

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС КАК ПОЗИТИВНЫЙ СТИМУЛ В ПОИСКЕ СМЕЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ

М.В. Каур

*Институт экономики и управления ЕСОМЕН,
г. Таллин, Эстония*

Сегодняшний кризис в мировой экономике отразится негативно, прежде всего, на простых людях. Многие должны будут отказаться от привычного повседневного образа жизни для себя и своей семьи. Многие потеряют работу, что приведёт к общему понижению уровня жизни и росту социальной напряжённости в обществе.

Известно, что во времена серьёзных экономических потрясений, как правило, со стороны общества повышается интерес к образованию, науке и технике, искусству и политике. Мудрые правительства и руководители развитых стран мира во время кризиса увеличивали инвестиции в науку и образования. Хорошим примером здесь может служить период экономического застоя 1970-х гг. в Северных Странах, когда правительство Финляндии, чтобы поднять промышленный и научный потенциал страны, серьёзно инвестировало в образование и науку, и это дало возможность многим получить бесплатное образование. И результат не заставил себя долго ждать: экономический феномен и гордость Финляндии – NOKIA – стала ведущей мировой кампанией и символом инновационных преобразований в XX веке. Отрадно признать, что и сейчас, учитывая тенденции развития мирового экономического кризиса, Финляндия и даже небольшая Эстония, прислушиваясь к советам учёных, наряду с такими странами, как США, Китай, Индия и Россия, увеличивают инвестиции в науку и образование, словом, в человеческий потенциал.

По прогнозам учёных, в 2013 году начнётся новый экономический подъём, а с ним – и новая эпоха развития человеческих ценностей, культуры, образования, науки и общественных отношений. И чтобы быть готовыми к периоду расцвета, нужно сейчас учиться и инвестировать в науку и в человека.

Капиталы любят разумные инвестиции

На Востоке есть хорошая пословица, что деньги любят мудрых. В Европе и в целом на Западе, в том числе в Эстонии, в сущности, отсутствует культура расходования средств. В средней и высшей школе на лекциях говорится в основном об инвестициях и о росте капитала, но не о том, как с умом эти капиталы, деньги тратить. Хорошим примером здесь могут служить страны, богатство которых основано на природных ресурсах ископаемых – золота, алмазов, нефти и газа. В школьных программах этих государств есть циклы лекции о том, как цивилизованно и рационально тратить деньги.

Эстония со своей стороны может продемонстрировать лишь быстрый рост популярности SMS-кредитов, которые являются дешёвой приманкой для людей, которые не утруждают себя мыслями о том, сколько действительно стоят эти «быстрые» деньги. Небольшую сумму легко занять, но тяжело отдавать. Прежде, чем «повестись» на какую-либо очередную кампанию, следует тщательно взвесить свои реальные финансовые возможности, задуматься, так ли необходим тот или иной товар или услуга. Если деньги любят мудрых, то надо становится финансово мудрыми, тогда и кошелек будет толще, и будущее – стабильней.

Кризис преодолеют мудрые

Мы почему-то начинаем играть в инвесторов именно во время кризиса, рискуя потерять последнее. Даже те, кто ничего не смыслит в бирже и котировках, активизируются и начинают лихорадочно снимать со счетов накопления и вкладывать их в совершенно ненадёжные места, в результате чего проигрывают. Почему же, когда дело касается денег, люди часто теряют остатки разума?

Давно уже было замечено, что деньги – не просто общепризнанный эквивалент стоимости товаров, а почти живые существа или живой организм. Великий Гейне в своё время очень точно подметил: «Старый добрый луидор умнее человека: в беспокойное время деньги прячутся в сундуки и скромно пережидают, а в хорошие годы вылезают оттуда, становятся беззаботными и предлагают сами себя задорого».

Деньги имеют свой характер, могут, как и человек, быть боязливými или смелыми, сами чувствуют, как и где им будет лучше. Только человек постоянно мешает им, заставляя работать, когда надо бы спрятаться, и тратит их на глупости, когда им самое время приумножаться. Самые опытные игроки догадываются об этом феномене, но из-за страха расстаться с капиталом не могут полноценно осознать его: эмоции мешают принимать верные решения.

