

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Е.В. Быковская

ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов

*Рецензент д-р техн. наук, д-р экон. наук,
профессор Б.И. Герасимов*

Ключевые слова и фразы: активизация; инновации; малый бизнес.

Аннотация: Проанализированы основные направления активизации инновационной деятельности малых предприятий. Рассмотрены проблемы, препятствующие этому процессу. Охарактеризована роль государства в активизации инновационных процессов в реальном секторе экономики. Дана характеристика технологическому аспекту инноваций на предприятиях малого бизнеса.

Долгое время в отечественной экономической науке, а вслед за ней и в общественном сознании, преобладала точка зрения, согласно которой развитие экономики определяет крупное промышленное производство. Однако упускалось из вида то обстоятельство, что рядом с гигантами индустрии существуют и, более того, успешно работают многие тысячи малых предприятий.

Важное место в экономике многих промышленно развитых стран отводится на современном этапе НТР малому наукоемкому бизнесу.

До середины 70-х гг. прошлого века в большинстве промышленно развитых стран не предпринималось особых мер по оказанию специальной поддержки развитию малого и среднего бизнеса.

Государство отдавало предпочтение крупным промышленным предприятиям в своих национальных программах.

Затем акценты государственной политики стали смещаться. Для этого были следующие причины.

1. Росло убеждение, что малый бизнес обладает более высоким инновационным потенциалом по сравнению с крупными промышленными компаниями.

2. Малые фирмы стали рассматриваться как перспективный источник создания новых рабочих мест, что имело важное место в условиях обострения проблем безработицы.

Быковская Елена Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент организации», e-mail: management@admin.tstu.ru, ТамбГТУ, г. Тамбов.

3. Развитие предпринимательства превратилось в инструмент региональной промышленной политики, нацеленной на обновление и диверсификацию промышленного производства в экономически отсталых регионах.

В этой связи целесообразно рассмотреть преимущества и проблемы малого бизнеса в осуществлении инновации.

Во-первых, основным преимуществом малого бизнеса в вопросах инновации является его малая инерционность. Малые предприятия значительно быстрее реагируют на появление новой техники и новых технологий. Они не обременены необходимостью внедрять эти новшества в больших объемах и, в связи с этим, время внедрения ими новшеств значительно сокращается.

Во-вторых, на малых предприятиях существенно выше мотивация внедрения новшеств. Ощущения причастности к внедрению новшеств, близость к потреблению его результатов значительно выше у сотрудников малых предприятий в отличие от крупного бизнеса, где процесс инновации больше касается руководства, и потребление результатов от внедрения новшеств значительно отдалено от момента внедрения и часто вообще не откладывается в сознании сотрудников, теряясь во времени.

Вместе с тем, малому бизнесу присущи очень серьезные проблемы, связанные с внедрением инноваций.

Главная из них – ресурсная. Несомненен тот факт, что инновация – процесс дорогостоящий и что в малом бизнесе ему предпочитают использование более дешевого оборудования и устаревших технологий. Кроме того, ресурсная ограниченность очень часто не позволяет предприятиям малого бизнеса осуществлять на должном уровне профессиональную подготовку и повышение квалификации своих сотрудников.

Следовательно, самостоятельно без помощи государства малый бизнес не в состоянии внедрять высокие технологии и современную технику.

Ежегодные обзоры по промышленной политике, публикуемые Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), свидетельствуют о серьезном внимании к проблемам развития малого и среднего бизнеса в этих странах. Предпринимаемые меры имеют все более селективный характер и нацелены в каждом конкретном случае на решение специфических задач национальной экономики.

Практически все крупные страны ОЭСР заботятся о развитии предпринимательства и создании благоприятных условий для появления новых фирм, об устранении действующих на этом пути препятствий (особенно финансового и административного характера).

Основные акценты проводимой политики в 90-х гг. XX в.:

- 1) оказание содействия в осуществлении технологических нововведений;
- 2) повышение качества трудовых ресурсов;
- 3) лучшее приспособление к глобализации интернационализации экономических процессов.

Современные рыночные реалии требуют от предприятия поддерживать конкурентоспособность сразу по нескольким позициям (менеджмент,

производственные технологии, инвестиции, НИОКР, обучение персонала и т.д.), что далеко не всегда по силам малым фирмам, так как это связано со значительными затратами.

Правительство выявляет решающие факторы повышения конкурентоспособности и ориентации на них малого бизнеса. При этом используются различные подходы, которые базируются на следующих общих принципах:

1) предоставление через посреднические организации необходимой информации, технической помощи и содействия в обучении персонала;

2) содействие развитию кооперации между малым, средним и крупным бизнесом, в том числе привлечению зарубежных партнеров.

