

УДК 334.7

**ФАКТОРЫ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ СУБЪЕКТОВ
МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ВУЗОВ И НИИ
В ГОРОДЕ КЕМЕРОВО (РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

Гоосен Е.В.

Институт угля СО РАН, Кемерово, e-mail: egoosen@yandex.ru

Проблема создания инновационной экономики напрямую зависит от предложения инновационной продукции на рынке. В России субъектами предложения вполне могут стать малые инновационные предприятия. В этом случае законодатель предоставил им такую возможность, урегулировав правила игры. В статье приведены результаты социологического исследования, проведенного среди руководителей малых инновационных предприятий, действующих в г. Кемерово, на основе анкетного исследования. Исследование показало, что стратегии различаются в зависимости от имеющихся ресурсов и связей со стороны бизнес-сообщества. Интервьюируемые подтвердили необходимость создания и оказания поддержки малым инновационным предприятиям.

Ключевые слова: социологическое исследование, малое инновационное предприятие, стратегии, Кемерово

**FACTORS SELECTION STRATEGY ACTORS SMALL INNOVATIVE ENTERPRISES
UNIVERSITIES AND RESEARCH INSTITUTES IN KEMEROVO
(THE RESULT OF QUESTIONNAIRE SURVEY)**

Goosen E.V.

Institute of coal of the Siberian branch of the RAS, Kemerovo, e-mail: egoosen@yandex.ru

The problem of creating an innovation economy depends on the offer of innovative products on the market. The subjects of the Russian proposal may well be small innovative enterprises. In this case, the legislator has given them the opportunity to settle the game. The article presents the results of the survey conducted among managers of small innovative enterprises operating in the city of Kemerovo, on the basis of a questionnaire study. Research has shown that strategies differ depending on the available resources and relationships of the business community. Interviewees have confirmed the need to create and support small innovative enterprises.

Keywords: sociological research, the small innovative enterprise, strategy, Kemerovo

Социологические исследования малого инновационного предпринимательства при вузах в России являются относительно новым направлением в общественно-экономической литературе. В целом социологические исследования малого инновационного предпринимательства при вузах в России, во-первых, сравнительно немногочисленны и не покрывают всей проблематики теории инновационного предпринимательства; во-вторых, практически отсутствуют крупные проекты, которые могли бы послужить точкой кристаллизации исследовательского сообщества; в-третьих, в силу отмеченного выше не сформировались институциональные каналы профессиональной коммуникации (регулярно проводимые конференции, научные журналы по проблемам предпринимательства и т.п.) [2].

Целью данной статьи является выявление выбора стратегии субъектов малых инновационных предприятий г. Кемерово с помощью социологического исследования.

В 2014 г. было проведено исследование МИПов в городе Кемерово. Выбранный метод исследования – полужформализованное интервью. По В.А. Ядову, интервью – проводимая по определенному плану беседа,

предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом (опрашиваемым), причем запись ответов последнего производится либо интервьюером (его ассистентом), либо механически (на пленку) [4]. Полужформализованное интервью – интервью, при котором используются заранее определенные темы и рекомендации вопросов, но вместе с тем интервьюеру предоставляется свобода в постановке, порядке, выражении вопросов [1].

Интервью могут различаться в зависимости от цели, места проведения опроса, опрашиваемых лиц, степени стандартизации, формализации, структурированности, а также «мягкости» и «жесткости». Стандартизация, формализация и структурированность как основания классификации интервью весьма близки и нередко употребляются как синонимы. Однако между ними имеются существенные различия. Стандартизация – это установление и унификация параметров интервью в рамках конкретного исследования. Только при условии стандартизации можно говорить о сопоставимости результатов опроса. В отличие от стандартизации формализация – скорее придание инструменту того или иного облика вне

зависимости от конкретного содержания. В формализованном интервью вопросы и возможные ответы заданы и фиксируются строго единообразно; в неформализованном интервью формулировки вопросов и ответов заранее не предусматриваются.

Объектами информации в интервью могут быть самые различные стороны жизни людей, их субъективные состояния, наблюдения за происходящими вокруг событиями. Полнота и глубина информации существенно зависят от общей культуры и кругозора респондентов [4]. Интервью присуща гибкость, интервьюер может задать дополнительные вопросы, услышав что-то интересное при беседе с респондентом, и тем самым расширить горизонт исследования.