Мы же относимся к деньгам как к сокровищу, которое надо беречь как зеницу ока. Или, в лучшем случае, как к средству для приобретения вещей и еды. Но не как к живому существу, которое живёт по своим законам. И пожинаем плоды.

Новая наука – нейроэкономика!

Совсем недавно появилась новая наука, которая призвана пролить свет на психологию принятия человеком финансовых решений – нейроэкономика, гибрид медицины, экономики и психологии.

«Под влиянием сильных эмоций или прилива энергии люди часто действуют даже вопреки собственному ощущению здравого смысла, – говорит, известный во всем мире профессор Университета в Питтсбурге Лоэнстин. – Если мы сможем синтезировать какое-нибудь лекарство, изменяющее химию мозга в той области коры, что ответственны за стремление к риску, мы научимся регулировать процессы импульсивного принятия решений».

В ходе исследований коры головного мозга выяснилось, что за неверные финансовые решения и повторение тех же ошибок отвечают так называемые веретенообразные клетки в определённых участках мозга. Они активны именно в то время, когда мы теряем свои кровные или ожидаем их потери. Эти клетки можно представить себе в виде множества маленьких рабочих, которые держат в руках таблички: «Не трогать!», предохраняя нас от риска, но и не позволяя подумать и рискнуть с умом.

Вот результаты проведенного американскими психологами Д. Канеманом и А. Тверски в 1979 году исследования. Найдены причины общих человеческих заблуждений.

Наше финансовое поведение зависит от начальной покупной стоимости товара. Чем о больших числах идёт речь, тем более эмоциональными и непоследовательными мы становимся. Так, если цена приобретённой нами акции упадет со 100 евро до 80, это нас расстроит больше, чем падение другой акции с 40 евро до 20.

Денежные потери повышают готовность к риску: мы склонны пытаться «отыграть» утраченное. В конце неудачного дня на ипподроме человек скорее поставит на самую негодную лошадку, чем с утра, когда неудачи ещё не сломили его силы.

Мы любим выигрывать, но проигрывать ненавидим в два раза больше. Если предоставляется возможность заключить пари на 10 евро, нам это неинтересно, а вот если призом будет 20 евро, а в случае проигрыша сумма останется неизменной, согласимся.

Мы психологически склонны увеличивать свои проигрыши и ограничивать шансы сохранить или приумножить нажитое. Никто не хочет признавать свои ошибки, сознаваться в своей полной несостоятельности. И поэтому мы, уверенные в своих потрясающих способностях, вынимаем капитал из игры, когда курсы растут, и слишком долго ждем, когда те опускаются ниже некуда.

Кроме того, у нас совершенно особое отношение к деньгам с детства. Мы слишком от них зависим. Ещё всем нам знакомый Джек Лондон сказал: «Если бы люди так не уважали деньги, их было бы труднее грабить». В экономике это называется «эффект обладания».

Мы так ценим деньги, так боимся их потерять, что в итоге загоняем сами себя в ловушку и всё теряем. А для тех, кто эту жадность преодолел и научился деньги не «уважать», но понимать и заставлять на себя работать, отношения «я – деньги» становятся выгодным симбиозом.

Современная инновационная инфраструктура

Известно, что экономический кризис способен стать позитивным стимулом к поиску современных инновационных идей. Поиск новых идей – это только начало пути предпринимателя-инноватора. Здесь требуется не только умение творчески мыслить и находить новые решения, но и понимать расстановку сил, действующих в сложившейся экономической обстановке. Отсутствие финансовых средств на разработку инновационных продуктов является одним из наиболее серьёзных препятствий для малых предприятий, стремящихся работать в инновационной сфере, поскольку главной головной болью предпринимателя во все времена остается проблема: где взять капиталы? И эта проблема сегодня решается с большим трудом. Поэтому, приступая к реализации нового проекта, необходимо тщательно взвесить всё «за» и «против».

