

Взаємодія великого та малого бізнесу у контексті інноваційного розвитку

Проаналізовано досвід розвитку управління інноваційною діяльністю малих підприємств у зарубіжних країнах. Наведено результати соціологічного опитування малих підприємств, яке мало за мету дослідження співпраці малих підприємств з великими компаніями та її вплив на інноваційний розвиток. Зроблений висновок про наявність можливості та необхідності більш інтенсивно використовувати потенціал співпраці малих та великих підприємств за умов підтримки з боку регіональних органів управління підприємництвом.

Перехід економіки України на інноваційний шлях розвитку, який вважається в світі найважливішим джерелом економічного зростання, неможливий без інноваційної діяльності підприємств [1]. За даними офіційної статистики, рівень інноваційної активності підприємств в Україні значно поступається аналогічним показникам розвинених країн [2]. За даними щорічного обстеження промислових підприємств, частка тих, які впроваджували інновації, за останні роки скоротила-

ся з 14,8% в 2000 р. до 11,5% в 2007 р., 10,8% в 2008 р. і 10,7% в 2009 р., 11,5% в 2010 р. [2].

Низький рівень інноваційної активності підприємств, зафіксований органами державної статистики, приводить до думки про те, що задекларована урядом інноваційна модель розвитку національної економіки поки що не працює. Необхідно шукати нові можливості та інструменти політики, які дозволили б українській економіці стати дійсно інноваційною. У ситуації, що склалася,

© С.В. Богдан, 2011

підприємці повинні використовувати різні бізнес-стратегії, орієнтовані на підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств за рахунок впровадження інновацій. Одним з можливих чинників сприяння інноваційній активності підприємств може служити взаємовигідна співпраця підприємств різного масштабу. В економічно розвинених країнах зустрічаються приклади успішного співробітництва великих та малих підприємств, наприклад у виробничій сфері. У таких випадках малі підприємства є невід'ємною частиною виробничої структури великих підприємств, що використовують ринкову і структурну гнучкість малих підприємств, їх інноваційні можливості [3].

Механізми і форми взаємодії малого та великого бізнесу в економіці досліджуються як зарубіжними, так і українськими науковцями ([4–10] та інші). Проблеми інноваційного розвитку України та її регіонів висвітлюються в працях [11–18] та інших.

Мале підприємництво — необхідний елемент ринкової економіки, що дозволяє вирішувати важливі соціально-економічні завдання. Це підтверджується досвідом розвинених країн, де малий бізнес займає міцні позиції в розвитку національних господарств. Так, в США підприємства малого бізнесу, виробляючи близько 40% валового продукту, забезпечують зайнятість майже половини працездатного населення. Аналогічна картина спостерігається в Німеччині, Канаді, Великобританії, де частка малого бізнесу у виробництві складає 60–70% [19]. Показовою є також участь малого бізнесу в експорті продукції провідних країн. За оцінкою експертів, частка малих і середніх фірм у промисловому експорті низки розвинених країн складає: Німеччини і Нідерландів — приблизно 40%, Італії —

20–25%, США і Японії — 15%. Якщо ж врахувати їх участь в комплектації готової продукції, що вивозиться за кордон великими фірмами, то їх частка у вартості експорту промислових товарів наблизиться до 60% в Італії, 50% у Франції, 40% в Японії. При цьому сфера, де малий бізнес набув особливого значення, — міжнародна торгівля технологіями [19].

У Франції малий бізнес вважається найбільш динамічним сектором економіки. Він залишається сталим джерелом зайнятості, економічного росту та експортного потенціалу. Частка малих підприємств у загальному обсязі експорту країни досягла майже 40%. Малі підприємства випереджають великі не тільки за створенням нових робочих місць, але і за загальною кількістю персоналу [20].

Таким чином, малий бізнес має потенціал для здійснення інновацій, але часто не може його використати без зовнішньої підтримки, в тому числі за рахунок співпраці з великими підприємствами. Отже, інноваційна спрямованість економіки неможлива без розвитку підприємництва за рахунок малих, середніх та великих підприємств.

