



И.В. Шуртухина

Кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления и менеджмента организации Ивановского филиала НОУ ВПО «Институт управления»

Инновационное предпринимательство: методика управления на региональном уровне

В статье анализируется современное состояние инновационного предпринимательства, показывается формирование модели управления инновационным предпринимательством на региональном уровне.

Ключевые слова: производство, потребление, ресурсы, процессы, инновации, менеджмент.

Инновационное предпринимательство – это процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений. Как правило, в основе предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. Инновации служат специфическим инструментом предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а направленный организационный поиск новшеств, постоянная направленность на них предпринимательских структур. Предпринимателей отличает инновационный тип мышления. Инновационность – особый инструмент предпринимательства.

В настоящее время сложилось понимание предпринимателя как новатора: «Задача предпринимателей – реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле – через использование новых технологических достижений для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка го-

товой продукции, вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности» [1].

В экономической литературе выделяются три вида инновационного предпринимательства [1]:

- 1) инновация продукции;
- 2) инновация технологии;
- 3) социальные инновации.

Инновационная продукция представляет собой процесс обновления потенциала предприятия, обеспечивающий увеличение объема получаемой прибыли, расширение доли на рынке. Инновация технологии – это процесс обновления производственного потенциала, направленный на повышение производительности труда и экономию энергии, сырья и других ресурсов, что в свою очередь дает возможность увеличить объем получаемой прибыли. Социальные инновации расширяют возможности на рынке рабочей силы, мобилизуют персонал предприятия на достижение поставленных целей.

Предпринимательство как процесс включает в себя четыре стадии: поиск новой идеи и ее оценку; составление бизнес-плана;

поиск необходимых ресурсов; управление созданным предприятием. Для инновационного предпринимательства эти основные четыре стадии целесообразно разбить на более мелкие.

Особенно важное значение для инновационного предпринимательства приобретает именно первая стадия – поиск новой идеи.

При выявлении источников инновационных идей вызывает интерес классификация Питера Друкера, который выделяет семь источников инновационных идей [2]:

- неожиданное событие (для предприятия или отрасли – неожиданные успех, неудача, внешнее событие);

- неконкурентность – несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о ней (такая, какой она должна быть);

- нововведения, основанные на потребности процесса (под потребностью процесса следует иметь в виду те его недостатки и слабые места, которые могут и должны быть устранены);

- внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;

- демографические изменения;

- изменения в восприятии, настроениях и ценностных установках;

- новые знания (как научные, так и ненаучные).

По мнению П. Друкера систематический инновационный процесс состоит в организованном и целенаправленном поиске изменений и в систематическом анализе этих изменений как источника социальных и экономических преобразований.

После формирования банка инновационных идей перед предпринимательской фирмой стоит задача отбора наиболее перспективных из них. Прежде чем принять решение о внедрении какой-либо инновации необходимо выяснить, имеет ли тот или иной продукт шансы на рынке (если речь идет о товарной инновации).

При принятии окончательного решения в связи с инновационной идеей, в том числе в связи с конструкторско-исследовательскими работами, необходимо, чтобы прибыль от проекта была значительно выше, чем затраты на его реализацию, а

связанный с проектом риск должен находиться в предельно допустимом соотношении с прибылью от его реализации.

Такие категории, как нововведение, новшество и инновация по-разному трактуются в экономической литературе [4]. В некоторых случаях эти понятия используются как синонимы, однако определенные различия между ними существуют. Новшество отражает определенную новизну, т.е. близко к понятию изобретение. Нововведение – это освоение новой техники или технологии, улучшенных методов организации и управления. Инновация же — это деятельность, направленная на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, организационных форм. Существует и другое определение: инновация – это нововведение, комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств (нового практического средства) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества [5].

Предпринимательство неразрывно связано с менеджментом. Оно может добиться основной цели – получения устойчивого оптимального размера предпринимательского дохода в том случае, если основные функции менеджмента (планирование, организация, оперативное управление, экономический контроль) будут способствовать реализации такой стратегии развития, которая постоянно адаптируется к окружающей среде.

Учет окружающей среды производится с целью определения шансов на успех от инновационной рискованной деятельности, уходя от неблагоприятного воздействия многочисленных видов риска, связанных с проведением предпринимательской деятельности.

Инновационное предпринимательство должно стать одним из стратегических ресурсов устойчивого экономического развития национальной экономики.

Понятно, что все предпринимательство не сводится к малому предпринимательству. Крупное корпоративное предпринимательство, используя эффект масштаба, располагая большим капиталом, способно больше, чем малое, осваивать стратегиче-

ские технологии, осуществлять прорывные достижения в НТП. Поэтому российское государство должно создавать условия для формирования и развития предпринимательства во всех организационно-правовых формах (частно-индивидуальной, частно-коллективной, государственной и т.д.), в предпринимательстве любого масштаба – малом, среднем, крупном.

Определенные шаги в этом направлении предпринимаются. Государство сотрудничает с крупным предпринимательством, создавая смешанные частно-государственные предприятия по выполнению определенных предпринимательских проектов и программ.

