «малых» инноваций, касающихся выпуска товаров массового потребления и оказания услуг. Перечисленные инструменты сократят риски малого инновационного бизнеса, даст стимул к его развитию и вовлечению новых предпринимателей.

Стратегия, разрабатываемая предприятием, направлена, прежде всего, на завоевание и удержание ниши рынка, на получение конкурентных преимуществ, и поэтому любую стратегию

можно назвать конкурентной. Вопросы конкуренции в компьютерных сетях в настоящий момент слабо изучены, как и другие теоретические закономерности функционирования Интернет экономики, например, особенности спроса и предложения. Классическая модель М. Портера включает следующие элементы: 1) анализ угрозы появления продуктов-заменителей; 2) анализ угрозы появления новых игроков; 3) анализ рыночной власти поставщиков; 4) анализ рыночной власти потребителей; 5) анализ уровня конкурентной борьбы.

Конкурентная стратегия предусматривает, в том числе, средства снижения рыночных рисков, к которым относятся снижение спроса, перенасыщение целевого рынка товарами или услугами, действия конкурентов, цикличные изменения в экономике, падение покупательской способности и неплатежеспособность партнеров. Для виртуальных рынков, функционирующих в компьютерной сети Интернет, данные риски также имеют место. Единственный вид риска, которым можно пренебречь на виртуальных рынках, это – перенасыщение, поскольку предложение физических товаров в Сети всегда меньше спроса из-за большого числа покупателей, имеющих равноправный доступ к предлагаемым товарам и услугам. Условное перенасыщение можно рассматривать в случае нескольких магазинов с однотипным ассортиментом, но, поскольку они территориально не концентрированы, то приоритет доступа их зависит от имени сайта-витрины, т.к. от него зависит порядок выдачи пользователю в списке результатов поиска в Интернет.

На каждом этапе взаимодействия потребителя и продавца через Интернет возникают риски, связанные: с достоверностью предоставляемой информации; обеспечением гарантий прохождения оплаты именно к продавцу данного товара; обеспечением гарантий сохранения кода платежа и сохранности вклада пользователя при использовании банковской карточки; гарантий невмешательства со стороны сетевых взломщиков для банка – получателя платежа; гарантий доставки оплаченного через Интернет товара.

В Украине государственное регулирование предпринимательства осуществляется, в основном, через налоговую инспекцию, действующую на основании Налогового Кодекса. К сожалению, в данный Кодекс постоянно вносятся редакционные изменения, а предпринимательство в компьютерных сетях подвергается «шоковой терапии» со стороны различных ведомств, принимающих порой противоречивые указы. Мы связываем данную ситуацию с «болезнями роста», с непониманием специфики деятельности в Интернет.

В заключение можно сделать следующие выводы. Во-первых, за последние три года наблюдается рост малого предпринимательства в Украине, увеличение числа малых предприятий и их доля в объеме реализованной продукции. Во-вторых, данный рост происходит как в условиях продолжающегося кризиса, так и увеличения влияния информационных технологий и Интернет на экономическую активность, что порождает новые виды рисков для малых инновационных предприятий, работающих в традиционных условиях и в виртуальном пространстве. Появляющиеся новые риски могут быть снижены путем государственного регулирования деятельности малых инновационных предприятий; введения особых условий налогообложения и поддержки со стороны контролирующих организаций; а также за счет создания научно-производственных объединений, позволяющих быстро коммерциализировать новые технологии, создаваемые в вузах преподавателями и студентами.

Литература

1. Друкер П. Бизнес и инновации / П. Друкер. – М. : ООО «И.Д Вильямс», 2007. – 432 с.
2. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава. Програма економічних реформ на 2010 – 2014 роки. Комітет з економічних реформ при Президенті України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf.
3. Ускова Л.В. Малі підприємництва і критерії його визначення / Л.В. Ускова // Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку. Матеріали ІХ науково-практичної конференції 30 листопада 2007 р.: Зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ІМА-прес. – 2007. – С. 352–353.
4. Федулова Л.И. Экономика знаний в контексте взглядов Питера Друкера / Л.И. Федулова // Экономическая теория.- 2007.- № 3.- С. 86 – 99.
5. Бояринова К.О. Формування організаційно-інфраструктурного забезпечення інноваційного підприємництва на основі створення інноваційно-інтеграційного партнерства / К.О. Бояринова // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К.: ІВЦ «Політехніка», 2006.– №3. – С. 199-210.
6. Попов С. Ф. Диффузия технологий в периферийные регионы: роль университетских малых предприятий / С. Ф. Попов // Вісник Хмельницького національного університету. Серія : Економічні науки. – 2005. – Т. 3, ч. 2. – № 5. – С. 162 – 166.
7. Тарасенко Т.В. Державне стимулювання інноваційного підприємництва як стратегічного пріоритету розвитку економіки України / Т.В. Тарасенко // Регіональна бізнес-економіка та управління (Вінницький фінансово-економічний університет). – 2006. – №11. – С. 42–49.
8. Павленко І.А. Напрями вдосконалення економічного механізму регулювання інноваційного підприємництва / І.А. Павленко // «Вчені записки»: Збірник наукових праць Київського національного економічного університету імені В.Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2010. – С. 69 – 78.