
МИССИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Макаров А.В.

Рассмотрены концептуальные основы формирования инновационной миссии предпринимательства как инструмента стратегического управления и способа выделения конкретной предпринимательской структуры среди конкурирующих предприятий.

Современный этап развития экономики характеризуется возрастающим воздействием научно-технических и инновационных факторов. Инновационная деятельность должна стать одним из главных направлений функционирования отечественных предприятий. В настоящее время важная роль в этом процессе принадлежит сектору малого и среднего бизнеса, особенно в промышленности. В силу своей гибкости и адаптивности он наиболее приспособлен к привлечению и накоплению экономических и технологических новаций, которые в дальнейшем эффективно используются в других сферах промышленной и экономической деятельности.

Процесс инновационного развития предпринимательской структуры связан со стратегическими установками в долгосрочной перспективе. Важным инструментом, определяющим характер и цели стратегического развития, является миссия предприятия. В наиболее общей трактовке «миссия» (от лат. *missio*) – это роль, предназначение, призвание [1, с. 533]. В связи с этим миссия предприятия должна характеризовать его роль в общественном (хозяйственном) развитии, его полезность и необходимость для непосредственных потребителей и общества в целом, а также действия предприятия по обеспечению и достижению определенных целей. Являясь инструментом стратегического управления, миссия, в то же время, может рассматриваться в качестве способа выделения конкретной предпринимательской структуры среди конкурирующих предприятий (фирм) как на внутреннем, так и внешнем рынках. Поэтому миссия представляет собой своеобразный бренд предприятия. Несмотря на то, что понятия имидж, бренд, миссия – достаточно разные, между ними существует определенная взаимосвязь, поскольку первые два должны формироваться с учетом миссии предприятия. В результате сформулированная миссия позволяет конкретизировать представления о назначении предприятия как у сотрудников, занятых непосредственно в определенных сферах деятельности предприятия, так и у различных структур, формирующих его внешнее окружение.

По оценкам различных специалистов, для менеджеров различного уровня миссия задает ориентиры и общую цель деятельности предприятия, помогает формировать дерево целей, определяет магистральное направление развития, а также инновационное. Для коллектива предприятия миссия способствует усилению мотивации персонала, позволяет согласовывать интересы различных участников (в т.ч. собственников, которых интересуют прибыль, дивиденды; менеджеров, для которых первоочередным является высокая зарплата, карьера; персонал – зарплата, социальный пакет; потребителей – качество продукции, доступные цены и т.д.), уменьшает вероятность возникновения конфликтов.

При разработке миссии особую значимость приобретает учет инновационного аспекта предпринимательства. В частности, в теории Й. Шумпетера в качестве важнейшей функции предпринимателя и «его активного элемента» выделено «осуществление новых комбинаций» [2, с. 199]. Сутью этого определения является признание новаторства и новизны вообще как неотъемлемой части предпринимательства. Поскольку

предпринимательство связано с предприятием в изначальном смысле этого слова, то предприниматель является родоначальником, инициатором создания любого предприятия и организации его стабильного развития с целью совместного получения каких-либо благ (прибыли).

Большинство практиков и исследователей делают акцент на получение прибыли, рассматривая ее как конечную цель предпринимательства. Однако предпринимательство имеет своей конечной целью не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся и возрастающих потребностей различных групп потребителей (индивидуумов, социальных групп, предпринимателей, предприятий, общества в целом). В этой связи предпринимательство более правильно определять как процесс непрерывного поиска изменений в потребностях, спросе конечного потребителя на продукцию и услуги, удовлетворения этой потребности путем организации производства, сбыта, маркетинга, логистики, менеджмента, ориентированных на самые лучшие новации, приносящие максимум производительности в каждой из стадий процесса воспроизводства.

Такой подход к пониманию сущности предпринимательства позволяет формировать концептуальные составляющие инновационной миссии предпринимательства. Концепция инновационной миссии базируется на признании предпринимательства сферой экономической деятельности, характеризующейся обязательным наличием инновационного момента (производство нового товара или улучшение существующего, внедрение новых технологий, новых методов организации производства и управления) и способной обеспечить социально-экономический эффект. Это особый новаторский процесс постоянного поиска новых возможностей для решения поставленных задач. Следовательно, предпринимательская инициатива, риск, комбинирование факторов и новаторство являются составляющими элементами предпринимательства, однако степень проявления каждого элемента в различные периоды зависит от условий его деятельности (рисунок).

