

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

Чистникова И.В.,

канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО Национальный исследовательский университет «БелГУ»

Одним из механизмов, позволяющим придать экономике отстающих регионов инновационный импульс и сократить отставание от более развитых субъектов Российской Федерации, является развитие малого инновационного предпринимательства. Однако в настоящее время малый бизнес ни по своему масштабу, ни по эффективности не выступает в роли локомотива инновационного развития. Анализ результатов деятельности малого бизнеса показал, что за последние годы доля малого бизнеса в ВВП России составляла менее четверти. С помощью макроэкономической экстраполяции установлено, что малым бизнесом ежегодно производится инновационной продукции в размере менее 1% ВВП (или около 10% от общего объема произведенной инновационной продукции).

Об инновационности малых предприятий может свидетельствовать уровень их инновационной восприимчивости, отражаемый такими производственно-технологическими показателями, как производительность труда, энергоотдача, фондоотдача, экологичность производства. Логика использования данных параметров заключается в том, что если малое предприятие занимается инновационной деятельностью, то успех в этой деятельности напрямую отражается на эффективности использования производственных, трудовых и энергетических ресурсов [1].

В качестве целевого индикатора можно использовать средний темп годового прироста производительности труда, фондоотдачи и энергоотдачи.

Другим критерием отнесения субъектов малого предпринимательства к инновационному классу является уровень инновационной активности, а именно масштаб выпуска инновационной продукции. При этом целесообразно установить минимально допустимую долю инновационной продукции в общем объеме выпуска субъекта малого предпринимательства.

Кроме того, целесообразно ввести следующие критерии отнесения субъектов малого предпринимательства к инновационным: производство одного или нескольких видов инновационной продукции, входящих в перечень, устанавливаемый Правительством Российской Федерации; доля продаж произведенной инновационной продукции в общем годовом объеме продаж субъектов малого инновационного предпринимательства должна быть не менее 30%.

В отношении субъектов малого инновационного предпринимательства также необходимо применение упрощенной системы налогообложения с использованием объекта налогообложения «доходы, уменьшенные на величину расходов» (статья 346.14 НК РФ). При этом базовая ставка единого налога 15% (статья 346.20 НК РФ) может быть снижена до 5%. В случае невыполнения требования о минимальной доле реализованной инновационной продукции в общем годовом объеме реализации к субъекту

малого предпринимательства применяется базовая ставка единого налога 15%. Кроме дополнительных налоговых льгот, для субъектов малого инновационного предпринимательства предлагается введение ускоренного режима амортизации, предполагающий применение единовременных амортизационных вычетов в размере 1 млн.руб., а также коэффициента ускорения амортизации со значением 4.

Учитывая минимальный уровень развития малого инновационного предпринимательства, потери региональных бюджетов в налоговых поступлениях от введения налоговых льгот для субъектов МИП практически не возникнут.

Круг сценариев развития малого бизнеса (в том числе инновационного) достаточно узок. Не теряя своей юридической самостоятельности, потенциально субъект малого предпринимательства может выбрать свой путь из следующих трех стратегических альтернатив.

Альтернатива 1 – «Стать крупным». Исторически это самый первый и безальтернативный путь развития субъектов малого предпринимательства, который прошли многие компании (MicroSoft, Ford и др). В настоящее время, когда рынки инновационной и традиционной продукции разделены между крупными игроками, реализация данной стратегии малым предприятием представляется малоуспешной и малоэффективным режимом развития.

Альтернатива 2 – «Кооперация с крупным бизнесом». Данный сценарий развития малого предпринимательства наиболее эффективен в условиях сложившегося рынка, когда малые предприятия, юридически сохраняя самостоятельность, работают в тесном контакте с крупным бизнесом и фактически являются его автономными производственными единицами. Необходимо подчеркнуть, что здесь не может идти речи о конкуренции малого бизнеса с крупным в связи с очевидностью результатов этого противостояния.

Наиболее ярким примером крупной компании, тесно сотрудничающей с малым бизнесом, является корпорация Boeing.

Альтернатива 3 – «Объединение с малыми предприятиями». Этот вариант развития малых предприятий предполагает высокий уровень интеграции хозяйствующих субъектов в целях преодоления общих внешних вызовов и угроз. Наиболее активно объединения малых предприятий создаются и функционируют в европейских странах. Необходимо подчеркнуть, что процесс объединения малых предприятий (кластеризации) носит эволюционный характер и происходит по принципу «снизу-вверх». Попытки государственной власти создавать кластеры «сверху-вниз» малоэффективны. Что касается России, то в настоящее время уровень развития малого бизнеса и его горизонтальных взаимодействий еще не достаточен для активизации процессов кластеризации [2].

Таким образом, анализ стратегических альтернатив развития субъектов малого инновационного предпринимательства показывает, что для России в современных условиях наиболее адекватным вариантом является «Кооперация с крупным бизнесом». Учитывая монополизированность российской экономики и неразвитость сектора малого инновационного предпринимательства указанный вариант может стать эффективным решением по стимулированию развития малого инновационного предпринимательства через крупный бизнес. Задача заключается в том, чтобы обратить внимание крупного бизнеса на малый бизнес, определить такие условия, при которых их сотрудничество в производстве инновационной продукции стало бы взаимовыгодным.

В настоящее время в России субъекты малого инновационного предпринимательства оказываются очень уязвимыми на открытом рынке, поскольку в национальной

экономике спрос на инновационную продукцию отечественного производства остается достаточно низким.

На современном этапе малый бизнес играет незначительную роль в создании инновационной продукции. Кроме того, по производительности труда субъекты малого предпринимательства находятся ниже среднего уровня по ВЭД.

В целях стимулирования развития малого инновационного предпринимательства в Российской Федерации необходима реализация следующего комплекса мер: определение в федеральном законодательстве критериев отнесения предприятий к субъектам развития малого инновационного предпринимательства; разработка организационных механизмов, стимулирующих сотрудничество малого и крупного бизнеса; формирование Федеральной программы исследовательских грантов для субъектов развития малого инновационного предпринимательства.

Список литературы

1. Инновации в России / Под ред. Л.Э.Миндели. – М.: Наука, 2006. – С. 155.
2. Гусев, А.Б. Формирование рейтингов инновационного развития регионов России и выработка рекомендаций по стимулированию инновационной активности субъектов Российской Федерации / www.urban-planet.org/article_13.html