

ня оборотними активами з генеральними цілями діяльності.

5. Переглянути умови укладання договорів з постачальниками запасів груп А та В з метою створення на підприємстві-отримувачі запасів консигнаційних складів постачальника.

### Література

1. Horvath, P.: Controlling, München, 1998.

2. Бандурин А. В., Басалай С. И., Ли И.А. Проблемы оперативного управления активами корпораций. Под ред. д.э.н. В. В. Бандурина – М.: "ТДДС Столица- 8", 1999. – 164 с.

3. Ли И.А. Экономический механизм управления текущими активами корпорации.– Дисс. на соиск.уч. степени к.э.н.– Российский государственный гуманитарный университет.– Москва, 1999

4. Оперативний контролінг в системі управління підприємством: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02 [Електронний ресурс] / С.М. Петренко / Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі. – Донецьк, 2000. – 19с. – укр.

**А.В. КУЧЕРОВ, к.э.н.,**

*Институт экономики промышленности НАН Украины*

## ВЛИЯНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В промышленно развитых странах рынок новшеств функционирует как рынок заказов, что принципиально меняет саму систему отношений между продавцами и покупателями, трансформируя её в систему инновационных коммуникаций. Это позволяет потенциальным заказчикам значительно снизить риски и эффективно организовать производство специфических товаров с длительным циклом изготовления под гарантии инвестора. И поскольку в ин-

5. Формування механізму управління оборотним капіталом підприємства (на прикладі підприємств будівельної галузі): Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.03 [Електронний ресурс] / Т.В. Момот / Харк. держ. акад. міськ. госп- ва. – Х., 1999.– 19 с.– укр.

6. Булатов А.Н. Методические инструменты комплексной оценки экономической эффективности корпоративного управления на промышленных предприятиях РФ.– Дисс.на соиск.уч.степени к.э.н.– Казанский финансово- экономический институт.– Москва, 2001.

7. Степаненко Е.В. Формирование стратегии развития предприятий с использованием системы контроллинга: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к.э.н.: (08.00.05) / Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации.– М.,1996.– 21с.

8. ПСБО № 9 “Запаси”, затверджений наказом Мініну України від 20.10.99 р. № 246, зі змінами та доповненнями.

Статья поступила в редакцию 20.10.03

новационном процессе участвуют многие хозяйствующие субъекты, то инновационные коммуникации представляют собой довольно разветвленную систему отношений, в которых задействованы как физические и юридические лица, с одной стороны, а также инновационные предприниматели и органы государственной власти – с другой стороны.

Проблема настоящего этапа экономических преобразований, осуществляемых на Украине, заключается в необходимости развития и организации эффективного функционирования системы инновационных коммуникаций с учётом влияния мотивационных факторов для всех (без исключения) субъектов инновации, формирующихся под влиянием взаимодействия в инновационном процессе. Системность воздействия подобного механизма, вызывает необходимость согласования цели инновации и определения мотивационных факторов на каждом этапе создания инновационного продукта.

Однако, даже сейчас пока далеко не всеми специалистами разделяется концептуальное положение В. Хартмана и В. Штока о том, что так называемый «научно-технический прогресс является простой инновационной стратегией поведения производителя в условиях рыночной конкуренции», сложившейся на рубеже XXI века /1/. Практика последних 20–ти лет свидетельствует о том, что значительное большинство «инноваций», созданных в странах СНГ, была лишь простым воспроизводством зарубежных патентов и научных публикаций. Отдельные области техники эффективно не получили развития из-за отставания в смежных отраслях знаний, а доступность новейших образцов товаров и технологий для массового производства была всегда трудноразрешимой проблемой. За длительное время организационных экспериментов так и не были найдены мотивационные механизмы быстрой коммерциализации перспективных результатов научных исследований и разработок. Поскольку не принималось во внимание то обстоятельство, что «научно-технические изобретения могут оставаться сколь угодно недействительными, пока не появятся не-

обходимые экономические условия для их применения» /2/.

