

---

**ЭКОНОМИКА РОССИИ И РЕГИОНОВ**

УДК: 338,36

JEL: M11, L25, L53, O32

**Различия в инновационном поведении субъектов  
малого и крупного бизнеса**

**С.Л. Иванов**, м.н.с. Вологодского научного центра РАН  
<https://orcid.org/0000-0002-4647-5824>; SPIN-код (РИНЦ): 9203-5612  
e-mail: [slivanov2020@mail.ru](mailto:slivanov2020@mail.ru)

**С.В. Терехова**, д.э.н., доцент  
<https://orcid.org/0000-0002-2044-9521>; SPIN-код (РИНЦ): 6084-5386  
e-mail: [svetlana-ter@mail.ru](mailto:svetlana-ter@mail.ru)

**Для цитирования**

Иванов С.Л., Терехова С.В. Различия в инновационном поведении субъектов малого и крупного бизнеса // Проблемы рыночной экономики. – 2024. – № 1. – С. 73-86.

**DOI: <https://doi.org/10.33051/2500-2325-2024-1-73-86>**

**Аннотация**

Авторами статьи изучена специфика инновационного поведения предприятий в зависимости от их размерности. Данная специфика определялась в соответствии со следующими направлениями деятельности компании: кадровая политика, поиск источников финансирования, поиск рыночных ниш, производство инновационной продукции (определяемое характером производимых инноваций и уровнем инновационной мобильности), поиск партнеров и контрагентов, размещение центров финансовой ответственности. При подготовке статьи применялась методология системного анализа, основанная на совокупности теоретических и эмпирических методов научного исследования, ключевым из которых является метод case-study, базирующийся на результатах контент-анализа, а также экспертных интервью и анкетного опроса. Проведенный анализ показал, что качественные результаты деятельности субъектов малого и среднего инновационного предпринимательства зачастую оказывают большее воздействие на экономическое развитие региона, чем крупного. Полученные в ходе исследования результаты имеют как научную, так и практическую значимость. На уровне региональных органов власти понимание специфики инновационного поведения предпринимательских фирм важно с точки зрения определения мер государственной поддержки инновационно-активных предприятий.

**Ключевые слова:** *предпринимательство, инновации, инновационное поведение, размерность, параметр, регион.*

*Статья подготовлена в соответствии с темой государственного задания № FMGZ-2022-0002 «Методы и механизмы социально-экономического развития регионов России в условиях цифровизации и четвертой промышленной революции».*

## Differences in the innovative behavior of small and large businesses

**Semyon L. Ivanov**, Junior researcher of the Vologda research center of the RAS  
<https://orcid.org/0000-0002-4647-5824>; SPIN-code (RSCI): 9203-5612  
e-mail: [slivanov2020@mail.ru](mailto:slivanov2020@mail.ru)

**Svetlana V. Terebova**, Dr. of Sci (Econ.), Associate Professor  
<https://orcid.org/0000-0002-2044-9521>; SPIN-code (RSCI): 6084-5386  
e-mail: [svetlana-ter@mail.ru](mailto:svetlana-ter@mail.ru)

### For citation

Ivanov S.L., Terebova S.V. Differences in the innovative behavior of small and large businesses // Market economy problems. – 2024. – No. 1. – Pp. 73-86 (In Russian).  
DOI: <https://doi.org/10.33051/2500-2325-2024-1-73-86>

### Abstract

The authors of the article studied the specifics of innovative behavior of enterprises depending on their size. This specificity was determined in accordance with the following areas of the company's activities: personnel policy, search for sources of financing, search for market niches, production of innovative products (determined by the nature of the innovations produced and the level of innovative mobility), search for partners and contractors, placement of financial responsibility centers. In preparing the article, a system analysis methodology was used, based on a set of theoretical and empirical research methods, the key of which is the case-study method, based on the results of content analysis, as well as expert interviews and a questionnaire survey. The analysis showed that the qualitative results of the activities of small and medium-sized innovative businesses often have a greater impact on the economic development of the region than large ones. The results obtained during the study have both scientific and practical significance. At the level of regional authorities, understanding the specifics of the innovative behavior of entrepreneurial firms is important from the point of view of determining measures of state support for innovatively active enterprises.

**Keywords:** *entrepreneurship, innovation, innovative behavior, dimension, parameter, region.*

*The article was prepared in accordance with the topic of state assignment No. FMGZ-2022-0002 «Methods and mechanisms of socio-economic development of Russian regions in the context of digitalization and the Fourth Industrial Revolution».*

### Введение

Деятельность субъектов инновационного предпринимательства в условиях современной экономики является одним из важнейших факторов, обеспечивающих конкурентоспособность и устойчивость социально-экономических систем (Бизин, 2019). Как правило, в рамках инновационного процесса в региональной социально-экономической системе одновременно действуют несколько типов компаний в зависимости от их размерности: малые, средние предприятия и крупный бизнес.

Однако ученые и эксперты до сих пор не могут прийти к общему мнению относительно того, каким должен быть «оптимальный» размер инновационной фирмы (Блудов, 2010). Дискуссионным также остается вопрос зависимости и особенностей инновационного поведения предприятия от его размерности. Эта проблема имеет как научную, так и практическую значимость. Например, на уровне региональных органов власти это понимание важно для определения мер государственной поддержки инновационных предприятий.

