

Выдрин С. А.

**РАСШИРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2008/9/9.html](http://www.gramota.net/materials/1/2008/9/9.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по данному вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2008. № 9 (16). С. 23-24. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2008/9/](http://www.gramota.net/materials/1/2008/9/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

Развитие малого бизнеса было и остается одной из важнейших задач российской экономики. Еще в середине 90-х годов Государственным комитетом по поддержке и развитию предпринимательства был сделан прогноз развития сферы малого предпринимательства на десятилетие (с 1996 по 2005 гг.). Согласно прогнозу, в 2005 г. количество малых предприятий в РФ должно было составить 2500-3500 тыс. со среднесписочной численностью занятых 22-28 млн. чел, а доля малых предприятий в ВВП – 32-36% [Тихонова 2008]. Прошло уже 18 лет реформирования, а поставленную задачу так и не удалось решить.

Динамичное развитие рыночных отношений в стране обусловило появление новых направлений научных исследований, для осуществления которых раньше не было реальных предпосылок. К таким направлениям можно отнести и исследование теоретических основ функционирования и эволюции инфраструктуры рынка финансовых и информационных ресурсов, тенденций её развития [Новикова 2008].

Отойдя от сугубо экономических разъяснений можно сказать, что предпринимательство более чем какой-либо иной вид хозяйственной деятельности, есть творчество, так как творческая инициатива, нестандартность мышления, желание отличиться от других заложены в сути самого понятия «предприниматель». Исходя из этого, можно предположить, что под творчеством разумно понимать инновационный процесс.

Австрийский экономист Й. Шумпетер видел в инновационной сущности предпринимателя силу, способную «разрушить сложившееся экономическое равновесие, стимулируя при этом развитие общества». Под инновацией он понимал изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производств, рынков и форм организации [Шубаева 2007].

На сегодняшний день именно инновационная деятельность предпринимательских организаций становится основой достижения их высокой конкурентоспособности.

Разнообразие специфических условий, в том числе экономических, организационных и других, в инновационной деятельности приводит к тому, что, несмотря на общность предмета инноваций, каждое ее внедрение обладает определенной уникальностью [Харитонова 2008]. И поэтому существует значительное число классификаций, определений и точек зрения на то, что считать инновацией и, соответственно, субъектом инновационной деятельности.

Термин «инновация», как констатирует проф. И. А. Аренков, первоначально, в XIX веке, связывался с изменениями, вызванными спонтанными взаимодействиями различных культур [Аренков 1997]. В начале XX века он начал применяться сначала в технической сфере, а затем в экономической теории, где инновации стали рассматриваться как важнейшее средство преодоления циклических кризисов.

П. Друкер считает, что инновация (нововведение) является скорее экономическим или социальным понятием, нежели техническим. Цель инновационного процесса он видит в повышении отдачи на вложенные ресурсы [Друкер 2003].

Белякова О.И. и Криворотов В.В. конкретизируют вышеизложенную идею, подразделяя инновации на внешние и внутренние. «Инновационная деятельность может вбирать в себя различные аспекты – нововведения, направленные на изменение как внутренней среды организации (совершенствование структуры производства, управление персоналом и денежными средствами предприятия), так и внешней (выпуск на рынок нового или усовершенствованного продукта, разработка новых маркетинговых схем продвижения товара на рынок и др.)». Инновация часто рассматривается исключительно как результат научных исследований и разработок, то есть как итог научного и технического творчества.

Инновация есть результат предпринимательской деятельности по обновлению, преобразованию чего-либо, который приводит к замене одних элементов другими либо дополнению уже имеющихся новыми. Инновация может быть внедрена в виде новой формы обслуживания клиентов, совершенствования логистических процессов, улучшения коммуникативных связей и т.п. Техническая и технологическая инновации в виде открытий и изобретений, являющихся движущей силой научно-технического прогресса, на сегодняшний день представляют лишь часть многозначного инновационного понятия «инновация».

Уровень новизны намечаемых предпринимателем мероприятий, организаций согласно утверждению О. В. Афанасьевой и Д. В. Обухова, необходимо соизмерять с обеспечением преемственности и стабильности в работе, а также со степенью подготовленности членов предпринимательской структуры к их восприятию [Шубаева 2007].