Гипотеза «рынок–тяга» увязывает рост инновационных возможностей экономики с требованиями рынка, с появлением новых отраслей и реконструкцией старых (К. Фридмен, Дж. Кларк, Л. Суто, К. Оппенлендер). Японский экономист Т.Копо указывает, что существует четыре источника идей, на которых основываются инновации: потребности рынка; возможности науки, потребности и политика фирм; подражание действующим компаниям» /3/.

Однако гипотеза рыночного спроса не полностью объясняет колебания изобретательской активности, неопределённости результатов инновационного труда. Очевидно, следует отказаться от упрощённой линейной зависимости научных исследований и экономического спроса. Так, например Н.Д. Кондратьев указывал на необходимость сочетания предложения (наличие соответствующих научно-технических открытий и изобретений) с возможностью их практического применения. А.И. Анчишкин, используя методы системного анализа, обосновал единство технологических, экономических, научных, социальных изменений, сопровождающих технологические сдвиги /4/.

Функционирующий рыночный механизм и возникший спрос способствуют развитию и дифференциации базисных технологий через серию улучшающих инноваций. Однако, как показали исследования, внедрение радикальных инноваций можно осуществлять и вопреки приоритету рыночной целесообразности, если в этом непосредственно участвует государство, способствующее преодолению свойственной хозяйствующему субъекту ориентации на краткосрочную прибыль. Для реализации радикальных инноваций велика степень влияния политической ситуации в стране и



на международной арене, социальной и экономической политики, проводимой государством. Здесь просматриваются следующие тенденции субсидирования политики НИОКР от стадии экономического роста: поощрение в период улучшения экономического положения нововведений, частично улучшающих технику; в период кризиса осуществление субсидирования базовых инноваций.

Совокупность целей и реально возможных способов их осуществления, избираемых экономическими субъектами в ходе инновационной деятельности, определяют их инновационную политику реализации нововведений. Возможность осуществления последних создаётся самой действительностью и содержится в инновационном потенциале общества. Качественные и количественные характеристики нововведений (объектов инновационной политики) предопределены потенциалом самого нововведения и инновационным потенциалом каждого конкретного общества (государства).

Инновационная политика комплексного экономического субъекта– государства должна (помимо целенаправленности, задаваемой стратегией социально– экономического развития общества, и задачами повышения уровня конкурентоспособности национальной экономики) обеспечивать согласование интересов всех участвующих в инновационном процессе субъектов. Это необходимо, чтобы в наиболее полной степени направить их мотивацию на реализацию общенациональных целей.

Система интересов находит своё выражение в определении конкретных целей хозяйствования каждого субъекта и в применяемых ими стратегиях. «Персонализация» субъектов инновационного процесса происходит на основе разделения труда между ними и установления прав собст-

венности на его результаты. Экономические интересы участников инновационной деятельности предопределяют систему управления, выбор организационно– правовых структур, численности привлекаемого персонала и возможный набор мотивационных факторов на каждом этапе инновационного цикла. Организационная структура инновационного потенциала проявляется в хозяйственных связях между всеми участниками инновационной деятельности. Товарно– денежные отношения проявляются в инновационной сфере в способах реализации новшества. Таким образом, в инновационном процессе реализуются экономические отношения между создателями новшества, собственниками ресурсов, потребителями новшеств по поводу их изготовления, использования и обеспечения ресурсами участвующих в процессе экономических агентов, опосредованные движением особой формы капитала и информации.

Необходимое условие реализации новшества – обеспечение единства этих обособленных видов деятельности внутри этапа и между ними через разветвлённую систему инновационных коммуникаций. Она должна обеспечивать качественный обмен результатами работы, преемственность отдельных стадий процесса создания, внедрения и использования нововведений.