В мировой экономической литературе отмечаются три функции предпринимателя. Первая из них – ресурсная. Для любой хозяйственной деятельности необходимы материальные факторы (средства производства) и работники с достаточными знаниями и умениями.

Вторая функция – организаторская. Её сущность: обеспечить такое соединение факторов производства, которое лучше всего способствует достижению поставленной цели.

Третья функция предпринимателей – творческая, связанная с организационно-хозяйственным новаторством.

Роль инновационной деятельности резко возросла в условиях современного научно-технического прогресса и развития неценовой конкуренции. Сейчас быстро растёт рынок научно-технических разработок, расширяется бизнес, занятый внедрением новинок техники и технологии.

Совершенствуется информационная инфраструктура предпринимательства, расширяется доступ к полезной информации в государственных органах, укрепляются патентно-лицензионные службы, развивается сеть банковских информационных данных, накапливаемых с помощью электронно-вычислительных машин, и др.

В ведущих западных странах заблаговременно определены перспективные направления инновационного предпринимательства на XXI столетие:

а) использование мирового информационного рынка для очень быстрого внедрения технологических новинок (Япония);

б) прогресс промышленных технологий, которые обеспечивают успех во всех областях науки и техники (Германия, Великобритания, Франция);

в) наращивание интеллектуального уровня работников, их образования и квалификации, от чего зависит технологический потенциал бизнеса (США). Поскольку центр тяжести в функциях предпринимателя переместился на новаторство, то предъявляются новые требования к личности предпринимателя, к его психологической характеристике.

Разумеется, о современной фирме можно судить по её предпринимателю. Предприниматель – это инициативный человек, который берёт на себя ответственность и риск за дела на предприятии. Чтобы разобраться в существе его деятельности, надо рассмотреть все виды предпринимательства. Предпринимательство можно классифицировать по двум основаниям; по его масштабам и характеру деятельности.

В условиях современной экономики, когда промышленный подъём невозможен без активизации инновационной и инвестиционной деятельности, роль малых предприятий возрастает в общем исторически необходимом процессе социально-экономического развития. Высококвалифицированные учёные, конструкторы, инженеры могут найти применение своей невостребованной интеллектуальной собственности подчас только в малых предпри-

ятях, в которых могут собираться активные силы для оживления научно-технической и инновационной деятельности, и на этой основе способствовать подъёму промышленности.

По масштабам инициативная деятельность подразделяется на следующие виды. Индивидуальное предпринимательство – любая созидательная деятельность одного человека и его семьи (создаются торговые лавки, небольшие аптеки, химчистки и т. п.).

Коллективное предпринимательство – полезным делом занят какой-то коллектив. Оно включает: мелкий и средний бизнес (в США к мелкому бизнесу относят предприятия с числом работников до 500 человек, в нашей стране – с существенно меньшим); крупный бизнес – как правило, огромные акционерные общества, насчитывающие тысячи людей.

По своему характеру предпринимательский труд включает несколько форм.

Некоммерческое предпринимательство – предпринимательство, не связанное с продажей продукции ради обогащения. Такая благотворительная деятельность ведётся культурно-просветительскими и другими организациями. Например, в США 3/4 семей делают взносы на подобные цели (в 80-е годы они составляли в среднем 790 долларов в год на семью). На их долю приходится 90% всех средств благотворительных фондов, а 5% поступает от корпораций.

Коммерческая деятельность, или бизнес – занятие, приносящее доход. В неё входят: производственный бизнес – профессиональный спорт, концертная деятельность и т. п.; торговый бизнес – на предприятиях торговли; бизнес в сфере услуг, например, туристический сервис, юридическая контора; производственный бизнес – доходное дело на предприятиях в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве и др.

