

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. *Актуальность и цель.* Проблема низкой инновационной активности российских предприятий, особенно в сфере малого бизнеса, остается одной из самых актуальных, поскольку во многом определяет стратегию развития отечественной экономики. Особый интерес представляют факторы, обуславливающие инновационную активность предприятий в региональном аспекте. Целью настоящей работы является исследование данных факторов в разрезе двух групп предприятий – столичных (Москва и Санкт-Петербург) и региональных (Пенза, Саранск и др.) и выявление особенностей их развития. *Материалы и методы.* Исследование проводилось в форме заочного анкетирования. Были получены ответы от 46 респондентов. Опрошенным предприятиям были разделены на две группы (А и Б соответственно) – столичные (Москва, Санкт-Петербург) и региональные (Пенза, Саранск, Томск), что позволило проанализировать специфику их деятельности в региональном аспекте. Субъектами исследования являлись предприятия, осуществляющие инновационную деятельность. Абсолютное большинство в выборке представлял именно малый и средний бизнес. Заполнить анкету предлагалось представителям высшего руководства, руководителям технических подразделений, топ-менеджерам, отвечающим за технологическое развитие и инновационную деятельность. *Результаты.* Проведен сравнительный анализ инновационной деятельности столичных и региональных малых предприятий, что позволило выявить определенные различия в стимулах для данных двух групп. Исследовано влияние различных факторов на инновационную активность двух групп предприятий, среди которых особое значение имеет эффективное взаимодействие с инвесторами, госструктурами, потребителями. *Выводы.* Существуют определенные различия в осуществлении инновационной деятельности столичных и региональных предприятий, связанные с характером инновационной деятельности, источниками инвестиций, оценкой результатов инновационной деятельности. В качестве стимулирующих факторов инновационной деятельности для региональных предприятий выявлены преимущественно технологические факторы (загрузка мощностей, устаревание технологий), в то время как для столичных предприятий – финансовые факторы (повышение доходности). Это определяет различия в целях и направлениях инновационной деятельности столичных и региональных предприятий.

Ключевые слова: инновационная деятельность, малые инновационные предприятия, факторы стимулирования инновационной деятельности, региональный аспект.

T. I. Sherstobitova, Yu. R. Pateeva

STUDY OF REGIONAL ASPECTS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF DOMESTIC SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Abstract. *Background.* The low innovation activity of Russian enterprises, especially in small business, is still one of the most vital problems, because it defines the na-

tional economy's development strategy. The factors causing the regional aspect of enterprises' innovative activity are of particular interest. The purpose of this paper is to study these factors in the context of the two groups of companies - the metropolitan (Moscow and St. Petersburg) and regional (Penza, Saransk, etc.) and to determine the characteristics of their development. *Materials and methods.* The study was conducted by absentee survey. The responses from 46 respondents were received. They were divided into two groups (A and B, respectively) – the metropolitan (Moscow, St. Petersburg) and regional (Penza, Saransk, Tomsk), so we can analyze the regional aspects of innovative activity. The study's subjects were enterprises engaged in innovation. The vast majority of the samples are represented by small and medium enterprises. We offered to fill the form to the decision makers, heads of technical departments, senior managers responsible for technological development and innovation. *Results.* A comparative analysis of the innovation activity of capital and regional small businesses revealed some differences in innovative incentives for the two groups. Among the various factors that influence the innovative activity of companies, was found the particular importance of effective communication with investors, state agencies, consumers. *Conclusions.* There are some differences in the implementation of innovative activity by metropolitan and regional businesses relating to the nature of innovation, investment sources, evaluation of the results of the innovation. As the motivating factors for regional innovation enterprises were identified mainly technological factors (capacity utilization, technological obsolescence), while for the metropolitan businesses – financial factors (increased profitability). This fact determines the differences in the innovative goals and directions of metropolitan and regional businesses.

Key words: innovation, small innovative enterprises, factors stimulating innovation, the regional aspect.

