

УДК 334.72:001.895:330:339.137.2

Э.А. Гасанов,

*д-р экон. наук, доцент, завкафедрой экономической теории
Хабаровского государственного университета экономики и права*

Т.С. Бойко,

*канд. техн. наук, доцент,
декан факультета международных экономических отношений
Хабаровского государственного университета экономики и права*

Н.С. Фролова,

*канд. экон. наук, доцент,
и.о. завкафедрой мировой экономики и таможенного дела
Хабаровского государственного университета экономики и права*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ МАЛЫХ ФИРМ В КООРДИНАТАХ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ МЕЗОЭКОНОМИКИ И ДИНАМИЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Необходимым условием развития инновационной мезоэкономики являются малые инновационные фирмы. На современном этапе необходимо формирование их определенного стратегического поведения, которое является целенаправленным действием и служит залогом достижения целей в условиях неопределенности и риска.

Ключевые слова: стратегическое поведение, малые инновационные фирмы, инновационная мезоэкономика, научно-технический и человеческий потенциал.

A necessary condition for the development of innovative mesoeconomics is the existence of small innovative firms. At present stage, it is necessary to form their specific strategic behavior. This behavior is a purposeful action and serves as a guarantee of achieving goals in conditions of uncertainty and risk.

Keywords: strategic behavior, small innovative firms, innovative mesoeconomics, scientific, technical and human potential.

Стратегическое поведение следует рассматривать как систему взглядов, решений и действий в условиях рынка, которое раскрывается в методах воздействия на рынок и потребителей, обеспечивающих получение максимальной прибыли. В условиях инновационной мезоэкономики концептуальной основой деятельности малых инновационных фирм

является стратегическая ориентация на создание конкурентных преимуществ через инновации для обеспечения эффективного взаимодействия с потребителем.

Развитие динамичной конкуренции, превалирование инновационного стиля развития, упор на частную инициативу и поощрение предприимчивости вызвали к жизни необходимость поиска подходов к

направленности деловой активности, поведению фирм и оценкам их эффективности. При этом гибкость, быстрота реакции, новизна товаров и услуг, неожиданность и непредсказуемость рыночных решений, активное использование научно-технического и человеческого потенциала, готовность рисковать, устремленность в будущее – вот основные слагаемые успеха малых инновационных фирм [1; 2]. Эти характеристики лежат в основе стратегического поведения малых предпринимателей. Предпринимательскую деятельность необходимо рассматривать как процесс, который осуществляется от места возникновения идеи до места производства и реализации товаров и услуг. Предпринимательство представляет собой замысел проведения исследований, акций, мероприятий, определяющих цели производства, его идею, тональность и главные производственные аргументы, а также

основные средства распространения и реализации товаров и услуг. Логика деятельности основывается на производственных целях, которые фирмы стремятся достичь с помощью технологий. В данной логике обосновываются пути, средства, методы и формы достижения этих целей.

Основная логика предпринимательской деятельности заключается в разработке комплекса основополагающих идей, принципов, правил, раскрывающих сущность инноваций в системе целей производства, позволяющих определить систему показателей, которые способствуют оценке и принятию решений по оптимизации деятельности и поведению в условиях конкуренции [6]. В таблице 1 отражены внутренние и внешние факторы, влияющие на стратегическое поведение малых инновационных фирм в инновационной мезоэкономике.

Таблица 1 – Внутренние и внешние факторы, определяющие стратегическое поведение малых инновационных фирм в инновационной мезоэкономике [6]

Внутренние факторы	Внешние факторы	
	Внешнее окружение (макросреда)	Деловое окружение (микросреда)
Цель малых инновационных фирм Задачи малых инновационных фирм Инновационные ресурсы Инвестиционные ресурсы Технология Человеческий капитал Интеллектуальный капитал Структура управления	Экономические Правовые Политические Социальные Культурные Природные Географические Международные	Поставщики Партнеры Конкуренты Потребители Профсоюзы Органы власти Инфраструктура бизнеса

Ка видно, поведение малых инновационных фирм определяется значительным числом различных факторов, как внутренних, так и внешних. Эти факторы образуют систему ограничений, которую

необходимо учитывать при определении стратегического поведения малых инновационных фирм в мезоэкономике.

