

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

М.К. Ахтямов, Н.А. Кузнецова

Экономика знаний принципиально меняет традиционные принципы, подходы и модели развития конкурентоспособного предпринимательства. Предпринимательство в экономике знаний все больше ориентировано на максимизацию рыночной стоимости компаний, в которой основной удельный вес начинают занимать нематериальные активы (технологические, маркетинговые, клиентские и т. п.). Следовательно, в условиях экономики знаний возрастает роль эффективного управления нематериальными ресурсами, включая интеллектуальные. Другими словами, интеллект сотрудников фирмы, вырабатывающих и осуществляющих стратегические и тактические решения, определяет конкурентоспособность фирмы и ее устойчивость к эндогенным и экзогенным факторам среды.

Все это обуславливает необходимость интеллектуализации предпринимательства, выражающуюся в том, что основным экономическим продуктом все чаще выступает интеллектуальный продукт (ноу-хау, программное обеспечение, методика, технология и т. п.) и высокотехнологичный продукт (доля затрат на НИОКР в продукте более 3,5 %) и в том, что сами предприниматели становятся интеллектуалами. Они активно внедряют в свою деятельность научные методы, формируют новую философию предпринимательства, целевым ориентиром которой является не столько максимизация прибыли, сколько максимизация самовыражения предпринимателя и общественной полезности продукта его труда.

Согласно Климову С.М., интеллектуальные продукты и услуги занимают все более значительное место на международных рынках. По экспертным оценкам, мировой рынок интеллектуальных товаров и услуг сегодня растет в пять раз быстрее, чем традиционные рынки [1].

Мельников О.Н. абсолютно точно подмечает, что экономический продукт любой эпохи производился с использованием как материальных, так и нематериальных ресурсов, включая интеллектуальные. «Однако развитие экономических систем всегда происходило и происходит только благодаря тому, что на каждом эволюционном витке экономических преобразований при производстве экономических продуктов интеллектуальная составляющая затрат становится больше, а материальная – меньше» [2].

Точнее говоря, возрастает доля интеллектуального продукта в прибавочной (добавленной) стоимости. Если при раннем и развитом капитализме значительную часть прибавочной стоимости создавал труд (рабочая сила), то в экономике знаний ее создают интеллектуальные ресурсы. В свою очередь интеллект, в отличие от труда, неотделим от его носителя – человека, что создает существенную зависимость организации от конкретных личностей – работников интеллектуального труда.

По мнению Сухинина И.В., «наемный работник ... уже не отчуждается от отношений собственности, характеризующих условия и результаты общественного производства: он сам становится собственником «новых» экономических ресурсов – знаний, квалификации, опыта, информации» [3].

Другими словами, конкуренция становится многоуровневой, проникая, в том числе, и во внутреннюю среду фирмы, а фирма должна быть конкурентоспособной на каждом уровне как внешней, так и внутренней среды. Во внешней среде возрастает роль взаимодействия компании со своими партнерами в рамках сетей, которые становятся важнейшими экономическими субъектами новой экономики (в отличие от корпораций в индустриальной экономике). Во внутренней среде все более важное влияние на конкурентоспособность фирмы оказывают ее сотрудники, конкурентоспособность которых напрямую определяет конкурентоспособность организации.

Формирование новых реалий экономического развития требует принципиального изменения методологии управления конкурентоспособностью компании. Необходимо изменение принципов и моделей успешной предпринимательской деятельности, трансформации сути предпринимательства, его целей и содержательной стороны деятельности (работа с информацией, знаниями, управление нематериальными ресурсами и превращение их в активы).

Консервативность мышления и традиционность представлений о предпринимательской деятельности, характерных для индустриального периода, мешают появлению и распространению новых подходов к развитию конкурентоспособности инновационного предпринимательства.

Для преодоления этих проблем необходима интеллектуализация всей страны, всего социума и среды, включая сферы предпринимательства и государства, что может обеспечить только эффективная система образования (даже не науки, поскольку кадры для науки готовит все же система образования). Все это может быть решено в процессе трансформации традиционного предпринимательства в интеллектуальное как ведущий тип предпринимательства в условиях экономики знаний. Развитие технологий, определяющее смену общественно-экономических формаций, привело к трансформации ключевых ресурсов (от материальных к нематериальным). Это обусловило развитие новых типов экономических продуктов, последним из которых появился интеллектуальный продукт. Интеллектуальному продукту соответствует особый тип предпринимательства – интеллектуального предпринимательства, а также вид ренты – интеллектуальной ренты в виде платежей за пользование интеллектуальным продуктом.