Дана стаття присвячена дослідженню впливу взаємодії малих і великих підприємств на підвищення інноваційної активності та сприйнятливості. Для дослідження коопераційних зв'язків між малими і великими підприємствами було проведено опитування серед власників малих підприємств з метою вивчення взаємодії малих і великих підприємств та впливу коопераційних зв'язків на інноваційний і регіональний розвиток. За результатами опитування підготовлені практичні рекомендації щодо сприяння розвитку підприємництва та інновацій.

Анкетне опитування проводилось у м. Чернігові у березні-серпні 2010 ро-

ку, у ньому взяли участь власники 109 малих підприємств з чисельністю персоналу від 1 до 50 чоловік (включно), які працювали у сферах виробництва, послуг, торгівлі та будівництва і мали досвід роботи не менше 24 місяців.

Анкета включала наступні основні розділи:

- дані про підприємця;
- характеристики підприємства;
- інноваційна діяльність підприємства;
- коопераційні зв'язки з великими підприємствами;
- зовнішня підтримка малих підприємств.

За чисельністю персоналу обстежені підприємства поділяються на дві приблизно рівні групи: мікропідприємства з чисельністю до 10 чоловік включно і малі підприємства з чисельністю від 11 до 50 чоловік. Розподіл малих підприємств на дані дві групи зроблено з метою виявлення відмінностей в оцінках респондентів залежно від розміру бізнесу.

У рамках обстеження малих підприємств автором була проаналізована їх інноваційна діяльність. Переважна більшість респондентів зазначили, що за останніх 2 роки (2008–2009) на підприємствах були впроваджені нові або модифіковані продукти і послуги, а також нові методи управління. Тільки 10,1% респондентів зауважили, що ніяких змін не було (табл. 1).

У дослідженні було використано поняття інновацій в широкому сенсі, включаючи технологічні та організаційні інновації. За результатами опитування найчастіше впроваджувалися такі типи інновацій, як «Нові матеріали» (57,8%), «Новий дизайн» (53,2%) і «Нова технологія» (46,8%). Респонденти могли вибрати від 1 до 3 типів інновацій, найбільш характерних для їх бізнесу. Спостерігаються деякі відмінності залежно від виду діяльності, розміру і віку малих підприємств. Виробничі малі підприємства частіше за інші сектори вказували на такий тип інновацій, як «Нова технологія». Для малих підприємств сектора послуг типовішим було впровадження нових методів управління (55,3%). «Новий дизайн» і «Нова упаковка» є інноваціями переважно для торгових підприємств (табл. 2). Впровадження таких інновацій, як «Новий дизайн» і «Нові матеріали», було типовішим для будівельних малих підприємств.

Інноваційна активність підприємств багато в чому визначається прагненням і установками власників, а також їх знаннями й інформованістю. Результати опитування підтверджують, що переважна більшість власників малих підприємств як джерело інновацій використовують перш за все інноваційні ресурси власного підприємства (88,1%). Проте зустрічаються випадки,

Таблиця 1

Розподіл малих підприємств за ознакою «Впровадження інновацій за останні 2 роки (2008–2009)»

Впровадження інновацій	Питома вага, %
Не було змін	10,1
Нові продукти/послуги	47,7
Модифіковані продукти/послуги	14,7
Нові та модифіковані продукти/послуги	22,0
Нові методи управління	5,5
Кількість респондентів, осіб	109

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3 варіантів відповідей.

Таблиця 2

Типи інновацій за видами діяльності малих підприємств респондентів, %

Тип інновацій	В	П	Т	Б	Вибірка
Новий дизайн	54,1	31,6	72,0	88,9	53,2
Нова технологія	64,9	44,7	24,0	44,4	46,8
Нові матеріали	67,6	50,0	48,0	77,8	57,8
Нова упаковка	10,8	15,8	56,0	0,0	22,0
Новий метод управління	37,8	55,3	32,0	11,1	40,4
Нова послуга	0,0	10,5	0,0	0,0	3,7
Кількість респондентів, осіб	37	38	25	9	109

Умовні позначення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.
Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3 варіантів відповідей.

