

# **О ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

**Новаковская В.А.**

**студентка 5 курса специальности «Управление персоналом»**

**Бажин А.С.**

**доцент кафедры управления персоналом и экономики труда  
Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, малый бизнес, понятие инновации.

В последнее время в России все больше стали уделять внимания процессам развития малого предпринимательства. Малые предприятия, борясь за выживание, охотно идут на применение новых, инновационных технологий и разработок.

В настоящее время большое внимание в бизнесе, особенно в малом, уделяется инновациям. В начале XX века австрийский экономист Й. Шупмюллер в своей работе «Теория экономического развития» (в 1911г.) ввел неизвестное на то время, понятие «инновация» и описал инновационный процесс с точки зрения экономики. Он рассматривал инновацию, как любое возможное изменение, происходящее из-за использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции и т.п. [1]

Что касается нашей страны, то законодательно закреплённым в России следует считать следующее определение: «инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или

усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности». [2]

Все мы знаем, что инновация – это некий новый продукт, который в свою очередь повышает эффективность продукции на данном предприятии. Если малое предприятие внедряет в свое производство новые технологии, новые разработки, то это означает, что оно конкурентоспособное, она всегда готово идти вперед, способно успешно функционировать на рынке.

Необходимо заметить, что «по мнению зарубежных экспертов именно малый бизнес является наиболее эффективным с точки зрения инновационного менеджмента». Действительно, любое крупное предприятие развивается в большинстве случаев из малого. Все на сегодняшний день известные бренды, например McDonald's, Microsoft, Sony- изначально являлись идеями малого бизнеса, предпринимательства. Именно идеи малого бизнеса создали компьютер Apple, машину Ford и много других полезных товаров. Данный факт уже говорит нам о том, что малые предприятия могут и способны внедрять новые разработки, идеи и развивать их. Любой крупный бизнес начинается с малого.[3]

Малое инновационное предприятие (МИП) – это предприятие, в котором доля продукции старше трех лет составляет не более 10% в общем объеме выпускаемой продукции. Несмотря на то, что в инновационной сфере работает всего около 6% от общего числа работающих в малом бизнесе, эту область развития малого бизнеса можно поставить по значимости для развития экономики на одно из первых мест. [4]. В наше время, когда конкуренция растет с большой скоростью, новым, да и уже устоявшимся предприятиям, компаниям приходится сталкиваться с таким понятием, как «инновация». Из истории мы знаем, что предпринимательство в сфере инновации, фактически начало появляться уже во второй половине 80х годов.

Доля малого бизнеса в ВВП России в настоящее время не превышает 17%, тогда как в развитых странах этот показатель составляет порядка 50%, а в Китае – даже 60% – такие данные приводит глава Минэкономразвития РФ

Эльвира Набиуллина. Отсюда делаем вывод, что труднее всего приходится малым предприятиям. Это можно объяснить рядом причин: высокие налоги, нехватка денежных средств, конкуренция со стороны крупного бизнеса и др.[5]

Следует подчеркнуть, что инновации – это всегда риск. Все мы прекрасно понимаем, что любая инновационная разработка может быть успешной и наоборот. Отсутствие сложных структур управления повышает оперативность управление малыми предприятиями, что в свою очередь способствует быстрому совершенствованию и внедрению технологий. Малый бизнес проявляет высокую устойчивость в трудных условиях адаптации к рыночным отношениям, что позволяет ему быть устойчивым и долговременным потребителем прогрессивных технологий.

Охотнее на этот риск идут именно малые предприятия, так как у них очень большое количество конкурентов на рынке. Тем самым они испытывают давление. Поэтому для проверки новых разработок крупные компании чаще всего используют малые предприятия. Тем самым, малые - получают материальную помощь от первых. Можно сказать, что малые предприятия - это испытатели новых разработанных технологий.

Таким образом, «малые предприятия разрабатывают новые идеи, разработки, а крупные компании, внедряют, применяют эти новые идеи на практике». Они также требуют крупных вложений и большое количество времени [6].

Что касается крупных компаний, то они в своей инновационной деятельности ориентируются на создание не радикальных, а совершенствующих инноваций. То есть крупные компании имеют значительный производственный потенциал и не готовы идти на риск ради создания радикальных инноваций. Таким образом, большинство радикальных инноваций производит именно инновационный малый бизнес.

Инновации – это не только риск. Они также требуют крупных вложений и много времени. Процесс разработки, внедрения, освоения новых технологий именно на малом предприятии требует меньше затрат, чем на крупном. [7]

Это можно объяснить следующим образом.

Во-первых, малое предприятие имеет более гибкую, подвижную организационную структуру. Управлять предприятием в этом случае проще, легче наблюдать и контролировать все процессы деятельности, работа происходит более слаженно, организованно и т.п.

Во-вторых, он довольно быстро адаптируется. Легче принимает какие-то изменения.

В-третьих, масштаб, объем разработок малого предприятия меньше по сравнению с крупным, что и объясняется малым количеством затрат.

Отметим, что малые предприятия готовы пойти на любой риск, чтобы реализовать свой потенциал, свои возможности и продвинуться впереди, подняться на ступень выше. А в случае успеха они могут улучшить свои позиции на рынке, заручиться поддержкой инвесторов, привлечь внимание потребителей и т.п.

Таким образом, малый бизнес действительно играет существенную роль как для инновационного процесса, так и для всей экономики в целом. Готовность всегда идти на риск, способность угадывать потребности потребителя, сильная мотивация, целеустремленность, относительно небольшие затраты времени и средств – все это позволяет малому бизнесу успешно функционировать в сфере инновационной деятельности. Малый бизнес – это реальные надежды крупного производства. Это разработчики новых идей, их испытатели на практике.

### **Список литературы.**

1. Ильенкова, С. Д. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, 2007.
2. Статистика науки и инноваций: Краткий терминологический словарь / Под ред. Л. М. Гохберга. – М.: ЦИСН, 1998.

3. Карпченко, Ю.В. Инновации в малом бизнесе / Ю.В. Карпченко. Известия Тульского Государственного Университета. Экономические и юридические науки. – 2010. - № 2-2. 90-98 с.
4. Скиданов, В. К. Инновационная деятельность малых предприятий. Перспективы и роль в развитии российской экономики / В. К. Скиданов. Актуальные проблемы управления, 2004. - 232 с.
5. Цыганов, А.Г. Инновации в малом бизнесе / А.Г. Цыганов. Инновационная экономика России. – 2004. Дек./Февр. –168 с.
6. Переверзев, М. М. Инновационный менеджмент в малом бизнесе: мон.проф.: Тула, 2006. – 172 с.
7. Горфинкеля, В. Я. Менеджмент малого бизнеса: учебник. / В. Я. Горфинкеля, М. М. Максимцева. – М., 2007. – 269 с.