В Стратегии инновационного развития Российской Федерации к 2020 г. поставлена цель перехода экономики России на инновационный путь. Это обусловлено, прежде всего, ее существенным отставанием не только от ведущих, но и от многих развивающихся стран по показателям инновационной активности. Значительный технологический разрыв, существующий между Россией и большинством других государств, уже сейчас оказывает весомое негативное влияние, как на экономику, так и на имидж нашей страны. В связи с этим одной из насущных государственных проблем является повышение конкурентоспособности отечественной промышленности, решение которой возможно только через развитие инновационной деятельности.

Внимание большинства исследователей при изучении особенностей инновационного развития отечественных предприятий сосредоточено на деятельности крупных организаций, которые, несомненно, вносят наибольший вклад в положение России на мировом рынке инноваций. Тем не менее важной является инновационная деятельность малого и среднего бизнеса, малоизученная в настоящее время. В связи с этим целью данного исследования является выявление особенностей инновационной деятельности малых и средних отечественных компаний.

В данном исследовании использовалось расширенное определение понятия «инновационная деятельность», данное Руководством ОСЛО [1]: «Инновационной деятельностью являются все научные, технологические, организационные, финансовые и коммерческие шаги, которые фактически приводят к реализации инноваций или задуманы с этой целью. Некоторые из этих ви-

дов деятельности могут быть инновационными по своей сути, тогда как другие не содержат новизны, но необходимы для осуществления инновации. Инновационная деятельность может включать также приобретение внешних знаний или основных фондов».

Исследователи хотели выяснить, как на сегодняшний день существующие на рынке компании определяют инновационную деятельность и какие непосредственно работы в рамках данной деятельности выполняют. Результаты опроса показали, что большинство компаний осуществляют следующие виды инновационной деятельности (рис. 1):

- проведение НИР и ОКР по созданию импортозамещающих технологий и продуктов, уже имеющих аналоги на мировом уровне (52,2 %);
- осуществление выпуска продукции (технологий) на основе полученных предприятием (или его сотрудниками) патентов РФ (41,3 %);
- проведение НИР и ОКР по созданию технологий и продуктов, не имеющих аналогов на мировом уровне (32,6 %).



Рис. 1. Виды работ в рамках инновационной деятельности, выполняемые организациями

Большой удельный вес исследований и разработок в портфеле видов деятельности компаний свидетельствует о достаточно высоком уровне активности в научно-исследовательской деятельности, которая лежит в основе пионерных инноваций. Значительная часть респондентов отметила, что создание импортозамещающих технологий и продуктов невозможно отнести к инновационной деятельности, поскольку эти разработки уже имеют аналоги на мировой арене. Несмотря на это, абсолютное большинство респондентов основной отметили именно эту деятельность (52,2 %).

Исследование показало, что среди региональных компаний преобладают такие виды деятельности, как проведение НИР и ОКР по созданию импортозамещающих технологий и продуктов (73,08 %), а также технологий, не имеющих аналогов на мировом уровне (38,46 %). При сравнительном анализе можно отметить, что проведение фундаментальных исследований более характерно для регионов (26,92 %), в то время как в Москве и других крупных городах больше предприятий, находящихся на стадии подготовки и освоения опытного производства (30 %) [2]. Определенная часть респондентов (21,7 %) считают инновационной деятельностью выпуск продукции на основе приобретенного оборудования, что в большей степени характеризует этап модернизации производства, а с созданием инноваций связаны незначительно.

В целом, у представителей группы Б осуществление научных исследований и разработок существенно превалирует над другими видами инновационной деятельности, в то время как в компаниях из группы А исследования осуществляются наравне с другими видами деятельности, наиболее распространенными из которых являются освоение опытного производства, выпуск продукции и покупка международных лицензий. Это позволяет судить о более высоком уровне инновационной активности именно в столичных компаниях, что скорее всего связано с наиболее развитой инфраструктурой, наличием наиболее квалифицированных кадров (например, для работы по международной лицензии), а также наибольшим скоплением ресурсов. В региональных же компаниях ресурсов хватает лишь на проведение исследований, которые зачастую финансируются за счет средств различных грантов.

