



ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 339.564

JEL D24

ФАКТОРЫ РОСТА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ*

ВОЛКОВА АЛЕНА ИГОРЕВНА,

*кандидат экономических наук, ассистент кафедры мировой экономики и статистики,
Ярославский государственный университет им. П.Г.Демидова, Ярославль, Россия
alengin28@mail.ru*

КАРАЧЕВ ИГОРЬ АНДРЕЕВИЧ,

*аспирант кафедры мировой экономики и статистики, Ярославский государственный университет
им. П.Г.Демидова, ведущий экономист по планированию производства, планово-аналитический отдел
АО «Ярославский завод РТИ», Ярославль, Россия
karachev2011@yandex.ru*

АННОТАЦИЯ

В условиях членства России в ВТО и усиливающейся глобальной турбулентности весьма актуальной становится задача диверсификации экспорта и перехода на инновационную модель развития экономики. Реализация данной задачи возможна только в рамках повышения международной конкурентоспособности отечественных предприятий, особенно в секторе малого предпринимательства, которое служит катализатором инновационной активности средних и крупных компаний и экономики страны в целом. В статье проведен анализ подходов отечественных и зарубежных ученых к структурированию факторов роста экспортного потенциала. Выявлена необходимость рассмотрения факторов на трех уровнях: микроуровень, мезоуровень (кластерный и региональный подуровни) и макроуровень. Авторами предложена методика оценки влияния управляемых факторов микроуровня на величину экспортных возможностей малого инновационного предприятия. Данная методика строилась на основе применения эконометрического моделирования. Основные факторы микроуровня агрегированы авторами в рамках четырех типов потенциалов: производственного, маркетингового, трудового и финансового. При этом проведена выборка стоимостных показателей из форм бухгалтерской и статистической отчетности для включения в модель. Полученные в исследовании результаты относительно систематизации факторов роста экспортного потенциала малого инновационного предприятия и методики оценки их влияния могут найти применение в практической деятельности организаций для повышения эффективности работы малых предприятий на внешних рынках.

Ключевые слова: малое инновационное предприятие; экспортный потенциал; факторы микро-, мезо- и макроуровня; производственный потенциал; маркетинговый потенциал; трудовой потенциал; финансовый потенциал; эконометрическая модель.

* Статья выполнена при финансовой поддержке РГНФ. Проект «Модель интегрирования российского региона в мировую хозяйственную сферу через развитие и адаптацию новых организационных структур» № 15–32–01043.

EXPORT POTENTIAL GROWTH FACTORS FOR A SMALL INNOVATIVE ENTERPRISE**

VOLKOVA A.I.

*PhD (Economics), teaching assistant of the World Economics and Statistics Department, Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia
alengin28@mail.ru*

KARACHEV I.A.

*PhD student the World Economics and Statistics Department, Demidov Yaroslavl State University; senior economist for production planning, the planning and analytical department the JSC "Yaroslavl Rubber Goods Plant", Yaroslavl, Russia
karachev2011@yandex.ru*

ABSTRACT

Given Russia's membership in the WTO and the increasing global turbulence, the task of export diversification and transition to an innovative model of economic development is becoming particularly urgent. It cannot be solved otherwise than within the framework of increasing the international competitiveness of domestic enterprises, especially in the small business sector being a catalyst for innovation activities of medium and large companies and the economy as a whole. The paper analyzes the approaches of domestic and foreign economists to the structuring of the export potential growth factors. The latter needs to be analyzed at three levels: the micro level, the meso level (cluster and regional sub-levels) and the macro level. The authors proposed a methodology for assessing the impact of controllable factors on the export capacity of small innovative enterprises. This methodology was based on the econometric modeling. The main microlevel factors were aggregated by the authors in the framework of four types of potentials: production, marketing, labor and financial. Also the sampling of cost indices from accounting and statistical reports for inclusion in the model was performed. The results of the study related to the systematization of small innovative enterprises and their methodology for assessing the impact of the export potential of growth factors can be used in practical activities of organizations to improve the efficiency of small businesses in foreign markets.

Keywords: small innovative enterprise; export potential; micro-, meso- and macro level factors; production potential; market potential; labor potential; financial potential; econometric model.

