

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЕДИНСТВЕ ТРЕХ ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ

Ярославская Е.А.¹, Якубов Б.А.¹

¹ФБГОУ ВПО «Новгородский государственный университет им.Ярослава Мудрого», Великий Новгород, Россия (173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д.41), e-mail: elena8888@inbox.ru, supremebekir@mail.ru

В статье рассмотрены основные компоненты предпринимательства: личные, экономические и организационно-управленческие. Экономическое поведение предпринимателя в рыночной среде основано на выбираемой, на свой риск предпринимательской деятельности в рамках существующих возможностей, вытекающих из законодательных актов. В рыночных условиях предприниматель не владеет в достаточной мере необходимой информацией, зачастую не имеет доступа к производственным и финансовым ресурсам по фиксированным ценам, работает в условиях неустойчивости покупательной способности, норм, нормативов и других инструментов управления. Для обеспечения эффективности предпринимательской деятельности, конкурентоспособности предприятия, обнаружения дополнительных источников получения прибыли, не замеченных другими хозяйствующими субъектами, создания новых продуктов, формирования новых рынков, необходимы одновременные нововведения на всех уровнях предпринимательства и во всех его компонентах. Авторами раскрыта важность единства рассмотрения компонентов предпринимательства, необходимость применения инноваций в каждом из них для повышения эффективности предпринимательской деятельности и конкурентоспособности.

Ключевые слова: компоненты предпринимательства, инновационная рискованная деятельность, инновационный стиль менеджмента, эффективность, конкурентоспособность.

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE UNITY OF THE THREE MAJOR COMPONENTS

Yaroslavskaya E.A.¹, Yakubov B.A.¹

¹Federal State-Funded Educational Institution of Higher Vocational Education "Yaroslav-the-Wise Novgorod State University" (st.Bolshaya St.Peterburgskaya, 41, Velikiy Novgorod, Russia), e-mail: elena8888@inbox.ru, supremebekir@mail.ru

The article describes the main components of business: personal, economic, organizational and managerial. Economic behavior of the entrepreneur in the market environment is based on the chosen, at their own risk entrepreneurial activities within existing opportunities arising from the legislation. In market conditions, the entrepreneur has sufficiently relevant information, often do not have access to production and financial resources at a fixed price, works in an unstable purchasing power, norms, standards and other management tools. To ensure business efficiency and competitiveness of the enterprise, finding additional sources of revenue, not seen by other economic entities, the creation of new products, development of new markets, one-time innovations are needed at all levels of business and in all its components. The authors revealed the importance of unity considering the components business, the need for innovation in each of them to improve business efficiency and competitiveness.

Key words: the business components, innovative risk activities, innovative style of management, efficiency, competitiveness.

Эволюция предпринимательства начинается со средних веков, когда предпринимателей представляли главным образом торговцы, ремесленники, в сельском хозяйстве – зажиточные крестьяне. До середины XX века предпринимателя рассматривали как инициативного человека, который использует факторы производства для создания богатства. Под это широкое определение подходят люди, занимающиеся многими видами созидательной деятельности.

Чуть позже экономисты сформировали новое более широкое и актуальное по настоящее время понятие предпринимательства. Так, например, Ж.Б. Сэй рассматривал активный, инновационный характер предпринимательства, связанный с необходимостью создания новых комбинаций факторов производства; Ф. Хайек расценивал предпринимателя как хозяйствующего субъекта с особым поведением, стремлением обнаружить различные возможности получения прибыли, еще не замеченные другими хозяйствующими субъектами; Й. Шумпетер изложил важнейшие проблемы теории и практики предпринимательства, по его мнению, предприниматели представляют собой особый тип людей, и их деятельность является специфической проблемой, так как они выполняют функции создания чего-то нового, а сделать что-то новое объективно труднее, чем привычное и испытанное; П. Друкер считал, что не всякий мелкий бизнес является предпринимательским, а только тот, который создает новый рынок, формирует новых покупателей.

