

005.21

ГЗ71

Е. А. Герасимова
А. Н. Чаплина

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

Монография



Красноярск • 2013

**Е. А. Герасимова
А. Н. Чаплина**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ**

Монография



УДК 005.21+334.7]:001.895:338.46

ББК 65.291.213 : 65.206-551

Г 37

Рецензенты:

*доктор экономических наук, профессор Катанеева М. А.
(ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный
технологический университет»);*

*доктор экономических наук, профессор Ерыгина Л. В.
(ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный аэрокосмический
университет имени академика М. Ф. Решетнева»)*

Авторы:

*доктор экономических наук, профессор Чаплина А. Н.
(Торгово-экономический институт*

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»);

*кандидат экономических наук, доцент Герасимова Е. А.
(Торгово-экономический институт*

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»)

Герасимова Е. А.

Г 37 Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина; под ред. А. Н. Чаплиной ; Торг.-экон. ин-т СФУ – Красноярск, 2013. – 228 с.

ISBN 978590431471-2

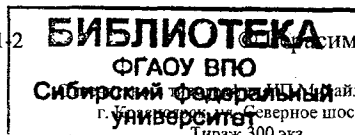
В монографии рассмотрены следующие положения: сущность инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг, определены стратегические направления инновационного развития сферы услуг, предложены методы анализа и оценки уровня инновационного развития предпринимательских структур. На основе теоретической литературы, статистических данных и практических разработок проведен обширный анализ тенденций и закономерностей развития предпринимательства в сфере услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске. Авторами предложена методика анализа и выбора экономически предпочтительного варианта стратегии развития предпринимательской структуры сферы услуг, механизм ее реализации. Издание предназначено научным работникам, специалистам по управлению, преподавателям вузов, студентам экономических и технических специальностей.

531948

УДК 005.21+334.7]:001.895:338.46

ББК 65.291.213 : 65.206-551

ISBN 978590431471-2



Герасимова Е.А., Чаплина А.Н., 2013

ФГАОУ ВПО

Сибирский федеральный университет

г. Красноярск, Северное шоссе, 37

Тираж 500 экз.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	6
1. Теоретические основы инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг	7
1.1. Предпринимательские структуры сферы услуг как объект исследования	7
1.2. Сущность инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг	19
1.3. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг	31
1.4. Методы анализа и оценки уровня инновационного развития предпринимательских структур	42
Вывод	51
2. Мониторинг тенденций и закономерностей функционирования и развития предпринимательских структур сферы услуг	53
2.1. Экономико-организационные проблемы развития предпринимательских структур в условиях изменения факторов внешней и внутренней среды	53
2.2. Основные тенденции и закономерности развития предпринимательства в сфере услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске	89
2.3. Выявление ключевых факторов, влияющих на уровень развития предпринимательства в сфере услуг	113
2.4. Программы развития и поддержки предпринимательства, разработанные и внедряемые на государственном уровне	124
Вывод	140
3. Методика анализа и выбора экономически предпочтительного варианта стратегии развития предпринимательской структуры	142
3.1. Сущность понятия «методика» в системе управления	142
3.2. Методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг	151
3.3. Механизм и оценка эффективности реализации стратегии инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг	163
Заключение	174
Библиографический список	178
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ А «Предпринимательство», «предпринимательская деятельность», «предприниматель» - трактовки разных авторов</i>	<i>185</i>
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Б Классификация предпринимательства</i>	<i>187</i>
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ В Классификация предпринимательских структур</i>	<i>188</i>

<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Г</i> Классификация услуг по видам деятельности.....	189
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Д</i> Концепция стратегического управления.....	190
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Е</i> Определения понятия «стратегия», отражающие усложняющийся характер развития подходов по стратегическому управлению.....	191
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ж</i> Распределение среднегодовой численности занятых в экономике Красноярского края по видам экономической деятельности в 2009-2010 гг.....	192
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ З</i> Структура расходов населения России на платные услуги	193
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ И</i> Структура платных услуг населению в 2010г.....	194
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ К</i> Динамика цен на платные услуги в среднем по Российской Федерации, в % к 2003г.	196
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Л</i> Основные понятия торговли. ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения».....	197
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ М</i> Число хозяйствующих субъектов торговли РФ 2005-2010 гг.	198
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Н</i> Распределение оборота розничной торговли по формам собственности	199
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ О</i> Распределение оборота розничной торговли по формам торговли.....	200
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ П</i> Оборот розничной торговли торгующих организаций и индивидуальных предприятий, осуществляющих деятельность вне рынка/розничных рынков и ярмарок	201
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Р</i> Структура Индекса условий для развития МСБ	202
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ С</i> Профиль Красноярского края по основным индикаторам бизнес-климата	203
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Т</i> Задачи и деятельность МАУ «Центр содействия малому и среднему предпринимательству»	204
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ У</i> Цели АНО «Красноярского городского инновационно-технологического бизнес-инкубатора».....	205
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ф</i> Цели и задачи Красноярского технопарка	206
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Х</i> Задачи и деятельность ОАО «Красноярского регионального агентства поддержки малого и среднего бизнеса»	207
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ц</i> Механизм работы органов управления и разработки политики поддержки МСБ.....	208
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ч</i> Механизм работы финансовых органов поддержки МСБ.....	209
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ш</i> Механизм работы информационно-консалтинговых структур поддержки МСБ	210
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Щ</i> Краевое государственное бюджетное учреждение «Центр занятости населения города Красноярска»	214
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Э</i> Инновационные проекты, реализуемые малыми предприятиями города Красноярска.....	215