Объектом исследования выступают инновационно-активные субъекты малого, среднего и крупного предпринимательства, предметом исследования – инновационное поведение предпринимательских фирм в зависимости от их размерности.

Целью работы является выявление особенностей инновационного поведения предприятий в зависимости от их размерности. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Раскрыть сущность понятия «инновационное поведение».
2. Разработать специальный методический инструментарий для проведения case-study.
3. На основе проведенного case-study выявить особенности инновационного поведения предприятий различной размерности.

Научная новизна исследования состоит в дополнении его теоретико-методических аспектов: выявлены подходы к сущности понятия «инновационное поведение»; разработан специальный методический инструментарий для проведения case-study, позволяющий выявить и оценить особенности инновационного поведения малого, среднего и крупного предпринимательства.

Исследование также отличается практической значимостью, которая заключается в возможности использования полученных результатов в деятельности органов государственной власти, ответственных за инновационное развитие.

### **Обзор литературы и анализ статистических данных**

*Сущность понятия «инновационное поведение».* Изучение проблемы инновационного поведения невозможно без определения его сущности. Прежде всего, как отмечает автор (Ваулина, 2010), «следует упомянуть междисциплинарный характер понятия «инновационное поведение», что демонстрирует его значимость для разных направлений деятельности (психология, педагогика, менеджмент, бизнес и др.)». В частности, авторы статьи (Шелехова и Зайцева, 2016) исследуют специфику инновационного поведения педагогов на региональном уровне. В то же время ученые О. Джессен (O. Janssen) и Д. Кац (D. Katz) рассматривали особенности инновационного поведения на уровне сотрудников организаций (Ваулина, 2010; Janssen, 2005; Katz, 1964, pp. 131-133).

Рассмотрение инновационного поведения в экономической коннотации имеет особую значимость для достижения цели настоящего исследования. Большой вклад в изучение институциональных основ инновационного поведения хозяйствующих субъектов внесен исследователем В.Ф. Исламутдиновым (Исламутдинов, 2016). В частности, автором проведена классификация институтов стимулирования инновационного поведения (на региональном уровне), а также разработан комплекс мер по преодолению «институциональных ловушек» и «институционального вакуума», препятствующих инновационному развитию как таковому. В.Ф. Исламутдинов и Р.Г. Шангараев под «инновационным поведением» понимают способность предвидеть будущие изменения внешних условий, подготовиться к ним и в конечном итоге использовать их в свою пользу (Исламутдинов и Шангараев, 2011).

Ожидаемый эффект и результат инновационного поведения выступили предметом изучения в совместном исследовании ученых Ф. Юана (F. Yuan) и Р. Вудмэна (R. Woodman) (Ваулина, 2010; West and Farr, 1992; Yuan and Woodman, 2010). В свою очередь, данные исследователи выделили два подхода к изучению инновационного поведения на уровне предприятия: подход, ориентированный на достижение успеха, а также социально-политический подход. Первый подход, как отмечено в исследовании (Ваулина, 2010), имеет наибольшую популярность. В контексте этого подхода допускается, что работники предприятия принимают решения по поводу реализации инноваций с целью того, чтобы эффективность и результативность деятельности была выше. В рамках второго подхода инновации имеют символическое значение: инновационное поведение рассматривается как следование трендам. Важным направлением становится демонстрация инноваций, их влияние на имиджевую составляющую компании взамен поддержки экономического состояния компании и результативности его работы (Ваулина, 2010).

По мнению С.Д. Тсай (S.D. Tsai), «инновационное поведение» – это конструкт, который включает в себя не только поведение, направленное на создание и реализацию новых идей, но и

определенную культуру или ментальность сотрудников всех уровней (в том числе, руководителей) (Ваулина, 2010; Tsai et al, 2004).

Научный интерес представляют исследования, в контексте которых инновационное поведение рассматривается с позиции потребителя инновационной продукции (Горшков, 2021; Cotte and Wood, 2004). В частности, исследователь А. Горшков на основе анализа отдельных аспектов потребительского поведения при выборе инновационной продукции приходит к выводу о том, что «появление новых инновационных продуктов может привести или не привести к корректировке продуктовой линейки. Все зависит от предельной склонности потребления инновационной продукции и величины изменения доходов» (Горшков, 2021).

Авторское видение изучаемого понятия представили исследователи Е.А. Даниленко, В.Н. Рогожникова (Даниленко и Рогожникова, 2022). Согласно их мнению, «инновационное поведение» в современной экономике представляет собой комплексное понятие: «оно включает в себя как способность к предложению новых идей и технических решений, так и творческий потенциал личности». «Феномен инновационного поведения обусловлен скорее индивидуальной, чем коллективной природой, а также имеет свои особенности в сфере производства и потребления, которые необходимо учитывать при его определении и разработке методологии поведенческих исследований» (Даниленко и Рогожникова, 2022).

