

Е.Ю.ПЕРЕДРИЙ, ассистент, НТУ «ХПИ», Харьков
М.А.РУДАЯ, магистр, НТУ «ХПИ», Харьков

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В работе рассматривается современная ситуация в информационном обеспечении деятельности малых инновационных предприятий, основные пути обеспечения эффективной работы предприятий малого инновационного сектора.

The ways improving of contemporary situation in the activity of little innovative organizations are described in the present paper.

Ключевые слова: научная сфера, научно-технический потенциал, малые инновационные организации, инновационная деятельность.

Введение. Малые инновационные организации в Украине – это не только объективная реальность, но и важный фактор государственной научно-технической политики. Ограниченные экономические возможности государства в краткосрочной и среднесрочной перспективе не в состоянии обеспечить устойчивое развитие научно-технической сферы. Это означает, что перспективы развития науки и технологий уже не могут быть всецело связаны с государственным бюджетом и будут в основном определяться спросом на исследования и разработки со стороны негосударственного сектора экономики. Поэтому государству от отдельных мероприятий по спасению важнейших предприятий и организаций научно-технической и производственной сферы следует переходить к целенаправленной работе по усилению роли мелких и средних наукоемких фирм [1].

Постановка задачи. Малый инновационный бизнес может эффективно работать только в условиях хорошо налаженной инфраструктуры передачи технологий (взаимодействия между различными секторами науки, наукой и производством, центром и периферией) и системы коммуникаций. Необходимо создание баз данных об имеющихся разработках и спросе на них, а также оказание помощи в распространении такой информации.

Методология. Научными методами, использованными при написании статьи, следует считать сбор, систематизацию и комплексный анализ релевантной информации.

Кроме налоговых льгот для малых предприятий важны: система информационного обеспечения; возможность получить доступ к информационным базам для поиска нужного продукта; пакет услуг технологического аудита и маркетинга, начиная от коммерческой оценки технической идеи и кончая созданием опытных образцов, исследованиями рынков сбыта; помощь в покупке и продаже соответствующих лицензий на основной вид продукции и сопутствующие технологии [2]. Большую роль в поддержке малого инновационного предпринимательства может сыграть создание инновационных центров и «инкубаторов фирм», которые уже получили широкое распространение за рубежом.

Инновационные центры оказывают услуги по подбору продукции определенного назначения, обладающей наивысшим техническим уровнем или потребительскими характеристиками; осуществляют так называемый технологический аудит различных разработок. Подобранные инновационными центрами проекты могут быть использованы для улучшения качества производимой продукции, выпуска новых конкурентоспособных изделий. Для соблюдения законных прав патентообладателей, заключения лицензионных договоров и соглашений привлекаются специалисты в области охраны промышленной собственности. Инновационные центры могут также оказывать малым предприятиям такие услуги, как оценка идеи с точки зрения ее эффективности при коммерциализации, потенциального рыночного и технического риска; разработки бизнес-плана; помощи в поиске и привлечении венчурного капитала; организации опытного производства [3].

Результаты исследования. Несмотря на достаточно обширный положительный зарубежный опыт, целостная система поддержки украинского малого бизнеса пока фактически отсутствует. В настоящее время достаточно полезной для информационного обеспечения малых предприятий может оказаться деятельность Госпатента Украины. Как известно, патенты содержат сведения не только о существовании высокотехнологичных пионерных изобретений, но и об их владельцах, о фирмах-соперниках на рынке аналогичных товаров; о странах, лидирующих в определенной предметной области и поэтому рассматриваются во всем мире как источник не только технической, но и важнейшей предпринимательской информации стратегического значения. На основе уже сложившейся в Госпатенте системы оказания услуг

информационного характера специально для малых предприятий инновационной сферы возможно проведение следующих мероприятий, ориентированных на повышение уровня, качества и конкурентоспособности отечественной продукции:

1) обоснование перспективности выбранного направления или объекта производства, научно-технического проекта или программы в случае новых инвестиций в производство;

2) определение технического уровня разрабатываемой и производимой продукции и ее конкурентоспособности на основе патентной информации;

3) подбор изделий и технических объектов для конкретного технического направления или вида производства, удовлетворяющих условиям высокого технического и потребительского уровня;

4) определение патентно-лицензионной ситуации и условий возможного экспорта конкретного вида продукции;

5) проведение стоимостной или оценки коммерческой значимости интеллектуальной собственности для ее учета в составе нематериальных активов фирм и предприятий, а также при заключении контрактов о продаже лицензий, ноу-хау, иной технической документации.

Таким образом, помощь Госпатента может оказаться чрезвычайно полезной в части анализа и отбора для реализации инвестиционных проектов и программ; при создании новых предприятий и производств, а также для сложившихся уже производственных структур, желающих упрочить свое положение на потребительском рынке и производить продукцию, соответствующую мировому уровню. Принятие важнейших решений, касающихся производства и сбыта, в зарубежных фирмах происходит только после экономической конкурентной разведки, проводимой также с использованием патентной информации. Однако весь накопленный в патентном ведомстве опыт по определению наиболее перспективных технологий, их правовой охраны и возможностей использования даже без приобретения лицензий пока остается невостребованным.

Вывод. Не смотря на то, что широкомасштабная деятельность по коммерциализации технологий и поддержке малого инновационного предпринимательства в Украине ведется явно недостаточно, используя опыт

мирової практики і имеючийся потенціал, можна досягти значительних результатів, які приведуть до посилення ролі малих інвестиційних підприємств в підйомі української економіки.

Список літератури: 1. Яцков Я.С. Научно-техническая сфера Украины // Научный мир. — 2004. — № 5. — С. 8–13. 2. Савчук А.Р. Организационно-экономический механизм инновационного развития компании: Монография/ НАН Украины.-Донецк, 2004.-404 с. 3. Малицкий Б.А. Современное состояние научной сферы Украины и новая стратегическая доктрина ее развития // Наука и науковедение. — 2006. — № 2. — С. 16–32.

Подано до редакції 07.05.2009

УДК 316.77:35

В.Ю.СТЕПАНОВ, к.т.н., доц., ХДАК, Харків

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СОЦІАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЯ

У статті розглянуто нову парадигму інформаційно-комунікативного маркетингу як соціальну технологію, побудовану на основі комунікативного рівня діалогу.

The new paradigm of the informatively-communicative marketing as social technology, built on the basis of communicative level of dialog is considered.

Ключові слова: маркетинг, інформація, технологія, комунікація, діалог, слово.

Вступ. Сучасний історичний період характеризується вченими-суспільствознавцями як перехідний період від постіндустріального суспільства до інформаційного. Різні типи формацій мають різні риси та вимагають різних підходів до поводження індивідів у рамках цього суспільства, а це, у свою чергу, не може не відбиватися на побудові міжособистісних стосунків на виробництві. Сьогодні ми живемо в епоху інформаційного суспільства, яке потребує ретельного дослідження та вивчення.

Постановка проблеми. Одночасне існування рис різних типів суспільства призводить до формування особливого роду суспільної формації – транзитивного суспільства, у якому дивним чином ознаки індустріального та інформаційного суспільств пов'язані між собою. Новий тип суспільства вимагає нового підходу до маркетингових технологій і до філософії