Прослеживается ориентированность российских инновационных компаний преимущественно на внутренний рынок: например, по лицензии на международном рынке работает только 2,2 % компаний. Однако часть респондентов озабочены получением международных патентов на свою продукцию, а также учитывают мировой опыт при разработке инновационных продуктов и технологий, что может служить благоприятным сигналом, означающим, что планы выхода на рынки других стран у директоров отечественных инновационных компаний все же имеются. По факту же экспортируют свои товары 24 % опрошенных, и доходы от экспорта данных компаний составляют в среднем 5–10 % в общем объеме выручки. По соотношению компаний, работающих либо не работающих на экспорт, прослеживается одинаковая тенденция в обеих группах респондентов: большинство компаний слабо экспортируют инновационные товары [2].

Из факторов, побудивших респондентов заниматься инновационной деятельностью, преобладают стремление к развитию и выходу на новые рынки (25 %), а также меняющиеся требования покупателей (23 %). Возможность повышения доходности своей компании как фактор, стимулирующий их на ведение инновационной деятельности, отметили 15 % опрошенных. Ряд респондентов отметили вариант «Другое» для обозначения варианта «Стремление к развитию и выходу на новые рынки». Таким образом, инновационные компании все-таки видят себя на рынке и учитывают рыночные факторы. Государственное регулирование, как выяснилось, не оказывает значительного влияния на развитие инновационной деятельности – данный стимул побудил к инновационной деятельности только 5 % респондентов (рис. 2).



Рис. 2. Факторы, стимулирующие инновационную деятельность

Если рассматривать данный показатель в зависимости от территориального расположения респондентов, то общая картина не меняется, однако компании из крупных городов рассматривают получение прибыли и повышение доходности в качестве первостепенного стимула к осуществлению любой деятельности, в том числе инновационной. Для региональных компаний и другие стимулы имеют важность, относительно более насущной проблемой для них является необходимость загрузки имеющихся мощностей и нарастающее устаревание применяемых технологий и выпускаемых продуктов, также компании из регионов более озабочены требованиями покупателей (рис. 3).



Рис. 3. Основные стимулы к осуществлению инновационной деятельности в территориальном разрезе

Респонденты выделили следующие основные группы инвесторов и источников денежных средств для организации деятельности своих предприя-

тий: собственные средства – 65,2 %; средства, полученные путем участия в федеральных и региональных программах поддержки (гранты, конкурсы и т.п.) – 63 %; партнеры по бизнесу в пределах РФ – 39,1 % (рис. 4).



Рис. 4. Основные источники финансирования инновационных компаний (без учета распределения по значимости)

Данный вопрос в анкете предполагал распределение инновационными компаниями всех источников финансирования по значимости. В результате ответы распределились аналогичным образом: на первое место большинство респондентов (50 %) поставили собственные средства, чуть меньшее количество компаний (37 %) в качестве приоритетных источников назвали федеральные и региональные программы поддержки, и 15,2 % респондентов указали в качестве наиболее значимого источника инвестиций федеральный бюджет в форме государственного заказа. Партнеров по бизнесу в качестве основных, а также следующих после наиболее значимых инвесторов отметили 21,8 % опрошенных компаний. Таким образом, согласно полученным данным, частные, венчурные и зарубежные инвесторы редко делают значительные вливания в малые инновационные компании, соответственно последние редко выделяют их как основных партнеров.

По основным источникам инвестирования между выделенными группами А и Б есть существенные отличия. Региональные компании на первое место ставят собственные средства (69,29 % респондентов группы Б), вторым по частоте использования является источник финансирования в виде федеральных и региональных программ поддержки инноваций (19,23 %). Московские и питерские компании, наоборот, основным источником инвестиций признают различные программы поддержки (60 %) и госзаказ (20 %), соб-

ственные средства вкладывают лишь 25 % респондентов, займы используют 10 % компаний. Группа А также активно привлекает частных инвесторов, партнеров по бизнесу, венчурные фонды и инвестиции из-за границы, в то время как ни одна из опрошенных региональных компаний не смогла получить доступ к таким инвестициям (рис. 5) [2].



