

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 658.001.76:65.017.3:621

В.В. ТАТАРИНОВ, аспирант
Днепропетровского университета экономики и права

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ СПРОСОМ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ МАШИНОСТРОЕНИЯ В УКРАИНЕ

У статті розглядається роль малих і середніх підприємств в інноваційному процесі в Україні з урахуванням попиту на науково-технічні розробки машинобудівної галузі.

В статье рассматривается роль малых и средних предприятий в инновационном процессе в Украине с учётом спроса на научно-технические разработки машиностроительной отрасли.

In the article the role of small and middle enterprises is examined in an innovative process in Ukraine, taking into account demand on scientific and technical developments of machine-building industry.

інноваційний спрос, інновації, малий і середній бізнес, тенденція, економіка, розвиток ринку, інноваційне підприємництво

Несмотря на провозглашение инновационной направленности развития экономики Украины, процесс инноватизации развивается крайне медленно, что негативно сказывается на всём экономическом развитии страны.

Проблемами инновационного развития экономики занимались и занимаются как отечественные, так и зарубежные исследователи [1, 2, 3, 11], которые рассматривали разные стороны развития и особенности инновационного процесса и, в частности, возможные факторы, ограничивающие его развития в малом и среднем бизнесе.

В опубликованных работах при рассмотрении факторов, ограничивающих инновационные процессы в Украине, недостаточно отражены вопросы, связанные с влиянием на инновационную активность и инновационный спрос конкурентной среды.

Целью статьи является анализ состояния конкурентной среды в Украине и её влияние на инновационный спрос в малом и среднем производственном предпринимательстве.

Общемировой тенденцией развития экономики в настоящее время, можно

сказать без преувеличения, стало инновационное направление. Именно инновации в различных сферах экономической деятельности стали важнейшим фактором успеха как развитых западных стран, так и новичков экономического бума (Китай, Сингапур и др.).

Инновационный подход к решению экономических проблем позволяет повысить конкурентоспособность продукции, которая зависит от ряда факторов.

Среди них можно выделить:

- соответствие качества продукции требованиям потребителя;
- соответствие технического уровня новой продукции требованиям научно-технического прогресса;
- тенденции развития рынка;
- соответствие условий производства, снабжения, сбыта продукции требованиям снижения себестоимости.

Исходя из оценки вышеуказанных факторов субъектам производственной деятельности, создавая или используя те или иные технические решения, необходимо оценить их перспективность для продвижения на рынке с учётом достаточности частых изменений рыночной ситуации и необходимым для любого

субъекта предпринимательской деятельности и для представителя малого производственного бизнеса в частности.

Малый и средний бизнес в развитых странах стал основной опорой их экономики, исполняя роль наибольшего работодателя и являясь принципиальным источником экономического роста. Такое утверждение может быть подкреплено данными нижеприведённой табл. 1:

Таблица 1
**Роль малого и среднего бизнеса
в экономиках стран мира [2]**

Страна	Доля работников в общей численности занятых, %	Доля в ВВП, %
США	54,0	50–52
Япония	78,0	52–55
Китай	75,0	60
Италия	73,0	57–60
Германия	70,0	49–52
Венгрия	67,0	50
Украина	19,6	5

Такое влияние малого и среднего бизнеса на экономики развитых стран связано с инновационной направленностью деятельности, которая в малом бизнесе становится более эффективной, чем в крупном. Например, в США на каждый доллар, инвестированный в малый бизнес, количество инноваций в 24 раза больше, чем у их корпоративных конкурентов. При этом если сравнить успешный малый и большой в одной и той же области бизнес, то прибыльность малого бизнеса почти вдвое больше.

Основное преимущество малых и средних предприятий перед крупными предприятиями состоит в том, что малый бизнес более чувствителен даже к небольшим изменениям на рынке и быстро реагирует на них. Решения в малом предприятии принимаются более оперативно, чем в крупном. К причинам успеха малого бизнеса можно также отнести большую свободу выбора; более тесный контакт предпринимателя с наёмными работниками, клиентами и поставщиками; существенное понимание условий местного рынка, мотивация собственника.

Поэтому коммерческие гиганты пришли к выводу, что для того, чтобы быть прибыльными, необходимо продавать лицензии представителям малого бизнеса, способного внести динамику в их работу.

