

3. Рикардо Д. Соч. Т.1. М., 1955.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т.1. М., 1955.
5. Прудон Ж. П. Что такое собственность? Или исследование принципа права и власти. СПб., 1907.
6. Менгер К. Основания политической экономии. М., 1992.
7. Коуз Р. Фирма, рынок и право. М., 1993.

М.И. ЯНУКОВИЧ

ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ И ИННОВАЦИОННОСТЬ КАК ТИП ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Предпринимательство в целом, в любой его форме имеет огромное значение для развития экономики, являясь по существу низкочувствительной стратегией экономического роста, повышения производительности труда, создания новых рабочих мест и ускорения технического прогресса. В этом случае трактовка предпринимательства выходит за рамки традиционного понимания как организации нового собственного бизнеса и приобретает в интерпретации П. Друкера черты определения Ж.-Б. Сея: "Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области с низкой производительностью в область с высокой производительностью и большей прибыльностью" [1, 74].

Предприимчивость, понимаемая как готовность и способность ставить и творчески решать новые проблемы, желание и умение использовать новые шансы и обстоятельства, а также гибкая приспособляемость к изменяющимся условиям становится определяющей характеристикой экономического поведения предпринимателей в противовес бюрократизированности, архаичности.

Как составная часть культуры предприимчивость формируется годами. В этом смысле вполне можно согласиться с П. Друкером: "Никто не рождается предприимчивым, предпринимательство — это скорее просто проявление правильного поведения, следование определенным принципам" [2, 13].

Важнейшим принципом и целью предприимчивости является широко понимаемая инновационность (деятельность определенного типа, сердцем которой будет инновация), а вследствие этого рационализация деятельности, повышение ее эффективности. Такие факторы предприимчивости, как стратегия, организация, техника управления взаимно дополняют друг друга и обуславливают эффект инновационной идеи. Инновация — это специфическая функция предприимчивости, которая является необходимым условием инновационности и эффективности, а они, в свою очередь, будут и результатом предприимчивости. Другими словами, предприимчивость материализуется в форме любого типа инноваций, влияющих на ускорение развития предприятия.

Важно отметить, что понятия "инновационность" и "предприимчивость" синонимичны в достаточно общем, широком социально-экономическом понимании, но являются антиподами понятиям "бюрократизированность", "архаичность". В новаторстве и инновационности как общеэкономических и

Михаил Ипполитович ЯНУКОВИЧ, аспирант кафедры экономической теории БГЭУ.

филологических категориях поведения, выделяют инновационность и новаторство как деятельность на передовом научно-техническом направлении, а следовательно, деятельность рискованная и неопределенная.

Если брать понятие "инновация" в самом простом понимании, то практически всегда это понятие будет связано с чем-то новым, его изобретением или внедрением, осуществлением каких-либо прогрессивных изменений. Термин "инновация" происходит от латинского *in novato*, что означает обновление или улучшение. Примерно так его трактуют различные толковые словари. Именно ориентация на свойства новизны, изменений, подчеркивание характера возникновений инноваций делает такой подход основой для классификационных определений инновации. Понятия "инновация", "инновационный процесс" несут в определениях и технический, и экономический, и организационный характер, предметом инновации могут быть и продукт, и производственный процесс, и организация.

Первой, наиболее полной, стала характеристика инновации и инновационных процессов, данная И. Шумпетером в работе "Теория экономического развития". Ставшее классическим, это определение предполагает постоянный процесс внедрения "новых комбинаций" — изменений в развитии производства и рынка. В тридцатых годах Шумпетер уже использовал и само понятие "инновация", подразумевая под этим изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации производства.

При широком подходе существует немало однотипных определений инновации, когда она трактуется как любой переход из первоначального в новое состояние, любое изменение во внутренней структуре хозяйственного организма. Ф. Котлер считает, что понятие "инновация" относится к любой ценности, воспринимаемой как новое.

Достаточно интересный подход у П. Друкера, который даже выводит инновации за рамки общественного производства. У него инновация "не должна быть технической, она даже не должна быть чем-то материальным", это скорее общеэкономическое или социальное явление. "Инновация является особым инструментом предприимчивости, действием, придающим ресурсам новые возможности создания богатства" [3, 41]. Здесь опять выходим на самое общее понимание инновации как особой ценности, которая в данное время, в данном месте воспринимается людьми как новая.