1. Экономическая сущность предпринимательской деятельности заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства (обновление продукции, технологии, организационных подходов) с целью удовлетворения потенциального потребительского спроса.

2. Субъектом новаторской экономической деятельности может быть как индивидуальный предприниматель, так и группа людей, действующих в рамках организации и выступающих с инициативой по выпуску нового товара, реализации новых решений, новых подходов и т.п. В процессе экономической деятельности происходит взаимодействие: с потребителями; с государством; с наемными работниками; с партнерами по бизнесу.

В сфере производственных отношений могут использоваться такие формы сотрудничества, как организация совместных предприятий; организация смешанных предприятий; производственная кооперация; проектное финансирование; лицензирование; управление по контракту; лизинг; подрядное производство и др.

3. Объектами предпринимательства преимущественно являются, во-первых, инновационная деятельность (исследования, разработки, технические услуги); во-вторых, производственная деятельность (по выпуску производственной продукции и оказанию услуг), в-третьих, торгово-посредническая деятельность.

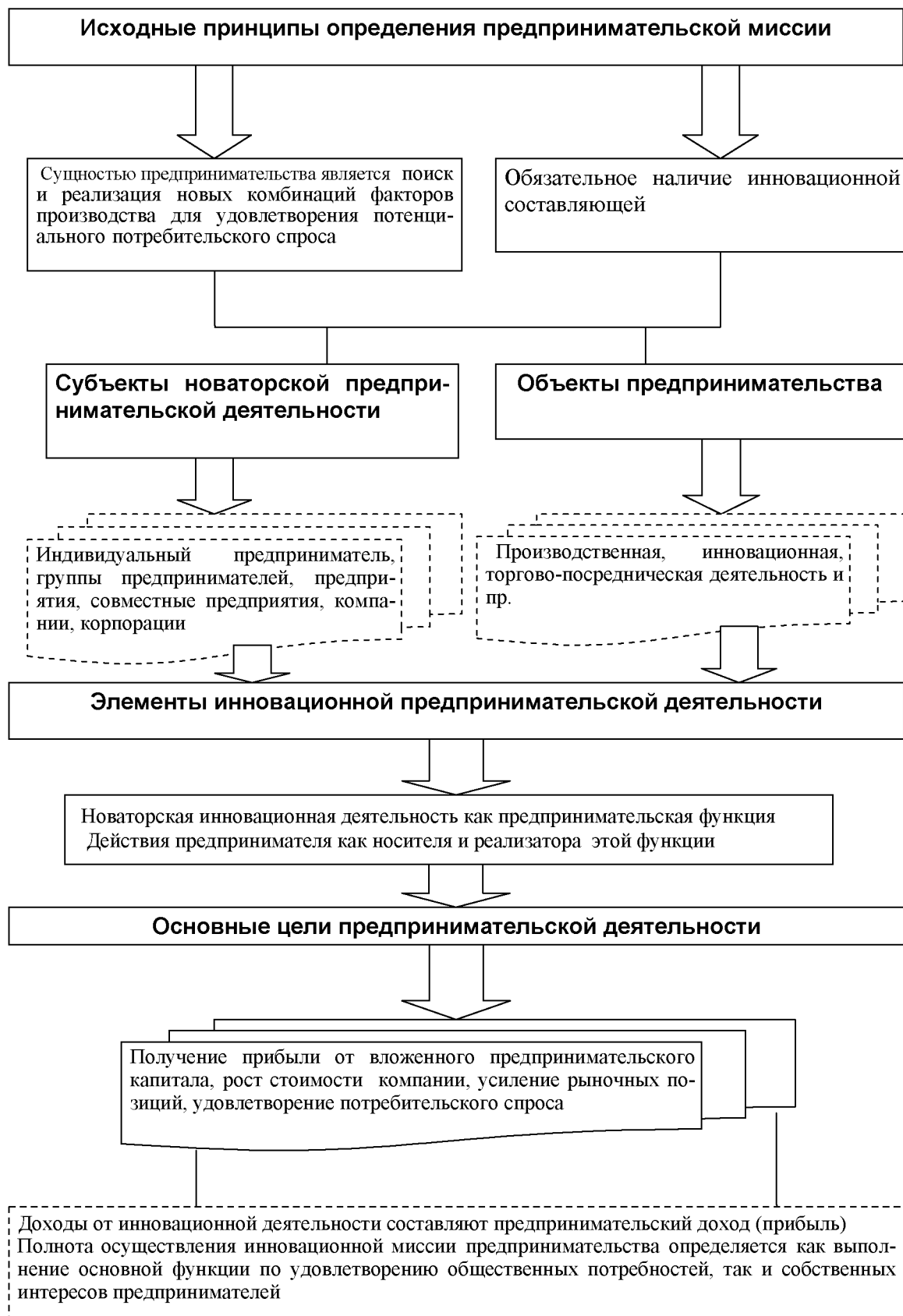


Рис. Структурная схема разработки инновационной миссии предпринимательства

4. В инновационном предпринимательстве целесообразно рассматривать два основных элемента: новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию; действия предпринимателя как носителя и распространителя данной функции. Результатом каждого типа предпринимательской деятельности является достижение поставленных предпринимателем целей. В качестве основных целей предпринимательской деятельности могут выступать:

- получение прибыли от вложенного предпринимательством капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств;
- рост стоимости компании;
- удовлетворение спроса общества на конкретные потребности его субъектов, региона или страны;
- повышение конкурентоспособности, усиление рыночных позиций.

В качестве дополнительных (внутрикорпоративных) целей могут быть использованы: накопление денежных средств для завоевания новых рынков и развития производства; оптимизация спроса потребителей на продукцию фирмы; улучшение социальных условий сотрудников и т.д. Следовательно, предприниматель при планировании и организации своей деятельности не может игнорировать настроения, желания, интересы, ожидания, оценки потребителя. В результате основной целью предпринимателя выступает необходимость «завоевать» потребителя, создать круг собственных потребителей.

