

Топорков Олексій Романович
аспірант кафедри міжнародних фінансів
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті досліджується інноваційна діяльність малих та середніх підприємств. Визначається вплив інновацій на розвиток та інтернаціоналізацію малих та середніх компаній. Розглянуто шляхи реалізації організаційних та продуктових інновацій підприємства. Адаптовано схему отримання технологічної інновації. Розглянуто відмінності розробки інноваційного продукту з огляду на ресурси МСП. Проведено аналіз переваг та слабкостей інноваційного потенціалу МСП в умовах конкуренції з великими підприємствами. Визначено роль географічних об'єднань підприємств у процесі створення інновації. Представлено результати емпіричного дослідження малих інноваційних підприємств Європи.

Ключові слова: малі та середні підприємства; інновації; організаційні інновації; продуктові інновації; інтернаціоналізація бізнесу.

Abstract. The article examines the innovative activity of small and medium-sized enterprises. The impact of innovation on the development and internationalization of small and medium-sized companies is determined. The ways of implementation of organizational and product innovations of the enterprise are considered. Author provides an adaptation of the scheme for obtaining technological innovation. The article discusses the differences in the development of an innovative product, taking into account the resource potential of SMEs. Author conducts the analysis of the advantages and weaknesses of the innovative potential of SMEs in the context of competition with large enterprises. The role of geographical associations of enterprises in the process of innovation creation is determined. The results of an empirical study of small innovative enterprises in Europe are presented in the article.

Key words: small and medium-sized enterprises; innovation; organizational innovation; product innovation; business internationalization.

Аннотация. В статье исследуется инновационная деятельность малых и средних предприятий. Определяется влияние инноваций на развитие и интернационализацию малых и средних компаний. Рассмотрены пути реализации организационных и продуктовых инноваций предприятия. Адаптировано схему получения технологической инновации. Рассмотрены различия разработки инновационного продукта с учетом ресурсного потенциала МСП. Проведен анализ преимуществ и слабостей инновационного потенциала МСП в условиях конкуренции с крупными предприятиями. Определена роль географических объединений предприятий в процессе создания инновации. Представлены результаты эмпирического исследования малых инновационных предприятий Европы.

Ключевые слова: малые и средние предприятия; инновации; организационные инновации; продуктовые инновации; интернационализация бизнеса.

Вступ. Станом на кінець 2018 року малі та середні підприємства склали 99,98% усіх підприємств України. У них працює понад 6,9 мільйонів осіб, що складає 82% усіх зайнятих. 65% обсягу реалізованої продукції та 64% доданої вартості припадає на малі та середні підприємства (МСП). Статистика доданої вартості та зайнятості в українських МСП не вирізняється з ряду статистики країн ЄС, однак структура і створеної доданої вартості, і зайнятості вказує на перевагу середніх над малими та мікропідприємствами. Для європейських МСП характерним є рівномірний розподіл між ними в обох компонентах. [1]

Зростаюча роль МСП у світовому та національному господарстві створює не лише можливості для останніх, а й спричиняє зростаючий тиск на них. Так, до головних перепон на шляху розвитку відносять [2]:

- обмежений доступ до фінансування;
- регуляторне навантаження;
- обмежений доступ до ринку кваліфікованих трудових ресурсів;
- недостатня компетенція управління;
- обмежені можливості стратегічного планування.

Водночас, можливості імплементації інновацій та гнучкість пристосування до змін кон'юнктури ринку належать до конкурентних переваг МСП у порівнянні з великими підприємствами. Таким чином, інноваційний потенціал малого та середнього бізнесу постає в центрі його конкурентоздатності.

Незважаючи на роль МСП та інновацій у них в економіці України та європейських країн, фокус досліджень досі зміщений до аналізу великих підприємств, що зумовлює необхідність розкриття теми інноваційного потенціалу малих та середніх підприємств як фактору впливу на їх розвиток та інтернаціоналізацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив інновацій на інтернаціоналізацію та розвиток підприємства досліджувалися Найтом, Кавузгілом, Когутом, Зандером, Коннером, Прахаладом. Інноваційний потенціал малих та середніх підприємств постає в колі досліджень Педнекара, Аль-Мубаракі, Непельскі. Дослідженню малого та середнього підприємства присвячені аналітичні звіти Офісу розвитку малого і середнього підприємництва, матеріали звітів Комітету регіонів, окремі дослідження Національного банку України.

