

Особенности и преимущества малых инновационных предприятий

д.э.н. проф. Грибов В.Д., к.э.н. Камчатников Г.В.

Университет машиностроения

+7-916-449-73-10

Аннотация. В статье рассматриваются преимущества малых инновационных предприятий.

Ключевые слова: мобильность, гибкость, адаптивность, сплоченность коллектива

Мировая практика показывает, что основной средой инновационных фирм в ведущих странах мира являются малые инновационные предприятия (МИП). Дело в том, что они обладают целым рядом положительных особенностей, которые позволяют им иметь очень высокие результаты деятельности по сравнению с крупными предприятиями и научно-исследовательскими организациями. Так, отношение числа нововведений к численности научного персонала в них выше в 4 раза, чем в больших организациях, а число нововведений в расчете на 1 доллар затрат на НИР – в 24 раза. Темпы нововведений на малых инновационных предприятиях на треть выше, чем у крупных, кроме этого, небольшим фирмам требуется в среднем 2,22 года, чтобы выйти со своими нововведениями на рынок, тогда как крупным – 3,05 года. Затраты на одного инженера или ученого на малых предприятиях вдвое ниже, чем в корпорациях [1].

Такие результаты отнюдь не случайны. Прежде всего, они свидетельствуют о высоком инновационном потенциале МИПов, как следствие ряда их преимуществ по сравнению с крупными организациями. К таким преимуществам МИП можно отнести следующие:

- они обладают высокой мобильностью, большой гибкостью и адаптивностью к требованиям рынка. Эти преимущества малых инновационных предприятий важны не только сегодня, они имеют возрастающее значение в современной динамичной жизни;
- малые инновационные предприятия, как правило, имеют более тесные контакты с конечными потребителями и более чувствительны к их проблемам;
- на малых инновационных предприятиях существует узкая специализация творческого поиска на определенную конкретную потребность, нацеленную на достижение результата, поэтому вероятность успеха здесь выше;
- малые инновационные предприятия более настроены на риск, больше проявляют свою готовность и настойчивость к риску, особенно это характерно для малых венчурных фирм, что, как правило, не приемлемо для крупных организаций. Практика показывает, что успешная реализация инновационного проекта в значительной степени зависит от деятельности компетентного распространителя (промоутера). Поэтому, если владелец или управляющий МИПом является опытным промоутером, то это очень хорошая предпосылка для достижения успешного результата;
- на малых предприятиях относительно низкие издержки производства, в первую очередь за счет малых управленческих расходов;
- высокая работоспособность коллектива малых предприятий обусловлена тем, что в нем объединяется, чаще всего, сплоченная группа единомышленников в достижении определенной цели;
- малые предприятия сильнее ощущают на себе влияние конкурентов, что побуждает их к более быстрой разработке и реализации инновационных проектов;
- для МИПов характерно детальное знание текущих потребностей рынка и умение предугадывать его будущие потребности;
- для них характерно всегда быть лучше своих конкурентов;
- для создания малых инновационных предприятий не требуется крупных начальных вложений;
- при создании малых инновационных предприятий при вузах они создают возможность

использовать научный потенциал профессорского и преподавательского состава вузов, а также аспирантов и студентов старших курсов для разработки и внедрения инновационных проектов и дают возможность повышать качество подготовки специалистов за счет обогащения учебного процесса самыми современными знаниями.

Основное преимущество малого бизнеса заключается в повышенной творческой инициативности, способности к быстрым переменам, самостоятельности в принятии главных решений, что позволяет получать выгоды от изменений во внешней среде, способствует созданию и внедрению новшеств. Характерна легкость и эффективность, с которой вводят разработанные новшества многие небольшие компании. Они разрабатывают новые изделия, процессы и услуги со скоростью и эффективностью, которой не могут достичь крупные компании, для которых характерны замедленная реакция на изменения во внешней среде, боязнь рискованных ситуаций, повышенная бюрократизированность деятельности.

В небольшой фирме обычно хорошо налажены коммуникации. Сотрудники постоянно находятся в контакте друг с другом, быстро приходят к общему мнению в оценке трудностей. Это помогает преодолению организационных барьеров, препятствующих инновационным процессам. Руководство малых компаний, как правило, терпимее относится к неудачам в работе своих сотрудников, понимая, что создавать новое нелегко. Успешно действующие компании предоставляют своим сотрудникам оплачиваемое время для проведения поисковых работ по рискованным проектам.

Эти несомненные преимущества малых инновационных предприятий создают хорошие предпосылки для организации эффективной работы не просто группой, а именно сплоченной высокопродуктивной командой.

