

Внутрифирменное предпринимательство

Выполнила:
Пупова Юлия
551 группа

- В развитой рыночной экономике в последнее время наблюдается становление внутрифирменного предпринимательства, сущность которого состоит в организации в крупнейших компаниях (корпорациях) внутрифирменных рискованных предприятий на основе всемерного проявления творческой предпринимательской инициативы в целях эффективного использования ресурсов и достижения внутренними предпринимателями высоких конечных результатов.

- Как показывает опыт, внутрифирменное предпринимательство может развиваться, если творческие работники фирмы (отдельные подразделения) «обеспечиваются» со стороны руководства фирмы следующими условиями, позволяющими всесторонне проявить свой инновационный характер деятельности:

- **во-первых**, свобода в распоряжении финансовыми и материально-техническими ресурсами, необходимыми для осуществления предпринимательского проекта;
- **во-вторых**, самостоятельный выход на рынок с законченными продуктами труда;
- **в-третьих**, возможность проведения собственной кадровой политики и особой мотивации работников, необходимых для реализации собственного предпринимательского проекта;
- **в-четвертых**, распоряжение частью прибыли, полученной от реализации личного проекта;
- **в-пятых**, принятие на себя части риска при осуществлении проекта.

- Основопологающим является принцип, что предприниматель действует внутри фирмы как владелец собственной фирмы, а не как наемный работник. Следовательно, внутренний предприниматель (интрепренер) должен быть поступательно нацелен на реализацию своей личной идеи, на достижение конкретного конечного результата. Такой подход раскрепощает работников, руководителей подразделений, позволяет им проявить предпринимательский талант. Но руководство фирмы (корпорации) для развития внутреннего предпринимательства должно создать своего рода сеть для поддержки интрапредприятий, специальные структурные подразделения – венчурные группы, отделы нововведений и др. Первое слагаемое создаваемой сети – формирование финансового обеспечения рискованных проектов внутрифирменных предпринимателей.

- Как показывает зарубежная практика, это могут быть общекорпоративные средства на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, самостоятельные средства внутренних подразделений, специальные фонды для финансирования рискованных проектов. Но чтобы использовать эти фонды и источники финансовых средств, внутрифирменный предприниматель должен убедить руководство корпорации (фирмы) в экономической выгоде осуществления своего проекта, разработав свой бизнес-план. Отдельные фирмы разрешают внутренним предпринимателям выпускать собственные акции (своего внутрифирменного рискованного предприятия) и продавать их внутри фирмы. Правда, по российскому законодательству, акции могут выпускать только акционерные общества. Прообразом организации внутрифирменного предпринимательства на российских фирмах можно считать организацию арендного подряда, организацию внутреннего хозрасчета.

- Интерес представляет механизм создания системы мелких предприятий, как основы реорганизации японской компании «Омрон» с целью создания сети отдельных фирм, ориентированных на главные рынки фирмы. Руководство компании ставило главной целью стимулирование духа предпринимательства в создаваемых малых и средних компаниях, действующих в рамках большой компании. Так, в рамках одного из крупнейших подразделений компании «Омрон», сделки которого составляли около 70% всех продаж компании, было создано 11 мелких внутренних фирм; в целом внутри компании «Омрон» было создано 20 мелких фирм – 20 компаний риска в рамках единой большой компании.

The image shows the OMRON logo in a bold, blue, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a slight shadow effect. The logo is centered within a white rectangular area that has a thin grey border.

- Они были названы подразделениями стратегического бизнеса и наделены правом осуществлять любую деятельность – от исследовательских работ и изобретательства до выпуска продукции на внутренний рынок, а в отдельных случаях – на внешний рынок. Низовым предприятиям предоставлено право в меру своих способностей заниматься краткосрочным планированием, усовершенствованием уже созданных товаров и разработкой новых. Руководитель внутреннего (низового) предприятия стал нести ответственность не только за прибыль и убытки, но за общий объем продаж, следить за поступлением наличных платежей, за всеми нюансами бухгалтерского баланса. На руководителя низового подразделения возлагаются обязанности, весьма сходные с обязанностями президента компании средней руки, поэтому низовым подразделениям не оставалось ничего другого, как стать предприятиями риска.

В практику деятельности внедрились
принципы «Реагировать немедленно!»



и «Действовать молниеносно!»



- Развитие внутрифирменного предпринимательства, введение трех главных линий менеджмента (изучать запросы покупателя, по достоинству оценивать каждого работника, поощрять дух соревновательности) позволили компании добиваться устойчивых успехов.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**