

Социальная группа эскапистов в отечественной культуре наличествовала постоянно, отчуждение как целенаправленная практика весьма привлекательна для субъекта в виде способа оправданного и институализированного времяпрепровождения. Но массовый эскапист появляется в ситуации тотального отчуждения как следствие трансформации экономической, политической и социальной структуры общества. Переход на индивидуализированные формы жизнедеятельности вызывает значительные перемены в системе ценностных ориентаций и, следовательно, в системе мотиваций и установок субъекта. С одной стороны, становление типично рыночной экономической модели закономерно вызвало коммерциализацию многих областей жизни, что делает их малодоступным для массового субъекта. С другой стороны, конструируются множество пустых, симуляционных проектов, которые ориентированы на сознательное манипулирование субъектом. Сколько людей было втянуто в скрытые мошеннические кампании, которые обогатили немногих организаторов и вызвали необратимое обнищание многих клиентов-потребителей этих услуг.

И естественно со временем человек становится весьма осторожным в выборе способов организации собственной активности, следовательно, оправдано и появление абнегизма как целенаправленной ориентированности субъекта на контролируемую им самим онтологическую посредственность в действиях. Абнегизм не признает подлинной образованности, подлинного сподвижничества и познавательного энтузиазма, он предполагает минимальный уровень вовлеченности в действие и с равной вероятностью ориентирован на успех и на поражение в конечном результате. Субъект тем самым из-

начально отказывается от примитивизированной агональности в пользу умеренности и осторожности. Разумеется, с заявленных позиций следует ожидать и упрощение, опрощение, элиминацию подлинного, фундаментального научного знания, оно заменяется правдоподобными спекуляциями, способные оправдать всякий конечный исход действия субъекта.

Видимо, эпоха «человека в футляре», живущего для себя и в себе, человека, готового ради собственного благополучия на крайний конформизм, на соглашательство и на отказ от «Я» проявляется на микроуровнях социального взаимодействия. Постепенно устанавливается ситуация цинизма и лицемерия, утверждать благо и делать благо становятся различающими типами деятельности, тем самым область скрытого эскапического существования значительно расширяется. При этом происходит взаимопроникновение отдельных элементов множества рассогласованных личностей культур времяпрепровождения, последствия которого для единичного субъекта неоднозначны и не могут быть формализованы в некое рациональное знание. В целом разочарование личности в возможностях «разумной» жизни формирует эскапическую и абнегическую позицию, которая утверждает дихотомический выбор ситуации по императиву: «это все уже не моё». Позиция «футлярного» человека рассматривается нами как позиция дестандартизированной социальности, презентуемой в имидже пустой формы, и при этом выступающей источником особой радости для субъекта, поэтому исследование периферических областей эскапического дискурса следует считать весьма перспективными и значимыми на различных уровнях взаимодействия для целей социального регулирования и перспективного прогнозирования.

### *Экономические науки*

#### **ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ**

Афонасова М.А.

*Томский государственный университет систем  
управления и радиоэлектроники, Томск,  
e-mail: afonasova@yandex.ru*

Конкурентоспособность экономических систем в современных условиях в значительной степени зависит от их способности осваивать и внедрять передовые технологии, технику, а также управленческие и другие инновации. Инновации в широком смысле предполагают процесс непрерывного экспериментального обучения, продуктом которого являются новые, использованные на практике, знания. Внедрение инно-

ваций в практику приводит к появлению новых макроструктур, представляющих собой кластеры принципиально новых комбинаций, обеспечивающих фазу очередного экономического подъема, величину и темпы прироста валового национального продукта в определенный период времени [1].

Анализ успешного опыта зарубежных фирм показывает, что источником развития российских предприятий, реализации их промышленного, интеллектуального и инновационного потенциала может стать широкое освоение и внедрение новых бизнес-моделей. Бизнес-модель состоит из разнообразных компонентов бизнеса, которые включают и предпринимательскую стратегию, и экономику, финансы, операции, маркетинг и т.п. Инновационная бизнес-модель – это способ соединения различных факторов бизнеса (капитал, труд, материальные

ресурсы) в цепочку создания стоимости нового продукта и повышения стоимости самой компании. Бизнес-модель не просто фокусируется на создании ценности, она описывает механизм превращения созданной предприятием ценности в прибыль. В настоящее время зачастую предприятия фокусируют свои инновации не на создание технологий, продуктов или услуг, а на создание новых бизнес-моделей. Бизнес-модель, по существу, – это общая картина того, как инновационный подход в той или иной сфере будет создавать экономическую ценность для покупателя, для самой фирмы, для ее акционеров и партнеров. Она принимает во внимание инфраструктуру продвижения продукта и услуги на рынок, удобную для покупателя и эффективную, прибыльную для фирмы. стратегия смотрит дальше и фокусируется на создании устойчивого конкурентного преимущества.

