

причём по крайней мере одно из них строгое, а неопределённость u^* максимальна по Парето в многокритериальной задаче

$$F_i(x_1^*, x_2^*(x_1^*), y^*) \leq F_i(x_1^*, x_2^*(x_1^*), y), \quad y \in Y, \quad i = 1, 2,$$

из которых хотя бы одно строгое.

Установлены неулучшаемость и внутренняя устойчивость гарантированного равновесия,

$\langle Y, \{F_i(x_1^*, x_2^*(x_1^*), y)\}_{i \in N} \rangle$, то есть для всех $y \in Y$ несовместна система неравенств

его связь с седловой точкой, свойства функции риска.

Экономические науки

КРЕАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Колоколов В.А., Титов В.А.

Российская экономическая академия

им. Г. В. Плеханова

Москва, Россия

В последнее десятилетие XX века в странах Западной Европы и США резко возрос интерес к предпринимательской деятельности. Повышенный интерес к предпринимательству сохраняется и сегодня. Главным фактором такого внимания является признание инновационного типа развития экономики единственно возможным в современном мире. Главным же субъектом в инновационной экономике является предприниматель. П. Друкер, например, даже утверждает, что в современных США построена «предпринимательская экономика». В России в конце прошлого века также наблюдалось значительное повышение внимания к вопросам предпринимательства. Правда, главной причиной увеличения внимания послужили политические и экономические изменения, которые происходили в нашей стране с конца 80-х годов XX века. С возможностью наличия свободного предпринимательства связали эффективность всех экономических реформ в России. Посчитали, что достаточно видоизменить формы собственности, создать ряд институтов, формально соответствующих рыночной экономике, и предпринимательский фактор заработает сам по себе. К сожалению, этого не произошло. Сегодня в России количество малых и средних предприятий почти на порядок меньше, чем, например, в Польше, и тенденций к их увеличению не наблюдается. Число крупных предпринимательских структур можно сосчитать по пальцам. При этом процессы капитализации этих компаний идут крайне медленно, а более 90% всех предпринимательских структур вообще не занимаются инновационной деятельностью!

Одной из причин создавшегося положения, по мнению авторов, является отсутствие должного внимания практически на протяжении всего периода реформ к содержательной стороне предпринимательского процесса и, прежде всего, к экономической сущности предпринимательства.

Что понимают под предпринимательской деятельностью сегодня в России? Ответом может

быть определение предпринимательства, зафиксированное в Гражданском кодексе РФ. «Предпринимательством является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке». Главной ошибкой этого определения является приравнение предпринимательства к любой хозяйственной деятельности. В нем полностью отсутствует представление об экономической сущности предпринимательства. Именно поэтому возникает недопонимание и содержательной стороны предпринимательской деятельности, его качественного наполнения.

Справедливости ради следует отметить, что сегодня во всем мире переосмысливаются содержательные понятия предпринимательства. Последнее десятилетие XX столетия ознаменовалось появлением во всех крупных высших учебных заведениях Западной Европы, США и развитых стран юго-восточной Азии специальных программ, новых кафедр, факультетов, занимающихся вопросами предпринимательства. Одним из первых, кто стал рассматривать предпринимательство не как обычную, осуществляемую на свой риск хозяйственную деятельность, а с принципиально иных позиций, был Й. Шумпетер. Он представил предпринимательский процесс как функцию, которую реализует некий субъект, которым может быть как организация любой формы собственности, так и физическое лицо. Содержательной стороной функционирования субъекта могут быть любые нововведения – новые продукты; старые продукты, но с новыми свойствами; новые технологии; новая организация дела, расширение рынка сбыта и многое другое. Главным является условие, чтобы все это приводило к получению прибыли, превышающей среднюю прибыль других предпринимательских структур, работающих в данной сфере деятельности. Естественно, что данный процесс ограничен для каждого хозяйствующего субъекта во времени. В силу наличия конкуренции одна единственная предпринимательская структура не может долгое время на рынке иметь устойчивую сверхприбыль. Любыми возможными способами произойдет