В рамках данного исследования осуществлена попытка определить и предложить модель оценки факторов роста экспортного потенциала малого инновационного предприятия (МИП). Внутри групп факторов правомерно выделять внутренние и внешние. К внешним факторам мы отнесли факторы макро- и мезоуровней, к внутренним — факторы микроуровня. Внутренние факторы в большей степени определяют уровень конкурентоспособности экспортной продукции предприятия, в то время как совокупность внутренних и внешних факторов — экспортную конкурентоспособность предприятия в целом.

К управляемым факторам микроуровня в общем виде, по мнению Е. В. Волкодавовой [1, с. 93], можно отнести: систему маркетингового планирования; организацию производства и труда; систему стратегического планирования предприятия; уровень качества продукции; уровень издержек и цену; уровень эффективности системы бренд-менеджмента; инновационную составляющую; наличие зарегистрированного торгового знака и знака обслуживания; финансовое состояние предприятия. Е. П. Голубков [2, с. 85] называет следующие факторы успешной деятельности организации: концепция продукта, имидж, каче-

** The paper was written with financial support of the Russian Foundation for Humanities as part of the Project "Model for Integration of a Russian Region into the Global Economic Sphere through the Development and Adaptation of New Organizational Structures" No. 15-32-01043.

ство продукта, уровень диверсификации видов бизнеса, научно-исследовательская и конструкторская база, мощность производственной базы, эффективность маркетинговой деятельности. Анализ мирового опыта в исследовании факторов микросреды предприятия, оказывающих влияние на повышение его экспортного потенциала, представлен в *табл. 1*.

На эффективность реализации экспортного потенциала предприятий оказывают влияние факторы мезоуровня, к которым можно отнести степень прозрачности компании, уровень отношений с банками и поставщиками, способность к конкурентной борьбе, кооперационные связи с иными предприятиями и др. Факторы мезоуровня мы разделяем на факторы кластерного (*табл. 2*) и регионального (*табл. 3*) подуровней.

Действие факторов макроуровня существенно проявляется на стадии реализации экспортного потенциала. Управление ими на уровне предприятия либо невозможно, либо затруднено из-за преимущественно объективного характера их дейст-

вия. Поэтому при анализе, учете, контроле и прогнозировании факторов макроуровня необходимо достигать максимальной адаптивности предприятия к условиям их воздействия. Инструментом для анализа факторов макроуровня выступает геоэкономический атлас региона, т.е. предметный срез геоэкономического пространства, отражающий основные экономико-финансовые, организационно-стратегические, цивилизационные уровни региональной системы через ее постраничное описание [11].

В данном исследовании для построения модели оценки влияния факторов на экспортный потенциал предприятия мы брали за основу факторы микроуровня, что обусловлено возможностью управления данными факторами на уровне МИП. Предлагаем агрегировать факторы роста экспортного потенциала МИП в рамках четырех основных групп (производственного, маркетингового, трудового и финансового потенциалов) на основе приведенного выше анализа отечественных и зарубежных научных источников.

Таблица 1

Обзор теоретических подходов к структурированию факторов микроуровня

№ п/п	Группа факторов микроуровня	Отдельные составляющие	Автор
1	Факторы времени и масштаба операций	Время существования фирмы; ▪ отрасль или сектор деятельности; ▪ размер фирмы	Jun Li [3]
2	Факторы, связанные с человеческим капиталом	Возможность обучения на рабочем месте; ▪ высокие зарплаты; ▪ образование работников	
3	Факторы, связанные с инновационным и технологическим развитием	Инвестиции в исследования и разработки; ▪ основные фонды, технологические возможности	E. Bacchiocchi [4]
4	Факторы финансового плана	Возможность получения экспортных кредитов	
5	Факторы маркетингового плана	Доля рынка; ▪ опыт в осуществлении экспорта; ▪ уровень продаж многонациональным корпорациям и крупным национальным игрокам; ▪ членство в бизнес-ассоциациях	G. Giovannetti [5]
6	Факторы производственного плана	Высокая производительность; ▪ использование качественных, но недорогих отечественных материалов, комплектующих, сырья; ▪ уровень загрузки производственных мощностей (возможности выявления и формирования резервов)	

