DOI: 10.54861/27131211_2023_8_5

Специальность ВАК: 5.2.3

УДК 338.242

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В СЕКТОРЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Баженов К.С., аспирант, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. Целью данной статьи является разработка концепции формирования инновационных стратегий для малых предприятий. Актуальность данной темы исследования обусловлена наличием негативной динамики позиций России в Глобальном индексе инноваций. На основе анализа научных источников и статистических данных были выявлены барьеры, препятствующие реализации инновационного потенциала малых предприятий, к которым относятся: ограниченные ресурсы, ориентация на текущие задачи и отсутствие информации, недостаток управленческого опыта, непринятие риска и отсутствие мотивации, сложности внедрения и привлечения финансирования, ограниченная конкурентная среда. Сделано предположение, что наличие универсальных инструментов разработки инновационных стратегий позволит преодолеть данные барьеры и сформировать культуру инновационной деятельности на малых предприятиях. Результатом исследования является разработка концепции формирования инновационной стратегии малого предприятия, включающая следующие этапы: анализ результатов инновационной деятельности предприятия, определение ключевых стратегических целей, оценка реальных возможностей организации, разработка альтернативных инновационных стратегий, планирование плана реализации выбранной инновационной стратегии,

внедрение инноваций в соответствии с разработанным планом и мониторинг результатов, корректировка стратегии в случае необходимости. Использование предложенной концепции будет способствовать инновационному развитию предпринимательства, более интенсивному внедрению инноваций и повышению эффективности государственной поддержки инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность малого бизнеса, инновационная стратегия, малое предприятие.

FORMATION OF AN INNOVATION STRATEGY IN THE SMALL BUSINESS SECTOR

Bazhenov K.S., Postgraduate student, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

Abstract. The purpose of this article is to develop the concept of formation of innovative strategies for small enterprises. The relevance of this research topic is due to the presence of negative dynamics of Russia's positions in the Global Innovation Index. Based on the analysis of scientific sources and statistical data, barriers to the realization of the innovative potential of small enterprises were identified, which include: limited resources, focus on current tasks and lack of information, lack of managerial experience, risk aversion and lack of motivation, difficulties in implementing and attracting financing, limited competitive environment. It is assumed that the availability of universal tools for the development of innovative strategies will help overcome these barriers and form a culture of innovation in small enterprises. The result of the research is the development of a concept for the formation of an innovative strategy of a small enterprise, which includes the following stages: analysis of the results of the innovative activity of the enterprise, determination of key strategic goals, assessment of the real capabilities of the organization, development of alternative innovative

strategies, planning a plan for the implementation of the chosen innovation strategy, innovation implementation in accordance with the developed plan and monitoring of the results, strategy adjustment if necessary. The use of the proposed concept will contribute to the innovative development of entrepreneurship, more intensive introduction of innovations and increase the effectiveness of state support for innovation.

Keywords: innovation, small business competitiveness, innovation strategy, small enterprise.

JEL classification: L26, O31, M14.

Для цитирования: *Баженов К.С. Формирование инновационной стратегии в секторе малого предпринимательства // Прогрессивная экономика. 2023. № 8. С. 5–20.*

Введение

Формирование инновационной стратегии в малом бизнесе является ключевым аспектом ведения инновационной деятельности и конкурентоспособности организаций. Согласно данным исследования НИУ ВШЭ, уровень инновационной активности в секторе малого предпринимательства в 2021 году составил 19,5%. Инновационными лидерами, согласно результатам исследования, выступают гостиничный и ресторанный бизнес, культура и спорт, деятельность по предоставлению прочих видов услуг, таких как ремонт и обслуживание вычислительной техники, предметов домашнего обихода и личных вещей. Высокий показатель инновационной активности достигается активной финансовой поддержкой бизнеса, являющейся, основным фактором стимулирования инноваций в секторе малого предпринимательства. Однако результаты анализа инновационной активности малых предприятий других секторах экономики, например, в сфере промышленного производства оказываются существенно

ниже средних показателей по сектору малого предпринимательства в целом. Доля предприятий, осуществляющих разработку и внедрение инноваций в промышленном производстве, составила в 2021 году 6,9% [2]. В докладе поясняется, что данный показатель вырос на 2,4 процентных пункта за период с 2015 по 2021 гг., где относительно низкие показатели инновационной активности указывают на необходимость выявления проблемных аспектов формирования инновационной стратегии для малых промышленных предприятий.