<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Ю</i> Основные формы стимулирования инновационной деятельности малых и средних предприятий зарубежных стран	217
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ Я</i> Формальные модели и матрицы	218
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 1</i> Матрица видения.....	220
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 2</i> Методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры.....	225
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 3</i> Организационно-экономический механизм инновационного развития ПС сферы услуг	226
<i>ПРИЛОЖЕНИЕ 4</i> Оценка эффективности реализации стратегии инновационного развития ПС сферы услуг	227

ВВЕДЕНИЕ

Переход российской экономики к рыночным отношениям неизбежно связан со становлением и развитием предпринимательства. Последнее обусловлено тем, что рыночные условия хозяйствования, в которых функционируют и развиваются сегодня организации, требуют применения нововведений во всех сферах, а эту задачу можно решить с помощью именно предпринимательской деятельности. Вместе с тем, в системе рыночных отношений важное значение имеет доля сферы услуг в ВВП страны, которая характеризуется ростом. Данная динамика свидетельствует о развитии предпринимательства в этой сфере, однако, оно могло бы происходить более быстрыми темпами, нежели сейчас. Это касается и г. Красноярска, и связано с рядом сдерживающих факторов и экономико-организационных проблем в данной области. Универсальных теоретических разработок по их решению на данный момент не существует, т.к. все весьма индивидуально по рассматриваемому вопросу. Этим объясняется и то, что на практике далеко не все разработки оказываются эффективными для конкретных организаций, чем и определяется *актуальность исследования*.

Цель научно-исследовательской работы состоит в том, чтобы на основе научного исследования предложить методический подход к разработке механизма и стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг.

Поставленная цель определяет ряд *задач* для ее достижения:

- изучить теоретические основы инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг;
- провести мониторинг тенденций и закономерностей функционирования и развития предпринимательских структур сферы услуг в России, Красноярском крае и г. Красноярске;
- предложить методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг;

В связи с вышеизложенными задачами *объектом исследования* в научно-исследовательской работе определена предпринимательская структура сферы услуг, *предметом исследования* служит стратегия инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг, методический подход к разработке стратегии инновационного развития предпринимательской структуры сферы услуг, механизм и оценка эффективности реализации выбранной стратегии.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР СФЕРЫ УСЛУГ

1.1. Предпринимательские структуры сферы услуг как объект исследования

На сегодняшний день в мире не существует общепринятого определения предпринимательства. Понятия «предприниматель» и «предпринимательство» являются производными от слова «предпринять», то есть сделать что-либо – создать, организовать, наладить, заключить сделку, вступить в соглашение и т. п. [61]. «Предпринимать», как писал В. И. Даль, значит затевать, решиться исполнить какое-либо новое дело, приступить к совершению чего-либо значительного. [24] Впервые понятие «предприниматель» появилось в 1723 г. в парижском Всеобщем словаре коммерции, и понятие «предприниматель» толковалось как человек, берущий на себя «обязательство по производству или строительству объекта». Сопоставление толкований терминов «предпринимательство», «предпринимательская деятельность», «предприниматель» разных авторов приведены в таблице А.

Анализируя различные точки зрения по данному вопросу, можно выделить некоторые характерные особенности предпринимательства, которые, на наш взгляд, наиболее полно раскрывают его суть.

1. Предпринимательство – это особый вид экономической активности (деятельности), под которой следует понимать форму участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи. Другими же формами участия индивида в общественном производстве является то, что индивид может выступать в качестве:

- собственника каких-либо объектов, недвижимости и т.д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход (предоставление в аренду);
- наемного работника, продающего свою рабочую силу;
- индивидуального производителя;
- государственного или муниципального служащего;
- менеджера;
- пенсионера (пассивная форма участия);
- учащегося или студента (как подготовительный этап к участию в будущем общественном производстве в какой-либо конкретной форме);
- безработного (как вынужденная форма неучастия или приостановки участия в общественном производстве);
- занятого оборонно-охранной деятельностью (армия, милиция, госбезопасность);
- вовлеченного в экономически преступную деятельность [24].

Таким образом, индивид, выступая в качестве предпринимателя, является главным субъектом предпринимательской деятельности. Однако это не единственный субъект, т.к. в любом случае он вынужден взаимодействовать:

- с потребителем как основным его контрагентом;
- с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника;
- с наемным работником, если, конечно, предприниматель работает не в одиночку;
- с партнерами по бизнесу, если производство не носит изолированного от общественных связей характера;
- с профессиональными менеджерами;
- с капиталистами-инвесторами.

