

Лобачев Александр Сергеевич

магистрант

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет»

г. Москва

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

***Аннотация:** статья посвящена факторному анализу в интересах выбора и обоснования основных направлений развития инновационного потенциала малого бизнеса.*

***Ключевые слова:** инновация, инновационные предприятия, инновационный товар, малый бизнес, конкурентная борьба.*

В современных условиях функционирования экономики Российская Федерация определяет своим главным приоритетом стратегического развития национальной экономики, базирующейся на инновационных принципах. Тем не менее, здесь необходимо отметить, что возможность реализации инновационного потенциала находится в зависимости от внешних стимулов и внутренней мотивации субъектов экономики.

Выделим основные факторы влияния на рост инновационного потенциала субъектов малого предпринимательства.

Потенциальный спрос на инновации. Масштаб внутреннего отечественного рынка выступает явным стимулом и преимуществом в вопросе развития инноваций, которым располагает Россия. По данным анализа, проведенного Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «Опора России» в 2015 году в РФ только 64% населения высказывают свою готовность покупать инновационную продукцию (товары) взамен той, что используют. Для сравнения в странах ЕС – 83% (рисунок 1).

Заметим, что стоимость товаров при этом для потребителя не является принципиальным сдерживающим фактором. Следовательно, можно сделать вывод о

том, что существуют возможности роста производства инновационной продукции.

Таким образом, на основании выделения данного фактора влияния можно сделать вывод о том, что предпочтения потребителей в РФ стимулируют развитие инновационной активности малого предпринимательства.

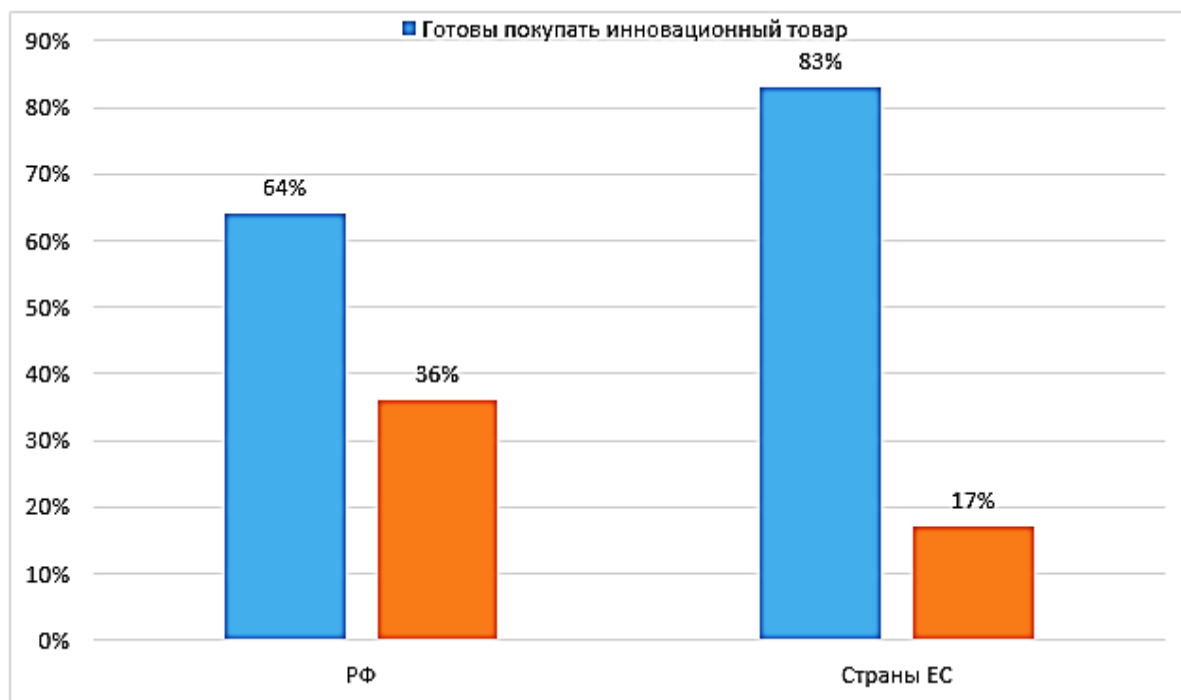


Рис. 1. Готовность населения РФ и стран ЕС покупать инновационный товар (по состоянию на 01.01.2017 г.) [1]

Повышение спроса на инновации со стороны населения, как фактора, влияющего на заинтересованность предпринимателей производить инновационные товары, должно сопровождаться следующим:

- повышение уровня жизни населения;
- создание совместных компаний с целью проникновения за закрытые мировые рынки;
- проведение внутренней политики замещения импорта;
- формирование имиджа РФ как инновационной страны.