переток ресурсов, и средняя прибыль уравнивается. Реализация предпринимательской функции прекращается до возникновения новой. Таким образом, по Й. Шумпетеру предприниматели это не совокупность хозяйствующих субъектов, не какой-либо отдельный класс или профессия, а именно функция, периодически осуществляемая разными субъектами. В каждой хозяйственной сфере деятельности она то возникает, то исчезает, сменяясь обычным хозяйственным процессом. Но только то время пока она существует, предприниматели и занимаются предпринимательской деятельностью. Из работ Й. Шумпетера следует, что инновационность является имманентным свойством предпринимательства, а критериями успеха, эффективностью предпринимательских проектов является предпринимательская сверхприбыль. При этом сама прибыль не является самоцелью предпринимателя. Предприниматель, по Й. Шумпетеру, стремится, в конечном счете, к свободе и самореализации.

После появления предпринимательской теории Й. Шумпетера прошло несколько десятилетий, но дальнейшее развитие она начинает получать только в наше время. В экономической среде укоренилось представление о предпринимательстве в соответствии с определением, приведенным выше. Это представление оказалось формально узаконенным различными законодательскими актами (В России, в частности, гражданским кодексом). В этой связи «истинную составляющую» процесса предпринимательства – реализацию предпринимательской функции авторы и предлагают назвать **креативным предпринимательством**. (Можно было бы использовать термин «инновационное». Но под инновационным предпринимательством сегодня понимается предпринимательская деятельность в научно-технической сфере). Таким образом, креативное предпринимательство принципиально отличается от обычной предпринимательской деятельности. Им нельзя заниматься просто так – «с улицы». Креативному предпринимательству нужно учиться. Совершенно недостаточным становится знание только основ экономики и юриспруденции. И тем более недостаточными являются только те или иные практические навыки. Креативный предприниматель должен владеть специальными методами, позволяющими системно подходить к анализу проблемной ситуации, уметь прогнозировать последствия тех или иных действий, находить предпринимательские инновационные решения не случайно, а на основе анализа закономерностей развития конкретной предметной области, нести не только финансовую, но и моральную, этическую и политическую ответственность за «рыночное вытягивание» соответствующих идей. Именно в креативном предпринимательстве заинтересованы любые государства. Государственные программы поддержки должны быть направлены не на предпринимательство вообще, а

именно на креативное предпринимательство. Конечно, в любых вопросах нельзя доходить до полной абсолютизации. И обычное предпринимательство необходимо. Никто не может оспаривать факт, что наличие самых разнообразных предприятий торговли, массового питания, предприятий службы быта и многих других подобных малых предпринимательских структур не является социально значимым. Но для развития государства, тем не менее, более значимыми являются креативные предпринимательские структуры. Следует заметить, что все перечисленные предприятия также могут быть реализованы через креативное предпринимательство. Более того, любая предпринимательская структура периодически должна заниматься креативным предпринимательством. Иначе она будет вытеснена более успешно действующими конкурентами.

По сути дела, в основе креативного предпринимательства лежит систематическая инновационная деятельность, позволяющая периодически осуществлять те или иные предпринимательские проекты, приводящие к определенным экономическим эффектам. Но как возникают инновации? Как из множества новшеств выбрать те, которые действительно могут стать инновациями, приносящими предпринимательский доход, покрывающий все издержки предпринимательского процесса и обеспечивающий повышенную прибыль? К сожалению, общей теории нововведений на сегодняшний день еще не создано, но существуют различные рекомендации, позволяющие повысить вероятность предпринимательского успеха.

Так Питер Друкер выделяет семь источников инновационных идей:

1. Неожиданное событие – неожиданный успех, неожиданная неудача, неожиданное внешнее событие;
2. Неконгруэнтность – несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле и нашими представлениями о ней;
3. Нововведения, основанные на существующих недостатках и «слабых местах» действующих процессов;
4. Внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;
5. Демографические изменения;
6. Изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках;
7. Новые знания (как научные, так и ненаучные).

Первые четыре источника возникают внутри предпринимательской структуры, а следующие три являются внешними. Систематическое отслеживание всех изменений, естественно, повышает вероятность нахождения новшества, которое должно стать основой удачного предпринимательского проекта. Можно сказать, что это систематизированный анализ практического

опыта, но который не может лежать в основе теории нововведений.