Все они являются основными субъектами предпринимательской деятельности (рис.1.1). Предприниматель при этом может выступать в качестве физического или юридического лица.

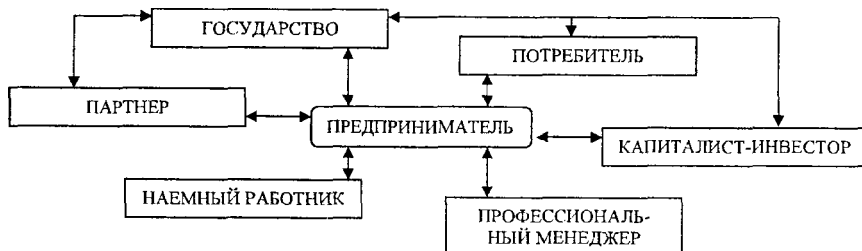


Рисунок 1.1 – Субъекты предпринимательской деятельности [24; 109]

2. Особенность данного вида экономической активности заключается в том, что начало ему положено с *идеи*, которая впоследствии принимает материализованную форму какого-либо конкретного бизнеса.

Предпринимательская идея – это потенциальная возможность самореализации индивидуума для решения собственных предпринимательских целей путем удовлетворения потребностей других. Т.е. сама по себе она представляет собой выявленный возможный интерес производителя, имеющий видимые очертания какой-либо конкретной экономической формы. [20] При этом развитие новой предпринимательской идеи в строго определенном направлении может привести в настоящем или будущем времени к производству нового востребованного рынком товара или услуги.

Источниками накопления идей (рис. 1.2) являются:

1) Товарный рынок и рынок услуг. Из рынка, от торговых агентов поступает информация о дефиците продукции или услуг, новых технологиях, которые могут стать источником предпринимательской деятельности.

2) Анализ структурного или географического разрыва в процессе общественного производства, который показывает, какие виды продукции производятся, какие не производятся, или же разрывы в технологической цепочке производства данного продукта, что производится в данном регионе, стране, за рубежом.

3) Достижения науки и техники. Каждый предприниматель должен следить за общими тенденциями научно-технического прогресса и инновациями, в том числе и не связанными с его непосредственной деятельностью.

4) Анализ уже производимого продукта (модификации продукта, перенос его из одной сферы в другую).

5) Прогнозирование возникновения в будущем той или иной потребности на основе знания закономерностей спроса.

6) Посещение встреч, симпозиумов, презентаций и т.п.

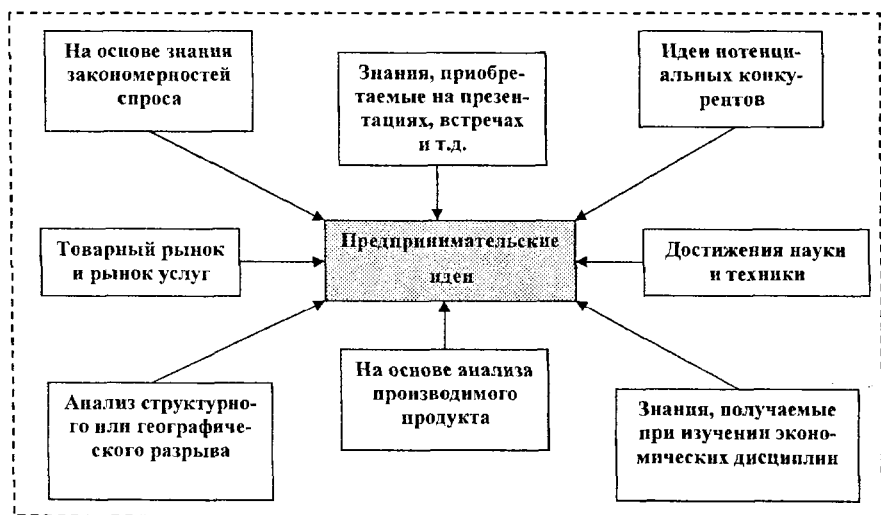


Рисунок 1.2 – Источники накопления предпринимательских идей [24]

Затем на начальном этапе предпринимательской деятельности происходит отбор накопленных предпринимательских идей по следующим критериям:

- Эффективность идеи.
- Перспектива завоевания рынка в процессе реализации идеи.
- Время, необходимое для реализации идеи.
- Размер капитала, необходимого для реализации идеи.
- Доступность и цена ресурсов.
- Наличие необходимой рабочей силы.
- Соответствие правовому полю.

- Соизмеримость с возможностями бизнеса.

После отбора необходимой идеи осуществляется ее анализ на основе конкретных экономических показателей в рамках предпринимательской экспертизы, осуществляемой или экспертной службой фирмы, или же специально приглашаемыми независимыми экспертами.

И наконец, предпринимательская идея реализуется в конкретный предпринимательский проект, что является неотъемлемым элементом исследуемого вида деятельности.