Уровень интенсивности конкуренции на рынке. – Данный фактор в процессе своего воздействия может оказывать большое влияние, как на повышение,

так и на понижение инновационной активности. Этот фактор проявляется в конкурентном давлении.

Так, в условиях жесткой конкуренции, стремясь получить дополнительные преимущества перед своими соперниками, предприниматели готовы внедрять инновации, т.к. это позволит расширить рынок (в т.ч. за счет внедрения товарных инноваций) или оптимизировать процесс производства. Наиболее распространенной теорией влияния конкуренции на инновационную активность является теория «перевернутой U-зависимости». Согласно этой теории – рост конкуренции является стимулирующим фактором для развития инноваций до определенного порогового значения, после прохождения которого, происходит дестимуляция инновационного процесса, т.е. предприниматель просто не выдерживает конкурентного давления.

В докладе РСПП-ВЦИОМ о состоянии делового климата по состоянию на конец 2016 года конкурентную борьбу в сфере малого предпринимательства необходимо усиливать. В итоге, в российской экономике конкурентное давление является фактором активизации инновационной деятельности, который требует широкого использования [2].

Инновация – как один из основных факторов успеха в конкурентной борьбе.

От степени влияния инноваций конкурентоспособности предприятий и организаций малого бизнеса, зависит их поведение на рынке и мотивация к развитию инновационной деятельности.

Однако следует отметить, что на сегодняшний день экономика РФ пока оказывает недостаточное влияние на деятельность предприятий малого бизнеса. Хотя «Товарные инновации» в современных условиях являются ключевым фактором успеха для бизнеса. Также фактором развития выступает – доступность ресурсов.

Внутренняя мотивация. В отечественной научной среде имеет место потенциал для проведения коммерциализации результатов научной деятельности российских ученых. Так, по результатам опроса, проведенного Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «Опора

России» в 2017 году 43% ученых утверждают, что на основе их научной деятельности возможно создание новых продуктов или процессов, при этом 35% полагают, что результат их деятельности может быть востребован рынком.

Вместе с тем:

- 18% респондентов считают, что ученые стремятся к коммерциализации своих разработок;
- 47% не знают, как провести процесс коммерциализации своей научной разработки;
- 27% утверждают, что у них есть некое понимание шагов для создания бизнеса);
- 75% опрошенных не имели опыта коммерциализации результатов своей деятельности [3].

В этой связи важно сформировать новый тип общественного мышления, который бы характеризовался желанием постоянно обучаться, использовать новые технологии, продукты, услуги и прочие достижения НТП. Популяризировать инновационную деятельность помогут проведение различных конкурсов на региональных и федеральном уровнях, победители которых будут награждаться грантами.

Значимость инновационного фактора в политике государственного заказа. Правительство РФ может оказывать большое влияние на развитие инноваций посредством участия в формировании спроса на инновационную продукцию через проведение гражданских и военных закупок. Чем выше уровень инновационности приобретаемых Правительством РФ товаров, оборудования, работ и услуг тем выше будет стимулирующее воздействие на инновационную деятельность.

Государственная политика поддержки инновационной активности малого бизнеса.

Государственная регламентирующая политика, устанавливающая технические регламенты. На инновационную активность предприятий большое влияние оказывает сертификация и применение технических регламентов и стандартов. Так, обязательные стандарты создают экономические стимулы для применения

новых технологий, и отказываться от старых технологий. Федеральный закон №184-ФЗ «О техническом регулировании» был принят в 2002 году. В период с 2002 по 2010 годы было принято около 20 технических регламентов. За 2010–2013 годы принято 4 технических регламента (в т.ч. технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции»). Таким образом, в целом можно говорить о недостаточном уровне государственной технической регламентации.

Таким образом, все особенности факторов влияния и регулирования инновационной сферы РФ позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день необходимы мероприятия, направленные на повышение эффективности активизации инновационной активности малого бизнеса. В направлениях выявленных факторным анализом в рамках тематики данной статьи.

Список литературы

1. Инновационный процесс // Инновационное управление: [Сайт] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://innovation-management.ru/vidy-innovacziy>
2. Опрос РСПП-ВЦИОМ 2016 г // Доклад РСПП о состоянии делового климата в РФ в 2017 году. – С. 78.
3. Официальный сайт ООО «Опора России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opora.ru/analysis/research/595/>