Суть инновационных коммуникаций раскрывается в следующих основных аспектах: сферы деятельности имеющихся и новых технологических возможностей, алгоритма субъектных отношений (т.е. способа реализации инновации и действий предпринимателя). Сегодня на смену опыту пришло умение ставить и решать сложнейшие задачи сознательного приспособления знания и природных процессов для создания нужных обществу технологий и средств производства.

Общие свойства системы инновационных коммуникаций заключаются в следующем:

система инновационных коммуникаций есть целостная совокупность экономических отношений всех субъектов инновационного процесса;

коммуникации между субъектами инновации более или менее всегда упорядочены (т.е. организационно закреплены);

система инновационных коммуникаций обладает интегративными качествами;

между этими субъектами существуют связи, которые с закономерной необходимостью определяют интегративные качества системы.

Инновационные коммуникации и характерные для них отношения возникают там, где участники инновации вступают в рыночные отношения и обмениваются информацией по предмету и объекту нововведения, а также договариваются об ответственности по рискам и распределению возможных дивидендов.

Для целенаправленных действий по стимулированию и регулированию производственных инноваций у государства имеются следующие возможности:

стимулирующая кредитно-финансовая и налоговая политика;

система экономических льгот участникам инноваций и инвесторам;

правовое стимулирование производства новшеств и регулирование отношений на рынках инвестиционных товаров.

Однако мало кто из специалистов, занимающихся проблемами инноваций, исследовал влияние мотивационных факторов на развитие и оптимизацию сложившейся (или только создаваемой системы инновационных коммуникаций) для повышения эффективности инновационного процесса в отечественной экономике.

В настоящей работе ставится цель определить влияние мотивационного механизма на развитие и совершенствование системы инновационных коммуникаций, складывающихся между авторами инноваций и её реализаторами в промышленности.

Формирование отношений собственности во всё более широких масштабах стимулируется свободой хозяйственного использования, распоряжения и владения со стороны организаций – создателей инновационного продукта. Процессы приватизации и коммерциализации повышают интерес к объектам промышленной собственности со стороны всех действующих субъектов, участвующих в рыночной конкуренции. Поскольку ранее, когда создание и внедрение инноваций не компенсировалось в достаточной степени из бюджетных источников и являлось для предприятий в большинстве случаев убыточным мероприятием, не существовало отлаженного механизма совершенствования продукции на основе новых технологий и передовых разработок. И посему значительная часть потенциальных объектов интеллектуальной собственности, продуктов инновационной деятельности оказывалась невостребованной. Изменение форм собственности, передача организаций и предприятий, средств производства в руки реальных собственников способствует усилению заинтересованности собственников в эффективном использовании принадлежащего им имущества /5/. Само изменение действующих производств на базе применения объектов инновационного продукта повышает значимость собственности на него.

Действующее законодательство предусматривает возможность приобретения прав собственности на объекты инновационного продукта и создания инновацион-



ных предприятий посредством выкупа отдельных его подразделений или же всего имущественного комплекса целиком (со всеми основными и оборотными средствами, включающими и объекты интеллектуальной собственности ликвидируемых предприятий, в т.ч. и права заключения лицензированного договора) /6/.

Объектами собственности в инновационной сфере являются средства труда, результаты (продукты труда), доходы от данного вида деятельности. Субъектами собственности выступает государство (в лице органов управления); юридические лица (акционерные и другие общества, товарищества, ассоциации) и физические лица (предприниматели, акционеры, авторы изобретений и др.).

