

ИНТРАПРЕНЕРСТВО КАК МЕХАНИЗМ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**А.С. Витаховская, О.В. Володько**Полесский государственный университет,
Nastyscha31@yandex.ru, poles-druk@rambler.ru

Современный этап развития мировой экономики характеризуется дальнейшим углублением и расширением межгосударственных связей, самостоятельным выходом на мировые рынки хозяйствующих субъектов [1, с.3].

Динамика тенденций изменений экономической ситуации (и белорусской, и мировой) подтверждает необходимость дальнейшего осуществления институциональных преобразований в стране, формирования новой системы социально-экономических взаимоотношений, развития рыночных механизмов, обеспечивающих углубление взаимовыгодного сотрудничества Беларуси с иностранными государствами.

Проблемы формирования концепции обеспечения конкурентоспособности страны обусловлены новизной условий и проблем включения Беларуси в систему современных мировых экономических отношений. Задачи успешного экономического прорыва, повышения качества жизни населения страны требуют разработки национальной стратегии управления конкурентоспособностью экономики, которая во многом определяется инновационными факторами развития, возможностями организации новых производств, отвечающих современным и перспективным потребностям рынка.

Актуальность решения данной проблемы обусловлена современными вызовами мирового развития, связанными с острой необходимостью перехода промышленных отраслей отечественной экономики на конкурентоспособные инновационные траектории развития. В свою очередь это тесно связано с необходимостью реформирования промышленности, ее обновлением и модернизацией на новой технологической и управленческой основе с учетом общемировых тенденций экономического развития и особенностей развития мировых рынков в условиях глобализации.

Сегодня в мировой экономике происходят беспрецедентные геополитические изменения, обусловленные, прежде всего, глобализацией и межгосударственной экономической интеграцией [2, с.8]. Следует отметить, что эти глобальные явления являются объективным следствием других очевидных, но не менее масштабных и значимых явлений, связанных с формированием «новой экономики», или «экономики знаний».

При этом, знания, в том числе результаты исследований и разработок, во многом благодаря информационно-коммуникационным технологиям, сегодня могут тиражироваться в неограниченном количестве без уменьшения их количества в источнике, причем сам процесс тиражирования осуществляется практически без издержек. Указанное обстоятельство содержит в себе объективную предпосылку для колоссальной экономии издержек конкретных предприятий на исследования и разработки, что не просто является важнейшей специфической чертой инновационной экономики, но и с учетом стремительного роста затрат на исследования и разработки представляет собой мощнейший стимул для интеграционных процессов в национальной и мировой экономике, обуславливает целесообразность ассоциированных (коллективных) форм поведения и хозяйствования, ведет к дальнейшему обобществлению производства.

Корпоративная форма организации предпринимательской деятельности имеет широкое распространение, особенно в экономически развитых странах, является неотъемлемым элементом их экономики [2, с.9].

Актуальность темы заключается в том, что корпоративная форма организации предпринимательской деятельности позволяет своевременно использовать благоприятные изменения во внешней среде в интересах корпорации и определённые виды риска как шанс для роста предпринимательского дохода, обоснованно определять цели и перспективные направления развития предпринимательства, характерные критерии инвестиционного обеспечения процесса предпринимательства.

Развитие корпоративной формы деятельности определяется интенсификацией инновационного предпринимательства и его осуществлением внутри существующей организации. Интрапренерство (или, как его иначе называют, корпоративное предпринимательство) заключается в том, что на действующем предприятии, выпускающем определенную продукцию или предлагающем услуги, создаются условия для выдвижения новаторских идей, выделяются ресурсы для их реализации

и оказывается всесторонняя помощь для реализации этой идеи, и её практического использования [3, с.52].

С точки зрения целевой направленности, корпоративное предпринимательство является средством решения широкого спектра задач, стоящих перед белорусскими компаниями.

Проблема развития корпоративного предпринимательства с одной стороны, отражает общемировые тенденции совершенствования корпоративной предпринимательской практики, а с другой – ситуация требует научно обоснованного подхода к построению модели предпринимательской деятельности, адекватной отечественным требованиям [3, с.86].

Многообразие форм организации предпринимательской деятельности наиболее адекватно реализуется именно в корпоративных структурах, поскольку в современных экономических условиях возможности многообразных экономических и социальных отношений позволяют полнее использовать потенциал управления.

Но, и как многие структуры, корпоративное предпринимательство имеет свои недостатки. Интрапренерство порождает ряд проблем. Некоторые исследования показали, что возможны случаи, когда новые предприятия, созданные внутри уже существующих корпораций, оказались менее эффективными, чем те, что возникли на независимой базе [4, с.39].