Виклад основного матеріалу. Інноваційна діяльність малого та середнього підприємства є комплексним поняттям, що включає декілька складових. Так, згідно з протоколом Осло [3], технічні та продуктові інновації включають впроваджені технологічно нові продукти та процеси і значні технологічні вдосконалення продукції та процесів. Відтак, інноваційний потенціал компанії ми можемо розділити на дві складові:

- організаційні інновації;
- продуктові інновації;

- потенціал технологічної інновації;
- потенціал диференціації.

Організаційні інновації - це нетехнологічні нововведення, пов'язані зі структурою та організацією бізнесу, залученням працівників та управлінням людськими ресурсами, управлінням внутрішнім процесом та прийняттям рішень, розробкою та плануванням організаційних стратегій та методів, взаємовідносинами з клієнтами та постачальниками, самим робочим середовищем. [4]

Організаційні інновації покращують мотивацію та умови праці для працівників, що призводить до підвищення продуктивності праці, інноваційних можливостей, стійкості на ринку та загальної конкурентоспроможності бізнесу. Інновації на робочих місцях допомагають компаніям передбачати та краще адаптуватися до мінливого економічного середовища. Цей тип гнучкості набирає особливого значення в умовах нової промислової революції. Такий тип інновацій покращує можливості навчання та розповсюдження знань, які важливі для актуалізації навичок працівників. Нарешті, нетехнологічні інновації є невід'ємною частиною успішної реалізації технологічних інновацій.

Незважаючи на очевидні переваги, все ще мало компаній впроваджують цей тип інновацій. Впровадження інновацій на робочому місці та вирішення проблем, пов'язаних з новою промисловою революцією, вимагає правильних управлінських навичок. Нестача відповідних вмінь стає на шляху успішного впровадження інновацій малими венчурними компаніями. За даними Європейської комісії [5], лише 10% від загальної кількості МСП реалізують політику організаційної інновації. В той же час, Найт та Кавузгіл [6], розглядаючи практичні випадки інтернаціоналізації малих підприємств, помітили, що процес засвоєння знань породжує організаційні можливості фірми, які, в свою чергу, призводять до вищої організаційної ефективності, наголошуючи на більш ефективному засвоєнні знань малими підприємствами. Поєднання результатів емпіричних досліджень нашою думкою, що інноваційна культура МСП дозволяє їм ефективізувати обробку отриманих

знань, проте база для їх отримання та менеджерський потенціал для правильної інтерпретації результатів їх аналізу у МСП є недостатнім, що спричинює ситуацію на ринку, в якій такі підприємства поступаються у рівні організаційної інноваційності великим багатонаціональним підприємствам.

Технологічні інновації та диференціація від конкурентів є важливими для ефективності МСП, адже вони є джерелами його конкурентних переваг. Розробка нового продукту чи послуги та розробка патентів створюють стимули для дослідницьких організацій, інвестиційних компаній та замовників проявити зацікавлення та прийняти участь у розвитку компанії, оскільки малі та середні компанії на ранніх етапах перебувають у стані дефіциту ресурсів. Стратегічні партнери та інвестори можуть допомогти новим фірмам отримати необхідні ресурси та підвищити інноваційну спроможність. Таким чином, фінансовий інтерес та інноваційний розвиток є взаємними драйверами в межах відносин інвесторів та підприємців, що спричинює активну участь малих та середніх підприємств з обмеженими фінансовими ресурсами у напрямку інноваційних розробок.

Технологічні інновації можна визначити як технічні зміни або прийняття нових процесів і технологій. Найбільш інноваційними фірмами є ті, хто добре оцінює важливість інформації про нові технології та необхідність швидкості її отримання, засвоєння та застосування. Визначаючи цей термін для нашого дослідження, вкажемо, що технологічні інновації являють собою розробки, що за сукупністю відмінних рис від існуючих та виконуваними операціями чи проблемами, що вирішуються за їх допомогою, відносяться до створення нового продукту, радше ніж є модифікацією існуючого. Отримання технологічної інновації є процесом, що потребує численних ітерацій процесу отримання та засвоєння нових знань, їх обробки, виведення нового знання та побудови продукту, проведення емпіричного тестування, отримання відгуку, та доопрацювання. Схема отримання технологічної інновації описана на схемі нижче (рис. 1).