Инновационное воспроизводство можно стимулировать с помощью налоговой, кредитной и другой политики, поощряя спрос на инновационную продукцию, развитие ее экспорта, способствуя переливу финансового капитала в предпринимательские структуры, укрепляя взаимосвязи крупного и малого предпринимательства, оказывая помощь в подготовке, повышении квалификации предпринимателей и создании инфраструктуры для развития предпринимательства, финансируя фундаментальную науку как базис для инновационного воспроизводства, создавая конкурентную среду, способствуя привлечению стратегических инвесторов в сферу предпринимательства и т.д.

В России инновационные процессы осуществляются неодинаково в разных отраслях, в частности, в силу существующих диспропорций, сложившихся в инновационной сфере. Наряду с разработками наукоемкой продукции высокого уровня имеются инновации, находящиеся на заключительной стадии жизненного цикла.

В последние годы в России продолжают ухудшаться показатели создания и освоения новой техники.

Анализ двух-трех последних лет свидетельствует, что основным видом инновационной деятельности является освоение и внедрение нововведений, в то время как доля предприятий и фирм, занимающихся проектно-конструкторской и технологической деятельностью, постоянно снижается. Многие весьма нужные виды инно-

вационной деятельности не получили развития.

Тормозом, препятствующим внедрению новых технологий и повышению на их основе конкурентоспособности отечественной продукции, является сохраняющаяся весьма низкая (только у 5-7% российских предприятий) активность в приобретении лицензий, ноу-хау и других видов промышленной собственности. Продолжается дальнейшее снижение удельного веса предприятий, проводящих научно-исследовательские работы. Научно-исследовательские, проектно-конструкторские и технологические работы выполняют в основном крупные предприятия, располагающие солидной финансовой и материально-технической базой, квалифицированными кадрами.

Многие факты свидетельствуют, что инновационная деятельность до сих пор не получила распространения в российской экономике. Продолжает ухудшаться технологическая структура инвестиций в основной капитал. Доля затрат на оборудование, инструмент и инвентарь в них понизилась с 20% в 2012 году, 18% - в 2013 году до 17% в 2014 году. В целом ряде отраслей российского инвестиционного машиностроения загрузка производственных мощностей упала до уровня, ставящего под вопрос само их существование. При этом многие предприятия, ранее выпускавшие высокотехнологичную продукцию, переходят к выпуску непрофильной, дешевой и простой продукции, имеющей более выгодную конъюнктуру спроса. Так, в станкостроительной отрасли свой основной профиль изменили более 80% предприятий [9].

Наибольшее ухудшение технологической структуры наблюдается в комплексах, поставляющих продовольствие, товары и услуги на потребительский рынок, и в инвестиционном комплексе (машиностроение, производственное строительство); несколько возросла лишь доля передовых технологий в комплексе рыночной инфраструктуры и сфере управления (за счет технологического переоснащения банков, бирж, органов управления) [9].

Эти и многие другие факты дали основание некоторым ученым-экономистам сделать вывод о том, что наиболее общим

проявлением технологического кризиса стала тенденция технологической деградации российской экономики [9].

Поэтому перед российской экономикой стоит исключительно важная стратегическая задача – выйти из технологического кризиса и осуществить прорыв в узловых направлениях формирования постиндустриального технологического способа производства. В числе ключевых направлений, способных осуществить такой прорыв, можно отметить технологии и товары в области космоса, авиации, композитов, биотехнологии, электроники и информации, транспорта.

Учитывая специфику России, кроме стимулирования вышеотмеченных приоритетных направлений развития отраслей высоких технологий, необходимо кардинальное техническое переоснащение отраслей потребительского комплекса, прежде всего производящих продовольствие. Это необходимо, чтобы оградить российский рынок от экспансии импортных, более дешевых, но менее качественных, чем российские, импортных продовольственных товаров, подержать российских производителей.

Необходима разработка и осуществление специальной государственной политики в области поддержки научно-технической деятельности, инновационного предпринимательства. Государство должно стимулировать приток капитала в инновационную сферу за счет использования таких форм и методов господдержки, как доленое финансирование, государственные гарантии, страхование проектов, создание патентных фондов, систем информационной поддержки. Это тактическая задача.

Стратегической же целью государственной политики является осуществление прорыва в базовых инновациях, формирующих структуру постиндустриального технологического способа производства, что обеспечит устойчивое экономическое развитие России [7].

Главным инструментом технологического прорыва является поворот инвестиций к инновациям, инновационному предпринимательству, на что следует направить имеющиеся в руках государства силы, средства, рычаги и стимулы.

Государственная политика должна предусматривать использование эффективных форм активизации инновационного предпринимательства на региональном уровне. Целесообразно создание в регионах инновационных центров, которые смогут наладить координацию и поддержку инновационных проектов, разрабатываемых их участниками.