В глобальном индексе инноваций (Global Innovation Index) по итогам 2022 года Россия занимает 47 позицию, опустившись в рейтинге на 2 позиции относительно 2021 года. Основываясь на данных, представленных в таблице 1, можно наблюдать положительную динамику России в рейтинге стран по принципу результативности инноваций. Компонент результаты инноваций оценивает фактические достижения, выраженные в виде инновационных продуктов, технологий, патентов, экономического влияния и других аспектов, которые свидетельствуют о том, как успешно страна превращает инновационный потенциал в практические результаты. Перемещение России с 52 позиции на 50 в данной компоненте Глобального инновационного индекса указывает на некоторый положительный прогресс в области результатов инновационной деятельности в стране.

Таблица 1

Россия в глобальном индексе инноваций

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Глобальный инновационный индекс	46	46	47	45	47
Ресурсы инноваций	43	41	42	43	46
Результаты инноваций	56	59	58	52	50
Количество анализируемых стран	126	129	131	132	132

Источник: составлено автором по данным [8]

В Глобальном инновационном индексе показатель «ресурсы инноваций» оценивает наличие и доступность ресурсов, которые могут способствовать инновационной деятельности в стране. Данный компонент

включает в себя различные аспекты, такие как доступ к финансированию, качество научных исследований, научные публикации, доступ к технологиям и т.д. Индикатор оценивает, насколько хорошо страна готова и способна создавать и использовать ресурсы для развития инноваций. Из представленных в таблице 1 данных можно видеть, что Россия постепенно опускается в рейтинге.

На рис. 1 представлены основные составляющие показателя ресурсов инноваций и их динамика за 2021 – 2022 годы. Показано, что позиции России улучшились по компонентам развития технологий и экономики знаний, развитию внутреннего рынка, показателям инфраструктуры и человеческого капитала. Однако можно наблюдать ухудшение институциональной среды за рассматриваемый период.