Для создания конкурентных факторов производства, обнаружения различных возможностей получения прибыли, еще не замеченных другими хозяйствующими субъектами, для создания чего-то нового, формирования новых рынков, новых покупателей необходимы нововведения на всех уровнях предпринимательства, улучшение влияния факторов на компоненты предпринимательства. Локальное изменение не приведет к повышению эффективности предпринимательской деятельности, это возможно лишь при совокупном одновременном изменении, как личности самого предпринимателя, так и его экономического мышления и стиля управления. Соответственно необходим новый подход к каждому из основных компонентов предпринимательства: личностному, экономическому и организационно-управленческому. [6]

Обобщение научных трудов позволило выделить сущность и содержание этих составляющих (рис.1).

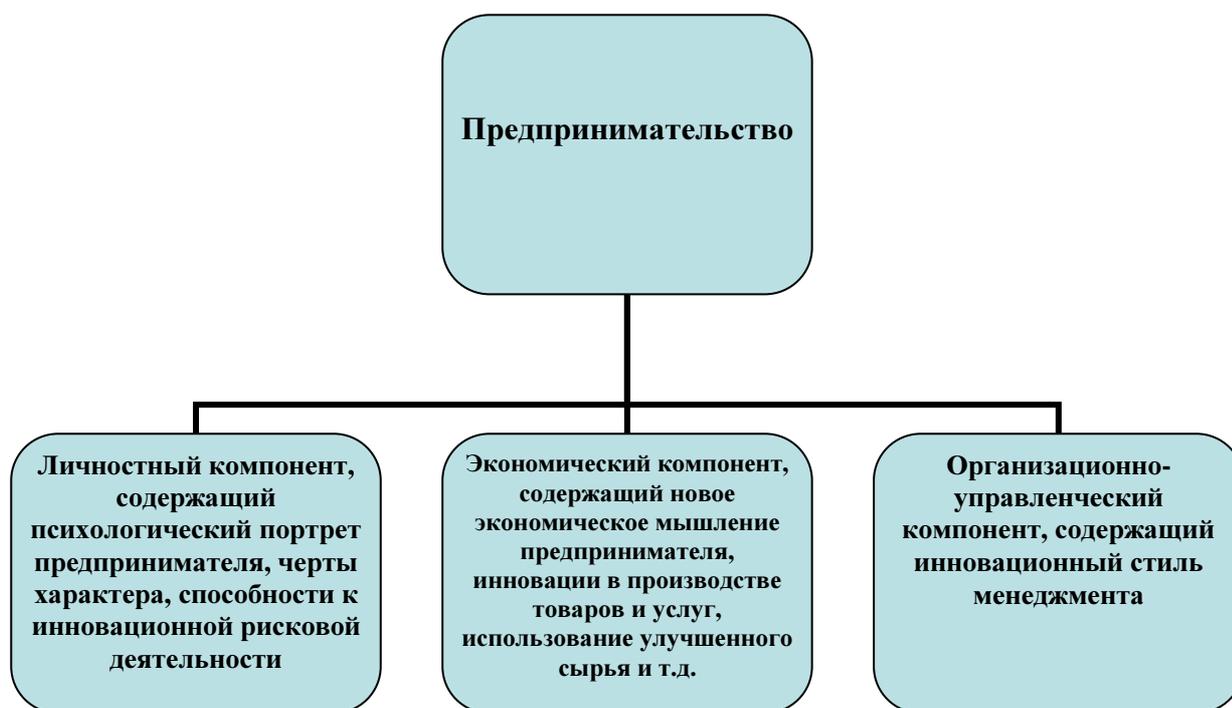


Рисунок 1 – Сущность и содержание основных компонентов предпринимательства

Экономическое поведение предпринимателя в рыночной среде основано на выбираемой, на свой риск предпринимательской деятельности в рамках существующих возможностей, вытекающих из законодательных актов. В рыночных условиях предприниматель не владеет в достаточной мере необходимой информацией, зачастую не имеет доступа к производственным и финансовым ресурсам по фиксированным ценам, работает в условиях неустойчивости покупательной способности, норм, нормативов и других инструментов управления. Для обеспечения эффективности предпринимательской деятельности, конкурентоспособности предприятия, обнаружения дополнительных источников получения прибыли, не замеченных другими хозяйствующими субъектами, создания новых продуктов, формирования новых рынков, необходимы единовременные нововведения на всех уровнях предпринимательства и во всех его компонентах.