В свое время наш соотечественник Г. Алтшуллер разработал оригинальную теорию решения изобретательских задач (ТРИЗ). Сегодня многие ведущие компании мира, например, такие как Mitsubishi, Hewlett Packard, General Electric и многие другие используют ТРИЗ в своей практике. ТРИЗ позволяет найти новые оригинальные технические решения (сделать технические изобретения). Положения ТРИЗ с успехом могут быть использованы в креативном предпринимательстве. Но, следует помнить, что креативное предпринимательство кроме внедрения новшеств должно обеспечить и прибыль, превышающую среднюю по отрасли. Специалистам, занимающимся продвижением новых товаров на рынок, хорошо известно, что далеко не каждое новое техническое решение, даже будучи запатентованным, т. е. являющееся изобретением, будет иметь повышенный спрос на рынке. Таким образом, использование только одних элементов ТРИЗ также является недостаточным для креативного предпринимательства.

Очень важной теорией для развития креативного предпринимательства является теория «техноценозов», предложенная Б. Кудриным. Она позволяет сосредоточить внимание не на отдельном изделии, а на их совокупности, взаимном влиянии и условиях обеспечения выполнения ими функций. Предпринимательский проект, реализующий идею, не вписывающуюся в существующий техноценоз, обречен на экономический провал. Или при этом необходимо расширять существующий техноценоз, или создавать новый, что практически непосильно отдельно взятой компании, даже транснационального уровня.

Обобщая существующие подходы к созданию новшеств и превращению их в нововведения (инновации), одним из авторов данной работы предлагаются специальные технологии целенаправленного поиска инновационных решений. О них говорилось на конференции РАЕ в Патаяе в 2005 году («Фундаментальные исследования», №1, 2005 г. С 75 -77). Указанные технологии, по мнению авторов, должны стать главным инструментом в креативном предпринимательстве.

Хотелось бы обратить внимание на мысль П. Друкера о влиянии предпринимательства на экономическую жизнь. Он отмечал, что «предпринимательство есть некое метаэкономическое явление, нечто, что оказывает серьезное влияние на экономику и формирует ее, находясь при этом за ее пределами.... Явления, которые объясняют эффективность предпринимательства, возможно, по своей сущности не являются явлениями экономическими». Введение понятия креативного предпринимательства и рассмотрение его сущности полностью подтверждают мысль П. Друкера. Теории, объясняющие возникновение новаций и

превращение их в инновации не являются чисто экономическими. Это синергетические теории, основанные на знании общих закономерностей развития всего рукотворного мира. Именно они являются теоретической основой технологий целенаправленного поиска инновационных решений.

Й. Шумпетер, анализируя развитие предпринимательских процессов в современном мире, был совершенно прав, предсказывая возможность строгих расчетов в деятельности предпринимателя. Технологии целенаправленного поиска инновационных решений в креативном предпринимательстве могут быть приняты за основу подобных расчетов, позволяющих научно подойти к разработке новых предпринимательских идей, обоснованию объектов инвестирования, значительно уменьшить величину предпринимательского риска, не допустить или своевременно предупредить негативные тенденции, которые могут возникнуть при реализации новшеств.

РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭКОНОМИКЕ КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Нагоев А.Б.

*Институт информатики и проблем
регионального управления КБНЦ РАН
Нальчик, Россия*

Региональная научно-техническая политика в республике должна осуществляться исходя из следующих основных принципов:

- признание науки социально-значимой отраслью, определяющей уровень развития производительных сил государства и Кабардино-Балкарской республики;
- гласность и использование различных форм общественных обсуждений при выборе приоритетных направлений развития науки и техники и экспертизе научных и научно-технических программ и проектов, реализация которых осуществляется на основе конкурсов;
- гарантии приоритетного развития фундаментальных научных исследований;
- интеграция научной, научно-технической и образовательной деятельности на основе различных форм участия работников, аспирантов и студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования в научных исследованиях и экспериментальных разработках посредством создания научных учебных комплексов на базе образовательных учреждений высшего профессионального образования, научных организации Кабардино-Балкарского научного центра, имеющих государственный статус, а также научных организаций министерства, иных федеральных органов испол-