Предпринимательство может проявляться в любой хозяйственной системе. Оно может быть и на государственном предприятии. Однако здесь инициатива руководителя фирмы ограничена жёсткими рамками приказов и инструкций вышестоящих органов. В условиях рынка успех приносит совершенно иной тип предпринимательства. Как для жизни каждого человека нужен кислород, так для бизнесмена важна свобода его хозяйственной деятельности. Это возможность по своему усмотрению использовать принадлежащее ему, арендуемое или переданное в пользование имущество. Это свобода определять, что и как производить, выбирать поставщиков и потребителей, назначать цены, распоряжаться прибылью, остающейся после уплаты налогов, и решать иные производственные вопросы. В последние десятилетия приватизация государственных предприятий и рост производства на Западе значительно расширили предпринимательскую деятельность.

По сравнению с 60-ми годами общее число бизнесменов выросло в Японии в два раза, в США – более чем в 2,5 раза. Численный рост зачинателей новых хозяйственных дел сочетается с повышением значения функций, выполняемых организаторами бизнеса.

Фирма «Мак-Бер энд Компани» (США) в своих исследованиях выделила наиболее важные личные качества удачливого бизнесмена: поиск возможностей и инициативность (готов к неоднократным усилиям, чтобы встретить вызов или преодолеть препятствия, меняет намеченную линию поведения, чтобы достичь цели); готовность к риску (предпочитает ситуацию умеренного риска, осуществляет действия, чтобы уменьшить риск или контролировать результаты); ориентация на эффективность и качество (находит пути делать вещи лучше, быстрее и дешевле); вовлечённость в рабочие контакты (принимает на себя всю ответственность и идёт на личные жертвы для выполнения работы, берётся за дело вместе с работниками или вместо них); целеустремлённость (ясно выражает цели, имеет долгосрочное видение); стремление быть информированным (лично собирает сведения о клиентах, поставщиках, конкурентах); систематическое планирование и наблюдение (планирует, следит за хозяйственными показателями и использует их для принятия решений); способность убеждать и устанавливать деловые и личные связи; независимость и уверенность в себе (стремится к независимости от правил и контроля других людей, верит в свою способность выполнять трудные задачи).

Выводы «Мак-Бер энд Компани» могут служить своего рода тестом. При этом важно иметь в виду, что одни из необходимых качеств бизнесмена – врождённые, другие – результат развития природной предрасположенности, а третьи – следствие обучения и практического опыта. Отсюда следует вывод, что в определённом смысле инноватике можно научить (обучить).

Если вы уже всерьёз задумываетесь, стоит ли всё-таки заниматься инновационной деятельностью, или вы уже твёрдо решились на это, но не знаете, с чего начать, то модуль «Инновационная деятельность МП» именно для вас.

Мы знаем, что современный научно-технический прогресс немыслим без интеллектуального продукта, получаемого в результате инновационной деятельности. Под инновацией (англ. innovation – нововведение, новаторство) мы понимаем «инвестицию в новацию» как результат практического освоения нового процесса, продукта или услуги.

Новация (лат. novation – изменение, обновление) представляет собой какое-то новшество, которого не было раньше: новое явление, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей и т.п.

Немаловажную роль играет и инновационный процесс, который представляет собой последовательность действий по инициации инновации, по разработке новых продуктов и операций, по их реализации на рынке и по дальнейшему распространению результатов. Инновационный процесс включает в себя семь элементов, соединение которых в единую последовательную цепочку образует структуру инновационного процесса.

К этим элементам относятся: инициация инновации; маркетинг инновации; выпуск (производство) инновации; реализация инновации; продвижение инновации; оценка экономической эффективности инновации; диффузия (распространение) инновации.

Началом инновационного процесса является инициация. Инициация – это деятельность, состоящая в выборе цели инновации, постановке задачи, выполняемой инновацией, поиске идеи инновации, её технико-экономическом обосновании и в материализации идеи. Материализация идеи означает превращение идеи в товар (имущество, новый продукт и т.д.).

Мы знаем, что инновационное предпринимательство как бизнес-процесс включает в себя следующие стадии: поиск инновационной идеи и её оценка, составление бизнес-плана инновационного проекта, поиск необходимых ресурсов, управление созданным предприятием.