Вышесказанное отражено во мнении А. В Бусыгина о том, что предпринимательство есть искусство ведения деловой активности, есть, прежде всего, мыслительный процесс, реализуемый в форме делового проектирования. [24]

3. Предпринимательская деятельность складывается из трех основных частей, представленных на рисунке 1.3.

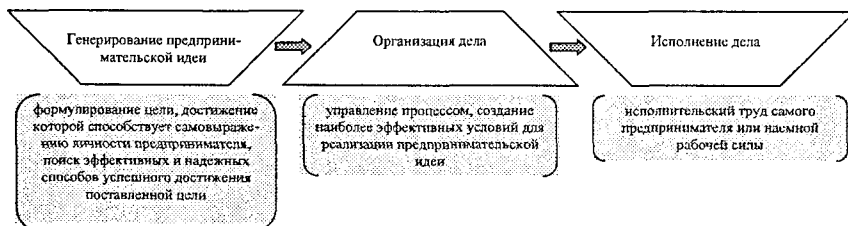


Рисунок 1.3 – Основные составляющие предпринимательства [21]

Поэтапно процесс от генерирования идеи до организации дела можно представить следующим образом (рис. 1.4).

4. Чтобы можно было с полным основанием назвать экономическую деятельность предпринимательской, ей должны быть присущи в совокупности следующие признаки: самостоятельность, инициатива, ответственность, риск, активный поиск, динамичность, мобильность.

5. Несмотря на то, что предпринимательству обычно присущ тактический способ действий, это, однако, не исключает связи предпринимательства с крупными, долговременными экономическими проектами.

6. Предпринимательство следует рассматривать как форму инициативной деятельности, направленной на извлечение прибыли (предпринимательского дохода). В таком случае оно предполагает:

- а) осуществление непосредственных производительных функций – производство товара или оказание услуг;
- б) осуществление посреднических функций, т. е. оказание услуг, связанных с продвижением товара или услуги на рынок и его передачей в надлежащем виде от непосредственного производителя к потребителю.

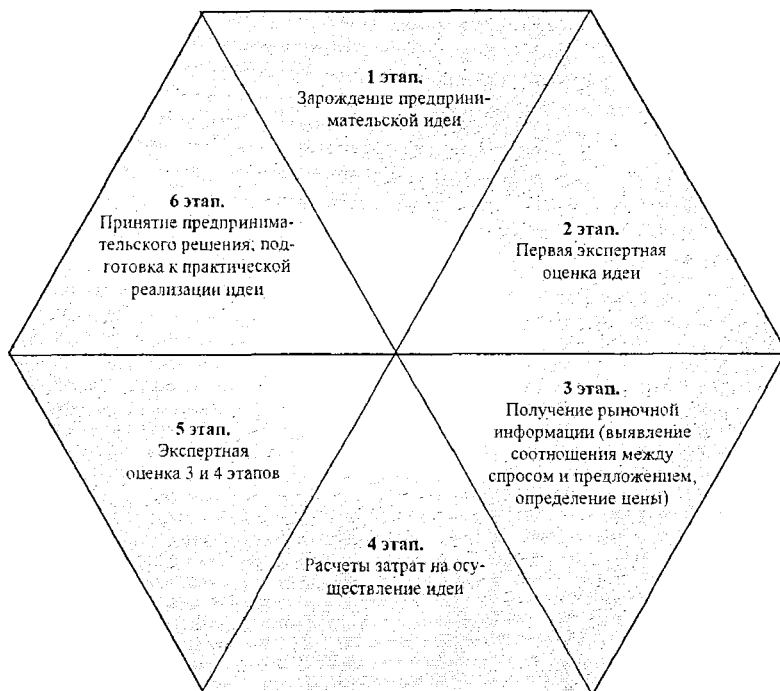


Рисунок 1.4 – Начальная стадия предпринимательской деятельности [20]

7. Важное значение имеет инновационная составляющая современной предпринимательской деятельности – это постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации, умение привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников. Инновационный момент в предпринимательстве обязателен, и может быть выражен в производстве нового товара или услуги, смене профиля деятельности или основании нового предприятия, в новой системе управления производством, качеством, во внедрении новых методов организации производства или новых технологий.

Стремление сделать что-то новое, придумать что-то новое или улучшить уже существующее – вот с чем ассоциируется предпринимательство. Оно неразрывно связано с такими понятиями, как «динамизм», «инициатива», «смелость», и высвобождает в обществе тот потенциал, который превращает в реальность многие интересные идеи.

Предпринимательство – это принципиально новый тип хозяйствования, в основе которого лежит инновационное поведение собственников предприятия, умение находить и использовать идеи, воплощать их в конкретные предпринимательские проекты.

8. В силу вышесказанного, предпринимательская деятельность связана с высокой степенью риска, и, как правило, это рисковое дело. Поэтому, прежде чем решиться на создание собственного дела, предприниматель должен произвести тщательные расчеты, хорошо изучить предполагаемый рынок сбыта и конкурентов, не пренебрегая при этом и собственной интуицией.