В последние годы в связи с принятием в 2009 году закона № 217-ФЗ о создании малых инновационных предприятий при вузах и НИИ процесс создания МИП активизировался. Если в 2010 году таких предприятий было 11,56 тысяч, то в 2012 году их число увеличилось до 15,17 тысяч [2].

Тем не менее, число малых инновационных предприятий в России необходимо значительно увеличить с целью повышения роли МИПов в реализации стратегии перехода экономики России на инновационный путь развития.

Как показывает статистика, доля занятых в инновационной сфере малых предприятий России пока составляет не более 6% всех предприятий малого бизнеса, тогда как в развитых странах эта доля значительно выше [3].

Совершенно очевидно, что если в России переход на инновационный путь развития экономики заявлен, как национальный приоритет в обществе должна быть создана среда, поощряющая и облегчающая инновационную деятельность, всех ее составляющих частей и особенно малого инновационного предпринимательства, как направления связанного с развитием наукоемких, высокотехнологических отраслей.

Для этого необходима комплексная система взаимосвязанных мер по достижению целей государственной инновационной стратегии. Такая система предполагает наличие действенной нормативно-правовой базы, инновационной инфраструктуры, организационной и финансовой поддержки, а также гибкой денежно-кредитной и налоговой политики.

Анализ работы малых инновационных предприятий показывает, что результативность и эффективность их деятельности зависит от того, кто возглавляет инновационное предприятие – ученый или человек из бизнеса.

Проблема здесь состоит в том, что в России привыкли думать, что хороший ученый или инженер автоматически может быть хорошим руководителем инновационного проекта, хотя это далеко не так. Об этом свидетельствует анализ практики.

По мнению директора Департамента стратегических коммуникаций Российской венчурной компании Е.Б. Кузнецова, наши технари – все-таки слишком «технари», им не хватает бизнес компетенций.

В России боятся привлекать к руководству технологической компанией профессионала из бизнеса – в этом наша главная беда. Самое обидное, что профессионалы у нас есть, и они

готовы работать [4].

Однако, понимание того, что необходимо в процессе разработки инновационных проектов учитывать интересы бизнеса возрастает.

Опыт показывает, что взаимодействие бизнеса и научных коллективов дает хорошие результаты, если исследователи реагируют и откликаются на потребности предприятий. Чем больше ученый, разработчик погружен в практический консалтинг, тем лучше он понимает, что необходимо делать.

Выводы

Таким образом, малые инновационные предприятия обладают довольно большим количеством положительных особенностей и преимуществ по сравнению с крупными предприятиями и научно-исследовательскими организациями. Задача состоит в том, чтобы максимально использовать эти преимущества в развитии малого инновационного предпринимательства.

Литература

1. Малый инновационный бизнес. Учебник. Под редакцией В.Я. Горфинкеля и Т.Г. Попадюк. М. ИНФРА-М. 2013. – С. 217.
2. Малое и среднее предпринимательство в России. Росстат. М.: 2013. – С. 18.
3. Ильчиков М.З. Проблемы инновационного развития экономики России. Теоретические аспекты. Монография. М.: Кнорус. 2015. – С. 102.
4. Дело не в деньгах // ЭКО 2013 № 11. С. 106.

Политическая культура молодежи как фактор инновационного развития общества

Дзюрдзя О.А., Скопинцева О.И.
Университет машиностроения,
Российский государственный гуманитарный университет
dzuyrdzya@mail.ru, mgbrateevo@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются основные факторы, влияющие на формирование политической культуры молодежи в свете инновационного развития общества. В настоящее время молодежный парламентаризм выступает одним из факторов развития гражданского общества и проявления политической культуры молодёжи. Особенно важным это является с точки зрения дальнейшего инновационного развития нашего общества и государства. В связи с этим, жизненно необходимо поддержать реальное стремление молодежи активно и полновесно включиться в решение различных актуальных проблем, стоящих перед нашим обществом в столь непростое время.

Ключевые слова: политическая культура молодежи, инновационное развитие, государственная молодежная политика, молодежный парламент, общественная деятельность, социальная политика, молодежный парламентаризм.

Для нашего государства весьма актуальна проблема дальнейшего инновационного развития. В этой связи одним из существенных вопросов является формирование социально и политически грамотной молодежи. Процесс вовлечения молодёжи в решения собственных проблем путём развития законодательной инициативы и реализации конституционного права молодых граждан на участие в управлении делами государства протекает весьма сложно. Большую сложность он представляет для молодежи не имеющий собственной гражданской позиции, не проявляющий активности в обществе, что говорит о необходимости формирования гражданственности в рамках политической культуры. Основной причиной формирования молодёжной политической культуры как отдельного направления социальной политики является трудность процесса социализации молодых людей в современных условиях.