Мы знаем также, что в современных условиях разработка инновационного проекта должна быть сосредоточена на конкретных рыночных потребностях. Научно-технические работники могут стремиться к очень высокому уровню параметров нового изделия, что не всегда соответствует реальным требованиям потребителей и может привести к снижению прибыльности продукта.

Заметим, что разработка инновационной стратегии редко бывает чисто формальной, и сама стратегия должна постоянно корректироваться с учётом изменяющейся внешней среды и внутренних условий в организации. Поэтому задача руководства предприятия состоит не только в том, чтобы грамотно сформулировать стратегию, но и в том, чтобы правильно выбрать механизм её реализации с учётом особенностей вашего бизнеса и условий внешней среды на рынке.

Приёмы инновационного менеджмента можно разделить на следующие группы. Приёмы, воздействующие только на производство инновации. Приёмы, воздействующие как на производство, так и на реализацию, продвижение и распространение инновации. Приёмы, воздействующие только на реализацию, продвижение и распространение инновации.

Приёмы, воздействующие только на производство инноваций, имеют своей единственной целью создание нового продукта или новой операции (технологии) с высокими качественными параметрами. К этим приёмам относятся бенчмаркетинг, способы маркетинговых исследований и планирование маркетинга инноваций.

Реинжиниринг развития вызывается снижением объёма продажи продукта (операции) в связи с тем, что действующая структура организации и управления хозяйственным процессом продавца по своему уровню развития уже достигла того определённого предела, выше которого продажа инновации невозможна.

Реинжиниринг развития рассчитан на внедрение инновации для перспективной перестройки бизнес-процесса и предполагает переход от бизнес-процесса к бизнес-процесс-реинжинирингу.

Ценовой приём управления в инновационном менеджменте представляет собой способ воздействия механизма цен на реализацию инновации.

Ценовой прием управления включает в себя два основных элемента:

Ценообразующие факторы, действующие на стадии производства инновации; ценовую политику, применяемую при реализации, продвижении и распространении инновации.

Ценообразующие факторы при производстве нового продукта или операции бывают внешними и внутренними, однако решающее значение имеют именно внешние факторы.

В данной работе автор постарался рассмотреть и приблизиться к решению важной прикладной экономической задачи, сущность которой заключается в исследовании организации инновационной деятельности в промышленности и разработке методического и нормативно-правового обеспечения ориентации деятельности малых предприятий в научно-технической и инновационной сферах.

Ещё один из важных выводов, который вытекает из вышесказанного: совершенствование инновационной системы в условиях современной мировой экономики, особенно в период кризиса, следует в первую очередь рассматривать с позиции поддержки обучения и развития личности, обеспечения её повсеместной и эффективной инвестиционной и социально-гуманитарной поддержкой.

Список использованных источников

1. Барабанер Х. З. Эколого-социально-экономический анализ прогнозов развития человечества. Сборник трудов Института экономики и управления. Выпуск VII. Таллин: Институт экономики и управления ECOMEN, 2008. – 5 с.
2. Бронштейн М. Л. История выбирает мудрых. Молодёжь Эстонии, 09.10.2008 – 6 с.
3. Краюхин Г. А. Современные проблемы экономики и организации промышленных предприятий. Теорет. и науч.-практ. сб. науч. тр. Вып. 2/СПб.: СПбГИЭУ, 2002. – 192с.
4. Лукьянов А. С. Инновации: поиск и рождение нового. Таллин: Институт экономики и управления ECOMEN – А. Лукьянов. 2008. 192 с.
5. Аполинский А. В. Управление инновационными high-tech проектами в регионах Эстонии. Сборник трудов Института экономики и управления. Выпуск V. Таллин: Институт экономики и управления ECOMEN, 2007. – 17 с.

УДК 338.31

ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОМ ГЛАВНЫХ КОМПОНЕНТОВ

А.А. Кахро

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Производственная эффективность – во многом абстрактная категория, так как её нельзя достаточно точно описать каким-то одним показателем, а большинство обобщённых оценок