Многие авторы склоняются к более узкому, научно-технологическому пониманию инновации, сведению ее к внедрению новых изделий и технологий (например, понимают ее как "комплекс технических, промышленных и торговых действий, направленных на внедрение на рынок нового усовершенствованного технологического процесса или изделия" [4, 19], или по определению ОЭСР "технологическое нововведение — это новое приложение научных и технических знаний, приводящее к рыночному успеху") [5, 8].

Собственно, особых споров по поводу большей правильности общеэкономического и технологического определения даже не возникает — ведь это скорее вопрос задач исследования и уровня анализа. Во всех подходах просматриваются общие характеристики, т.е. инновация

— это целесообразное и полезное изменение предшествующего состояния, предложенное человеком;

— это изменение, которое должно получить практическое применение; является средством реализации целей развития, повышает эффективность;

удовлетворяет определенную общественную потребность.

Подчеркивая сложный системный характер инновации (нововведения) как процесса, можно ее определить как "совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных продуктов и к ком-

мерческому использованию новых и улучшенных производственных процессов и оборудования" [5, 8], а еще точнее "нововведение — это процесс или конечный результат этого процесса, в ходе которого научная идея или техническое изобретение доводится до стадии практического использования и начинает давать экономический эффект" [6, 5].

Процесс создания инноваций является чрезвычайно сложным, так как связывает три различные сферы человеческой деятельности, которые подчиняются различным законам, — науку, технику, производство в единую цепь общественного прогресса. В связи с этим инновационный процесс является сложным комплексным межорганизационным процессом, обладающим динамикой и вероятностным характером. Это делает многие характеристики такой деятельности изначально заданными, внутренне и логично присутствующими, в отличие от более традиционных, стабильных процессов, где эти черты или отсутствуют вообще (хотя в этом случае можно говорить о бюрократизированности и архаичности, т.е. еще более отдаленной ступени), или выявляются время от времени, по мере необходимости.

Современные исследователи используют понятие "инновационный динамизм", придавая инновационности динамическую интерпретацию. Инновационный динамизм является одной из движущих сил экономики и зависит от: объема знаний (технических, общих, организационных, экономических), которыми обладают люди; практических, технических и организационно-экономических умений и навыков; готовности людей к внедрению инноваций; технических средств.

Совокупность инновационных процессов в масштабе фирмы, отрасли или всего общества, а также интенсивность протекания таких процессов заключаются в понятии "инновационная активность" (оно в чем-то сходно с понятием "инновационный динамизм", уже рассматриваемому).

На инновационность субъекта воздействуют две группы факторов: финансово-экономические и организационно-технические. Первые определяют желание субъекта создавать и внедрять инновации на предприятии, а вторые — возможности осознания и усвоения инноваций этим предприятием.

К внутренним факторам инновационности (как и предприимчивости) можно отнести организационную систему предприятия, организационную культуру, инновационный климат, стиль управления, систему мотиваций, техническую оснащенность предприятия, профиль выпускаемой продукции, уровень квалификации персонала, активность руководства предприятия, финансово-экономическую систему.

Внешние факторы отражают влияние различных элементов ближайшего и более отдаленного окружения на инновационную деятельность предприятия (например, характер рынка, финансово-экономическая система, уровень образования и культуры и др.)

На макроуровне такая характеристика, как инновационная способность, отражает способность (страны, общественного производства) воспринимать и распространять в масштабе всей экономики и других сфер общественной деятельности новые технологии и продукты. Инновационная способность — это не количество новейших технологий и т.п., это структурная характеристика общественного производства, организации всей общественной жизни в стране.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Drucker P.F.* Innovation and Entrepreneurship. Practice and principles. N.Y., 1985.
2. *Drucker P.F.* The discipline of innovation // Harvardbusiness Review. 1985. № 3.
3. *Друкер П.Ф.* Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. М., 1992.
4. *Хучек М.* Инновации на предприятиях и их внедрение. М., 1993.
5. *Коротаев А.С.* Нововведения в промышленности США: разработка и внедрение. М., 1981.
6. *Гвишиани Д.М., Громека В.И.* Теоретические аспекты исследований инновационного процесса и формирование инновационной политики // Инновационная политика развитых капиталистических государств, М., 1990.