Таблица 2

**Обзор теоретических подходов к структурированию факторов мезоуровня
(кластерный подуровень)**

№ п/п	Группа факторов мезоуровня	Отдельные составляющие	Автор
1	Факторы пространственного размещения	Снижение транзакционных издержек; ▪ фактор локализации на одной территории производящих и обслуживающих компаний и институтов	G. Giovannetti [5], M.C. J. Caniëls [6]
2	Факторы интернационализации	Интернационализация кластера через привлечение зарубежного опыта, знаний, капитала и технологий; ▪ минимизация барьеров в процессе выхода компании на новый зарубежный рынок	R.G. Javalgi [7]
3	Факторы ресурсного обеспечения	Аккумуляция, мобилизация и разделение критических и редких ресурсов; ▪ упрощение доступа к источникам финансирования, новым контрагентам и необходимой маркетинговой информации	Jun Li [3]
4	Факторы организационного взаимодействия	Кластеры, выступающие в роли центростремительной силы для привлечения иностранных фирм; ▪ развитие межорганизационных отношений внутри кластера	F.N. Dubé, Y. Haijuan [8]
5	Факторы инновационного развития	Улучшение конкурентоспособности и инновационной активности фирмы за счет пребывания в рамках интегрированной структуры	

Таблица 3

**Обзор теоретических подходов к структурированию факторов мезоуровня
(региональный подуровень)**

№ п/п	Группа факторов мезоуровня	Отдельные составляющие	Автор
1	Экономико-финансовые и инфраструктурные факторы	Наличие коммерческих сетей; ▪ реализация программ поддержки экспорта	P. Gashi [9]
2	Политико-правовые факторы	Качество институтов, а именно: право собственности, уровень бизнес-регулируемости; ▪ экспортная политика	
3	Научно-технические факторы	Интенсификация научных исследований в регионе	B. Grøgaard [10]
4	Географические факторы	Фактор урбанизации, локализации фирм в рамках городских агломераций	
5	Внешнеэкономические факторы	Уровень интернационализации региона	G. Giovannetti [5]

Производственный потенциал — имеющиеся и вероятные возможности производства, наличие факторов производства, обеспеченность его определяющими видами ресурсов [12, с. 368]. Произ-

водственный потенциал можно нарастить за счет повышения производительности; возможности выявления и формирования резервов производственных мощностей; использования качественных,

но недорогих материалов, сырья и комплектующих. Повышение уровня логистики снабжения материалами и комплектующими особенно важно для МИП. Для осуществления инновационной деятельности, как правило, необходимы уникальное оборудование, высококачественные материалы и комплектующие, которые также требуют разработки и освоения. Малые инновационные компании часто сталкиваются с проблемой поиска поставщиков, способных обеспечить их уникальными ресурсами для инновационной деятельности. Соответственно выбор поставщиков материальных ресурсов, из которых предприятие может выбрать для себя наиболее приемлемого или с наиболее благоприятными условиями, ограничен. Нередки случаи, когда необходимых поставщиков нет на отечественном рынке, и инновационная компания вынуждена выходить на международный рынок, что влечет дополнительные затраты и риски (политические, валютные и др.).

Маркетинговый потенциал описывается такими характеристиками, как доля рынка, опыт в осуществлении экспорта, опыт работы фирмы в странах со схожими экономическими, социальными и культурными характеристиками, расширение клиентской базы, стремление исследовать зарубежные рынки, создать международный бренд, опыт продаж многонациональным корпорациям (МНК) и крупным национальным игрокам. Для повышения экспортного потенциала предприятия необходимо детально проработать маркетинговую политику компании на зарубежном рынке, для чего необходимо избегать некоторых ошибок [13].

- *Ошибочный выбор целевого сегмента.* Возникает в случаях, когда спрос на новшество на выбранном сегменте рынка оказывается нестабильным либо проведена ошибочная оценка потребителя [14, с. 58]. Часто инновационные проекты ориентируются не на заказчика, а исходят из научных интересов автора, который переоценивает его практическую значимость и чрезмерно оптимистично оценивает роль изобретения для потребителей. В результате возникает ситуация неиспользования или ограниченного применения разработки.