Как видно из вышеприведенной таблицы роль малого и среднего бизнеса в Украине не сопоставима с показателями влияния малого бизнеса на экономики развитых стран мира. Малый бизнес, прежде всего производственный, в Украине ещё далёк от того, чтобы стать опорой экономики. Одной из существенных причин этого можно считать то, что инновации в малом бизнесе до настоящего времени ещё не стали органической потребностью его существования.

Однако необходимо отметить, что потребность в постоянной инновационной деятельности обычно вызвана сокращением жизненного цикла товаров, услуг и иных продуктов. Это происходит в результате усиления конкуренции, ускорения к привыканию потребителей к новинкам, совершенствования средств массовой информации, ускоренного развития науки и технологий.

Инновационное предпринимательство и его самоорганизация (коммуникации) как взаимодействующие феномены в условиях рыночной экономики построены на экономических и социальных отношениях участников инноваций, вытекающих из мотивированного стремления к совместному переводу бизнеса из существующего состояния в новое, более конкретное и социально значимое [3].

По данным Госкомстата Украины в 2008 г. инновационной деятельностью в промышленности занималось всего 13% предприятий. Причём в большей степени это были крупные предприятия, а участие малого бизнеса в этом процессе выглядит практически символическим.

Можно привести большой перечень причин, сдерживающих внедрение инноваций. Это неопределённость экономической выгоды, неразвитость инфраструктуры, несовершенство нормативно-правовой базы, недостаток информации о рынках сбыта, высокая стоимость

нововведений, низкий спрос на новые товары, недостаток денежных средств, низкий инновационный потенциал малых предприятий и т. д. Но наряду с перечисленными факторами, по нашему мнению, первостепенным сдерживающим обстоятельством всё же следует считать отсутствие в украинском производственном бизнесе мотивационных условий для создания и поддержания полноценного инновационного спроса.

Такая ситуация создалась в связи с тем, что на украинском внутреннем рынке так и не сформировалась цивилизованная конкурентная среда, в которой невозможно было бы осуществлять предпринимательскую деятельность без постоянного технологического, товарного, организационно-управленческого обновления производства.

Исходя из вышесказанного, для развития инновационной деятельности в малом производственном бизнесе и в экономике в целом государству необходимо принимать меры для скорейшего увеличения количества рыночных субъектов.

Ещё в 1996 г. Постановлением Кабинета Министров Украины № 404 была утверждена Концепция государственной политики развития малого предпринимательства [5]. Согласно этой Концепции предлагалось три этапа развития предпринимательства в Украине.

На первом этапе намечалось усовершенствовать законодательство, обеспечить в широком объёме информационные и консультативные услуги, развить сеть бизнес-инкубаторов, региональных информационно-аналитических центров и т. д.

На втором этапе с целью создания условий необратимого перехода к устойчивым рыночным отношениям предполагалось довести количество МП на 1000 человек населения до 10–12 (т. е. до так называемой «критической массы»).

И только на третьем этапе ставилась задача существенного увеличения объёмов производства товаров и услуг в МП и соответственно их доли в ВВП.

Экономическое развитие на третьем этапе предполагалось за счёт соб-

ственных ресурсов МП. Но поскольку намеченные планы на первом и втором этапах до настоящего времени так и остались не выполненными в полной мере, говорить о реализации третьего этапа также преждевременно.

Принятые в дальнейшем законодательные и нормативные акты также не нашли должной реализации и зачастую носили декларативный характер.

На сегодняшнем этапе для обеспечения устойчивых цивилизованных рыночных отношений и на их основе устойчивого развития экономики государству необходимо выполнить ряд неотложных мер как с использованием опыта развитых стран, так и наработки своих собственных направлений с учётом нашей экономической специфики и менталитета.

Уменьшение доходности малого бизнеса и неопределённости его перспектив снижает интерес украинцев к предпринимательской деятельности. Так с 2000 по 2007 г. средняя численность занятых в малом предпринимательстве сократилось с 8 человек до менее чем 6 человек для одного МП. Вместе с тем европейский опыт показывает, что основным источником рабочих мест являются фирмы с числом занятых около 20 человек. Малый бизнес в сложившейся ситуации не справляется с ролью амортизатора.