Приоритетность задач государства в части усиления воздействия мотивационных факторов в системе инновационных коммуникаций для авторов инноваций (или новшеств), должна определяться следующим образом:

защита интеллектуальной собственности и стимулирование её введения в хозяйственный (коммерческий оборот);

формирование системы государственных заказов на реализацию критических и инвестиционных задач (критические технологии и общественные товары), с конкурсным привлечением для их решения наряду с прочими организациями – инновационных фирм и независимых изобретателей;

создание условий для активизации производственных инноваций с включением в эту сферу деятельности финансово-кредитных организаций, венчурных фондов, капитала страховых и пенсионных фондов;

финансовая поддержка межгосударственного сотрудничества в сфере развития инновационно-коммуникационных техно-

логий (ИКТ). Приоритетными задачами которого являлись бы – инвестиции в людей и их знания, стимулирование процесса поиска новых и нестандартных технических решений, создание механизма передачи и внедрения передовых инновационных проектов в производственный сектор национальной экономики.

Мировой опыт показывает, что среди мотивов, направляющих действия предпринимателей (иначе говоря реализаторов инноваций), наиболее важны следующие:

– возможность реализовать личные идеи и проекты;

– поддержка общественной и личной безопасности;

– престиж в обществе, известность и т.д.

– выполнение этических норм.

Проблема мотивации новаций имеет свою специфику и силу сложности экономических, психологических и этических отношений, возникающих в ходе инновационного процесса. Так, мотивационный механизм включает в себя элементы с различной длительностью их жизненного цикла. На каждом этапе в зависимости от достигнутых результатов соответствующим образом определяются локальные инновационные цели и вместе с ними – средства их достижения. Если главная цель инновации остаётся неизменной, то корректировка тактики действий и инновационной логистики потребует уточнения каждого отдельного элемента мотивационного механизма и, следовательно, самой структуры мотивационной системы.

Мотивационный механизм инновации, включающий в себя научно-исследовательскую, производственную, инвестиционную и рыночную (маркетинговую) деятельность, можно представить в виде интегрированной системы мотивов инновационного предпринимательства. Мотивы

конкуренции на потребительских рынках генерируют мотивы инновационного характера предпринимательства, а последние, в свою очередь, определяют мотивы инвестирования в реальный сектор в целях повышения эффективности хозяйствования и конкурентоспособности. В замкнутой системе инновационного мотивационного механизма цели постепенно трансформируются в базовые условия на каждом последующем этапе реализации инновационного проекта.

Сущность предпринимательства по Ф.А.Хайеку состоит в поиске и изучении новых экономических возможностей и является характеристикой поведения, а не деятельностью. Поэтому мотивы поведения, т.е. личный риск, желание долго и упорно работать с партнёрами по инновации в надежде на будущий результат и согласие нести риски, является элементами мотивационного механизма /7/.

Предпринимательская деятельность важнейший фактор экономического развития любого государства с рыночной экономикой, где созданы и постоянно поддерживаются мотивационные факторы, способствующие приумножению национального богатства за счёт вовлечения в производство не использованных ранее коммерчески эффективных ресурсов.

Важнейшие экономические функции предпринимательства, с точки зрения их мотивационной составляющей при стремлении к внешней экспансии хозяйственной деятельности в условиях конкуренции, специалисты определяют следующим образом:

1. Изготовление нового, неизвестного потребителям блага или создание нового качества того или иного блага;

2. Внедрение нового, в данной отрасли промышленности ещё практически неизвестного метода производства, в основе ко-

торого не обязательно лежит новое научное открытие и который может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара;

3. Освоение нового рынка сбыта, т.е. такого рынка, на котором до сих пор данная отрасль промышленности этой страны ещё не была представлена (в независимости от того, существовал этот рынок прежде или нет);

4. Получение нового источника сырья или полуфабрикатов независимо от того, существовал этот источник прежде или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его ещё предстояло создать;

5. Проведение соответствующей реорганизации, например, обеспечение монопольного положения другого предприятия.

Описанные Й. Шумпетером случаи комбинации мотивационных обстоятельств преобразования существующего производства характеризуют по сути инновационную направленность подобных действий, а сам предприниматель является ключевым фактором экономического роста, постоянно играющий центральную роль в социально-экономическом прогрессе /8/.