коли підприємці використовують інноваційні продуктів інших підприємств (57,8%) або впроваджують інновації в результаті співпраці з іншими малими підприємствами (26,6%). На жаль, такі джерела інновацій, як співпраця з науково-дослідними інститутами або вузами, а також співпраця з великими підприємствами, складають невелику частку вибірки: 6,4 і 2,8% відповідно.

На думку респондентів, найбільше впровадженню інновацій на їх підприємствах перешкоджають відсутність і нестача фінансових коштів. Так вважають 97,2% опитаних підприємців (табл. 3). На другому місці серед пере-

шкод для інноваційної діяльності знаходиться такий чинник, як несприятливе середовище (48,6%). Відсутність зовнішньої допомоги і необхідного устаткування є бар'єром для інновацій для 33,9 і 31,2% респондентів.

Одним із можливих важелів сприяння інноваційному розвитку малих підприємств може стати активізація коопераційних зв'язків із великими підприємствами. У ході опитування було проаналізовано роль великих підприємств у створенні малих підприємств, їх досвід роботи (у своєму місті або області, в інших областях України, у країнах СНД, у країнах далекого зарубіжжя), частку продукції або

Таблиця 3

Перешкоди для інновацій за видом діяльності малих підприємств респондентів, %

Перешкоди для інновацій	В	П	Т	Б	Вибірка
Недостатність інформації	16,2	13,2	4,0	0,0	11,0
Недостатність зовнішньої допомоги	29,7	44,7	32,0	11,1	33,9
Недостатність фінансів	97,3	94,7	100,0	100,0	97,2
Недостатність обладнання	51,4	26,3	12,0	22,2	31,2
Недостатність знань	10,8	15,8	8,0	0,0	11,0
Патентування	21,6	7,9	20,0	11,1	15,6
Ліцензування	0,0	5,3	12,0	0,0	4,6
Середовище	48,6	36,8	48,0	100,0	48,6
Інше	2,7	0,0	4,0	0,0	1,8
Кількість респондентів, осіб	37	38	25	9	109

Умовні позначення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.
Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3 варіантів відповідей.

послуг, яку поставляють та споживають великі підприємства у відношенні до малих підприємств, ефект співпраці малих підприємств із великими підприємствами, джерела кредитування малих підприємств (фінансування капіталовкладень, кредитування оборотних коштів), труднощі малих підприємств щодо взаємин із банками, рівень допомоги та підтримки, яку отримують малі підприємства від регіональної адміністрації та інших організацій (центральної адміністрації, місцевої адміністрації, торговельно-промислових палат і асоціацій, спеціальних фондів підтримки підприємництва, малих вітчизняних фірм-партнерів, великих вітчизняних підприємств-партнерів, зарубіжних партнерів).

Було виявлено різні варіанти впливу великих підприємств на створення та роботу малих підприємств (таблиця 4). Найчастіше фірма створювалася під потреби великих підприємств (52,3%), технічні розробки, зроблені на великих підприємствах (35,8%), або коли власники малих підприємств прийшли в бізнес із великого підприємства (22,9%). Однак 13,8% підприємців вважають, що великі підприємства

не відіграють важливої ролі у створенні малих підприємств.

Аналізуючи досвід роботи малих підприємств із великими підприємствами, ми можемо відзначити, що у своєму місці, області малі підприємства підтримують постійні контакти з великими підприємствами (68,8%), більше того, працюють у тісній виробничій кооперації (12,8%), окрім будівельних підприємств. Серед вікових груп підприємства з меншим досвідом роботи більш схильні до кооперації з великими підприємствами.

Малі підприємства мають менше контактів з великими підприємствами поза межами свого міста (області): 35,8% респондентів схиляються до відповіді «немає контактів» в інших областях України і в основному це виробничі малі підприємства, але 64,2% респондентів стверджують наявність торгових зв'язків із великими підприємствами. Це свідчить про те, що малі підприємства не тільки працюють на внутрішньому, але й починають освоювати зовнішні ринки. Із власників малих будівельних підприємств 55,6% мають разові контакти з великими підприємствами. У країнах СНД та в