Наряду с поддержкой крупных структур, занятых инновационной деятельностью, необходимо стимулировать развитие малого инновационного предпринимательства. В настоящее время около 90% субъектов инновационной деятельности находится в негосударственном секторе. Поэтому весьма актуальна разработка эффективных механизмов государственного регулирования их деятельности. Понятно, что государство не сможет взять на себя бремя инвестиционного обеспечения инновационной деятельности. Однако государство может и должно создать систему условий для мобилизации инвестиционных ресурсов негосударственных инвестиционных корпораций, банков и направить на реализацию более значительных, приоритетных для страны направлений инновационной деятельности.

В современных условиях центр ответственности за интенсификацию российских реформ перемещается в регионы. В условиях ускорения процессов интенсификации необходимо активизировать творческую энергию трудящихся, направленную на вскрытие дополнительных возможностей производства. Исходя из этого содержание понятия «менеджер» начинает отклоняться от первоначального и до сих пор общепотребительного значения – управляющего, агента, маклера. В современных условиях он должен быть, прежде всего, организатором инновационного процесса [5].

Кого считать инновационным менеджером? Инновационным менеджером можно считать изобретателя, который преодолевает препятствия, связанные с использованием изобретения; предпринимателя, который пользуется монополией на результаты умственного труда, предоставленной ему благодаря приобретению патента, берется за реализацию чужой идеи, иници-

рует ее практическое осуществление; активного консультанта, который ориентирует общественное мнение на применение нововведения. Инновационный менеджер – лицо, способное решать необычную экономическую (техническую) проблему [5].

Инновационный менеджер – не начальник в традиционном смысле этого слова, а равный среди партнеров. Вместе с тем он выступает как бы катализатором совместной деятельности, ведет поиски цели, приводит в движение тех, кто идентифицирует себя с этой целью, и благодаря общей стратегии, а в случае необходимости путем изменения стратегии управляет поиском и реализацией решения проблемы.

Инновационный менеджер – это человек, которого выделяет среда в нестабильном мире, который может найти прочное основание в этом окружающем его мире. Он владеет предпринимательской философией. Это позволяет ему подвергать систематической оценке технологическое развитие и его общественно-экономические последствия, модифицировать кратко- и среднесрочные цели, в зависимости от ситуации изменять и перспективную стратегию.

Для реализации своих целей инновационный менеджер должен обладать широкими знаниями, высокой культурой, незаурядной способностью видеть и решать проблемы, но он не может знать всего их многообразия. С помощью модели и соответственно интерактивной стратегии, ведя 1. сознательный поиск вариантов в процессе решения конкретных проблем, он может найти альтернативные варианты, но заранее, прежде чем приступить к делу, не может рассчитывать на нахождение лучшего ответа. В рамках организации инновационный менеджер должен переступить не всегда видимые, но хорошо ощутимые границы. Он также должен идти на компромиссы, осознавая, что каждый компромисс резко сокращает количество альтернативных решений и ограничивает свободу выбора. Соотношение между ограниченной автономией и более или менее значительной зависимостью ставит инновационного менеджера перед противоречием между динамичным развитием и состоянием равновесия.

Инновационный менеджер достигает цели посредством развития внутренних противоречий организации. Его стратегия заключается в постепенном переходе к широкой кооперации, постановке высоких, честолюбивых целей, более быстрому общественно-техническому развитию и рыночной экспансии. Его тактика состоит в смене находящихся на ключевых позициях кадров, опоре на успешно действующие и надежно развивающиеся функциональные системы, в селекции, накоплении даже незначительных выгод и преимуществ, после чего следует мощный «прорыв» к новому состоянию организации.

Инновационный менеджер может считать свою работу на данном этапе завершенной, когда организация достигнет формы как бы координированного, автономного и кооперативного множества предприятий. Однако если координационные мероприятия становятся неудовлетворительными, прежние связи рвутся, кооперация прекращается и создается новый координационный центр.

В руках менеджера инновация – это средство осуществления долгосрочных целей, форма и содержание предпринимательской деятельности. Чтобы современное хозяйственное предприятие достигло успеха, руководить им должен инновационный менеджер.

Библиографический список

1. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003 г.
2. Друкер П. Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / Пер. с англ. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001 г.
3. Друкер П. Ф. Практика менеджмента / Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2000 г.
4. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. Карякин А.М., Шуртухина И.В. Издательство: ИГЭУ – Иваново, 2001 г.
5. Шуртухина И.В. Логистика в системе менеджмента организации (монография)

фия). Издательство: ИГЭУ – Иваново, 2010 г.

6. Менеджмент: учебник. Под ред. М.М. Максимцова, М.А. Комарова. Издательство: Юнити-Дана, 2012 г.
7. Шуртухина И.В. Производственный менеджмент: Учебное пособие. Издательство: ИГЭУ – Иваново, 2009 г.
8. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник. Под ред. В.М.

Аньшина, О.Н. Ильиной. Издательство: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013 г.

9. Шуртухина И.В. Экономика предприятия: Учебное пособие. Издательство: ИГЭУ – Иваново, 2014 г.

©Шуртухина И.В., 2015