Профессор гарвардской школы бизнеса Г. Чезборо написал: «В самой технологии никакой внутренней ценности нет – ее ценность определяется бизнес-моделью, при помощи которой эта технология выходит на рынок» [2]. Он сформулировал концепцию «открытых инноваций», которая предполагает, что компаниям, стремящимся сформировать и удержать конкурентные преимущества, следует осуществлять коммерциализацию как собственных идей, так и заимствованных у других компаний [2]. Они могут интегрироваться, кооперироваться друг с другом для обмена знаниями, инновациями для успешного развития исследований и разработок. К стратегиям открытых инноваций современные исследователи относят: переход от проведения R&D непосредственно самой компанией к совместной работе с партнерами; разработка и реализация комплиментарных (дифференцированных на основе существующих) товаров; создание «отпочковавшихся» компаний для преодоления тенденции бюрократизации и т.п.

Инновационная бизнес-модель должна быть нацелена на управление цепочкой создания инновационной стоимости в компании, звеньями которой являются:

- способ генерации идей;
- формирование оптимального портфеля проектов для обеспечения непрерывности денежных потоков;
- скорость разработки проектов;
- превращение процесса коммерциализации в ключевую компетенцию – организационную инновацию.

Низкая конкурентоспособность российских компаний обусловлена во многом использованием устаревших технологий, традиционных бизнес-моделей, а также изношенностью оборудования и, соответственно, производством неконкурентоспособной продукции. Вследствие этого постоянно увеличивается их технологическое отставание от ведущих зарубежных конку-

рентов, не осуществляется поиск ниш на рынках высокотехнологичной продукции.

Инновации выполняют функцию генераторов изменений, а, следовательно, являются источником развития бизнес-процессов и совершенствования организационных структур предприятий, что, несомненно, влечет за собой занятие предприятиями более устойчивых конкурентных позиций в условиях глобальной конкуренции. Инновации разного рода определяют будущее развитие компаний, поскольку они предполагают изменения не только в воспроизводственном процессе, но и в новых методах организации труда, технологиях, маркетинге, управлении и т.д.

Согласно прогнозам, основными направлениями, по которым будет развиваться инновационный менеджмент, по мнению аналитиков, являются: эффективное управление инновациями в сфере услуг, поскольку эта сфера развивается наиболее быстрыми темпами; развитие партнерских отношений не только для обмена идеями, но также для обмена методиками, технологиями, опытом; возрастание роли инновационных бизнес-моделей, которые по значимости не уступают технологическим инновациям.

Реализация стратегии открытых инноваций, основанной на принципах, предложенных Г. Чезборо, требует развития бизнеса в указанных направлениях. Речь идет о том, что многие новые продукты высокотехнологичных компаний предназначены для создания новых сервисов или улучшения качества существующих услуг, в том числе услуг интернет-сервиса. Однако реализация стратегии открытых инноваций невозможна без пересмотра существующих организационных схем, внедрения новых бизнес-моделей, среди которых специалисты отмечают: интеграционную модель, модель дирижирования, модель лицензирования и др.

Известно, что конкурентоспособность хозяйствующих субъектов характеризуется степенью их ресурсной и менеджерской обеспеченности, а также совокупностью разнообразных условий развития, реализация которых может обеспечить им лидирующие позиции в национальных и мировых обменах. Поэтому в заключение следует отметить, что важным аспектом конкурентоспособности предприятий в настоящее время является использование инновационных бизнес-моделей, обеспечивающих им способность производить и реализовывать товары (услуги), отвечающие современным требованиям национального и международных рынков, создавать условия для их успешного функционирования и развития на основе инновационной деятельности.

#### Список литературы

1. Афонасова М.А. Инновационная модернизация экономики России: региональный аспект: моногр. – Томск: Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2009. – С. 154.
2. Чезборо Г.У. Логика «открытых» инноваций: новый подход к управлению интеллектуальной собственностью // Росс. ж-л мен. – 2004. – Т. 2, № 4. – С. 67-96.