При выборе базового поведения малой инновационной фирмы важной является

проблема проникновения и адаптации на рынке. Этот выбор предопределяется такими условиями и факторами, как возможности фирмы, ее цели и стратегия, инвестиционный потенциал. Каждая фирма использует в качестве стратегии выхода на рынок связи с партнерами. Основная причина такого решения заключается в использовании хорошо налаженных связей партнеров, которые в ряде случаев могли устранить разные препятствия. Однако усиление конкуренции на рынке заставляет эти фирмы не только поддерживать имеющийся уровень качества, но и улучшать его. Это указывает на то, что если хозяйственная ситуация вынуждает малые инновационные фирмы к постоянному обновлению и инвестированию, фирмы не только получают конкурентное преимущество, но и наращивают его в долгосрочном периоде. Особенности рынка инновационных товаров и услуг таковы, что обычно на первый план при управлении качеством выходят вопросы соответствия глобальным стандартам [7].

Малые фирмы, осуществляющие эффективную инновационную деятельность, в большей мере осознают необходимость обеспечения высокого качества товара. Эти фирмы не только фокусируются на качестве в процессе формирования продуктовой стратегии, но и делают акцент на качестве производимых товаров. Факторы, определяющие стратегическое поведение малых инновационных фирм на рынке, следующие:

- 1) выбор стратегии выхода на рынок на основе инновационных товаров и услуг;
- 2) стратегия, ориентированная на качество товаров и услуг;
- 3) успешное развитие успешного

бренда, связанное с ориентацией на высокое качество товаров и услуг;

4) принцип разделения производства и реализации с целью завоевания максимальной доли рынка инновационных товаров и услуг;

5) расширение рынка (фирма сама должна обеспечить расширение рынка за счет новых товаров и услуг);

6) захват и удержание доли рынка, обеспечивающей эффективное функционирование и конкурентоспособность;

7) ориентация на создание спроса;

8) изменение способов реализации товаров и услуг;

9) «субноваторство» – усовершенствование инноваций, повышение надежности и безопасности товаров и услуг, придание им дополнительных свойств, привлекающих потребителей;

10) наличие и реализация уникальных компетенций и технологий;

11) организация партнерских отношений с другими производителями;

Усиление конкуренции, изменчивость рыночной среды повышают нестабильность функционирования малых инновационных фирм, заставляют их проводить частые и динамичные изменения, подстраивать свои поведения под новые условия. В современных условиях существенная часть деятельности малых инновационных фирм является проектной. Как показывает глобальная передовая практика, в перспективе деятельность фирм на 100 % будет проектной, под которой понимается деятельность, предполагающая координированное выполнение взаимосвязанных действий для достижения поставленных целей в рамках ограниченных ресурсов.

Между проектами и бизнес-процессами имеются общие черты и различия. Общие черты проектов и бизнес-процессов состоят в том, что те и другие: 1) имеют комплекс определенных доминирующих целей; 2) состоят из совокупности определенных взаимосвязанных работ; 3) вы-

полняются высококвалифицированными работниками; 4) для их реализации используются ограниченные ресурсы; 5) ими необходимо профессионально и эффективно управлять.

Различия между проектами и бизнес-процессами показаны в таблице 2.

Таблица 2 – Различия проектов и бизнес-процессов [9]

Элемент	Бизнес-процесс	Проект
Работы, взаимодействия, ресурсы, роли	Привычные, повторяющиеся, ограничены утвержденными регламентам	Новые, изменяющиеся разовые, разнородные, межфункциональные
Окружение	Привычное, стабильное	Новое, изменяющееся
Оргструктура	Работы выполняются в стабильных организационных структурах	Работа выполняется во временно созданных структурах, действующих в пределах проектного цикла
Сроки	Текущие	Ограниченные
Приоритеты и оценка эффективности деятельности	Воспроизводство, эффективность определяются достижением промежуточных функциональных результатов	Достижение цели, эффективность определяется достижением установленных конечных целей
Основные элементы жизненного цикла	Реализация	Планирование, реализация, контроль, завершение
Изменения	Превращение ресурсов в продукт	Целенаправленное изменение внутренней среды, в которой реализуется проект