Предприниматели – специфический социальный слой, занимающий в общественном развитии особое место и имеющий собственную структуру, психологию и потребности. Однако нас в этом плане особо интересуют создатели новшеств и их реализаторы. Последняя группа – это те же инноваторы, но не самого новшества, а процессов его освоения, внедрения и последующей коммерциализации. В некоторых случаях инновационное предпринимательство встречается в виде интерпредпринимательства, когда профессиональные работники внутри предприятия создают и продвигают оригинальные идеи и разработки в рамках своей основной специаль-



ности, наряду с выполнением своих служебных обязанностей либо даже вне их по собственной инициативе.

Социальной базой отечественных предпринимателей – товаро– производителей являются самостоятельные учёные–изобретатели (специалисты), занимающиеся изобретательством и рационализаторством, в том числе за пределами своей основной специальности. Для большинства из них характерен не только высокий интеллектуальный потенциал, но и критическое отношение к действительности, устремлённость на поиск альтернативы её несовершенству [9].

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что в инновационной сфере свобода самореализации привлекаемых специалистов – неотъемлемое условие их эффективной деятельности, что предполагает наделяния их функцией целеполагания, посредством привлечения автора изобретения или другого специалиста к непосредственному самоуправлению на определённых этапах промышленной реализации инновационного проекта. Снятие отчуждения работника от среды производства и труда могло бы способствовать развитию договорных отношений между ними и собственниками (менеджерами) конкретного предприятия.

Либерализация отношений присвоения, реформа собственности позволяют частично перераспределять правомочия от частного собственника к работнику. Специалисты, занятые в инновационной сфере, часто осуществляют функции, близкие к функциям предпринимателя, собственника. Закрепление мотивационного фактора в этом случае может достигаться путём предоставления им некоторой доли акций предприятия, наделяния их правами участия в управлении на микроуровне и т.д. Более демократичный характер взаимоот-

ношений в части владения, распоряжения и использования интеллектуального потенциала коллектива предприятия является важным условием его эффективной инновационной деятельности.

Предпринимательский стиль поведения собственника инновационного проекта характеризуется стремлением повысить прибыльность бизнеса путём непрерывных целенаправленных изменений в эффективности использования ресурсов (новые технологии и продукты), а также управлении бизнесом. Именно инновационный стиль предпринимательства позволяет не приспосабливаться к ограничениям, а эффективно их преодолевать, расширяя возможности бизнеса и повышая его конкурентоспособность.

Мотивы успешной конкуренции предполагают особое внимание к рискам, неизбежно возникающим из– за неопределённости внешней среды, противоречивости в оценке возможностей и действий инновационных партнёров, в необходимости альтернативного выбора решений. С одной стороны, риски на пути достижения инновационной цели понижают уровень мотивации. Однако с другой стороны, возможные риски генерируют новые элементы мотивационного механизма, а именно:

углублённый анализ информации о рынке новшеств и потенциальных возможностях их коммерциализации;

согласованное распределение рисков между инновационными партнёрами (субъектами инноваций), гибкое определение своей доли в будущем экономическом распределении предполагаемой прибыли;

страхование рисков за счёт повышения эффективности работы с текущей информацией о ходе инновационного процесса, создания резервов и запасных вариантов предотвращения кризисов.

Следует выделить мотивы конкурентного и корпоративного поведения субъектов в инновационных коммуникациях /6/. Максимизация общего результата нововведения и согласованное его распределение между субъектами инновации составляют экономическое содержание кооперативного поведения. Однако с глобализацией инновационных процессов актуальным становится выбор альтернативы: конкуренция или кооперация. Выбор делается в неопределённых условиях, при которых сложно однозначно определить выгоды, позволяющие сформировать предпочтение.

