

БАЗИСНЫЕ КАЧЕСТВА ИДЕАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В ПЕРИОД ПЕРЕХОДА ЭКОНОМИКИ НА ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ

А.Г. КИМ

канд. экон. наук, профессор

Е.В. КИМ

магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
г. Владивосток*

Центральной фигурой постиндустриального общества, новым героем нашего времени стал предприниматель. Предпринимательство и бизнес часто воспринимаются, почти как синонимы. Но разница в восприятии есть. Если бизнесмен воспринимается, как человек, занятый делом, товарным производством, торговлей или кредитованием, стремящийся к получению прибыли, то предприниматель же воспринимается, как создатель, использующий в своей деятельности разнообразные бизнесы не только как источники прибыли, а как приносящие пользу народному хозяйству, своему народу. Это можно объяснить тем, что, по нашему мнению, главное богатство народа не недра земли, а предпринимчивость людей. То же меценатство прочно ассоциируется с понятием «предприниматель», но никак со словом бизнесмен. Предприниматель качественно отличается от обычного бизнесмена. В отличие от нормального бизнесмена, который освоил всего одну форму деятельности, предприниматель изучил несколько разных бизнесов и сумел выстроить мостик информационной связи между автономными прежде островами экономической активности.

С момента перехода России на инновационный путь развития непосредственным условием самой возможности существования предпринимательства стал «входной билет» компаний в эпоху «инновационной лихорадки». Изменились законы

4. Трифилова, А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика. 2005, – 304 с.
5. Устинов, В.А. Управление инновационной деятельностью в процессе создания новой техники, освоение производства новой продукции / В.А. Устинов. – М., 1995, – 212 с.
6. Четыркин, Е.М. Методы финансовых и экономических расчетов / Е.М. Четыркин. – М.: Дело, 1995. – 320 с.
7. Швандер, В.А. Инновационный менеджмент / В.А. Швандер, В.Я. Горфинкель. – М.: Изд-во ВЭФЭИ, 2005. – 256 с.

АНАЛИЗ РЫНКА ПТИЦЫ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

А.Г. КИМ

канд. экон. наук, профессор

А.В. ХРУШКО

магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
г. Владивосток*

В марте 2012 года нами было проведено исследование потребительских предпочтений на рынке мяса птицы Приморского края. Выборка составила 300 человек, в основной массе – женщины. Первый вопрос, который был задан респондентам, – мясо птицы какого производителя они предпочитают.

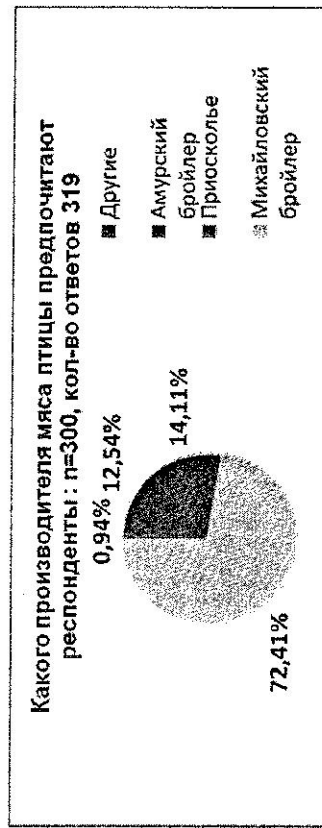


Рис.1

Основные участники рынка птиц Приморского края – Михайловский Бройлер, Приосколье, Амурский Бройлер. По популярности среди потребителей куриного мяса лидирует Михайловский Бройлер. Заметим, что это признание создаёт для него особые условия повышенной ответственности, ведь любая мелочь заметно отражается на имидже компании: никто не обсуждает, если оплошал последователь, но все сразу заметят, если оплошал лидер.