Предприниматель в современном бизнесе должен обладать не только такими навыками, как внутренний контроль, энергичность, потребность в достижениях, толерантность к неопределенности, осознание ограниченности во времени, уверенность в себе, но и, для способности к инновационному риску, ему необходимо быть поставщиком нового знания, уметь понимать других людей, при этом быть независимым от мнения других, уметь сформировать и отстаивать свою точку зрения, т. е. быть неконвенциональным, иметь комбинаторный дар, развитое воображение, реальные фантазии; интуицию, креативность мышления.

Экономический компонент рассматривается, как возможность предпринимателя получить доход.

Наличие у предприятия определенного дохода в результате создания производства, использование или диффузия инновационного продукта говорит об инновационном предпринимательстве. Необходимо заметить, что сам процесс продуктивного развития инновационного предпринимательства зависит от ряда обстоятельств, к которым можно отнести следующие: наличие спроса со стороны потребителей на инновации, наличие развитого научно-технического потенциала национальной экономики, функционирование венчурных фирм и инвесторов, финансирующих рисковую инновационную деятельность. [4]

В процессе выполнения функций, характерных для инновационного предприятия, особую значимость приобретает посредническая роль между научно-технической и производственной сферами, что позволяет обеспечить в современных конкурентных условиях автоматический экономический обмен между ними. Особую привлекательность для клиентов представляет использование продуктов интеллектуального труда в производственной сфере через создание различных объектов инновационного продукта.

Таким образом, инновационные фирмы (предприятия) возникают как объективная необходимость общественной потребности в сокращении издержек, появляющихся в процессе трансформации продукта, созданного в научно-технической сфере, в продукт, создаваемый в хозяйственной сфере. Данный факт говорит о том, что инновационные предприятия позволяют ликвидировать некоторые затраты и сократить издержки производства, что определяет их привлекательность и востребованность на рынке. Сами инновационные предприятия выделяются в самостоятельные хозяйствующие субъекты, если их функционирование позволяет сократить затраты, которые вынуждены нести научно-технические институты и хозяйствующие субъекты, связанные с созданием инновационного продукта или доведением научно-технических новшеств до возможности их коммерческого использования.

Инновационное предпринимательство – это многогранный вид экономической деятельности, субъектами которого выступают физические и юридические лица, осуществляющие следующие виды инициативной деятельности, связанные с воспроизводственным циклом инновационного продукта:

- создание инновационного продукта (собственно инновационное предпринимательство);
- выполнение посреднических функций (оказание услуг, связанных с продвижением инновационного продукта и его передачей от непосредственного создателя его потребителю);

- осуществление функций в финансовой сфере для обеспечения инновационной деятельности.

Перечисленные выше виды предпринимательской деятельности в инновационной среде, не смотря на то, что могут различаться по организационно-правовой форме, содержанию операций и способам их осуществления существенно дополняют друг друга. Исследования показывают, что предприниматель, выбирая форму инновационного предприятия, опирается на личные пристрастия, наличие денежных средств и сферу деятельности.

Организационно-управленческий компонент соответственно с новым мышлением и навыками предпринимателя будет изменяться. Для конкурентоспособности организации, её эффективного развития необходимо не просто быть руководителем, а предпринимателем в «широком» смысле, необходимо применять инновационный стиль менеджмента.

Инновационный менеджмент - одна из разновидностей функционального менеджмента. Объектом инновационного менеджмента являются инновационные процессы во всех сферах народного хозяйства [3, с. 8].

Однако, инновационный менеджмент в ряде исследований представлен как процесс управления созданием новых знаний, творческим потенциалом исследователей, внедрением инноваций, социальными и психологическими аспектами этих нововведений. При этом инновационный менеджмент рассматривается в трех аспектах:

1. Как наука управления инновациями, базирующаяся на теории и методологии традиционного менеджмента и практике управления научно-техническим прогрессом, научными исследованиями и разработками.