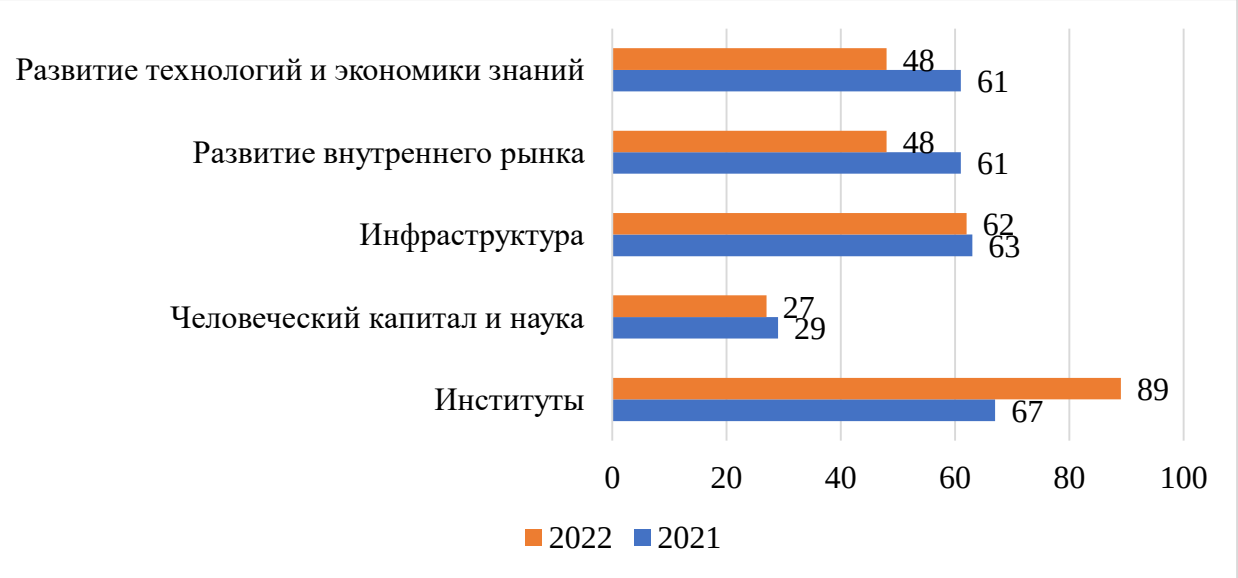


Рис. 1. Динамика позиций России в компоненте «ресурсы инноваций» Глобального инновационного индекса

Источник: составлено автором по данным [8]

Создание и внедрение инновационных стратегий позволяет представителям малого и среднего предпринимательства помочь адаптироваться к сложным институциональным условиям, минимизировать риски и использовать возможности, предоставляемые новыми технологиями и знаниями. Инновации играют ключевую роль для малых предприятий,

поскольку оказывают влияние на коммерческую успешность и устойчивость. Однако для того, чтобы инновации способствовали совершенствованию эффективности деятельности малых предприятий, необходимо совершить обоснованный выбор направлений инновационного развития и произвести разработку инновационной стратегии

Инновационная стратегия позволяет малым фирмам разрабатывать и внедрять новые продукты, услуги и технологии, что может способствовать повышению их конкурентоспособности на рынке, а также осваивать рыночные ниши. Таким образом, *целью* данной статьи является разработка концепции формирования инновационных стратегий для малых предприятий.

Обзор литературы

Развитие и обеспечение стабильной деятельности является главной целью функционирования малого предприятия, а средством достижения данной цели становится разработка стратегии, обеспечивающей высокий уровень конкурентоспособности. Под стратегией организации в общем смысле понимается способ достижения целей и задач, учитывающий внешние факторы и внутренние возможности предприятия [6].

Для того, чтобы достичь успеха в конкурентной борьбе, современным предприятиям необходимо применять совершенно новые, не использующиеся ранее производственные и управленческие технологии, то есть внедрять инновации в процессы производства и управления. Использование инноваций и инновационных подходов позволяет компаниям сокращать будущие затраты на производство, привлекать новых покупателей, занимать лидирующие позиции, повышать финансовые показатели деятельности. Так, с точки зрения О. Скрипник, посредством внедрения инновационных технологий и рационального использования ресурсов, организации получают возможности эффективно управлять конкурентоспособностью и инвестиционной привлекательностью [9].

С точки зрения C. Acuna-Opazo и M. Castillo-Varvara, инновации тесно связаны с концепцией конкурентного преимущества. Авторы рассматривают

инновацию как многоаспектное понятие и выделяют три типа: продуктовые инновации, процессные, организационные и маркетинговые. Продуктовая инновация определяется как разработка или использование новых компонентов, характеристик и технологий для производства новых продуктов. Процессная инновация определяется как улучшение производственных технологических процессов, необходимых для производства продукта. Организационная инновация представляет собой внедрение нового организационного метода в коммерческую практику компании, организацию рабочего места или внешних связей, а маркетинговая инновация определяется как внедрение нового метода коммерциализации продукта. На основании анализа эффективности инноваций на малых предприятиях авторы приходят к выводу, что именно организационные инновации и маркетинговые инновации оказывают значительное влияние на эффективность деятельности [7].

Формирование перспективных направлений развития с использованием новейших технических достижений и методов управления характеризуется как инновационная стратегия фирмы. Инновационная стратегия является составной частью общей корпоративной стратегии и представляет собой набор правил и норм, определяющих процедуру отбора и реализации нововведений. Инновационная стратегия задает цели инновационной деятельности организации, выбор средств их достижения, а также источники привлечения этих средств. С точки зрения Е.А. Лаврентьевой, Е.М. Межебицкой, инновационная стратегия, ориентированная на инновации, представляет собой комплексный подход к развитию предприятия, который позволяет достичь конкурентных преимуществ, адаптироваться к изменяющейся среде и обеспечить долгосрочный рост.