Основными средствами воздействия предпринимателя на потребителя выступают следующие факторы:

- новизна товара и его соответствие интересу потребителя;
- качество, позитивные отличительные характеристики товара по сравнению с товарами других производителей;
- цена, доступность товара;
- степень универсальности товара;
- внешний вид и упаковка;
- возможность воспользоваться услугами послепродажного сервиса;
- соответствие государственным и международным стандартам;
- престижность и привлекательность рекламы товара и т. д.

Таким образом: с точки зрения общественного производства предприниматель выступает в роли активного субъекта, а с точки зрения самого предпринимательского процесса, его содержания и эффективности активную роль играет потребитель, что учитывается в предпринимательской деятельности.

5. Доходы от инновационной деятельности, т. е. от введения новых методов и приемов организации производства, составляют предпринимательский доход или предпринимательскую прибыль. Затраты при этом рассматриваются как плата, достаточная, чтобы сохранить за предпринимателем финансовые, материальные и трудовые ресурсы. Они включают и нормальный предпринимательский доход.

Поэтому даже минимальная прибыль сверх этих совокупных затрат обеспечивает стабильное положение предприятия на рынке. Доход вместе с субвенциями (целевым финансированием определенного мероприятия) из бюджета и благотворительных фондов обеспечивают самоокупаемость, высокую оплату труда менеджеров, а достижение социального эффекта – престиж в обществе и снижение коммерческого риска.

6. Наиболее полное осуществление инновационной миссии предпринимательства возможно только в случае, если наряду с реализацией общественных потребностей (выполнением собственных функций – текущих, стратегических) будут удовлетворять-

ся постоянно изменяющиеся потребности и интересы самих предпринимателей, а также создаваться благоприятные социально-экономические и правовые условия для хозяйствующих субъектов.

Поэтому осуществление предпринимательской деятельности на эффективном уровне возможно лишь при наличии определенной общественной ситуации – предпринимательской среды, включающей степень экономической свободы, наличие предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала. Важную роль играют также государственная политика в данной области; деятельность местной (региональной) законодательной и исполнительной власти; внешние условия конкретных регионов.