В рамках исследования были исследованы учредители таких МИП, как «Инновационно-консалтинговый центр “Импульс”», «Общество с ограниченной ответственностью “Лиомед”», «Общество с ограниченной ответственностью «Научно-производственное предприятие “ЛАиРК”», «Общество с ограниченной ответственностью «Научно-производственное предприятие “Диполь”», Общество с ограниченной ответственностью «Экоген», Общество с ограниченной ответственностью «Инсайд Энерджи».

Развитие МИП было бы невозможным без их научных учредителей. В любой предпринимательской деятельности главным фактором старта является идея. И именно «генераторы» инновационных идей, благодаря которым образовались современные МИП в Кузбассе, и стали объектом нашего исследования, нашими интервьюируемыми. Большинство из интервьюируемых имеет семью, средний возраст 39 лет, все из них имеют научную степень доцента и стаж работы в научно-образовательной сфере более 10 лет. 4 респондента отметили, что имеют среди знакомых предпринимателей, двое отметили, что имеют родственников предпринимателей. Исследуемые респонденты являются успешными устоявшимися семейными людьми, а исследования А.Ю. Чепуренко указывают, что успешность предпринимательской деятельности в том числе зависит от таких индивидуальных характеристик, как социальный статус, статус на рынке труда, уровень образования, стаж работы и наличия социальных связей с предпринимателями [3]. Можно предположить, что высокий социальный статус и трудовой статус в совокупности с уровнем образования исследуемых респондентов способствовал их роли в качестве создателя генерирующей инновации для создания МИП.

Всеми интервьюируемыми было отмечено, что так или иначе одной из целей

создания МИП была диверсификация собственных доходов, которые на современном этапе для интервьюируемых состоят из доходов от работы в вузе и доходов от участия в МИП. Четверо из интервьюируемых отметили, что имели мотивацию помощи людям при создании МИП, так как их исследования помогли в развитии медицины и здоровья (интервьюируемый № 2), удешевления производства многих технологически сложных видов пластика и тем самым удешевления готовой высокотехнологичной продукции (интервьюируемый № 4), разработке нового способа замера электромагнитного излучения для предприятий, специализирующихся на разработке мер охраны труда, и замера ионизирующего излучения (интервьюируемые № 3 и 6). Интервьюируемые отметили, что статус предпринимателя в современном российском обществе высок, однако, культурный образ предпринимателя в коллективных представлениях большинства населения Кузбасса не соотносится с инновационной деятельностью, а скорее с деятельностью торговой и малой производственной деятельностью (интервьюируемый № 1). При этом всеми интервьюируемыми было отмечено, что образ предпринимателя содержит риск, высокую ответственность за свои поступки, умение принимать сложные решения.

По данным исследований Global Competitiveness Report [5] успех предпринимательства зависит в том числе от среды, в которой происходит старт нового предприятия. С данной точки зрения Кузбасс обладает, по мнению интервьюируемых, такими особенностями, как низкие доходы населения (интервьюируемые № 3 и 4), в результате чего, с одной стороны, сужается внутрорегиональный рынок сбыта продукции и услуг МИП, с другой стороны, интервьюируемыми отмечено низкое насыщение рынка в Кузбассе поставщиками редких услуг или продукции, что приводит к ситуации, когда при старте МИП можно создать в регионе совершенно новую отрасль и при этом на первоначальном этапе не иметь конкуренции, которую могут иметь МИП, к примеру, находящиеся в Санкт-Петербурге (интервьюируемые № 1 и 5). Так же интервьюируемыми было отмечено, что в Кузбассе существуют определенные меры поддержки субъектов МИП на уровне самих вузов, но пока еще недостаточные на уровне региональной и федеральной власти (интервьюируемый № 6).

Экономические ресурсы, использованные для старта МИП интервьюируемыми, различны. Один из них указал (интервьюируемый № 2), что использовал в качестве основных экономических ресурсов поддержку

вуза, двое (интервьюируемые № 1 и 6) указали на свои собственные ресурсы, помощь семьи и кредитные ресурсы, трое учредителей МИП сослались на поддержку инвесторов «со стороны». Таким образом, видна различная природа финансирования старта рассмотренных МИП. Все интервьюируемые пояснили, что, как и в личной жизни, так и для старта МИП их экономические ресурсы диверсифицированы по природе их появления, т.е. интервьюируемые ведут и вели до открытия МИП активную трудовую деятельность, включающую не только одно штатное место в вузе, но и различные дополнительные виды заработка, а указанные выше экономические ресурсы для создания МИП были основными, но не единственными в каждом из случаев.