- *Недостаточная сегментация рынка,* которая приводит к невозможности приобрести новые товары и услуги высокого качества и высокой стоимости (отсутствие финансовых ресурсов, несоответствие производственных мощностей и др.).

- *Ошибочный выбор стратегии продаж,* который обусловлен неудачной организацией сети сбыта и системы продвижения новшества к потребителю (собственными силами либо с использованием оптовых и розничных посредников).

- *Неэффективность рекламы.* Данный фактор включает недостаточность либо избыточность рекламы, неверную частоту ее доведения до потребителя в различных формах, непрофессиональное выполнение рекламы случайными агентствами (выбранными в целях экономии), неэффективные формы рекламы.

Трудовой потенциал — имеющиеся в настоящее время и прогнозируемые в будущем трудовые возможности предприятия. Высокий трудовой потенциал обеспечивается возможностью обучения на рабочем месте; высокой оплатой труда; присутствием высококвалифицированных работников. Высокая квалификация персонала высшего звена способна обеспечить важные элементы системы управления инновациями. Как указано в экспертном исследовании, 41 % топ-менеджеров МИП отметили, что нуждаются в обучающей поддержке своей инновационной активности, 36 % считают нехватку компетенций преградой для новаторов и инновационных проектов [15, с. 3]. Внедрение инноваций нуждается в лидерах, способных создавать команды единомышленников и спланировать вокруг целей инновационного развития широкие категории персонала. По сути, менеджеры служат «локомотивом» преобразований, в том числе инновационных. При широком внедрении новейшей техники сотрудники предприятия должны быть готовы к ее освоению. Кроме того, успех инновационной деятельности в решающей мере зависит от того, насколько участвующий в ней персонал осознает свою ответственность и заинтересован в результатах этой деятельности.

Финансовый потенциал — совокупность финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении у предприятия, и способностей сотрудников осуществлять эффективное финансовое управление с целью получения максимально полезного эффекта. Для МИП возможность привлечения финансовых ресурсов зачастую является определяющим фактором роста экспортного потенциала предприятия, так как для разработки инновационного продукта и адаптации его к потребностям зарубежного потребителя необходимы значительные финансовые вложения. При этом большой проб-

лемой малых инновационных компаний научно-образовательной сферы является невозможность использования традиционных каналов привлечения финансовых ресурсов.

Инвесторы слабо заинтересованы в деятельности таких фирм в силу высокой рискованности капиталовложений; основные усилия венчурных капиталистов направлены на поиск уникальных проектов, дающих сотни процентов прибыли, а не на создание реального масштабного рынка инноваций. Банки очень осторожно выдают кредиты малым предприятиям, особенно вновь созданным. Кредит таким предприятиям может быть одобрен только при наличии первоклассных гарантий возврата кредитной суммы, получить которые весьма проблематично. Поэтому малые фирмы могут рассчитывать в большинстве случаев только на государственную поддержку в форме грантов и субсидий. Но на практике оказывается, что получить такую поддержку непросто. Анализ основных приоритетов финансирования государством инновационной деятельности показывает, что существует серьезный дисбаланс в отношении государственной поддержки малого и крупного бизнеса. Соответственно финансовый потенциал малого инновационного предприятия зависит от возможности получения экспортных кредитов и привлечения международных грантов.

Перейдем к количественному выражению выявленных выше качественных зависимостей, характеризующих приращение экспортного потенциала под воздействием факторов микроуровня. Для этого воспользуемся инструментами эконометрического моделирования и математической статистики.

Ставим задачу на основе построения модели определить и сымитировать развитие экспортного потенциала предприятия — величины, формируемой под воздействием некоторых факторов. В этом случае экспортный потенциал предстает как зависимая (объясняемая) переменная, а факторы — в качестве объясняющих переменных. При этом нельзя исключать влияния на зависимую переменную случайных явлений, таких как, например, психологические свойства личности сотрудников отдела маркетинга организации и т.д.

Для оценки уровня влияния факторов на величину экспортного потенциала считаем целесо-

образным использование линейной регрессионной модели по следующим основаниям. Во-первых, линейные модели наиболее хорошо изучены и понятны с точки зрения интерпретации. Во-вторых, предполагается, что случайные величины (объясняющие и объясняемые) имеют совместное нормальное распределение. Исходя из нормального закона, линии регрессии нормально распределенных случайных величин представляют собой прямые линии (нормальные регрессии всегда линейны). В-третьих, линейная модель регрессии позволяет минимизировать риск значительной ошибки прогноза по сравнению, например, с квадратичной.

