

Сопенюк Ольга Михайлівна
Одеський державний економічний університет

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ

Сучасні умови зменшили кількість можливостей розвитку підприємств і залишили один єдиний варіант укріпити свої позиції та зберегти конкурентоспроможні позиції на внутрішньому та міжнародному рівні вітчизняним підприємствам – інноваційний шлях розвитку

Безсумнівно, що конкурентні переваги конкретної бізнес-одиниці та країни в цілому є наслідком не лише зростання обсягів виробництва, а обумовлені насамперед рівнем їх інноваційної активності. В умовах прискореного розвитку науково-технічного прогресу, інтеграційних та глобалізаційних процесів конкурентоспроможність на макро-, мезо та мікрорівні визначаються здатністю підприємств та держави генерувати та впроваджувати новітні технології.

Проблема впровадження інновацій на великих підприємствах розглядається в працях багатьох вчених, як в теоретичному, так і в практичному руслі. Це обумовлено багатьма причинами, а саме - низькою інноваційною активністю вітчизняного бізнесу. Згідно зі статистикою, у 2007 році лише 11,5% українських підприємств впроваджували інновації. Тобто можна зробити висновок, що 90% наших підприємств взагалі не приймають участь в інноваційних процесах, тобто не розглядають свій інноваційний потенціал як можливість підвищити рівень власної конкурентоздатності. Особливо це стосується малого бізнесу. Досить часто приватні підприємці взагалі не мають досвіду ведення бізнесу з використанням інновацій, в той час як, за свідченнями американських вчених, історично 90% засобів нової технології в США створювалось невеликими підприємствами чи окремими ентузіастами-винахідниками. В наш час така ситуація зберігається та посилюється.

Цей процес обумовлений головними перевагами невеликих фірм, а саме: гнучкість, мобільність, здатність швидко реагувати на зміни потреб, випускаючи «пробні», невеликі партії нових товарів. У випадку, коли ринок та попит на даний товар сформований, його виробництвом починають займатися великі компанії. Це так звана практика «абордажних крюків». Коли дослідницькі відділи великих компаній, надають невеликим творчим групам на певний час «самостійність» у виборі творчого шляху. У випадку, коли діяльність певної групи завершилася успіхом, створенням нового комерційно привабливого продукту чи технології, то дана група «підтягується, як крюк» до корпорації, її можливостей. Це дозволяє довести новий продукт до кінцевого споживача.

Таким чином, створюються умови для гармонійного функціонування різних за розміром підприємств та оптимізування повного циклу «ідея-винахід-реалізований продукт». Тобто створюється довершений інноваційний комплекс, в якому великі та середні підприємства відіграють роль «каркасу», а велика кількість швидко виникаючих та зникаючих маленьких фірм змушують цей механізм активно рухатись.

Тому недооцінка такої компоненти інноваційної структури як малі підприємства в нашій країні не дозволяють на практиці втілити в життя багато вітчизняних оригінальних новацій, прискорити проходження новаторських ідей від дослідницьких лабораторій до тієї стадії, коли їх можна використовувати в технологічних процесах вже функціонуючих підприємств.