Чем шире распространяются рыночные отношения, тем очевиднее: конкурентные преимущества товаропроизводителя находятся в теснейшей зависимости от избранной им стратегии и успешности проведения ее в жизнь. Естественно, все большее внимание уделяется стратегии предприятий. При общей ее целостности она, как справедливо отмечается в литературе [1, 2], может рассматриваться в разрезе нескольких элементов. В их числе – предпринимательский, производственный, научно-технический, маркетинговый, инновационный. Суть последнего такова, что он в определенном смысле как бы «поглощает» все остальные элементы стратегии. Любой из них имеет шансы на значительный долговременного характера успех лишь постольку, поскольку опирается на использование уже «одобренных» рынком новшеств, то есть инноваций. С этой точки зрения инновационную стратегию правомерно рассматривать как оппозицию для всего круга проблем, решаемых товаропроизводителем. Отсюда и растущее к ней внимание как теоретиков, так и практиков рыночного хозяйствования.

Важнейший вопрос – оценка качества, эффективности инновационных процессов, где традиционно применяются технико-экономические показатели, отражающие инновационные процессы в разрезе ассортиментных групп выпускаемой продукции. Но есть и другая, в стратегическом плане даже более значительная сторона дела: выявление масштабов рыночного распространения нововведений, возможностей диверсификации, а также способности системы управления быстро адаптироваться к имеющимся условиям внешней среды.

Процесс выбора эффективной инновационной стратегии развития предприятия предполагает оценку всех форм инновационной деятельности, проявляющихся в нововведениях различного типа. Однако на практике реализация этого положения сталкивается с существенными затруднениями. Главное из них в том, что инновационный процесс менеджмента охватывает все стороны хозяйственной деятельности и должен быть составной частью любой функциональной или производственной подсистемы. Например, в число основных целей производственного предприятия входят:

1) выпуск высококачественных изделий заданного вида и объема в установленные сроки;

2) повышение эффективности использования научно-производственного потенциала;

3) ведение активных внешнеэкономических операций;

4) обеспечение экологической безопасности производства и устранение негативных для общества последствий хозяйственной деятельности и т.д.

Ясно, что все должно быть вовлечено в сферу инновационной стратегии. Первая из названных целей предполагает совершенствование самих продуктов и технологии их производства, что позволяет как минимум не снижать финансовые результаты основной деятельности и сохранять рыночные позиции для предприятия в случае изменения внешней для его бизнеса среды.

Вторая – основывается на необходимости рационализации производственных, обслуживающих, управленческих процессов, достичь которую можно совершенствованием функциональных и производственных структур, повышением эффективности использования ресурсов (кадровых, информационных, финансовых, материальных), рациональным обоснованием производственно-технической базы.

Серьезный расчет на успех во внешнеэкономической деятельности (в достижении третьей цели) тоже предполагает наличие соответственного научно-технического задела, обеспечение перспектив конкурентоспособности на мировом рынке. Что касается проблем экологического характера (имеется ввиду четвертая из перечисленных выше целей), то их решение следует искать: в разработке и применении безотходных технологий; в выпуске такой продукции, которая экологически безопасна и для потребителя и для производителя; в возведении, когда это требуется, нужных природозащитных сооружений и т.д.

Все указанные аспекты основной деятельности предприятия в той или иной степени находятся в рамках инновационного процесса, что и обуславливает целесообразность их рассмотрения в качестве своеобразных объектов менеджмента, направленных на разработку инновационной стратегии.

В практике управления инновационными процессами используются различные приемы и методы выбора стратегии развития предприятия (фирмы), из которых выделяется, как наиболее себя оправдавший, системный подход. Его применение в целях разработки инновационной стратегии позволяет выделить в качестве основополагающих элементов последней следующие:

- 1) совершенствование уже выпускающихся продуктов и применяемых технологий;
- 2) создание и освоение новых продуктов и процессов;
- 3) повышение качественного уровня, во-первых, технико-технологической, во-вторых, научно-исследовательской и опытно-конструкторской баз;
- 4) рост эффективности использования кадрового и информационного потенциалов;
- 5) совершенствование организации самой инновационной деятельности и управления ею;
- 6) рационализация ресурсной базы;
- 7) обеспечение экологической безопасности инноваций;

8) достижение на внутренних и внешних рынках конкурентных преимуществ инновационного продукта в сравнении с продуктами аналогичного назначения.