На стадии создания новшества производственный предприниматель и (или) инвестор могут целенаправленно создать конкурентные условия, объявив конкурс на новшество, а государство помимо поощрения такой конкуренции между инновационными предприятиями в пользу поддержки одного из них в силу некоммерческого характера его деятельности (акцентируясь в данном случае на общественной значимости инновационного продукта)

Таким образом, на данной стадии возникает конкуренция между субъектами инновационного бизнеса, которая определяет характер и мотивы их поведения.

Если потенциал одного конкурента более высок, чем у соперника, то ему свойственно кооперативное поведение: в данном случае он руководствуется прежде всего мотивом равенства. Он также будет склоняться к установлению инновационной коммуникации с соперником по конкурсу на условиях достижения общего успеха. Подобная мотивация к сотрудничеству наиболее характерна для сложных инновационных задач, когда возникает необходимость объединения интеллектуальных и имущественных возможностей конкурентов независимо от их формального соперничества.

При относительном равенстве инновационных потенциалов конкурентное поведение субъектов инновационного бизнеса будет следствием мотива соперничества. Кооперативное поведение в этом случае может проявляться ограниченно, только при наличии старых кооперационных связей. Такая кооперация скрыта от предприятия – заказчика тендера и мотивирована стремлением к экономии ресурсов при создании новшества.

При монопольном положении субъекта инновационного бизнеса и отсутствии конкуренции мотивы к кооперации связаны со стремлением расширения сферы деятельности. В данном случае коммуникации на этой стадии инновационного процесса приобретают особую важность, поскольку позволяют консолидировать усилия участников, повышать их эффективность и рыночные возможности.

Практические исследования на региональном уровне показали, что восприятие нововведений производственной системой, зависящее от её технического и организационного уровня, остаётся инерционным до тех пор, пока отсутствует реальная угроза конкуренции на рынке. В остальных случаях мотивы к изменению технологического порядка и менеджмента подавлены.

В условиях жёсткой конкуренции неизбежность новаций настолько очевидна, что характер восприятия слабо связан с её радикальностью или адаптивностью к действующей производственной системе.

Мотивационный механизм настраивается на преодоление кризиса в возможно короткие сроки. Выбор новации и ожидаемые экономические результаты связываются именно со скоростью трансферта новшества в производство и успешным рыночным использованием инновационного продукта. Из этого следует присутствие сильных мотивов к подчинению всей деятель-



ности изменениям в производственном аппарате, кадрах и организации бизнеса.

Коммуникационные свойства субъекта инновации, его связи с рынками новшеств, основных средств и материальных ресурсов, с финансовым (инвестиционным) рынком прямо влияют на способность к непрерывным и быстрым изменениям, адекватно отвечающим изменениям внешней среды. Инновационные коммуникации формируются быстро и эффективно на базе постоянно присутствующих в сфере бизнеса субъекта инновации (предпринимателя) виртуальных ресурсных коммуникаций, состоящих из информации о возможных услугах, их связях и особенностях потенциальных коммуникационных партнёров.

Хозяйствующего субъекта окружает определённая коммуникационная сфера, размеры и плотность которой зависят от характера бизнеса, формирующих информационных потоков и колебаний рыночной конъюнктуры. Чем больше эта сфера содержит потоков инновационной направленности, тем легче выстроить в последующем реальные инновационные коммуникации. По существу, инновационное предпринимательство как процесс развития производственного бизнеса во многом проявляет элементы самоорганизации мотивационного механизма. Это происходит прежде всего потому, что менеджмент в этой области сам есть результат новаторства, т.е. принадлежит не к стандартной организации и управлению, а к самой инновационной сфере.

