

## **Инновация как фактор повышения конкурентоспособности малых и средних предприятий**

**Галя Драганова, Лилия Димитрова**

*Русенский университет "Ангел Кънчев", филиал Разград, Болгария*

**Михаил Арыч**

*Национальный университет пищевых технологий, Киев, Украина*

Особое значение для малых и средних предприятий имеет поддержание высокого уровня конкурентоспособности. Они должны иметь и поддерживать оптимальную структуру производства в адекватной форме организации, высококвалифицированные трудовые ресурсы, высокотехнологичные и наукоемкие технологии и современные технологии производства, но как конечный результат комплекса «бизнес» - для создания высокого его качества. Это конечный результат производственной деятельности является связующим звеном между предприятия как реальной структуры производства и рынка как места реализации. Он был "что-то", что обеспечивает противоположное движение денежных потоков и обеспечить доход для будущего бизнеса. Продуктом является тот, который в настоящее время представляет для общественности, и его поиск есть индикатором для имиджа бизнес- единицы. Таким образом, создание и внедрение высококачественных актуальных и востребованных продуктов является одним из самых важных, если не самое важное условие для обеспечения будущего процветания и конкурентоспособности предприятия. В этом смысле, любой бизнес обязан принять и сохранить активность в инновациях - искать, развивать и внедрять современные формы организации, новые методы и технологии, новые или улучшенные продукты.

По этой причине портфель продуктов инновационного менеджмента (с акцентом на разработку новых и усовершенствованных продуктов и услуг) должны служить средством объединения успешного развития бизнеса с устойчивым экономическим ростом. Успехом малого и среднего бизнеса в инновационной сфере является:

1. Создание результата растущей специализации в области научных разработок благоприятной среды для малых и средних предприятий, чтобы эффективно конкурировать с большим бизнес.
2. Возможность принять участие в разработке и реализации инноваций в областях, которые являются в конечном счете бесполезным и высоким риском для крупных предприятий.

3. В отличие от большого, малый бизнес с энтузиазмом может начать разработку оригинальной инновации.

4. На крупных предприятиях с разработки, внедрения, производства и внедрения новых наукоемких производств сделки специализированных подразделений, ответственность последовательно проходит различные стадии в разных отделах. Для малых и средних предприятий, эти этапы инновационного процесса объединены под руководством одного человека. Это приводит к сокращению периода времени от идеи до маркетинга.

5. Производственная деятельность в малых и средних предприятий характеризуется узкой предметной специализацией, предполагая концентрацию усилий и ресурсов в заключительных этапах создания изобретения в первых этапах его распространения. Это означает, что на самом деле компания начала производство научную деятельность в ближайшее время развития, цель которого заключается в достижении высоких технологий устройства и быстро организовать его промышленное производство.

6. Относительная стоимость R&D в небольшом высокотехнологическом предприятии часто превышают в несколько раз аналогичный показатель крупных предприятий, которые способствуют их быстрой и эффективной инновации.

7. Изобретательные группы часто приходится работать в областях, которые не являются специалистами, что иногда приводит к появлению новых оригинальных идей и нового подхода к решению проблемы.

Анализируя деятельность предприятия в сложных условиях кризиса, можно сделать следующие выводы:

1. Результаты компании в условиях финансовых ограничений зависят от адекватности и уровня качества принятой программы действий антикризисной;

2. Негативные последствия влияния внутренней среды настолько слабее, тяжелее (ближе) в настоящее время приближается предприятие органического типа;

3. Сложные условия экономического кризиса может стать мощным стимулом катализатором инновационного развития компании;

4. Основным направлением управленческих решений, даже в условиях жестких ограничений должно быть в направлении увеличения развития и инноваций во всех сферах деятельности;

5. Конечный результат работы в период кризиса пропорционально усилий (организации служебной деятельности) системы управления обработки и выбора правильной стратегии.

## Литература

1. Георгиев И., И Цветков Цв., 1999, „Мениджмънт на фирмените иновации и инвестиции”, С., УИ „Стопанство”, с.37-39. (Bulgaria)
2. Дулевски, Л., 2009, „Глобалната криза и предизвикателствата пред трудовите Пазари”, Годишник на УНСС, София. . (Bulgaria)
3. Eurostat, Национален статистически институт. . (Bulgaria)
4. Тодоров, К., 2011, „Българското предприемачество по време на кризата и като двигател на следкризисното развитие”, УНСС, София. . (Bulgaria)
5. Кънев , Пантелеева, 2004, Продуктовите иновации в малките и средни предприятия, Икономически университет „Д.Ценов”, Свищов. (Bulgaria)