Подводя итог, приведем определение предпринимательства, данное В.Ю. Бузовым, т.к. на наш взгляд оно емкое и передает суть данного вида деятельности: это особый вид экономической активности человека, в основе которой – инициатива, ответственность и инновационная предпринимательская идея; это деятельность с повышенной степенью риска. [24].

Экономическая сущность предпринимательской деятельности заключается в поиске и реализации новых комбинаций факторов производства (обновление продукции, технологии, организационных подходов) с целью удовлетворения явного или потенциального спроса. [20]

Переход российской (как и любой другой) экономики к рыночным отношениям неизбежно связан со становлением и развитием предпринимательства. Поэтому, говоря об экономике вообще и о рыночной экономике в частности, неизбежно приходится концентрировать внимание на предпринимательстве, как неотъемлемой составной части экономической деятельности.

Предпринимательство в разных сегментах экономики различается по форме и, особенно, по содержанию проводимых операций и способам их осуществления. Предприниматель может сам производить товары и услуги. Он также может приобретать готовые товары и перепродавать его потребителю. Наконец, предприниматель может только соединять производителей и потребителей, продавцов и покупателей.

В теории предпринимательства существуют различные подходы при установлении признаков, которые позволяют классифицировать предпринимательство. По нашему мнению, при установлении типов (видов) предпринимательства определяющее значение имеют виды предпринимательской деятельности, территориальность и законность ее осуществления, уровень прибыльности, формы собственности и организационно-правовые формы, а также количество собственников.

Таким образом, по вышеприведенным признакам составлена классификация предпринимательства (Таблица Б), краткий обзор которой проведем далее.

Государственное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного:

- а) государственными органами управления, которые уполномочены управлять государственным имуществом (государственное предприятие),
- б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие).

Государственное предпринимательство в России приобрело особый вид, как субъект рыночных отношений. Кроме экономической функции, государственное предпринимательство имеет и политическую функцию, которая проявляется в нескольких формах: «добровольное» участие в социальной

политике государства; «регулирование» международных отношений и т.д. [24]

Государственная собственность существует в России в двух видах: федеральной и субъектов Российской Федерации. Предпринимательство развивается как на *муниципальной* собственности, так и на *смешанной*. [61]

Частное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве такового) или предпринимателя (если такая деятельность осуществляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).

Частная собственность проявляется в форме единоличной (*индивидуальной*) и *коллективной* (партнерской).

Незаконным предпринимательством в соответствии со ст. 171 УК РФ [1] является предпринимательская деятельность без регистрации или без лицензии в случаях, когда такая лицензия обязательна, если это деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо сопряжено с извлечением дохода в крупном размере. Уголовным кодексом РФ установлены меры уголовной ответственности за незаконное предпринимательство.

По уровню прибыльности предпринимательские организации можно подразделить на *высокоприбыльные* и *низкорентабельные*, [24] В зависимости от распространения деятельности по территории предпринимательство подразделяется на местное, региональное, национальное, международное и мировое. [61]

Подробнее рассмотрим несколько основных *видов предпринимательства*, которые различают в зависимости от содержания и направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов.

Предпринимательство называется *производственным*, если сам предприниматель непосредственным образом, используя орудия и предметы труда, производит продукцию, товары, услуги, работы, информацию, духовные ценности, предназначенные для последующей реализации потребителям, покупателям, торговым организациям. Цель – производство товара и последующая его реализация.

Таким образом, смысл производственного предпринимательства – создание любого полезного продукта, необходимого потребителям, востребованного ими, то есть он должен быть проданным или обмененным на другие товары. Продуктами производства могут быть промышленная и сельскохозяйственная продукция производственно-технического назначения, потребительские товары, строительные работы, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет.

От развития производственного предпринимательства зависят экономический рост и уровень социального развития общества, в связи с чем оно

является самым важным, и вместе с тем не является абсолютно независимым от других видов предпринимательской деятельности.

В сфере обращения действует *коммерческо-торговое предпринимательство*, т.к. произведенные товары необходимо продавать или обменивать на другие товары. В России развивается очень высокими темпами.

Принцип организации такого предпринимательства в том, что предприниматель лишь продает готовый товар потребителю (покупателю), приобретенный им у производителя. Цель – приобретение товара, его сохранность и последующая реализация. Основные условия для развития этого вида предпринимательства: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары и более низкая закупочная цена товаров у производителей.

Ввиду того что торговое предпринимательство непосредственно связано с конкретными потребителями, оно более мобильно, изменчиво.

Предпринимательство называется *посредническим*, если предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли связующего звена в процессе товарного обмена. Главная задача и предмет предпринимательской деятельности посредника – соединить две заинтересованные во взаимной сделке стороны.

Посредник может быть как юридическим, так и физическим лицом, представляющим интересы производителя или потребителя, но сам таковым не являющимся. При этом он может вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителей или потребителей.

В качестве посреднических предпринимательских организаций на рынке выступают оптовые снабженческо-сбытовые организации, брокеры, дилеры, дистрибьюторы, биржи, в какой-то мере коммерческие банки и другие кредитные организации.