Практически во всех регионах и в целом по стране сократилась доля продукции МП в общих объёмах реализованной продукции.

Наблюдается определённый перекос в сторону торгово-закупочных и посреднических операций, как в регионах, так и в целом по Украине.

В инновационно активных отраслях (пищевая промышленность, производство древесины, машиностроение, металлургия и обработка металлов, химическая и нефтехимическая промышленность, целлюлозно-бумажная промышленность), в которых по данным статистики в январе-сентябре 2005 года выполнено около 70% инновационных работ [6], было занято всего 10,16% малых предприятий.

Согласно данным Госкомстата в основной массе украинских регионов количество промышленных МП на 1000 человек населения не дотягивает даже до 1. Прирост промышленных МП за 5 лет (2000–2007 гг.) по всем регионам составляет доли единицы. Несколько активнее процесс создания промышленных МП проходит в западных регионах (Житомирская, Закарпатская, Ивано-Франковская, Львовская области), а также в Автономной Республике Крым, городах Киеве, Севастополе, Харьковской и Киевской областях. Но и здесь темпы прироста по рассматриваемому показателю оставляют желать лучшего. В одном из самых развитых промышленных регионов Украины – Донецкой области за рассматриваемый период произошли минимальные изменения. В 2004 г. по сравнению с 2000 г. здесь добавилось всего 17 промышленных МП. Вероятно, сдерживающим фактором развития промышленного предпринимательства является концентрация в этом регионе большого количества крупных предприятий, ограничивающих доступ к ресурсам малому бизнесу. Выход в этой ситуации может быть найден не в противопоставлении малого бизнеса крупному, а в создании между ними взаимовыгодного партнёрства. В среднем по Украине темпы прироста промышленных МП составляли в период с 2000 г. по 2007 г. около 6% в год. Этот показатель несколько опережает темпы прироста общего количества МП в Украине в данный период. Однако это не является достаточным, если принять во внимание, что в 2007 году из 1000 человек в Украине только 6 человек работали в промышленных МП.

Такое положение в сфере промышленного малого бизнеса делает понятным его низкую инновационную активность в ней. Дополнительное объяснение низкой инновационной активности можно получить, рассмотрев состояние малого бизнеса в отрасли машиностроения, являющейся основной базой в промышленности по освоению новшеств (табл. 2).

Таблица 2

Количество МП на 1000 чел. населения в машиностроении Украины [7, 8, 9, 10]

№ п/п	Регион (область)	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2007 г.
1	Донецкая	0,19	0,21	0,2	0,22
2	Львовская	0,18	0,18	0,19	0,19
3	Киев	0,47	0,48	0,51	0,69
4	Украина	0,18	0,19	0,2	0,22

В этой таблице приведены данные о количестве МП на 1000 человек населения в отрасли машиностроения по регионам, где сосредоточена значительная часть научно-технического потенциала страны.

Поскольку машиностроение, по данным статистики, является отраслью, где осваивается более трети наукоёмкой продукции, внедряется основная масса новых технологических процессов, то вполне вероятным было бы предположить, что в этой отрасли имеет место прилив инновационных сил, в том числе и за счёт малого бизнеса. Однако, как показывает табл. 2, этого не происходит. Темпы прироста машиностроительных МП, а, следовательно, и инновационный потенциал в этой сфере нарастают крайне медленно. Так в 2002–2007 г. в регионах и в целом по Украине среднегодовой прирост показателя (количество МП / 1000 чел. населения) в машиностроении был близок к уровню среднегодового прироста этого показателя для общего количества МП в Украине, т. е. около 3,5%.

На фоне низкого уровня инновационного потенциала в сфере промышленного малого бизнеса по большинству регионов Украины можно выделить столичный регион. Здесь в 2007 г. показатель (количество МП / 1000 чел. населения) в промышленности почти в 3 раза превышал этот показатель по Украине. Здесь сосредоточены самые мощные в Украине инфраструктура поддержки малого предпринимательства и научно-технический потенциал. Опережающее развитие инфраструктуры предпринимательской деятельности в сравнении с другими регионами страны позволяет

добиться более высоких показателей инновационной активности в столичном регионе. Этому способствует побочный эффект столичного города, концентрация качественных экономических и интеллектуальных ресурсов. Почти три четверти МП столицы (~72,0%) являются экономически активными и выпускают продукцию или предоставляют услуги. На протяжении 2000–2007 гг. динамика абсолютных показателей объёмов реализованной продукции МП Киева и Украины в целом имеет тенденцию к росту. Однако относительные показатели отражают сокращение удельного веса объёмов реализации малого бизнеса в общих объёмах реализации по экономике региона и страны [1].