Рис. 5. Основные источники инвестиций инновационных компаний в зависимости от территориального расположения

На вопрос о средствах, выделяемых компаниями на исследования и разработки, большинство респондентов (37 %) закладывают более 10 % от объема продаж на НИОКР, а 19,6 % компаний затруднились ответить на этот вопрос (рис. 6). Это обусловлено и тем, что в опросе участвовали преимущественно молодые (до двух лет) малые инновационные компании, которые еще не имеют продаж, а осуществляют только научные исследования за счет средств, полученных от заинтересованных инвесторов.



Рис. 6. Доля расходов на НИОКР в объеме продаж предприятия

На основе шкалы Лайкерта большинство респондентов оценили успешность своей компании в инновационной деятельности как «иногда успешно» (50 %) и «очень успешно» (26 %). Как «крайне неуспешную» не оценивает себя ни одна из опрошенных компаний (рис. 7).

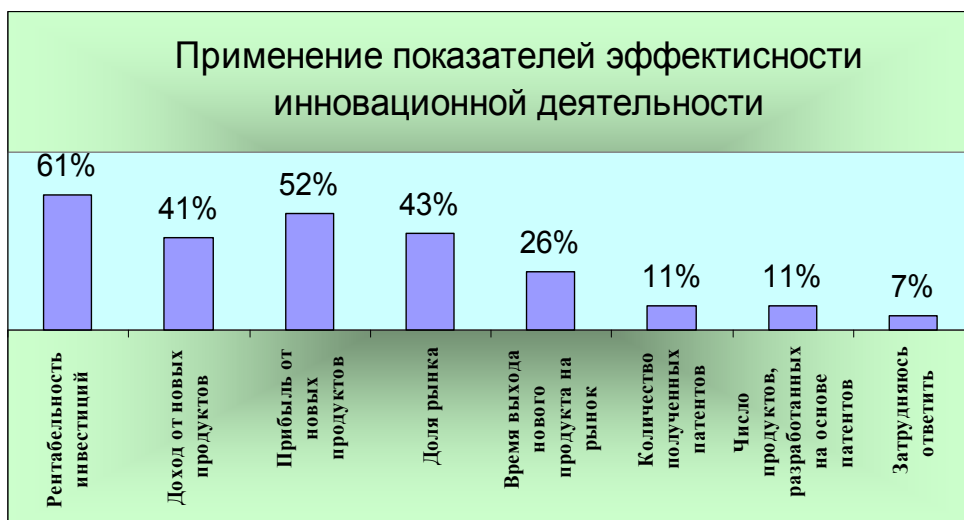


Рис. 7. Применение показателей эффективности инновационной деятельности

Интересной представляется аналогичная статистика по региональному признаку: компании из крупных городов выглядят наиболее успешными и самоуверенными, половина из них оценила свою инновационную деятельность как очень успешную, остальная половина – как иногда успешную или, наоборот, иногда неуспешную. Лишь 23 % региональных компаний высказались о своей инновационной деятельности как более или менее успешной, а остальные 65 % посчитали, что лишь иногда достигают успехов в сфере инноваций.

При этом для оценки эффективности своей инновационной деятельности респонденты используют следующие показатели: рентабельность инвестиций – 61 % респондентов; прибыль от новых продуктов – 52 % респондентов; доля рынка – 43 % респондентов.

Исследование в целом показало, что в региональных компаниях проведение фундаментальных и прикладных исследований существенно превалирует над другими видами инновационной деятельности, что свидетельствует о том, что большинство реализуемых в регионах инновационных проектов находятся на ранних этапах жизненного цикла. В свою очередь в Москве и других крупных городах научные исследования осуществляются наравне с другими видами деятельности, наиболее распространенными из которых являются освоение опытного производства, выпуск продукции и покупка лицензий. Это позволяет судить о более высоком уровне инновационной активности компаний, расположенных в крупных городах, что скорее всего связано с наиболее развитой инфраструктурой, наличием наиболее квалифицированных кадров, а также наибольшим скоплением ресурсов.