Таблиця 4

Роль великого підприємства у створенні малих підприємств респондентів, %

Роль ВП у створенні МП	В	П	Т	Б	Вибірка
Ви прийшли з ВП	21,6	21,1	12,0	66,7	22,9
Працівники з ВП	16,2	7,9	16,0	55,6	16,5
Продовжуєте працю на ВП	0,0	2,6	4,0	11,1	2,8
Оренда приміщення на ВП	2,7	0,0	8,0	0,0	2,8
Оренда обладнання ВП	8,1	10,5	0,0	0,0	6,4
Технічні розробки ВП	48,6	23,7	40,0	22,2	35,8
Фірма була створена під потреби ВП	64,9	50,0	52,0	11,1	52,3
Розпад ВП	8,1	7,9	4,0	22,2	8,3
Зв'язків немає	5,4	23,7	16,0	0,0	13,8
Кількість респондентів, осіб	37	38	25	9	109

Умовні позначення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.
Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3 варіантів відповідей.

країнах далекого зарубіжжя контакти практично відсутні (74,3 та 85,3% респондентів відповідно). Причин цьому може бути багато: малі підприємства головним чином здійснюють торгову діяльність на вітчизняному ринку і частково в інших областях України і, можливо, їм не вигідно підтримувати торговельні зв'язки з великими підприємствами у країнах СНД та країнах далекого зарубіжжя, або ж не сприяють цьому законодавчі умови ведення бізнесу, відсутність певних знань про зарубіжні ринки тощо.

За результатами опитування найчастіше респонденти обирали такі види ефекту від коопераційних зв'язків, як «Фінансова підтримка», «Стабільність постачань» і «Консультації та навчання персоналу». Спостерігаються деякі відмінності залежно від видів діяльності малих підприємств (табл. 5). Наприклад, торговельні малі підприємства частіше за інші сектори вказували на такі види ефекту, як «Стабільність постачань», «Фінансова підтримка» та «Своєчасність розрахунків і платежів».

Малі підприємства сфери будівництва обрали дещо інші ефекти від коопераційних зв'язків: «Фінансова підтримка», «Консультації та навчання персоналу», «Надання попередньої оплати при закупівлі товарів і послуг».

Окрім позитивних видів ефектів від коопераційних зв'язків, були також і негативні: «Ризик неплатежів» та «Надмірна бюрократизація». Такий ефект, як «Ризик неплатежів», характерний для малих торговельних та будівельних підприємств, «Надмірна бюрократизація» притаманна ще й малим підприємствам сфери послуг.

Можна виділити наступні сфери кооперації між малими та великими підприємствами: основне виробництво та виробництво комплектуючих, ремонт устаткування, наукові дослідження і розробки, постачання та збут готової продукції. Власники малих підприємств очікують від співробітництва з великими підприємствами фінансової підтримки, стабільних постачань продукції та послуг та надання консультацій і навчання персоналу.

Таблиця 5

Ефект співпраці з великими підприємствами за видами діяльності малих підприємств респондентів, %

Ефект співпраці з ВП	В	П	Т	Б	Вибірка
Стабільність постачань	67,6	52,6	76,0	22,2	60,6
Якість товарів і послуг	27,0	21,1	24,0	0,0	22,0
Своєчасність платежів	13,5	28,9	44,0	0,0	24,8
Залучення до держзамовлень	2,7	5,3	0,0	0,0	2,8
Експорт	32,4	13,2	16,0	33,3	22,0
Консультації і навчання	32,4	42,1	20,0	55,6	34,9
Реалізація власних інновацій	24,3	28,9	12,0	11,1	22,0
Фінансова підтримка	70,3	60,5	60,0	88,9	66,1
Попередня оплата	27,0	21,1	12,0	55,6	23,9
Ризик неплатежів	0,0	0,0	8,0	11,1	2,8
Надмірна бюрократизація	0,0	5,3	12,0	11,1	5,5
Кількість респондентів, осіб	37	38	25	9	109

Умовні позначення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.
Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3 варіантів відповідей.

Результати проведеного дослідження щодо взаємодії малих фірм з великими підприємствами в процесі здійснення інновацій (на прикладі підприємництва Чернігівської області) підтвердили позитивний вплив взаємодії малих і великих підприємств на ефективність їх діяльності.