Финансово-кредитное предпринимательство – это особая форма коммерческого предпринимательства, где в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги и ценные бумаги, продаваемые или предоставляемые в кредит предпринимателем покупателю.

Коммерческие банки, финансово-кредитные компании, валютные биржи и другие специализированные организации образуются для организации финансово-кредитного предпринимательства. Их деятельность регулируется как общими законодательными актами, так и специальными законами и нормативными актами Центрального банка России и Минфина РФ.

Предпринимательство называется *страховым*, если предприниматель в соответствии с законодательством и договором гарантирует страхователю возмещение ущерба в результате непредвиденного бедствия потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других видов потерь за определенную плату при заключении договора страхования.

Процесс страхования заключается в том, что предприниматель получает страховой взнос, выплачивая страховку только при определенных обстоя-

тельствах, и т.к. невелика вероятность возникновения таких обстоятельств, оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

Разнообразие видов предпринимательства очевидно, но все они действует по одной схеме. Ранее уже была рассмотрена структура субъектов предпринимательской деятельности (рис. 1.5) и один из объектов – предпринимательская идея. Другим объектом являются предпринимательские структуры, классификация которых приведена в таблице В. Таким образом, предпринимательскую деятельность можно представить в виде схемы, элементами которой являются ее субъекты, занимающие управляющую позицию, и объекты, занимающие управляемую позицию, между которыми имеется как прямая, так и обратная связь.

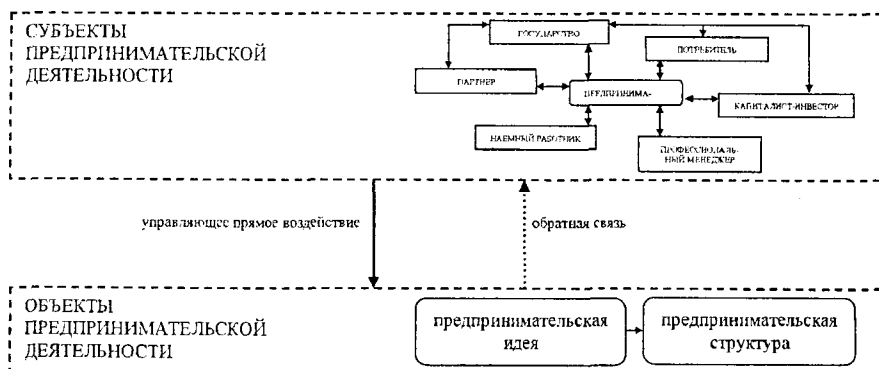


Рисунок 1.5 – Субъекты и объекты предпринимательской деятельности
[составлено авторами]

Что представляет собой предпринимательская структура, становится понятным, глядя на рис. 6. Если говорить конкретно об экономике России, то следует обратить внимание на ее переход к рыночным условиям. Рыночные условия хозяйствования, в которых функционируют и развиваются сегодня организации, требуют применения нововведений во всех сферах (и в управлении в том числе). Эту задачу можно решить с помощью предпринимательской деятельности, которая по своей сути всегда связана с определенным риском и материальной ответственностью за возможные неудачи и провалы. Так, в системе рыночных отношений целесообразно вместо понятия «организация» использовать термин «предпринимательская структура» [106].

Предпринимательская структура (ПС) – это организация, в которой субъектами рыночной экономики осуществляется предпринимательская деятельность в соответствии с установленными законами, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве. [88]

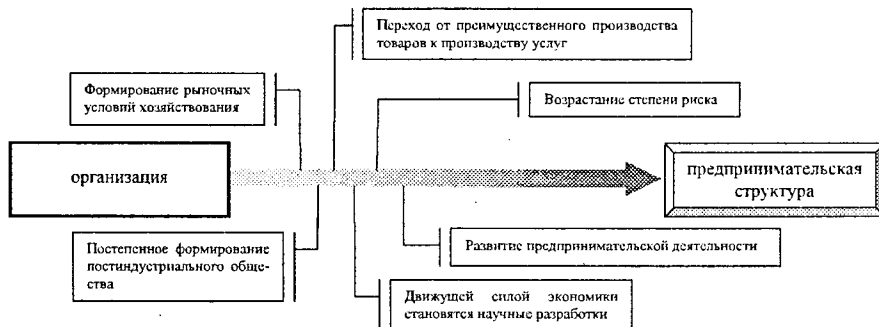


Рисунок 1.6 – Обоснование формулировки понятия «предпринимательская структура» [составлено авторами]

Существование ПС в рыночной среде происходит по двум тенденциям (рис. 1.7). Одна из них – **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ** – поддержание жизнедеятельности, сохранение функций, определяющих ее целостность, сущностные характеристики и качественную [64]. Другая – **РАЗВИТИЕ** – приобретение нового качества, определяющего усилие и устойчивость жизнедеятельности организации, ее рост. Связь между этими двумя тенденциями имеет диалектический характер, что само по себе отражено в возможности и, более того, закономерности наступления кризисов в деятельности ПС и их разрешения. Дело в том, что функционирование сдерживает развитие и одновременно является его питательной средой, в свою очередь развитие разрушает многие процессы функционирования, но вместе с тем создает условия для его более устойчивого осуществления. [109]