Ключевыми элементами инновационного процесса являются: модернизация и техническое перевооружение, направленные на улучшение операционной эффективности и применение новых технологий в деятельности организаций. Модернизация и техническое перевооружение выступают

инструментами поддержки и усиления инновационной стратегии организации. Основные сравнительные характеристики инноваций, модернизации и технического перевооружения как элементов инновационной стратегии, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Основные сравнительные характеристики инноваций, модернизации и технического перевооружения

Признак сравнения	Инновация	Модернизация	Техническое перевооружение
Сущность	Деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок	Усовершенствование, улучшение, обновление производственного оборудования, приведение его в соответствие с новыми современными требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества.	Проведение мероприятий направленных на модернизацию и замену устаревшего и физически изношенного оборудования новым, более производительным.
Цели проведения	получение конкурентных преимуществ; улучшение надежности производственного оборудования и его технических и эксплуатационных параметров; повышение квалификации персонала; снижение себестоимости и материалоемкости продукции; увеличение экономической эффективности деятельности предприятия		
Задачи	Извлечение дополнительной прибыли за счет внедрения принципиально новой технологии или выпуска уникальной продукции	Совершенствование технологии и технологии в соответствии с новейшими достижениями научно-технического прогресса	Обновление или замена устаревшего, изношенного физически оборудования
Новизна применяемой технологии	Принципиально новая технология	Существующие технологии	
Степень риска	Наивысшая степень риска	Высокая степень риска	

Источник: составлено автором по данным [3; 5]

Наибольшее значение для малых предприятий имеют именно технологические инновации, внедрение которых позволяет увеличить норму прибыли, повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции, расширить рынки сбыта, снизить издержки на выпуск. Иными словами, инновационная активность повышает конкурентоспособность субъектов

малого бизнеса [1]. Инновации предполагают внедрение принципиально новых технологий и сопряжены с высокими рисками, то есть могут быть причиной как коммерческого успеха, так и причиной финансового кризиса [4].

В связи с этим проблематика разработки инновационных стратегий для малых предприятий становится особенно актуальной в условиях рыночной экономики, поскольку в настоящее время не существует универсальных методик формирования инновационной стратегии для субъектов малого бизнеса.

Материалы и методы

Для достижения цели исследования автором проанализированы результаты исследования Глобального индекса инноваций 2022 года (Global Innovation Index 2022), а также доклады Национального исследовательского университета «Высшей школы экономики». Теоретической базой исследования выступают научные публикации современных авторов, посвященные проблематике разработки инновационных стратегий. В основе исследования лежат следующие методы научного познания: системный подход, синтез информации, обобщение и аналогия.

Результаты и обсуждение

На основании анализа результатов Глобального индекса инноваций, а также научной статьи C. Acuna-Opazo и M. Castillo-Varvara выявлены барьеры инновационной деятельности, с которыми сталкиваются современные малые предприятия (см. рис. 2).



Рис. 2. Барьеры инновационной деятельности на малых предприятиях

Источник: составлено автором по данным [7; 8]

Наличие универсальных инструментов разработки инновационных стратегий позволит преодолеть ряд барьеров, связанных с ограниченностью ресурсов, ориентацией на текущие задачи, отсутствием информации, недостаточностью управленческого опыта, непринятием риска и отсутствием мотивации к ведению инновационной деятельности на малых предприятиях. На рис. 3 показаны основные этапы разработки и реализации инновационной стратегии малого предприятия.



Рис. 3. Этапы разработки инновационной стратегии малого предприятия

Источник: составлено автором

На первом этапе производится анализ деятельности предприятия: оценивается текущая инновационная активность предприятия и его конкурентоспособность на рынке, производится оценка имеющихся ресурсов инновационной деятельности (финансовые, человеческие, технические), выявляются потребности клиентов и определяются конкурентные преимущества. На втором этапе необходимо определить ряд стратегических целей, которые планируется достигнуть в результате инновационной

деятельности (например, увеличение доли рынка, улучшение продукта, оптимизация процессов). Определение целей производится в соответствии с потребностями клиентов и потенциальными рыночными возможностями.