Среди причин этих неудач следует назвать: неспособность корпораций твердо придерживаться избранного пути, недостаточная степень свободы при принятии решений на уровне автономных производственных единиц, а также корпоративная среда, мешающая проявлению творчества.

Хотя совместным предприятиям свойственны свои проблемы, их масштабы все же гораздо меньше, и, кроме того, совместные предприятия открывают возможности для приобретения определенного опыта в различных сферах деятельности, столь необходимого для самостоятельного создания нового предприятия [5, с.218]. Такой опыт помогает компании выстоять и преодолеть трудности, но, как правило, новое предприятие становится реальностью только после трех неудачных попыток его создания.

Учитывая, что успешное развитие интрапренерства сопряжено с массой трудностей, что ему противостоит высокая степень банкротств среди новых предприятий, а также учитывая уровень требований, предъявляемых к подготовленности персонала, предпринимателю следует подумать о разработке альтернативной стратегии расширения своей деятельности. Эта стратегия может включать такие элементы, как совместное предпринимательство, приобретения, а также внутрифирменное освоение нового продукта традиционными для корпорации способами. В сфере совместного предпринимательства число независимых начинаний с привлечением венчурного капитала значительно превосходит число совместных компаний с участием существующих корпораций. В среднем независимые компании не только становились прибыльными в два раза быстрее, чем внутрифирменные, но в конечном счете их прибыли в два раза превышали прибыли последних [6, с.74].

Существует множество примеров зарубежных фирм, которые, проанализировав интрапренерство и его особенности, приняли на вооружение свой собственный, глубоко разработанный вариант использования этой концепции для создания нового предприятия.

Даже такой компьютерный гигант, как IBM, пришел к выводу, что интрапренерство будет способствовать росту компании. В рамках компании была разработана концепция независимого подразделения, согласно которой каждое звено компании рассматривалось как отдельная организация со своим мини-советом директоров, способная принимать совершенно независимые решения относительно производства и продаж. Более 11 подразделений компании создали такие новые продукты, как автоматические переговорные устройства для банков, промышленные роботы, а также знаменитый персональный компьютер типа PC. Последнему подразделению была предоставлена полная свобода в деле освоения компанией IBM рынка персональных компьютеров. И.Ф. Эстридж возглавил работу своей группы по разработке и внедрению на рынок персональных компьютеров, используя при этом как службу сбыта IBM, так и розничную сеть. Независимое предприятие выросло в самостоятельное отделение со штатом, насчитывающим 10 тыс. работников, и годовым объемом продаж, превышающим 5 млрд. долл. [7].

Этот и другие примеры успешной деятельности подтверждают вывод о том, что проблемы интрапренерства не являются непреодолимыми, а его концептуальные установки могут привести к созданию новых продуктов, росту компании и формированию совершенно новой корпоративной атмосферы и культуры.

Итак, интрапренерство является именно тем механизмом, который способен активизировать инновационную деятельность на предприятии любой сферы деятельности. Интрапренерство поз-

воляет синтезировать предприимчивость, инновационное поведение и передовые технологии малой фирмы с финансовой, маркетинговой мощью и каналами распределения продукции крупного предприятия, что порождает значительное конкурентное преимущество.

Для успешного становления и развития интрапренерства на белорусских предприятиях необходимо обеспечить поддержку и стимулирование его внедрения. На стадии перехода Беларуси на инновационный путь развития интрапренерство можно рассматривать как один из путей повышения инновационной активности белорусских предприятий.

Список использованных источников:

1. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика»/ Т.Г. Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2008. – 295 с.
2. Яковлев, Г.А. Организация предпринимательской деятельности/ Г.А. Яковлев. – М., Инфа–М., 2010. – С.267.
3. Лапуста, М.Г. Предпринимательство: Учебник/ М.Г. Лапуста, А.Г. Поршнев, Ю.Л. Старостин, Л.Г. Скамай/ под ред. М.Г. Лапусты. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА–М, 2007. – 667с.
4. Жабин, А.П. Интрапренерство как инструмент управления инновационной активностью предприятия. Вестник Самарского государственного экономического университета/ А.П. Жабин, Е.А. Кандрашина, Е.П. Трошина. – Самара, № 6(56), 2009. – С. 38–44.
5. Гамидов, Г.С. Основы инноватики и инновационной деятельности/ Г.С. Гамидов, В.Г. Колосов, Н.О. Османов [и др]. – СПб.: Политехника, 2000. – 323 с.
6. Фаткин, Л.В. Интрапренерство в хозяйственных организациях. Проблемы теории и практики управления/ Л.В. Фаткин. – М.: 2010. – С. 451.
7. Brandpedia [Электронный ресурс]/ История бренда IBM. – Режим доступа: <http://www.brandpedia.ru/index.php?name=Encyclopedia&op=content&tid=36> – Дата доступа: 14.09.2013.