Таким образом, объективной закономерностью развития экономики знаний является интеллектуализация предпринимательства, выражающаяся в трех основных аспектах:

– росте роли нематериальных ресурсов, особенно интеллектуальных, в формировании конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Интеллект сотрудников как их способности познавать и разрешать проблемы определяет эффективность внедрения в предпринимательскую структуру не только новых продуктов и технологий, но и принятия и реализации адекватных стратегических решений, определяющих долгосрочную конкурентоспособность компании на рынке;

– изменении продукта труда: от материального к интеллектуальному. В свою очередь интеллектуальный продукт обладает рядом специфических особенностей, среди которых: неотчуждаемость знания в процессе купли-продажи, возрастающая отдача от продукта (каждая следующая копия продукта обходится существенно дешевле и приносит больше прибыли), доминирование в продукте затрат на НИОКР, наличие эффекта сетевых внешностей (приобретение каждым следующим потребителем продукта приносит большую ценность для всех потребителей) и т.п. Важной характеристикой интеллектуального продукта является его способность приносить интеллектуальную ренту в виде платежей за пользование им (плата за лицензию);

– изменение типа предпринимателя и предпринимательства – от трудового предпринимателя к интеллектуальному предпринимателю, характеризующемуся ростом уровня образованности, духовности и социальной ориентации предпринимательской деятельности, обуславливающей доминирование целей самовыражения и социальной ориентации деятельности над целями обогащения (максимизации прибыли).

Таким образом, прямо на наших глазах формируется особая научно-предпринимательская прослойка – интеллектуальное предпринимательство, обеспечивающее эффективную взаимосвязь между наукой и образованием, с одной стороны, и бизнесом (крупным, средним, малым), с другой.

Понятие интеллектуального предпринимательства является достаточно новым и слабо исследованным. В самом элементарном приближении интеллектуальное предпринимательство – это предпринимательство, осуществляемое интеллектуалами, то есть людьми с высшим образованием, результатом деятельности которых является интеллектуальный продукт. Важными характеристиками интеллектуального предпринимательства являются: разработка социально-ориентированных сложных продуктов, нацеленность на самореализацию (в противовес извлечению только экономической выгоды), высокий удельный вес затрат на оплату труда в общих издержках производства.

К интеллектуальному предпринимательству следует отнести:

– предпринимательство в научно-технической сфере (предпринимательство в сфере НИОКР, инжиниринга, разработки ПО или высокотехнологичное предпринимательство);

– предпринимательство в креативной сфере (сочинительство, рисование, шоу-бизнес, другие виды искусства, реклама, дизайн и т.п.);

– предпринимательство в сфере управления (консалтинг);

- предпринимательство в сфере образования и подготовки кадров;
- предпринимательство в сфере предоставления информационных услуг в виде отчетов, обзоров, БД, аналитики, рейтинговые агентства и т.п.

Следует особо отметить важность наличия духовно-нравственной составляющей интеллектуального предпринимательства, а также ее формирования у будущих предпринимателей в процессе обучения предпринимательству. Поэтому необходимо внедрять в обучающий процесс не только методики креативного обучения, но и методы и подходы, позволяющие развить духовные, социально-нравственные истоки человеческой души, сформировать незыблемые нравственные устои будущих интеллектуальных предпринимателей, служащие основой для социально-ориентированной предпринимательской деятельности.

Заключая обзор роли и значения интеллектуального предпринимательства в экономике знаний, следует отметить, что для России оно имеет еще более важное значение, поскольку через него можно решить проблемы создания доверия между бизнесом и системой образования и науки, которые в свою очередь позволят построить канал для перетока знаний из сектора науки и образования в сектор предпринимательства.

Библиографический список

1. Климов, С.М. Значение интеллектуальных ресурсов в постиндустриальной экономике / С.М. Климов. – www.elitarium.
2. Мельников, О.Н. Вектор интеллекта (Анализ отличий материального и духовного (интеллектуального) экономических продуктов) / О.Н. Мельников // Российское предпринимательство. – 2004. – № 7. – С. 73–77.
3. Сухинин, И.В. Человеческий капитал и общество / И.В. Сухинин // Введение в институциональную экономику: учеб. пособие / под ред. Д.С. Львова. – М.: Издательство «Экономика», 2005. – С. 529.