На третьем этапе производится оценка реальных возможностей организации. Необходимо определить, какие области деятельности требуют инноваций (выпускаемая продукция, бизнес-процессы, маркетинг, способы управление и т.д.). Далее целесообразно оценить потенциал новых технологий, методов и решений. На четвертом этапе необходимо разработать несколько альтернативных инновационных стратегий, учитывающих текущие возможности организации и потребности рынка. Каждая из стратегий должна быть проанализирована с точки зрения достижения ожидаемых результатов и затрат ресурсов. На основе результатов оценки производится выбор оптимальной стратегии, которая в наибольшей мере соответствует целям развития организации и ее возможностям.

На пятом этапе разрабатываются конкретные шаги и мероприятия для реализации выбранной инновационной стратегии. Определяются необходимые ресурсы (бюджет, персонал, оборудование) для каждого этапа и устанавливаются ключевые показатели эффективности (KPI) для оценки достижения целей. На шестом этапе производится внедрение инноваций в соответствии с разработанным планом и мониторинг результатов.

Инновационная стратегия рассматривается здесь как процесс, который находится в постоянной динамике и развитии. Поэтому в случае необходимости на седьмом этапе производится корректировка стратегии. Показателями оценки эффективности реализуемой стратегии могут выступать показатели рентабельности бизнеса, доля рынка, оценки конкурентоспособности и т.д. Фактические показатели сравниваются с плановыми и при отклонении в худшую сторону необходимо находить причины ухудшения показателей эффективности и устранять их.

Предложенная система позволяет систематически разрабатывать, внедрять и корректировать инновационную стратегию на малом предприятии,

обеспечивая его рост, конкурентоспособность и успешное развитие. Данная система позволяет преодолеть основные барьеры инновационной деятельности на малых предприятиях. Так, анализ текущих ресурсов и определение стратегических целей позволяют более целенаправленно распределить ограниченные ресурсы на ключевые направления инноваций, минимизируя риск неэффективного использования средств, а также позволяя обеспечить достижение баланса между текущими задачами и стратегическим развитием.

Разработка инновационной стратегии включает в себя анализ опыта других компаний, изучение литературы и консультации с экспертами, что позволяет заполнить пробелы в управленческих знаниях и принимать обоснованные решения. Четко сформулированные стратегические цели, определение потенциальных выгод от инноваций и оценка рисков, а также подробная разработка плана внедрения и определение ресурсов лежат в основе эффективного планирования и использования ресурсов организации. Определение конкурентных преимуществ и адаптация стратегии к особенностям конкурентной среды создает конкурентные преимуществ и нишевые решения.

Использование предложенной концепции формирования стратегии развития малого предприятия позволит грамотно разрабатывать и реализовывать проекты, связанные с инновациями, а также управлять эффективностью производства и конкурентоспособностью организации. В целом, система разработки инновационной стратегии предоставляет структурированный и комплексный подход к развитию инноваций, который помогает предприятиям преодолеть препятствия и эффективно использовать свои ресурсы для достижения конкурентных преимуществ и устойчивого роста.

Заключение

В условиях современной динамично меняющейся экономической среды актуальность разработки и внедрения инновационных стратегий для малых

предприятий становится неоспоримой. Негативная динамика позиций России в Глобальном индексе инноваций обусловлена рядом факторов, включая ограниченные ресурсы, недостаток управленческого опыта, ориентацию на текущие задачи и другие барьеры, затрудняющие реализацию инновационного потенциала малых предприятий.

Разработка универсальных инструментов формирования инновационных стратегий может способствовать преодолению ключевых барьеров инновационной деятельности, к которым относятся: ограниченность ресурсов, ориентация на текущие задачи, отсутствие информации и современных технологиях, недостаток определенных управленческих навыков и знаний, неприятие риска и, как следствие, отсутствие мотивации к осуществлению инновационной деятельности. Предполагается, что такие инструменты помогут сформировать культуру инновационной деятельности на малых предприятиях и создать более благоприятную среду для инновационного развития.