Дуже часто через масштаб свого бізнесу малі підприємства не мають (або мають, але в недостатній кількості) виробничих ресурсів — потужностей (те ж саме в деяких випадках стосується наукових або збутових ресурсів), фінансових ресурсів для впровадження і реалізації інновацій. Великі ж підприємства через історичні причини мають надмірні виробничі потужності (збутові, наукові), і саме вони в змозі здійснювати інноваційну діяльність. Взаємодія ж малих і великих підприємств у даному випадку дозволяє малому підприємству, не маючи власної виробничої бази, виробляти інноваційний продукт (за договором із великою фірмою), а великому підприємству, у свою чергу, завантажувати надмірні виробничі потужності, що підтверджують дані, отримані автором в інтерв'ю з керівниками великих підприємств м. Чернігова (ВАТ «Чернігівський молокозавод», ЗАТ КСК «Чексіл», ДП «Чернігівторф»). У результаті виникає єдиний бізнес-процес створення та реалізації інноваційного продукту.

При виході на ринок з новим продуктом мале підприємство стикається з проблемою відсутності інформованості споживачів як про нову торгову марку продукту, так і про його виробника. Великі підприємства, як правило, працюють на ринку тривалий період часу і мають або відому торгову марку (чи їх ряд), або відоме споживачам ім'я виробника. Співпраця малих і великих підприємств дозволяє використовувати існуючі відо-

мі торгової марки для нового у відношенні до ринку інноваційного продукту. Наприклад, ЗАТ КСК «Чексіл» малим підприємствам ТОВ СП «Чексіл-Аріадна», ЗАО «Чексіл-трансфер», ЗАО «Чексіл-Киянка», ЗАО «Чексіл-автосервіс» та ВАТ «Комінтерн» дозволяє використовувати свою торгову марку, надає пільгові умови оренди приміщень та обладнання, здійснює навчання персоналу, сприяє в отриманні кредитів. Малим підприємствам-партнерам надається можливість розширення бізнесу і виходу на нові ринки. Але якщо ми досліджуємо проблему взаємодії великих та малих підприємств, то необхідно враховувати також проблеми малого бізнесу й відповідати на такі питання: які причини заважають будувати та реалізовувати свій бізнес в умовах фінансової кризи; чи можливо говорити про свободу підприємницької діяльності; як впливає бізнес-клімат на розвиток підприємництва. На думку підприємців м. Чернігова, загальний бізнес-клімат не сприяє розвитку малого бізнесу. Підприємці вважають, що для успішної роботи малого бізнесу потрібні стабільні, прозорі та «працюючі» закони, а також допомога з боку держави та (за умов взаємної вигоди) великих підприємств [21].

За результатами дослідження були підготовлені рекомендації для регіональних органів управління розвитком підприємництва, спрямовані на підвищення рівня інноваційної активності підприємств, у тому числі за рахунок взаємовигідного співробітництва різномасштабних підприємств. Наступні заходи пропонується включити до регіональної Програми підтримки малого підприємництва:

— Підтримка спеціалізованих організацій з навчання, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів у сфері інноваційної діяльності для під-

вищення обізнаності підприємців з питань інновацій.

— Підтримка створення і розвитку діючих центрів трансферу технологій.

— Підтримка створення офісів комерціалізації наукових результатів при НДІ та вузах м. Чернігова.

— Подальший розвиток лізингових та франчайзингових схем кооперації.

— Створення Центру субконтрактації для побудови ефективної моделі інноваційної взаємодії малого та великого бізнесу і комплексної підтримки коопераційних зв'язків підприємств регіону.

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Текст] / Г. О. Андрощук, І. Б. Жилиєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. — К. : Парламентське вид-во, 2009. — 632 с.

2. Калачова І. В. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 році: стат. зб. / І.В.Калачова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Щедрина Т. І. Особливості трансферу технологій в корпоративних структурах / Т. І. Щедрина [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ief.org.ua/Arjiv_EP/Shchedrina206.pdf.

4. Аткінс Д. Практика бізнес-інкубування: міжнародний досвід / Д. Аткінс. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.nisse.ru>.