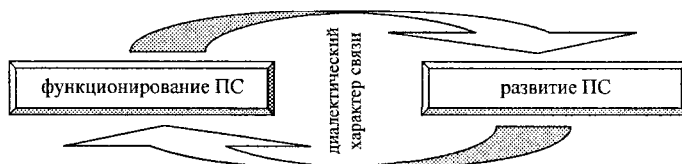


Рисунок 1.7 – Тенденции существования ПС [108]

ПС, производящие услуги, являются своеобразными индикаторами доли сферы услуг в ВВП, что в системе рыночных отношений имеет значение.

К тому же роль сферы услуг в современной экономике определяется в следующем:

- в повышении занятости населения, посредством создания новых рабочих мест;
- в увеличении доли доходов в валовом внутреннем продукте;
- в повышении качества жизни населения. [18]

Вместе с тем, сфера услуг зависит не только от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы, но и от потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта. [99]

В нашей стране доля услуг по некоторым данным составляет более 50% ВВП, однако, некоторые экономисты указывают, что эта доля завышена. [86] Но в любом случае можно наблюдать ускорение темпов увеличения объемов оказанных услуг, что свидетельствует о развитии предпринимательства в этой сфере.

Одно из самых известных определений услуг принадлежит К. Марксу: «Услуга есть не что иное, как полезное действие той или иной потребительской стоимости товара или труда». Так, под услугой понимается полезный эффект, который возникает в результате процесса производительного труда как целесообразной деятельности.

В современных источниках [60] сфера услуг трактуется как широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом. В данном определении четко прослеживается направленность на удовлетворение нужд населения.

Анализ эволюции сферы услуг позволил сделать вывод о рассмотрении каждого вида услуг отдельно, как особой сферы деятельности с характерными ее особенностями. Так, исторически вся сфера услуг представлялась как совокупность многих видов деятельности, и фактически сводилась просто к их перечислению. Услуги классифицировались с помощью функционального или отраслевого подхода. Рассматривая процессы, происходящие в сфере услуг, только с функционального подхода, К. Лаврок выделял четыре укрупненные группы, где объектами преобразования услуг выступали человек, материальные или нематериальные объекты [19]:

- услуги, направленные на человека (медицинские, спортивные, ресторанные и т. д.);
- услуги, направленные на сознание человека (информационные, образовательные, культурные и т. д.);
- услуги, направленные на физические объекты (транспортные, грузовые, торговые и т. д.);
- услуги, направленные на нематериальные активы, основанные на обработке информации (банковские, финансовые, страховые и т. д.).

Существует множество видов классификаций услуг как на международном, так и национальном уровне. Так, классификация ВТО (Всемирная торговая организация) рассматривает 150 видов услуг, сгруппированных в двенадцать секторов. В мировой практике используются классификация Организации экономического сотрудничества и развития и Международная стандартная классификация всех видов экономической деятельности и множество других.

Подобная схема классификации услуг действует и в практике хозяйствования нашей страны, где на ее основе разработан общероссийский классификатор услуг населения (ОКУН), а также представлены показатели государственной статистики. Данный классификатор перечисляет услуги, которые оказываются ПС различных организационно-правовых форм.

Адаптация сферы услуг к постоянным изменениям экономики, рост в регионе числа услуг и способов обслуживания являются причиной существования множества видов классификаций услуг.

В целях реалистического отображения места услуг в секторе экономики целесообразным считается соединять в классификации услуг функциональный подход с отраслевым. Классификация услуг по видам деятельности представлена на схеме (рисунок Г).

Условно сфера услуг разделяется на три сектора [19]

- платный (рыночный);
- государственный (общественный);
- смешанный.

Самым широким разнообразием видов деятельности представлен сектор платных услуг, характеризующихся различием условий хозяйствования, участия в рыночной конкуренции, маркетинговой стратегии и т. д.

Со сферой услуг в современной региональной экономике связаны практически все виды деятельности. Услуги сейчас предоставляют не только предприятия торговли и сервиса, но и промышленные предприятия, осуществляя услуги транспорта, гарантийное и постгарантийное обслуживание, консультационное сопровождение и т. п. Так, сферу услуг в настоящее время необходимо рассматривать уже не как отдельную отрасль, а как масштабный сектор экономики, обладающий сложной изменчивой структурой. [18]

В этой связи, можно выделить ряд специфических особенностей, которые имеет сфера услуг по сравнению с материальным производством.

Во-первых, в отличие от товаров, услуги производятся и потребляются в основном одновременно, не подлежат хранению. Это порождает проблему регулирования спроса и предложения услуг.

Во-вторых, услуги часто противопоставляются продукции, хотя и в промышленности увеличивается роль обслуживания, которое может включать ремонт оборудования, послепродажное обслуживание и другие услуги, связанные с продажей товаров.