Существуют различные стратегии участия учредителей в МИП. Рассмотрим стратегии и причины их выбора исследуемыми интервьюируемыми. Двое интервьюируемых пояснили, что занимаются преимущественно научно-исследовательской работой, управлением занимается специальный менеджер.

Причинами данной стратегии стала большая трудоемкость работ в МИП, для которых требуется высокий уровень образования и плотная работа специалистов (интервьюируемый № 3). Кроме того, имеется сильная ограниченность бюджета времени, и по-другому работу внутри МИП не построить (интервьюируемый № 6).

Один из интервьюируемых отметил, что совмещает научную и управленческую деятельность. Свой выбор он объяснил тем, что после распада СССР при приватизации в управлении высокоинновационными предприятиями оказывались случайные, не понимающие в самом предприятии ничего люди, по этой причине многие из предприятий были уничтожены. Интервьюируемый отметил, что управленцу необходимо полностью понимать внутренние процессы МИП, а это не всегда возможно без специального образования вследствие высокой наукоемкости МИП, при этом вследствие трудоемкости процессов существует нехватка «рабочих рук» внутри МИП. По этому интервьюируемый (интервьюируемый № 5) выбрал именно данную стратегию участия в жизни МИП, несмотря на чрезмерную физическую и умственную нагрузку, сопутствующую данной стратегии.

Трое из респондентов отметили, что лично руководят учрежденными ими МИП (интервьюируемые № 1, 2 и 4), причины данной стратегии они описали схожие, а именно понимание важности МИП возможно только при достаточном уровне об-

разования, которое не позволит принимать решения, основываясь только на сиюминутной прибыли. Между тем большинство современных менеджеров, по мнению интервьюируемых, имеют направленность экономического восприятия эффективности любого предприятия с точки зрения сиюминутной прибыли, неспособны эффективно мыслить в стратегической перспективе. МИП часто используют в своей работе дорогостоящее оборудование, которое не всегда возможно окупить за год или за два года. Не каждый менеджер со стороны может осознать это, по мнению учредителей МИП. Кроме этого, одной из причин является необходимость эффективного контроля – менеджер со стороны не всегда сможет правильно оценить трудоемкость работы и может недооценивать или переоценивать вознаграждения, отрезки времени, количество необходимых ресурсов для той или иной работы в рамках МИП, что не является большой проблемой, если МИП небольшого размера, однако может сдерживать его развитие в будущем. Еще одной причиной выбора данной стратегии является моральная удовлетворенность учредителей своим статусом в МИП, а также влияние общественных устоев. Также интервьюируемыми была отмечена повышенная самостоятельность, ответственность, которая создает предпосылки дополнительному саморазвитию.

Интервьюируемые указали, что для успешного открытия новых МИП будущим учредителям стоит усиленно заниматься новыми, ранее неизведанными или недоступными ранее по технологическим причинам видами научной деятельностью, потому что главная идея, а средство ее достижения вторично (интервьюируемый № 5). Интервьюируемыми были отмечены такие важные для предпринимательства качества, как склонность к риску, чувство ответственности, ум, многофункциональность мышления, умение делать несколько дел одновременно, сила воли, умение отстаивать свои права.

Мнения интервьюируемых по поводу будущего МИП в основном схожи – рассмотрев их, можно сделать вывод: МИП в современной российской экономике являются крайне актуальными экономическими единицами. Вследствие того, что Россия находится не в самой благоприятной широте для широкого производства товаров и услуг, необходимых ежедневно, и не может обеспечить в основном их эффективный выпуск рентабельнее, чем в странах Азиатско-Тихоокеанского региона по причинам повышенных расходов на отопление цехов и отсутствия, к примеру, огромного количества