2. Как вид деятельности, в основе которого лежит процесс принятия управленческих решений, включающий совокупность процедур по управлению инновациями: планирование, прогнозирование, организация и контроль [5];

3. Как аппарат управления инновациями в виде структурно оформленной инновационной сферы, включающей систему специализированных органов управления инновациями и руководителей различных уровней [1, с. 7].

Инновационный менеджмент выполняет определенные функции.

Под функцией управления в научной литературе понимают те направления управленческой деятельности, которые позволяют осуществлять определенные управляющие воздействия на инновационный процесс.

К функциям субъекта управления чаще всего относят прогнозирование, планирование, организацию, регулирование, координацию, стимулирование и контроль.

К функциям объекта управления относятся рисковое вложение капитала, управление финансированием, организацию инновационного процесса, а также продвижение инноваций на рынках. [2, с. 19].

Инновационный менеджмент является цепью непрерывных взаимосвязанных действий по стратегическому маркетингу, планированию, организации процессов, учету и контролю, мотивации и регулированию [7, с.31]. При этом здесь, также, как и в традиционном, применяются методы принуждения, побуждения, убеждения, методы анализа и методы прогнозирования.

Методы принуждения представляют собой методы менеджмента, которыми управляющая подсистема воздействует на управляемую подсистему. Они опираются на нормативно-правовую базу страны и региона; нормативно-директивные и методические документы предпринимательской структуры.

Методы побуждения нацелены на экономию ресурсов, повышение конкурентоспособности товаров и услуг, качества жизни населения, поэтому к этой группе относится экономическое стимулирование персонала к достижению конечных целей, удовлетворение потребностей работников, обеспечение их безопасности.

В основе методов убеждения лежат исследования психологического портрета личности и мотивация ее потребностей [2, с.20].

Создание комплексной и более гибкой системы управления инновационными процессами в первую очередь ориентировано на разработку перспективной продукции, а также перестройку управленческих функций инновационного менеджмента, организационных форм и методов управления. Такой механизм предусматривает, что отделы и службы, занимающиеся нововведениями, распределены по всем уровням управленческой структуры, и между ними активно действует налаженная система координации и взаимодействия.

Для эффективности предпринимательской деятельности, для конкурентоспособности предприятия, для создания новых комбинаций факторов производства, обнаружения различных возможностей получения прибыли, еще не замеченных другими хозяйствующими субъектами, для создания чего-то нового, формирования новых рынков, новых покупателей необходимы нововведения на всех уровнях предпринимательства, одновременно во всех его компонентах.

Список литературы

1. Анисимов Ю.П. Основы инновационного менеджмента: Учеб.пособие [Текст] / Ю.П. Анисимов, И.А. Борисенко; Под общ. ред. Ю.П. Анисимова; – Воронеж: Изд-во ВГТУ. - 2006. – 67 с.
2. Вертакова Ю.В. Управление инновациями: Теория и практика: Учеб.пособие [Текст] / Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко; - М.: Эксмо. - 2008. – 432 с.
3. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. д.э.н., проф. Л.Н. Оголевой; - М.: ИНФРА-М. - 2011. – 238 с.
4. Митин С. Г. Стратегические направления инновационного развития экономики Новгородской области // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6; URL: <http://www.science-education.ru/106-7468> (дата обращения: 20.11.2012).
5. Омаров М.М., Сергеев В.Ю. Концепция реализации управленческих решений в предпринимательских структурах // Российское предпринимательство. - 2011.- №1. - С.147-152
6. Омарова Н.Ю., Бедовая Л. В. Проблемы классификации предпринимательских рисков в рыночной среде // Фундаментальные исследования, 2012. - №11. - Часть 1. - С. 217-221
7. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник [Текст] – 6-е изд.; - СПб.: Питер. - 2008. – 448 с.

Рецензенты:

Омаров Магомед Магомедович, доктор экономических наук, профессор, председатель Новгородского регионального отделения вольного экономического общества России, г.Великий Новгород.

Грекова Галина Ивановна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории, директор Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, г.Великий Новгород.