Можно сказать, что во многих случаях в услуге присутствует элемент продукции, точно так же, как при продаже продукции присутствует элемент услуги. Тесное переплетение продажи товаров и предоставления услуг затрудняет выделение и учет услуг.

В-третьих, сфера услуг обычно больше защищается государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Более того, во многих странах транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука, образование, здравоохранение, коммунальные услуги традиционно

находятся в полной или частичной собственности государства или же строго контролируются и регламентируются государством.

Так, специфика ПС сферы услуг заключается в особенностях конечного продукта (услуги) [39] - неосвязаемость, неспособность долгое время сохранять свои свойства и совпадение по времени производства и потребления. Кроме того, ПС, производящие услуги, вынуждены действовать в ситуации острой конкуренции еще в большей степени, чем крупные компании-монополисты, производящие товар. [26]

По мере развития общества, роста производительных сил происходит определенное развитие региональной сферы услуг. Наблюдается увеличение занятости в этой сфере, рост технической оснащенности труда, внедрение все более совершенных технологий.

В настоящее время роль сферы услуг как одного из важнейших секторов экономики очень велика и актуальна. Это связано с тем, что постепенно усложняется производство, происходит насыщение рынка товарами, быстрыми темпами растет научно-технический прогресс, который ведет к инновациям в секторе экономики. Все это становится недостижимым без существования различных видов услуг. [18]

Таким образом, сфера услуг рассматривается как специфический объект инновационного управления. Это определяет важность и значимость разработки методики инновационного управления и ее непрерывного совершенствования в организациях подобного типа. [26]

Отметим, что предприятия сферы обслуживания являются в большинстве своем предприятиями малого бизнеса, реализация инновационных проектов для которых также имеет дополнительные условия и показатели оценки.

Так, рассмотрев подходы к определению и классификации услуг, а также специфические особенности сферы услуг, становится возможным понять, что все это свидетельствует о необходимости разработки и внедрения специального механизма управления инновациями для ПС в этой сфере деятельности. [26] В связи с этим, далее остановимся на анализе особенностей инноваций и инновационного процесса в развитии ПС сферы услуг.

1.2. Сущность инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг

Как уже было сказано выше, для ПС характерна инновационная составляющая. Практика показывает, что в России инновационному развитию ПС не уделяется достаточное внимание. В связи с этим, актуальным будет рассмотреть, что представляет собой ПС с точки зрения инноваций и инновационное развитие в сфере услуг.

Любая организация в современных экономических условиях сталкивается с необходимостью действовать в соответствии с требованиями рынка, а значит, осуществлять те преобразования, разрабатывать и реализовывать те

продукты и совершенствовать те процессы, которые необходимы в целях максимизации прибыли компании в данный конкретный момент времени в условиях текущей ситуации на рынке. [26]

Развитие организаций происходит, как правило, путем освоения разнообразных инноваций. Эти инновации могут затрагивать все сферы деятельности организации. Следует отметить, что любые достаточно серьезные инновации в одной сфере деятельности организации, обычно, требуют незамедлительных изменений в сопряженных участках, а иногда и общей перестройки организационных структур менеджмента [110].

Инновации – залог успешного развития любой компании. Даже если фирма постоянно модернизирует свои товары, рынки, на которых она работает, могут войти в стадию спада, и стремящимся к развитию компаниям, время от времени приходится «высаживаться на новые территории». Кроме того, инновации имеют серьезное решающее значение для поддержания или повышения уровня доходности. Под «прессом» конкурентной борьбы показатели рентабельности, достаточно быстро после выхода товаров на рынок начинают сокращаться. Модернизация продукта и расширение специализации позволяет в лучшем случае поддерживать уровень прибыли, а действительно значительный доход приносят только по-настоящему новаторские товары. [73]

Инновации являются основной формой превращения знаний в благосостояние и представляют собой ключевую характеристику «экономики, основанной на знаниях». [99]

Первоочередная задача высшего руководства компании – разработка мировоззренческой концепции и приоритетов в области инноваций. Инновации, наряду с прибылью, следует рассматривать как важнейшую организационную задачу.

В большинстве случаев, начинать следует с «инновационного аудита» или, другими словами, с принципиальной оценки показателей фирмы в области инноваций, внутренних барьеров на их пути и мероприятий, направленных на повышение эффективности инновационной деятельности. Первым шагом должно стать эталонное тестирование, то есть сравнение инновационных показателей фирмы с данными о работе ведущих предприятий отрасли.

Второй этап аудита – анализ препятствий.

На последнем этапе аудита предлагаются практические рекомендации. Следует выработать расчетные показатели относительно числа разрабатываемых товаров и времени, необходимого для выведения их на рынок, энергично провести организационные и культурные изменения [55].

Инициаторы инноваций работают в условиях повышенного риска, но при удачной реализации нововведений имеют запас «экономической прочности», который выражается в наличии портфеля новой конкурентоспособной продукции, более низких, по сравнению со средними, удельных издержках производства.