Высокий процент импортозамещения (52,2 %) свидетельствует о недостаточном развитии собственных НИОКР отечественных предприятий, что

подтверждается официальной статистикой Росстата, где Россия по уровню инновационного развития значительно уступает большинству зарубежных стран. Более того, по результатам исследования было выявлено, что отечественные инновационные предприятия ориентированы преимущественно на внутренний рынок: лишь 24 % из них поставляют свою продукцию в другие страны, большинство компаний не экспортируют инновационные товары и технологии.

Основными факторами, стимулирующими инновационную деятельность предприятий, являются стремление к развитию и выходу на новые рынки (25 %) и меняющиеся требования покупателей (23 %). Особенно важным фактор стремления к развитию и повышению прибыльности производства оказался для инновационных компаний из крупных городов. Государственная поддержка, как показал опрос, не является действенным стимулом к осуществлению инновационной деятельности.

Наиболее значимыми для малых и средних инновационных предприятий источниками инвестиций являются собственные средства, федеральные и региональные программы поддержки инновационной деятельности (гранты, конкурсы и т.п.) и госзаказ. Причем, согласно опросу, за счет собственных средств финансируют свою деятельность преимущественно региональные компании, а государственные (и муниципальные) средства наиболее активно используются компаниями из крупных городов. Последние также успешно привлекают частных инвесторов, партнеров по бизнесу, венчурные фонды и инвестиции из-за границы, в то время как ни одна из опрошенных региональных компаний не смогла получить доступ к таким инвестициям.

В качестве основных и наиболее значимых инвесторов только 21,8 % опрошенных компаний отметили партнеров по бизнесу. Это может свидетельствовать о низком уровне взаимодействия компаний в инновационной сфере, поскольку в мировой практике одной из наиболее распространенных форм сотрудничества в данной сфере является вложение партнерами средств в совместные инновационные проекты.

Обобщив результаты проведенного опроса можно заключить, что существуют определенные различия в организации деятельности столичных и региональных инновационных предприятий, что проявляется в доступе к источникам инвестиций и направлениях деятельности. При этом преобладающими видами инновационной деятельности среди них является проведение НИР и ОКР (как по созданию импортозамещающих технологий и продуктов, так и по созданию технологий и продуктов уровня абсолютной новизны), а также выпуск продукции (технологий) на основе полученных патентов РФ.

Список литературы

1. Руководство Осло: Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – 3-е изд. – М.: ОЭСР, 2010.
2. **Шерстобитова, Т. И.** Влияние регионального аспекта на инновационное развитие предприятий / Т. И. Шерстобитова, Ю. Р. Патеева // От науки к бизнесу. Глобализация инноваций : материалы VII Междунар. форума. – М., 2013. – С. 246–249.

References

1. *Rukovodstvo Oslo: Rekomendatsii po sboru i analizu dannykh po innovatsiyam* [Administration of Oslo: Recommendation on collection and analysis of data on innovations]. Moscow: OESR, 2010.

2. Sherstobitova T. I., Pateeva Yu. R. *Ot nauki k biznesu. Globalizatsiya innovatsiy: materialy VII Mezhdunar. foruma* [From science to business. Globalization of innovations: proceedings of VII International forum]. Moscow, 2013, pp. 246–249.

Шерстобитова Татьяна Ивановна

кандидат экономических наук, доцент,
кафедра маркетинга, коммерции и сферы
обслуживания, Пензенский
государственный университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: em@pnzgu.ru

Sherstobitova Tat'yana Ivanovna

Candidate of economic sciences, associate
professor, sub-department of marketing,
commerce and service, Penza State
University (40 Krasnaya street,
Penza, Russia)

Патеева Юлия Растямовна

магистрант, Пензенский
государственный университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: em@pnzgu.ru

Pateeva Yuliya Rastyamovna

Master degree student, Penza State
University (40 Krasnaya street,
Penza, Russia)

УДК 338.49

Шерстобитова, Т. И.

Исследование региональных аспектов инновационной деятельности отечественных малых и средних предприятий / Т. И. Шерстобитова, Ю. Р. Патеева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2013. – № 1. – С. 24–33.