В общем виде эконометрическая модель экспортного потенциала может быть записана следующим образом:

$$Y = f(X_1, \dots, X_p) + \varepsilon, \quad (1)$$

где Y — экспортный потенциал предприятия; $f(X_1, \dots, X_p)$ — объясненная часть, зависящая от значений факторов микроуровня; ε — случайная составляющая.

Оценка влияния факторов микроуровня на экспортную выручку малых инновационных предприятий в рамках проведенного исследования реализована на основе построения эконометрической модели, которая может быть описана, как показано в *табл. 4*.

Для оценки указанных выше четырех групп факторов экспортного потенциала предлагается использовать данные из официальных форм бухгалтерской отчетности и статистического наблюдения (*табл. 5*).

Оценка может проводиться с использованием пакета статистического анализа Microsoft Excel.

Итак, на основе изучения отечественного и зарубежного опыта мы пришли к выводу о необходимости рассмотрения факторов повышения экспортного потенциала малого инновационного предприятия на трех взаимосвязанных уровнях: микро-, макро- и мезоуровне (кластерный и региональный подуровни). При этом два последних уровня являются внешними по отношению к предприятию, поэтому управление ими либо существенно затруднено, либо невозможно.

Обосновано выделение среди факторов роста экспортного потенциала на микроуровне четырех

Таблица 4

Спецификация модели оценки факторов роста экспортного потенциала предприятия

№ п/п	Критерий	Характеристика
1	Цель построения	Выявить наличие и тесноту связи между факторами микроуровня и экспортным потенциалом малых инновационных предприятий
2	Вид модели	Линейная модель множественной регрессии
3	Переменные	Объясняемая переменная – экспортная выручка предприятия (Y). Объясняющие переменные – агрегированные в рамках производственного, маркетингового, трудового и финансового потенциалов экономические показатели деятельности малого инновационного предприятия. Количество факторов – 4
4	Принцип построения	В основе построения модели лежит пространственная выборка из малых инновационных экспортноориентированных предприятий. Данные наблюдений группируются по годам. Для каждого периода строится своя модель
5	Период оценки	Семь лет

Таблица 5

Агрегирование факторов роста экспортного потенциала предприятия

Тип потенциала / Факторы (в стоимостном выражении)
Производственный (X_1)
Инвестиции в НИР; ▪ инвестиции в основные фонды (технологические возможности); ▪ инвестиции в осуществление технологических (продуктовых, процессных) инноваций
Маркетинговый (X_2)
Нематериальные активы; ▪ инвестиции в осуществление маркетинговых инноваций; ▪ инвестиции в осуществление организационных инноваций; ▪ коммерческие расходы в рамках компании
Финансовый (X_3)
Долгосрочные и краткосрочные заемные средства; ▪ размер кредиторской задолженности
Трудовой (X_4)
Фонд оплаты труда; ▪ инвестиции в обучение и переобучение кадров (фактор активной реализации научно-исследовательской и внедренческой деятельности на уровне компании)

агрегированных типов потенциалов: производственного, маркетингового, трудового и финансового. Для каждого потенциала предложена своя система показателей, необходимых для оценки.

Предлагаемая методика оценки влияния факторов микроуровня на экспортный потенциал МИП позволяет определить узкие места в развитии компании, идентифицировать сферы, в кото-

рых возможна реализация резервов повышения ее экспортной деятельности. Данная методика не требует специального программного обеспечения, несложна в реализации, позволяет отслеживать приоритетные на данном этапе компоненты внутренней среды предприятия (производство, маркетинг, финансы, труд), способные усилить его экспортную конкурентоспособность.