Учитывая особенности инновационного предпринимательства как формы трудовой деятельности в контексте перспектив формирования среднего класса, стимулирования повышения экономической активности населения, создания условий для стимулирования предпринимательской ак-

тивности и создания дополнительных источников финансирования, необходимо:

разработать проект закона Украины «О регулировании рынка венчурного капитала и интеллектуальной собственности». В этом законе необходимо дать определение следующих терминов: «венчурного финансирования, как особого вида предпринимательства, который представляет собой рисковую деятельность по финансированию создания и производства новых товаров, технологий и услуг»; «венчурных фирм, как инновационных предприятий в прогрессивных (имея в виду технологические аспекты) отраслях экономики, специализирующихся в сферах научных исследований, разработок, создании и трансферте новых технологий, организация которых связана с повышенным риском»; «венчурного капитала как изначально паевого капитала, предоставляемого фирмам, осуществляющим инвестиции и совместное управление частными предприятиями, имеющими значительный потенциал роста, на начальном этапе их трансформации».

определить юридический статус венчурных фондов, их фирму, виды и особенности функционирования; источники и формы венчурного финансирования; условия вложения венчурными фондами денежных средств в венчурные фирмы;

согласовать проект закона «О регулировании рынка венчурного капитала и интеллектуальной собственности» с нормативно-правовой базой и положениями законов Украины: «Об инновационной деятельности», «Об институтах совместного инвестирования (паевые и кооперативные фонды)», «Об инвестиционной деятельности», «О налогообложении прибыли предприятий» и другие законодательные акты, которые регулируют отношения в этой сфере.

С принятием этого закона государство узаконит существование такого вида предпринимательской деятельности, как венчурное финансирование. Концентрация основных норм и положений в одном законодательном акте облегчит использование правовой базы всеми субъектами инновационного предпринимательства и усилит их мотивационную заинтересованность на каждом этапе реализации инновационного проекта.

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что постоянная конкуренция между инновационными организациями и влияние мотивационных факторов способствует:

развитию качественно новых коммуникаций (венчурные предприятия, интрапредпринимательство, и т.п.) основанных на взаимном научном и коммерческом интересе;

организационная эволюция инновационных структур приведёт к ассоциированию создателей и пользователей новшеств, укрепит их положение на рынке новшеств за счёт возможностей и практической демонстрации нововведений;

изменение отношений между субъектами рынка новшеств будет определяться не только в переходе к договорным отношениям (основанным на принципах экономической автономии и равенстве прав), но и на взаимном проникновении в бизнес участников инновации.

По существу, инновационное предпринимательство и его самоорганизация в условиях рыночной экономики построены на экономических и социальных отношениях участников инновационного процесса, вытекающих из мотивированного стремления к совместному переводу бизнеса из существующего состояния в более конкурентоспособное и социально значимое.

## Литература

1. Хартман В., Шток В. Критический анализ буржуазных теорий и практики управления промышленными исследованиями и разработками. – М.: Прогресс, 1979. – 376 с.
2. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики, – М.: Экономика, 1984. – 210с.
3. Копо Т. Стратегия и структура японских предприятий.– М.: Прогресс, 1987. – 260 с.
4. Анчишкин А. И. Прогнозирование роста социалистической экономики. – М.: Экономика. 1973г. – 274 с.
5. В.Н. Амитан, Ю.Н.Киклевич, Д.Е. Филатов. Инновационное развитие Донецкого региона: состояние и перспективы . Донецк Юго– Восток 2002 г.– 269 с.
6. Ляшенко В., Хахулин В. Экономико-правовое обеспечение развития субъектов малого предпринимательства (зарубежный опыт и перспективы его использования в Украине). – Донецк: ИЭПИ НАН Украины; ООО “Юго– Восток, Лтд” 2001. – 456 с.
7. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. №12.– С. 17– 24.
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982.– 283с.
9. Концептуальные основы научно-технического развития региона / Редкол.: А.И. Амоша, А.М. Близнюк, Н.Г Чумаченко, В.П. Шевченко, В.Ф. Янукович Донецк. НАН Украины, Институт экономики промышленности.– 2002.– 172 с.
10. Ковалёв Г.Д. Инновационные коммуникации. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000.– 288 с.

Статья поступила в редакцию 20.10.03.