Указанная тенденция также не способствует развитию инновационной деятельности. Проблема вовлечения МП в инновационный процесс в регионах и в Украине в целом по-прежнему не разрешена. Отмечается, что степень расширения инновационных процессов в отечественном малом бизнесе заметно отстаёт от степени расширения инновационных процессов в отечественной экономике в целом и в малом предпринимательстве развитых стран. В среднем по Украине только около 6% МП являются инновационно активными. Аналогичный показатель для средних предприятий по Украине составляет 16%, а для крупных – 40%. А в Германии, например, 60% МП считаются инновационно активными [1].

Такой разрыв в количестве инновационно активных МП в Украине и в Германии можно было бы объяснять тем, что в Германии на более высоком уровне решаются проблемы, связанные как с развитием собственно малого предпринимательства, так и инновационной деятельности в его среде. При этом несмотря на важность обеих направлений государственной поддержки малого предпринимательства на начальных этапах его развития, приоритет всё же отдаётся созданию и развитию собственного малого предпринимательства, т. е. той среды, которая активно способствует насыщению рынка товарами и для ко-

торой эта инновационная деятельность становится жизненно необходимой. В Германии такая среда создана. Здесь показатель количества МП на 1000 человек населения более чем в 6 раз превосходит аналогичный показатель в Украине. Таким образом, после того как благодаря активной государственной поддержке в Германии создана инновационно активная среда в малом бизнесе, на следующем этапе основное внимание уделялось государственному стимулированию самого инновационного процесса.

Поскольку в Украине до сих пор ещё не создана в сфере малого бизнеса инновационно активная среда, должны быть приняты меры по скорейшему решению этой проблемы, которая, прежде всего, должна быть решена через многократное увеличения числа МП вообще и в промышленности в частности.

Можно рассматривать несколько направлений развития малого предпринимательства:

- развитие традиционного малого предпринимательства, в т. ч. промышленного;
- стимулирование государством развития инновационного ориентированного производственного предпринимательства;
- стимулирование и развитие малого производственного бизнеса на основе его партнёрства с крупным бизнесом.

Список использованной литературы

1. Варналій З. Проблеми та пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємництва у Києві / З. Варналій, В. Хаустов., В. Білич // Економіст. – 2006. – № 3. – С. 36–39.
2. Глухов Ю. Малый бизнес за-чах / Ю. Глухов // Главред. – 2007. – 4 июля.
3. Ковалёв Г.Д. Инновационные коммуникации: учебное пособие для вузов / Г.Д. Ковалёв. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2000. – 288 с.
4. Проект концепции межгосударственной программы инновационного сотрудничества государств-участников СНГ на 2008–2015 годы. Часть 1. Меж-

дународный инновационный центр технологического и гуманитарного сотрудничества // [http:// iic.org.ua](http://iic.org.ua).

5. Постанова Кабінета Міністрів України «Про концепцію державної політики розвитку малого підприємництва» від 03.04.1996 р. № 404. // [http:// www.yuz-info.org.ua](http://www.yuz-info.org.ua)

6. Соціально-економічне становище України за січень жовтень 2005 року // Економіст. – 2005. – № 11. – С. 6–13.

7. Статистичний щорічник України за 2002 рік. – К.: Видавництво «Консультант», 2003.

8. Статистичний щорічник України за 2001 рік. – К.: Техніка, 2002.

9. Статистичний щорічник України за 2004 рік. – К.: Техніка, 2005.

10. Статистичний щорічник України за 2007 рік. – К.: Техніка, 2008.

11. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры: пер.с нем. / под общей редакцией А.Г. Милейковского / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс. – 1982. – 454 с.

Надійшло до редакції 12.01.2010