ЛИТЕРАТУРА/REFERENCES

1. Волкодавова Е.В. Теоретические и методологические основы формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий: дис. ... д-ра экон. наук. Самара, 2007. 347 с. / *Volkodavova E.V. Teoreticheskie i metodologicheskie osnovy formirovaniya i realizacii jeksportnogo potenciala promyshlennyh predpriyatij: dis. ... d-ra jekon. nauk* [Theoretical and methodological basis for the formation and implementation of the export potential of enterprises. Doctor dis. (Econ.)], Samara, 2007. 347 p. (in Russian).
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. М.: Финпресс, 2002. 340 с. / *Golubkov E.P. Osnovy marketinga: uchebnik* [Fundamentals of Marketing]. Moscow, Finpress, 2002. 340 p. (in Russian).
3. Jun Li, Shuai Geng. Industrial clusters, shared resources and firm performance. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 2012, vol. 24:5–6, pp. 357–381.
4. Vacchiocchi E., Florio M., Giunta A. Internationalization and industrial districts: evidence from the Italian automotive supply chain. *International Review of Applied Economics*, 2014, vol. 28:1, pp. 1–21.
5. Giovannetti G., Ricchiuti G., Velucchi M. Location, internationalization and performance of firms in Italy: a multilevel approach. *Applied Economics*, 2013, vol. 45:18, pp. 2665–2673.
6. Caniëls M.C.J., Romijn H.A. Agglomeration advantages and capability building in industrial clusters: The missing link. *Journal of Development Studies*, 2003, vol. 39, no. 3, pp. 129–154.
7. Javalgi R.G., Griffith D.A., White D.S. An empirical examination of factors influencing the internationalization of service firms. *Journal of Services Marketing*, 2002, vol. 17 (2), pp. 246–262.
8. Dubé F.N., Haijuan Y., Lijun H. The Role of Cluster Governance in the Process of Firm Internationalization: Based on the Example of Two Malaysian Halal Industrial Parks. *Asia-Pacific Social Science Review*, 2015, vol. 15 (1), pp. 102–115.
9. Gashi P., Hashi I., Pugh G. Export behavior of SMEs in transition countries. *Small Business Economics*, 2014, vol. 42, pp. 407–435.
10. Grøgaard B., Gioia C., Benito G.R.G. An Empirical Investigation of the Role of Industry Factors in the Internationalization Patterns of Firms. *International Studies of Management & Organization*, 2013, vol. 43:1, pp. 81–100.
11. Сапир Е.В., Карачев И.А. Геоэкономический атлас Ярославской области как инструмент формирования кластерной политики региона: монография. Ярославль: ЯрГУ, 2015. 144 с. / *Sapir E.V., Karachev I.A. Geoekonomicheskiy atlas Jaroslavskoj oblasti kak instrument formirovaniya klasternoj politiki regiona: monografija* [Geo-economic atlas of the Yaroslavl region as an instrument for the formation of the region's cluster policy]. Yaroslavl, YarGU, 2015. 144 p. (in Russian).
12. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2012. 512 с. / *Rajzberg B.A., Lozovskij L.Sh., Starodubceva E.B. Sovremennyj jekonomicheskiy slovar'* [Modern Dictionary of Economics]. Moscow, INFRA-M, 2012. 512 p. (in Russian).
13. Коробейников О.П., Трифилова А.А., Коришунув И.А. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2000. № 3. С. 29–44 / *Korobejnikov O.P., Trifilova A.A., Korshunov I.A. Rol' innovacij v processe formirovaniya strategii predpriyatija* [The role of innovation in the process of enterprise strategy formation]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom — Management in Russia and abroad*, 2000, no. 3, pp. 29–44. (in Russian).
14. Малый инновационный бизнес: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. 264 с. / *Malyj innovacionnyj biznes: uchebnik / pod red. V.Ja. Gorfinkelja, T.G. Popadjuk* [Small Business Innovation: textbook edited by V.Ya. Gorfinkel, T.G. Popadyuk]. Moscow, High school textbook, INFRA-M, 2013. 264 p. (in Russian).
15. Яхонтова Е.С., Нестик Т.А., Каххаров Ш. Инновационные ценности руководителей в экономике знаний. М.: Высшая школа международного бизнеса, 2011. 38 с. / *Jahontova E.S., Nestik T.A., Kahharov Sh. Innovacionnye cennosti rukovoditelej v jekonomike znanij* [Innovative values of managers in the knowledge economy]. Moscow, The higher school of the international business, 2011. 38 p. (in Russian).