Названные процессы отражают базовые направления развития производства в целом, а также характер проблем, которые могут возникнуть у товаропроизводителя в ходе последующей реализации стратегии.

Итак, инновационная стратегия, являясь составной частью корпоративной стратегии, представляет собой целенаправленную деятельность по определению важнейших направлений, выбору приоритетов перспективного развития предприятия и выработке требуемого для их достижения комплекса мероприятий.

Реализуется инновационная стратегия через управленческие решения, отражающие специфику хозяйствующего субъекта.

Основные положения инновационной стратегии товаропроизводителя воплощаются в программе, в которой традиционно отражаются цели, задачи и этапы ее реализации, взаимосвязанные по срокам, ресурсам и исполнителям. В программе представляется детализированный перечень конкурентных мероприятий, воплощающих особенности функционирования того объекта, для которого она составлена. Однако независимо от последнего, всегда существует ряд управленческих задач общего порядка, решаемых в ходе реализации инновационной программы. В частности, высшему руководству предприятия необходимо: сконцентрировать внимание на постановке конкретных целей увеличения доходов от реализации новых продуктов; разработать комплекс мер по интенсификации инновационного процесса; обеспечить рост объемов инвестирования в сферу НИОКР; создать и поддерживать эффективные мотивационные механизмы для всех категорий работников. Успех реализации программы, а значит, и инновационной стратегии предприятия в целом возможен лишь при комплексном решении указанных задач.

В зависимости от конкретных условий микро- и макросреды предприятие может выбрать один из двух основных типов инновационной стратегии:

- 1) адаптационный, носящий пассивный характер;
- 2) творческий, активный.

Сущность адаптационной ситуации состоит в проведении частичных, непринципиальных изменений, которые, не будучи кардинальными, позволяют, тем не менее, усовершенствовать ранее освоенные продукты, технические процессы и услуги в различных, уже сложившихся на предприятии, организационных структурах и тенденциях деятельности. Важной характеристикой данного типа стратегий является то, что реализующие его предприятия выходят на рынок нововведений в качестве первого продавца, а вслед за ним, когда уже можно тщательно изучить реакцию рынка, на предложенное новшество. Поэтому инновации в данной стратегии выступают как форма вынужденной ответной реакции на изменение внешней среды бизнеса, служащая тому, чтобы не потерять завоеванные ранее рыночные позиции.

В условиях высокоразвитых стабильных товарно-денежных отношений адаптационная стратегия малоэффективна. Здесь инновации, как правило, должны становиться исходной базой повышения конкурентоспособ-

ности продукции, расширения и укрепления рыночных позиций, освоения новых областей применения изделий; иначе говоря, активным средством бизнеса, составляющим суть стратегии иного типа, то есть творческой.

В настоящее время в отечественной практике проблема выбора того или иного типа инновационной стратегии наиболее остро стоит перед крупными товаропроизводителями, обладающими высоким научно-техническим потенциалом и удовлетворительно сложившейся производственной базой. Причем проблема почти в одинаковой степени актуальна и для тех, кто имеет сильных конкурентов на внутреннем рынке, и для монополистов в своих сферах деятельности: монополия не может быть вечной. Однако сегодня говорить о широком распространении активной инновационной стратегии в наших отечественных условиях преждевременно.

Объективно существующий недостаток практического опыта, а также боязнь риска и возможных последствий принятия нестандартных решений тогда, когда многие товаропроизводители балансируют на грани выживания, не могут не вести к тому, что большинство высших руководителей крупных предприятий не решаются на активную инновационную стратегию развития. Многие хозяйствующие субъекты, в их числе и те, что занимают лидирующее положение в своей отрасли хозяйства, отдают предпочтение адаптационному типу стратегии.

Список литературы

1. Организация и финансирование инноваций / В.В. Быковский [и др.]. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 116 с.
2. Кабалина, В. Инновации на постсоветских предприятиях / В. Кабалина // Общество и экономика. – 2002. – № 3. – С. 76–89.
3. Крылов, Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия / Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журавкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 680 с.

Innovative Activity of Small Businesses as Factor of Growth and Efficiency of their Functioning

E.V. Bykovskaya

Tambov State Technical University, Tambov

Key words and phrases: efficiency; intensification; innovations; small business.

Abstract: The paper analyzes the main directions of fueling the innovative activity of small businesses. The role of the government in this process in the real sector of economy is characterized. The technological aspect of innovations in small companies is characterized.

© Е.В. Быковская, 2010