Таблица 3 – Различия требований к функциональным и проектным менеджерам [9]

Элемент	Функциональный менеджер	Проектный менеджер
Ответственность	За поддержание текущего состояния	За возникающие изменения
Основная задача	Оптимизация деятельности подразделения	Разрешение конфликтов
Компетенции и специализация	Узкие и глубокие в соответствии с функциональной областью	Широкие и требуют знаний во всех функциональных и управленческих компонентах менеджмента

В целом современные инновационные фирмы отличаются специфическим, новаторским, активным стилем хозяйствования, базирующимся на динамичном поиске новых знаний и ориентированном на инновации, привлекающие и использующие для решения поставленной задачи различные ресурсы. Инновационная сфера, в силу объективных и субъективных

факторов является привлекательной для предпринимательской деятельности и для малых фирм в частности. В процессе реализации инновационного проекта необходимо следить за всеми изменениями для корректирования поведения на рынке. Изменения происходят внутри малых инновационных фирм. Меняются вкусы, предпочтения и потребности потре-

лей. С появлением на рынке новых ресурсов и технологий меняются параметры товаров и услуг [3; 4; 5; 23]. Малые инновационные фирмы, чтобы иметь возможность корректировать стратегическое поведение на рынке в соответствии с новыми изменениями, должны:

1) следить за переменами, происходящими на рынке, постоянно приспосабливаясь к чрезмерно изменчивым вкусам потребителей;

2) сверять свое поведение с изменившимися условиями;

3) определять, как изменить свое поведение на рынке.

Это означает, что малые фирмы должны знать все изменения. Стремительное развитие малых фирм приводит к тому, что инновационное развитие становится средством выживания в условиях постоянных колебаний.

Список использованных источников

1 Бархатов В. И. Успешность быстрорастущих предприятий среднего бизнеса в России / В. И. Бархатов, Д. А. Плетнев // Вестник ПНИПУ. 2015. № 4. С. 65–81. (Социально-экономические науки) [Электронный ресурс] // pstu.ru/vesnik/2598/

2 Вальтер Ж. Содействие развитию инновационных предприятий малого и среднего бизнеса / Ж. Вальтер. М. : РЕЦЭП, 2005 [Электронный ресурс] // www.recsep.ru/files/documentents/Walte_Innovative_SMEs_ru.pdf

3 Вилисов В. Я. Инфраструктура инновационных и малых предприятий : состояние, оценка, моделирование / В. Я. Вилисов, А. В. Вилисова. М. : ПРИОР; ИНФРА-М, 2015. 228 с.

4 Городнова А. А. Компетенции современного российского менеджера [Электронный ресурс] // www.hse.ru/data/20.10/04/09/1218179727

5 Каширин А. И. Инновационный бизнес : венчурное и бизнес-ангеловое инвестирование в России / А. И. Каширин, А. С. Семенов. М. : Дело, 2016. 261 с.

6 Морозов А. В. Производственный потенциал предприятия как основа планирования инновационной деятельности : основные подходы к его анализу и оценке / А. В. Морозов, И. В. Гилязутдинова, С. С. Ахметзянова [Электронный ресурс] // proizvodsvennyupotentsialpredpriyatiya-kak-osnovaplanirovaniya-innovatsionnoy-deyatelnosti-osnovnyepodhody-k-egofnflizu-i/pdf

7 Смагулова Ж. Б. Роль малых инновационных предприятий в современной экономике / Ж. Б. Смагулова, Р. А. Бисенова, Б. Х. Айдосова // Modern high technologies. 2014. № 12 [Электронный ресурс] // www.top-technologies.ru/pdf/2014/12-2/34965.pdf (дата обращения 18.08.2016).

8 Сорочайкин А. Н. Методы стимулирования инновационной деятельности / А. Н. Сорочайкин, А. И. Бородин, С. Т. Космагамбетова // Экономика, управление и право в современных условиях : международ. сборник статей. Самара : Ин-т анализа экономики города и региона, 2013. С. 13–29.

9 Романова М. Управление проектами развития / М. Романова // Маркетинг. 2005. № 6 (85). С. 93.