Предложенная автором концепция формирования инновационной стратегии, включающая последовательные этапы анализа, планирования, реализации и мониторинга, представляет собой инструмент управления инновационной деятельностью в секторе малого предпринимательства. Внедрение предложенной концепции в системы управления может способствовать инновационному развитию предприятий, а также усилению инновационной активности.

Содействие разработке инновационных стратегий на малых предприятиях может привести к повышению эффективности государственной поддержки инновационной деятельности, способствуя росту конкурентоспособности российской экономики. Направлением дальнейших исследований автора является исследование государственной поддержки инновационной активности в секторе малого предпринимательства.

Литература

1. Буланова Е.В., Соменкова Н.С., Ягунова Н.А. Формирование стратегии развития малого инновационного предприятия промышленного комплекса // Вопросы инновационной экономики. № 2 (9). 2019. С. 449–466.
2. В малом бизнесе все больше инноваций // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: https://issek.hse.ru/news/796503109.html#:~:text=Доля%20инновационной%20продукции%20в%20общем,материалов%20(5%2C8%25.
3. Елисеев В.А. Научно-технологические детерминанты стратегии инновационного развития // Интерактивная наука. 2019. № 10 (44). С. 8–23.
4. Коптяев В.А. Управление инновациями на предприятиях малого и среднего бизнеса, как ключевой фактор успеха в условиях рыночной экономики // Вектор экономики. 2023. № 4 (82). С. 1–7.
5. Лаврентьева Е.А., Межебицкая Е.М. Технологическое перевооружение и его роль в Российской экономике // Проблемы и перспективы развития России: молодежный взгляд в будущее: сборник научных статей научной конференции. Курск, 2020. С. 178–180.
6. Недоспасова А.А. Инновации как стратегия развития малого бизнеса // Актуальные научные исследования в современном мире. 2021. № 1–4 (69). С. 146–149.
7. Acuna-Opazo C., Castillo-Varvara M. Barriers to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy // Contaduría y administración. 2018. № 63 (3). P. 1–24.
8. Global Innovation Index 2022 // World Intellectual Property Organization. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/.
9. Skripnik O. Increase in competitiveness of housing-and-communal services // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2017. P. 012144.

References

1. Bulanova E.V., Somenkova N.S., YAgunova N.A. Formirovanie strategii razvitiya malogo innovacionnogo predpriyatiya promyshlennogo kompleksa // Voprosy innovacionnoj ekonomiki. № 2 (9). 2019. S. 449–466.
2. V malom biznese vse bol'she innovacij // Nacional'nyj issledovatel'skij universitet «Vysshaya shkola ekonomiki». URL: https://issek.hse.ru/news/796503109.html#:~:text=Dolya%20innovacionnoj%20produkcii%20v%20obshchem,materialov%20(5%2C8%25.
3. Eliseev V.A. Nauchno-tekhnologicheskie determinanty strategii innovacionnogo razvitiya // Interaktivnaya nauka. 2019. № 10 (44). S. 8–23.
4. Koptyaev V.A. Upravlenie innovaciyami na predpriyatiyah malogo i srednego biznesa, kak klyuchevoj faktor uspekha v usloviyah rynochnoj ekonomiki // Vektor ekonomiki. 2023. № 4 (82). S. 1–7.
5. Lavrent'eva E.A., Mezhebickaya E.M. Tekhnologicheskoe perevooruzhenie i ego rol' v Rossijskoj ekonomike // Problemy i perspektivy razvitiya Rossii: molodezhnyj vzglyad v budushchee: sbornik nauchnyh statej nauchnoj konferencii. Kursk, 2020. S. 178–180.
6. Nedospasova A.A. Innovacii kak strategiya razvitiya malogo biznesa // Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire. 2021. № 1–4 (69). S. 146–149.
7. Acuna-Opazo S., Castillo-Varvara M. Barriers to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy // Contaduría y administración. 2018. № 63 (3). P. 1–24.
8. Global Innovation Index 2022 // World Intellectual Property Organization. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022.
9. Skripnik O. Increase in competitiveness of housing-and-communal services // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2017. P. 012144.