редкоземельных металлов в легко добываемом виде (в отличие, например, от Китая на территории которого 95% всех редкоземельных металлов на земле, используемых, например, в электронике). По этой причине у России два выхода из сложившейся ситуации – первый это развитие сырьевого сектора, который обеспечил благосостояние народа, Второй – это развитие малого бизнеса, в котором в большинстве случаев и возникают инновации. К такому бизнесу и относится МИП. И первый и второй пути были заложены еще в экономике СССР – фундамент мощного энергетического комплекса был заложен при правлении Л.И. Брежнева, а мощный научный потенциал страны, на который могут опираться создатели МИП – еще в последние годы жизни И.В. Сталина. МИП в силу своей уникальности могут быть высококорентабельными в условиях России и тем самым делать ее экономику конкурентоспособной и сильной, что в будущем обеспечит ее процветание. От развития малого, среднего предпринимательства и МИП целиком и полностью зависит будущее страны в экономическом и научном плане.

Таким образом, можно подвести итоги: стратегии интервьюируемых учредителей МИП различны, однако все они имеют под собой веские причины. Однако есть общее – все учредители заинтересованы в долговременном развитии МИП, а не сиюминутной прибыли, присущей капитализму в РФ на современном этапе, по их мнению. Стоит отметить, что для интервьюируемых характерно сочетание различных видов трудовой деятельности, высокий социальный статус и стабильное социально-экономическое положение в обществе, что явилось факторами успешности поиска стартового капитала. Характерны многофункциональность и хорошие организаторские способности. Интервьюируемые верят, что МИП в будущем будут одной из основ российской экономики, так как будут представлять собой высококорентабельные эффективные предприятия, имеющие пользу для народного хозяйства и экономики. Выбранный в работе метод исследования интервьюируемых позволил получить расширенные ответы и был эффективен: его использование дало возможность получить расширенные данные из первоисточника, не ограниченными формализованными формами, в свою очередь, полученные данные позволяют сформулировать формализованные вопросы и провести в дальнейшем

исследование, охватывающее большее число респондентов, к примеру, методом анкетного опроса, при этом не потеряв в валидности исследования, так как векторы формализации тем вопросов были заданы результатами настоящего исследования.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 14-12-42009 «Методология и методика оценки сценариев создания и перспектив развития малых инновационных предприятий Кемеровской области».

Список литературы

1. Веселкова Н.В. Полуформализованное интервью [Электронный ресурс]. – URL: http://www.sociologos.ru/upload/File/000_Veselkova.pdf (дата обращения 9.06.2014).
2. Гоосен Е.В. Малые инновационные предприятия вузов: перспективы участия в социально-экономическом развитии региона // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 22–1. – С. 50–54
3. Чепуренко А.Ю. Социология предпринимательства. – М.: Изд-во: ГУ ВШЭ, 2007. – С. 144–251.
4. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. [Электронный ресурс]. – URL: <http://socioline.ru/pages/yadov-va-sotsiologicheskoe-issledovanie-metodologiya-programmametody> (дата обращения 9.06.2014).
5. Global Competitiveness Report [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014> (дата обращения 9.06.2014).

References

1. Veselkova N.V. Poluformalizovannoe intervju [Elektronnyj resurs]. URL: http://www.sociologos.ru/upload/File/000_Veselkova.pdf (data obrashhenija 9.06.2014).
2. Goosen E.V. Malye innovacionnye predpriyatija vuzov: perspektivy uchastija v socialno-jekonomicheskom razvitii regiona // Problemy sovremennoj jekonomiki. 2014. no. 22–1. pp. 50–54
3. Chepurenko A.Ju. Sociologija predprinimatelstva. M.: Izd-vo: GU VShJe, 2007. pp. 144–251.
4. Jadov V.A. Sociologicheskoe issledovanie: metodologija, programma, metody. [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://socioline.ru/pages/yadov-va-sotsiologicheskoe-issledovanie-metodologiya-programmametody> (data obrashhenija 9.06.2014).
5. Global Competitiveness Report [Jelektronnyj resurs]. URL: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014> (data obrashhenija 9.06.2014).

Рецензенты:

Никитенко С.М., д.э.н., ведущий научный сотрудник, Институт угля СО РАН, г. Кемерово;

Кудряшова И.А., д.э.н., профессор кафедры мировой экономики, зам. директора по научной и инновационной работе, Кемеровский институт (филиал), ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Кемерово.