Субъекты инновационной деятельности могут выполнять функции заказчиков и/или исполнителей инновационных проектов и программ, инвесторов, потребителей инноваций, а также организаций, обслуживающих инновационный процесс и содействующих освоению и распространению инноваций. Специализированными субъектами инновационной деятельности являются технополисы, технологические, промышленные и агропромышленные парки (технопарки), технологические инкубаторы, инновационные фонды, инновационные центры и иные организации инфраструктуры инновационной деятельности. Основная деятельность данных субъектов инновационной деятельности направлена на создание инноваций и передачу их в различные области производства и сферы управления обществом.

Современный инновационный рынок требует максимально тщательного и всестороннего изучения не только экономической эффективности инновационных проектов, но и других факторов, влияющих на предпринимательский потенциал инновационных компаний, предоставляющих проекты на рассмотрение инвестора. Как правило, наибольший интерес привлекают малые инвестиционные компании, которые являются небольшими коллективами ученых и предпринимателей численностью, не превышающей 30 человек [Репин 2008].

Таким образом, особенностью малого предпринимательства конца XX и начала XXI века является его инновационная сущность. Возрастанию роли малого предпринимательства способствует научно-технический прогресс (НТП) как фактор развития постиндустриального общества. Наиболее высокие темпы роста малого и среднего предпринимательства наблюдаются в таких прогрессивных отраслях экономики, как электроника, биотехнология, лазерная техника, информационные услуги и т.п.

Данная тенденция происходит потому, что, создание высокопроизводительных машин и механизмов допускает их индивидуальное использование. Эксплуатация мощных компьютеров позволяет мелким фирмам разрабатывать научные программы, которые используют крупные производители. Также ощутимое удешевление многих элементов производительных сил делает доступным приобретение современного оборудования. Развитие информатики и коммуникаций, облегчает доступ к банкам данных, контакты с поставщиками и клиентами.

Таким образом, малое предпринимательство приобрело качественно новую роль, став одной из важнейших форм реализации современного этапа НТП, что позволяет ему успешно конкурировать с крупным бизнесом.

Современная ситуация в промышленно развитых странах свидетельствует о том, что происходят структурные изменения в экономике и максимальное приближение к удовлетворению не только материальных, но и интеллектуальных индивидуальных потребностей человека. Выполнить эту задачу могут только предприятия мобильные, эффективные, рассчитанные на инновации и творчество, какими и являются малые предприятия. Именно они в силу характерных для них черт имеют большие возможности развития в условиях постиндустриального общества.

#### *Список литературы*

- Аньшин В. М.** Инновационная стратегия фирмы. – М.: Российская экономическая академия, 1995. – 254 с.
- Аренков И. А.** Бенчмаркинг и маркетинговые решения / И. А. Аренков, Е. Г. Багиев. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1997. – 218 с.
- Друкер П.** Эффективное управление: экономические задачи и оптимальные решения / Пер. с англ. М. Котельникова. – М.: Фаир-Пресс, 2003. – 285 с.
- Новикова Н. М.** Взаимосвязь информационных и финансовых ресурсов, обеспечивающих развитие предприятий промышленности / Н. М. Новикова // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1. – С. 98-103.
- Репин Д. В.** Адаптивная методика оценки предпринимательского потенциала малых инновационных компаний // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1. – С. 48-54.
- Субъект инновационной деятельности.** – 2008. – Режим доступа: <http://www.businessvoc.ru>.
- Тихонова Е. О.** Роль интеграции в развитии традиционного и инновационного малого бизнеса // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1. – С. 41-44.
- Харитоновна Е. В.** Инновация как экономическая категория и как инструмент предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1. – С. 4-8.
- Шубаева В. Г.** Творчество и инновация в предпринимательстве: сущность и взаимосвязь // Российское предпринимательство. – 2007. – № 1. – С. 32-36.

## ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКИХ ТЕХНОПАРКОВ

*Гончарова Е. В.*

*Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ*

Одна из тенденций мирового развития на сегодняшний момент – ориентация экономики на производство интеллектуального продукта, на развитие наукоемких отраслей и высоких технологий.

Наиболее перспективные формы стимулирования инновационного направления основаны на коммерциализации науки: создание новых инновационных структур, таких как технопарки, технополисы, свободные экономические зоны.

Если говорить о тенденциях развития сферы НИОКР России, то можно дифференцировать существующие проблемы на две составляющие: материально-финансовый аспект, для которого характерно недостаточное по среднемировым нормам финансирование и нерациональное использование выделяемых средств; кадровый аспект, основными тенденциями которого являются чрезмерный количественный рост персонала и недостаточно качественный уровень его использования.

Одним из ключевых моментов маркетингового развития НИОКР должна стать организация информаци-