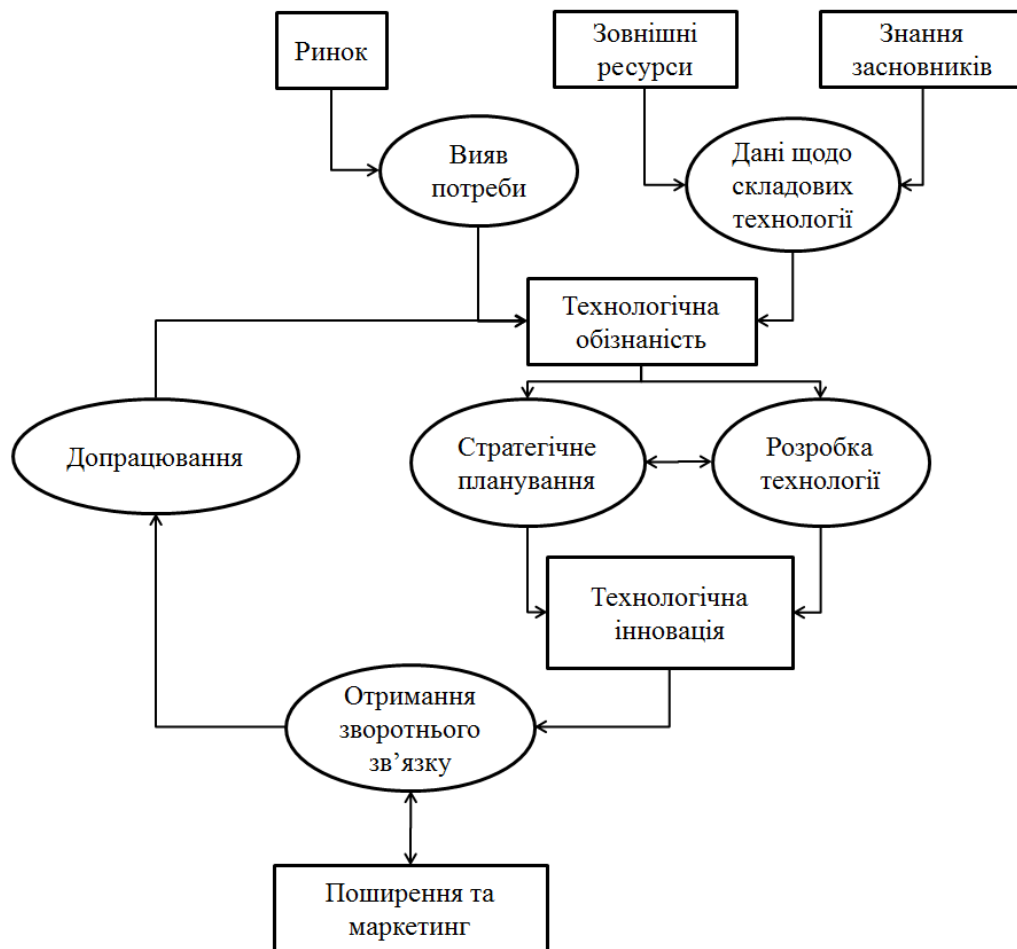


Рис. 1. Схема отримання технологічної інновації в рамках MBK.

Джерело: допрацьовано автором на основі [7].

Таким чином, процес отримання нового технологічного знання в рамках MBK дещо відрізняється від процесу отримання такого знання у великому підприємстві. Основна різниця полягає у природі отриманих знань. Згідно з тенденціями, висвітленими у теоріях міжнародного бізнесу кінця XX - початку XXI століття, створення технологічної інновації великого підприємства ґрунтується на потребі подовження життєвого циклу продукту та створенні потреби.

На відміну від великих БНП, малі та середні підприємства створюють знання, ґрунтуючись на знаннях про потреби ринку. Відтак, вони приймають на себе роль задоволення, а не створення нової потреби. В той час як отримання знань в БНП ґрунтується на багатьох каналах, включаючи партнерські зв'язки, ланцюги поставок, державні інститути, багаторічний досвід на ринках, знання

МСП базуються на власних дослідженнях та розробках, співпраці зі споживачем та комплексному опрацюванні потреби на основі пристосування продукту до ринку та споживача. Формування технологічної інновації в малому та середньому бізнесі є частиною операційної діяльності. Технологічна ж інновація БНП є допоміжною функцією, що дозволяє йому застосовувати новітні заходи маркетингу та конкурентної боротьби у моменти необхідності, тоді як МСП ґрунтується на інновацію незалежно від циклу життя продукту (до перетворення МСП у велике підприємство). Кількість ітерацій зі збору зворотного зв'язку та аналізу нового знання в обох типах підприємств спирається на фінансові та організаційні можливості, відповідно, для МВК характерна менша кількість повторень, враховуючи меншу забезпеченість ресурсами. Фінальний результат досліджень та технологічних розробок вимірюється кількістю та якістю патентів для обох типів підприємств.