Использование концептуальных составляющих позволит более обоснованно с учетом инновационной специфики деятельности предпринимательства подойти к определению миссии отдельного предприятия. В процессе разработки инновационной миссии качество сформулированной миссии для конкретного предприятия (компании) можно установить по степени удовлетворения определенным критериям, таким как соответствие основному направлению деятельности предприятия, в том числе его инновационной составляющей; наличие отличительного признака, позволяющего выделять его среди других в отрасли; создание благоприятного климата и объединение сотрудников на эффективную работу в интересах предприятия.

Накопленный в российской промышленности опыт растущей активности в сфере инновационной предпринимательской деятельности показывает, что в процессе освоения новых рынков и технологий, где технологические нововведения занимают ведущее место, имеет место такое явление, как сопротивление инновационному процессу. В определенной степени это связано с необходимостью значительных издержек на внедрение нововведений, их поддержку. В то же время все большее число современных компаний, средних и мелких фирм начинает осознавать, что наиболее действенный путь повышения конкурентоспособности и обеспечения долгосрочного эффективного развития – это создание и укрепление инновационного потенциала предприятия на основе развития инновационной системы.

Инновационный потенциал характеризует способность предприятия к перспективному развитию преимущественно за счет внутренних возможностей. Предприятие, которое обладает значительным инновационным потенциалом и стремится его формировать и развивать, можно назвать инновационно активным. Сущность потенциала достаточно полно раскрывается при выявлении его структуры. Структура инновационного потенциала предприятия предпринимательского сектора может быть представлена единством четырех его составляющих: ресурсной, внутренней, внешней и результативной. *Ресурсная составляющая* включает в себя следующие основные компоненты:

- производственно-технологические ресурсы (наличие оборудования, в том числе для проведения инновационной деятельности, технологий);
- кадровые ресурсы (квалифицированный и демографический состав работников, численность исследовательского персонала, действенные механизмы мотивации);
- организационно-управленческие ресурсы (характер и гибкость управляющей системы, налаженность связей между подразделениями, скорость прохождения управляющих воздействий);
- финансовые ресурсы (состояние активов, ликвидность, наличие кредитных линий);

– научно-технические ресурсы (разнообразие технологических методов, конкурентоспособных идей, научных заделов, материально-техническое обеспечение, наличие опытно-экспериментальной базы);

– информационные ресурсы (информационное обеспечение, комплексная автоматизированная система управления).

Внутренняя составляющая характеризует:

– внутренние технологические, научно-технические и кадровые возможности создавать, производить и совершенствовать продукцию (в том числе имеющийся задел научно-технических собственных и приобретенных разработок и изобретений, включая продукты, находящиеся на разных стадиях разработки, освоения и производства), а также состояние инфраструктурных возможностей, т.е. возможности самого предприятия по осуществлению инновационной деятельности на всех этапах инновационного цикла;

– организационные возможности, обеспечивающие прохождение всех этапов инновационного цикла (разработку, производство, продажу новации), а также уровень инновационной культуры, характеризующий степень восприимчивости новшеств персоналом предприятия, его готовности и способности к реализации новшеств в виде инноваций;

– возможности предприятия привлекать ресурсы на принципах коммерческой результативности для инициирования, создания и распространения различного рода новшеств (в частности, возможности заказа новых научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по интересующей тематике, а также приобретения ноу-хау, патентов).

Внешняя составляющая, представляющая совокупность внешних условий, влияющих на инновационный потенциал предприятия, характеризует инновационный климат в экономике, который формируется под влиянием таких факторов, как степень развития законодательной базы, уровень ставки рефинансирования, система льготного налогообложения, практика коммерциализации технологий, взаимодействие власти и бизнеса. *Результативная составляющая* характеризует конечный результат инновационного процесса реализации имеющихся возможностей (в виде достижения экономического результата, получения нового продукта, новой технологии, технологического процесса). При этом результативная составляющая, являясь результатом количественного и качественного изменения, несет в себе потенциальные возможности вывода на новый уровень функционирования как инновационного потенциала, так и организационно-управленческой системы предприятия в целом.

В конечном итоге эффективность инновационных процессов на предприятии будет определяться результативностью функционирования всех составляющих инновационного потенциала в качестве элементов инновационной системы, а также взаимодействием с внешними институтами. Концепция формирования инновационной миссии предпринимательства является основой разработки стратегии инновационного развития с анализом рынка, поиском стратегических решений, развертыванием инновационной системы, выделением определенных ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новейший словарь иностранных слов и выражений. М., 2001.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.