5. Методи вимірювання взаємодій малого і великого бізнесу в ході реструктуризації підприємств / Н. Е. Егоров, С. Р. Хачатрян і др. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.cemi.rssi.ru>.

6. Ахмадєєв М. Г. Інноваційне взаємодія малого, середнього і великого підприємництва / М. Г. Ахмадєєв [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.cemi.rssi.ru>.

7. Ніконова О. Е. Взаємодія малого і великого підприємництва: системний підхід [Текст] / О.Е.Ніконова // Проблеми сучасної економіки. — 2001. — № 4(24). — С. 38–42.

8. Дибач І. Л. Систематизація форм економічної інтеграції невеликих підприємств [Текст] / І.Л.Дибач // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 2. — С. 70–78.

9. Чепуренко А. Ю. Взаємодія малих підприємств з великим виробництвом на регіональному рівні. (Аналітичне посібник) [Текст] / А. Ю. Чепуренко. — М. : І-т стратегічного аналізу і розвитку підприємництва, 1998. — 282 с.

10. Варналій З. Кооперація великих і малих підприємств як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємництва України [Текст] / З.Варналій, С.Дрига // Вісн. КНТУ. — 2010. — № 1. — С. 5–16.

11. Експертиза і моніторинг інноваційних процесів. Методологічні і правові аспекти [Текст] : Монографія / Б. А. Малицький, В. П. Солов'єв, С. А. Егоров, С. Н. Власенко, В. М. Головатюк. — К. : Укр. вид. центр, 2006. — 178 с.

12. Денисюк В. А. Модель зв'язки конкурентоспроможності і інноваційної активності держав [Текст] / В.А.Денисюк // Інновації. — 2006. — № 9. — С. 47.

13. Ісакова Н. Б. Проблеми малого бізнесу в рамках інноваційної системи України [Текст] / Н.Б.Ісакова // Наука і науковедення. — 2003. — № 4. — Приложение. Матеріали ІІ Добровської конференції по науковеденню і історії науки. — С. 169–175.

14. Ладонько Л. С. Загальна характеристика інноваційної діяльності в Чернігівському регіоні [Текст] / Л.С.Ладонько // Економічний простір. — 2009. — № 23. — С. 109–117.

15. Коротатник Т.В. Проблеми розвитку малого бізнесу Чернігівського регіону / Т.В.Коротатник, Н.М.Курганська. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.

16. Косач І.А. Теоретичні засади розробки стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку регіону [Текст] / І.А.Косач // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 6. — С. 123–128.

17. Загородній А.Г. Інновації як об'єкт стратегічного аналізу [Текст] / А.Г.Загородній, В.М.Чубай // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 9. — С. 120–126.

18. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація [Текст]: Монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. — К. : КНЕУ, 2003. — 394 с.

19.Егорова Н. Е. Формы и экономические механизмы взаимодействия малых и крупных предприятий / Н. Е. Егорова. — М. : ЦЭМИ РАН, 2001. [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://smb.ru/analytics.html?id=fiemvmpk>.

20.Шаповал В.М. Зарубежный опыт поддержки малого бизнеса [Текст] / В.М.Шаповал, А.С.Малафеев, А.И.Шукин // Проблемы эффективного регионального та корпоративного управління в умовах невизначеності та динамічності зовнішнього середовища: Матеріали VI міжвузівської науково-практичної конференції. — Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2001. — С. 67–69.

21.Предпринимательство в Украине: между реальностью и иллюзией [Текст] // Газета «Семь дней». — 2011. — № 36 (513). — 8 сентября. — С. 6.

Одержано 05.12.2011

С.В.Богдан

**Взаимодействие крупного и малого бизнеса
в контексте инновационного развития**

Проанализирован опыт развития управления инновационной деятельностью малых предприятий в зарубежных странах. Представлены результаты социологического опроса малых предприятий, целью которого было исследование сотрудничества малых предприятий с крупными компаниями и его влияние на инновационное развитие. Сделан вывод о наличии возможностей и необходимости более интенсивно использовать потенциал сотрудничества малых и крупных предприятий при условии поддержки со стороны региональных органов управления предпринимательством.