Дослідження впливу технологічної інновації на розвиток малих та середніх підприємств показує, що головним чинником виходу на закордонні ринки при створенні інновації є отримання знань про клієнта в глобальному вимірі, використання транскордонних ділових мереж для переміщення досвіду та організаційного навчання, використання можливостей іноземних контрагентів для отримання та аналізу знання, перетворення на інновацію.

В той же час, інноваційний розвиток вимірюється не лише кількістю отриманих патентів, проте й рівнем диференціації продукту. Незалежно від рівня технологічності, диференціація продукції є більш поширеною, ніж патентування, серед нинішніх МВК. Це пов'язано з тим, що патентний процес є затратним та трудомістким, що складає проблему для молодих компаній. Продуктова диференціація ставить на меті набуття продуктом підприємства вагомих відмінних рис від конкурентів, що створюється на основі диференційованих ресурсів, які є важливим визначальним фактором діяльності організації. В свою чергу, за таких умов знання є критичним ресурсом, що дозволяють пройти шлях від отримання унікального ресурсу до формування унікального продукту та забезпечує особливі переваги в міжнародній

конкуренції. Питання диференціації було широко розглянуте у роботі Найта та Кавузгіла 2004 року [8], яка підкреслила успішне організаційне втілення різноманітних унікальних ресурсів до молодих, менш розвинених підприємств для виконання завдання інтернаціоналізації. Акцент було зроблено на знанні як факторі формування диференційованого інноваційного продукту на протигагу розмаїттю ресурсів, що лежать в основі інноваційності БНП, адже вважалося, що успішна інтернаціоналізація залежна від розмаїття наявних ресурсів та корелює з інноваційністю продукту та ресурсів. Випадок МСП підтверджує, що навіть дефіцитні ресурси можуть демонструвати чудові результати, коли підприємницькі можливості поєднуються з унікальними ресурсами. Навіть за умови обмежених матеріальних або фінансових ресурсів молоді фірми можуть використовувати спектр фундаментальних нематеріальних можливостей, заснованих на знаннях, для ранньої інтернаціоналізації та успішної роботи на зовнішніх ринках.

Таким чином, малі та середні підприємства здатні реалізувати себе на міжнародному ринку навіть в умовах нестачі ресурсів, проте володіючи інноваційною організаційною структурою, заснованою на знаннях, що відкриває можливості створення диференційованого продукту на базі обмежених унікальних ресурсів.

Реалізація інноваційного потенціалу, як і прагнення інтернаціоналізації, залежить не лише від внутрішніх можливостей, які складає технологічна інноваційність та диференціація, а й від екзогенних, ринкових факторів, серед яких:

- інноваційна активність конкурентів та партнерів;
- правові можливості захисту інноваційних розробок;
- інфраструктура ведення інноваційної діяльності.

Інноваційна активність партнерів та конкурентів є факторами, що одночасно впливають на інноваційний потенціал МСП та його прагнення інтернаціоналізуватися. Інновації партнерів приносять до мережі зв'язків знання та підвищують конкурентоспроможність, в той час як активність

конкурентів знижує їх. В результаті інформації щодо активності конкурентів та партнерів МСП може прийняти рішення щодо інтернаціоналізації задля:

- запобігання конкуренції на домашньому ринку та пошуку закордонних, що не стали ціллю технології конкурента (реалізація стратегії уникнення);
- переміщення знань та ресурсів до іноземних партнерів з метою отримання ефекту синергії.

Правове регулювання та можливості захисту винаходів є первинним чинником формування на території країни венчурних підприємств. Ефективність системи захисту нематеріальних ресурсів є запорукою успіху стартап-економіки в США, Великій Британії, Франції та Німеччині. Водночас, саме цей чинник є одним з базових, що призводить до відхилення іноземними та українськими інноваційними стартапами рішення щодо інтернаціоналізації на територію чи первинного базування в Україні.

Відповідно до ролі в практичній діяльності, зосередимось саме на інфраструктурі як базовому елементу для реалізації інноваційного потенціалу МСП. Особливого значення в інноваційному розвитку та розкритті інноваційного потенціалу малих венчурних компаній набувають кластери, територіальні об'єднання підприємств задля налагодження стратегічної співпраці та формування інноваційних структур підприємств. Локалізація фірм та побудова хабів надає додаткову підтримку, надаючи доступ до партнерств, побудови ділових мереж та обміну знаннями та ресурсами. Значну роль інкубаторів, зокрема, виокремлює Аль-Мубаракі, стверджуючи, що у Франції інноваційні кластери є потужним інструментом для місцевого економічного розвитку. [9] Хаби надають бізнес-підтримку молодим компаніям з метою сприяння сталому зростанню та поступовому економічному розвитку країни на базі знань, створених МВК.

