

В современной экономике роль инноваций с каждым годом всё возрастает. Инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, поскольку ведут к созданию новых потребностей, снижению себестоимости продукции, притоку инвестиций, повышению имиджа производителя новых продуктов. Сейчас без применения инноваций во всех странах практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоёмкости и новизны.

Несмотря на высокую концентрацию промышленных научно-исследовательских опытно-конструкторских и технологических работ, в этой сфере крайне велика роль малого предпринимательства. Хотя малые инновационные предприятия не оказывают существенного влияния на инновационный подъем отрасли (за исключением отдельных проектов), они занимают определенную нишу в интеграции науки и производства, и их главная задача – довести разработки фундаментальных и прикладных исследований до их практического применения при условии достижения приемлемой рентабельности этого процесса.

Эффективность малых фирм, занимающихся научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками, чаще бывает немного выше, чем у крупных организаций, при освоении того или иного нововведения, которое не требует значительных средств и больших коллективов, когда небольшая группа специалистов может работать без использования сложного и дорогостоящего исследовательского оборудования. Они являются достаточно гибкими для того, чтобы эффективнее удерживаться на рынке, чем крупные предприятия-новаторы, но при этом имеют широкие возможности кооперации с такими предприятиями.

Как свидетельствует зарубежный опыт, малое предпринимательство в инновационной сфере – наиболее динамичная структурная составляющая рыночного инновационного потенциала промышленно развитых стран. Об эффективности небольших фирм в инновационном процессе свидетельствуют следующие данные: по оценкам Национального научного фонда США, на каждый вложенный в НИОКР доллар фирмы с численностью до 100 человек осуществляли в 4 раза больше нововведений, чем фирмы с занятостью в 100 - 1000 человек, и в 24 раза больше, чем компании, где занятость выше 1000 человек. Темпы нововведений у них на 1/3 выше, чем у крупных. Кроме того, небольшим фирмам требуется в среднем 2 г., чтобы выйти со своим нововведением на рынок, тогда как крупным - 3,5 года.