Результати досліджень показують позитивний зв'язок між наявністю ділових мереж МВК та ефективністю інновацій. Найбільш ефективно функціонують мережі, що побудовані з участю юристів, патентних радників та технічних спеціалістів. Професійні кластери можуть включати інкубаторські

мережі, регіональні організації підтримки та венчурні інвестиційні компанії, які здійснюють фінансову та управлінську підтримку проектів. Інкубаторські мережі прискорюють розвиток МВК та спрощують отримання зовнішнього фінансування.

Малі венчурні компанії є драйверами інновацій у наукоємних галузях, саме ж створення знань у значній частці є метою створення МВК. Основними галузями впровадження інновацій в результаті проведеного емпіричного дослідження проектів з 30 країн Європи можемо визначити:

- штучний інтелект та машинне навчання;
- медицина та фармакологія;
- фінансові технології.

Сприяє впровадженню технологій у цих сферах наявний постійний чи зростаючий ринок збуту, а також орієнтація на створення унікального продукту, що зменшує ризики, пов'язані з конкуренцією з БНП.

Звернемося до даних Світового банку щодо рівня інноваційності малих підприємств у виробництві та сфері послуг. У той час як рівень виробничих інновацій для товарних виробників становить 46%, для фірм, що продукують послуги, цей показник становить 55%. Дані також вказують на подібну ситуацію в галузі інновацій в системі управління – 43% для виробників та 47% надавачів послуг. [10] Це говорить про те, що інноваційна діяльність є більш поширеною серед фірм, що надають послуги, ніж представників товарного виробництва.

Висновки. Таким чином, впровадження винаходів чи покращень надає малим та середнім підприємствам конкурентні переваги та дозволяє виходити на міжнародні ринки для їх використання. У поєднанні з технічними інноваціями другим фактором розвитку та інтернаціоналізації є внутрішня спрямованість компанії, готовність до роботи у швидкозмінному середовищі, а відтак – інноваційна культура підприємства.

Мотивами інноваційної діяльності МСП є розробка нових продуктів, вихід на нові ринки, адаптація діяльності фірми для оптимального обслуговування

ринків, пристосування до змін кон'юнктури ринку, ефективізація діяльності, залучення фінансування.

Молоді фірми з сильною інноваційною культурою та стратегічною міжнародною спрямованістю інтернаціоналізуються раніше, ніж міжнародно орієнтовані фірми, яким бракує інноваційної культури. Інноваційна культура повинна сприяти здобуттю знань, що веде до можливостей для міжнародної діяльності.

Розвитку інновацій сприяє розміщення підприємств в об'єднаннях, що мають на меті кооперацію їх членів(хаби, кластери). Наразі впровадження інновацій найбільш стрімко відбувається у галузях штучного інтелекту, медицини та фінтеху.

Список літератури:

1. Огляд малого і середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] // Офіс розвитку малого і середнього підприємництва, Офіс ефективного регулювання. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: drive.google.com/file/d/1I2ckLnFpxcbePvy_ymQlJMi5Wci5RKxP/view.

2. EU policy framework on SMEs: state of play and challenges [Електронний ресурс] // European Union. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://cor.europa.eu/en/engage/studies/Documents/EU-SMEs/EU-policy-SMEs.pdf>.

3. Oslo Manual [Електронний ресурс] // Organisation for Economic Co-operation and Development. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf>.

4. Nepelski D. Organizational diversity and innovation potential of EU-funded research projects / D. Nepelski, G. Piroli. // The Journal of Technology Transfer. – 2017. – №43(3). – С. 615–639.

5. Horizon 2020 [Електронний ресурс] // European Commission. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2018-2020/main/h2020-wp1820-sme_en.pdf.

6. Cavusgil, S.T., Born Global Firms: A New International Enterprise. / Cavusgil, S.T., Knight, G. // Business Expert Press. – 2009. – 125 с.

7. Pednekar D. Building Technological Innovation Capability in the High Tech SMEs: Technology Scanning Perspective / Pednekar. // Management International Conference. – 2015. – С. 185–194.

8. Knight, G. A. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm / G. A. Knight, S. T. Cavusgil // Journal of International Business Studies – 2004. – №35(2) – С. 124–141.

9. Al-Mubarak, H. Technology Innovation for SME Growth: A Perception for the Emerging Economies / H. AL-Mubarak, M. Aruna. // Journal of Economics and Sustainable Development. – 2013. – №4. – С. 155–163.

10. SME guide to value chains [Электронный ресурс] // International Trade Center. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/AssetPDF/SME%20Guide%20to%20value%20chains-web.pdf>.