Анализ представленных в контексте исследования трактовок (в зависимости от субъектной составляющей инновационного процесса) позволяет систематизировать их в подходы (табл. 1).

**Таблица 1 / Table 1**

**Подходы к пониманию «инновационного поведения» в контексте экономической коннотации / Approaches to understanding «innovative behavior» in the context of economic connotations**

Наименование подхода	Сущность подхода	Представители
Индивидуалистский	«Инновационное поведение» рассматривается с позиции рядового сотрудника предприятия	О. Janssen, D. Katz, В.Ф. Исламутдинов, Р.Г. Шангараев
Коллективистский	«Инновационное поведение» рассматривается с позиции всех сотрудников компании, в первую очередь лиц, принимающих управленческие решения в отношении инновационного развития	S.D. Tsai, R. Woodman, F. Yuan
Потребительский	«Инновационное поведение» рассматривается с позиции потребителей производимой фирмой инновационной продукции	J. Cotte, S.L. Wood, А. Горшков
Комплексный	Учитывает многоаспектность рассматриваемого понятия, а также его принадлежность к субъектам бизнеса	Е.А. Даниленко, В.Н. Рогожникова

*Источник: / Source: разработано авторами / developed by the authors.*

В рамках данного исследования будем придерживаться комплексного подхода к сущности понятия «инновационное поведение», подчеркивающего его многоаспектность, многовариантность.

*Влияние фактора размерности предпринимательской фирмы на ее инновационное поведение.* Ученые и эксперты до сих пор не могут прийти к общему мнению о том, каким должен быть оптимальный размер предпринимательской фирмы, деятельность которой непосредственно связана с разработкой новшеств и созданием на их основе инноваций. В научной литературе можно выделить следующие позиции по рассматриваемому вопросу (Блудов, 2010):

– разрабатывать новшества, а также производить инновации должны субъекты крупного инновационного предпринимательства, у которых есть необходимый объем финансовых ресурсов на осуществление инновационной деятельности, имеются квалифицированные специалисты и пр.;

– диверсификация субъектов крупного инновационного бизнеса оказывает негативное воздействие на эффективность НИОКР. Таким образом, именно субъекты инновационного МСП, отличительными особенностями которых является «мобильность», а также скорость «реакции» на «запросы» рынка, могут эффективно выполнять научные исследования, а также заниматься производством инновационной продукции;

– все субъекты инновационного предпринимательства следует рассматривать как взаимодополняющие элементы инновационного процесса. На этапе научных исследований и разработок основную роль играют малые инновационные предприятия (МИП), а на этапах производства и внедрения инновационного продукта главная роль принадлежит крупным инновационным предприятиям, которые обеспечены всеми необходимыми ресурсами.

Как отмечено в исследовании (Терехова и Борисов, 2019), размер компании воздействует как на управленческую, так и на ее организационную структуру, детерминирует слабые и сильные стороны и предпосылки в рамках осуществления инновационной деятельности. Так, например, у субъектов крупного инновационного бизнеса, которые владеют существенным капиталом, есть возможность расширения сфер производства за счет диверсификации выпускаемой ими продукции (на базе научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также исследований в области инновационного маркетинга).

В исследовании (Карпунина, Климентова и Дубовицкий, 2019) говорится о том, что «возможность широкого осуществления инновационной деятельности имеют крупные компании, ведущие собственные научные исследования. Организации малого бизнеса не способны конкурировать с ними в этом вопросе из-за ограниченности финансовых ресурсов».

В то же время, согласно позиции исследователя (Гашко, 2016), малый и средний бизнес составляет основу экономики в развитых странах: обладая очевидными недостатками, он имеет существенные преимущества перед крупным бизнесом, которые заключаются в большей «гибкости», повышенной адаптивности к изменяющимся условиям. Эти свойства, отмечает автор, должны быть определяющими и в восприимчивости малого бизнеса к инновациям.

Мировой опыт проведения структурных преобразований в экономически развитых государствах демонстрирует, что повышение роли организаций малого и среднего инновационного предпринимательства служит существенным фактором, оказывающим положительное воздействие на решение проблем, связанных с ведением инновационной деятельности на региональном уровне. В качестве примера можно привести провинцию Северный Брабант в Голландии, где в 70-е годы прошлого века рецессия в традиционных секторах хозяйства обусловила создание концепта экономического преобразования территории за счет развития инновационных компаний сферы малого и среднего предпринимательства. Как следствие, этот регион в дальнейшем получил статус «технологического центра» (Зайнутдинов, 2015а; Зайнутдинов, 2015б; Усманов и Андрусенко, 2017; Канищев и Усманов, 2013).

Опыт диверсификации экономической системы территорий за счет МСП, в том числе инновационного, имел место и в отечественной практике. С целью «реорганизации» индустрии угольного сектора, а также обеспечения роста уровня занятости населения в период с кон. 90-х по нач. 2000-х гг. в шахтерских центрах, расположенных на территории Кузнецкого бассейна, проводилось выполнение инвестиционных проектов, которые способствовали формированию и развитию малого и среднего предпринимательства. За этот период было осуществлено примерно 60 проектов, связанных с созданием объектов инфраструктуры, что позволило развивать МСП в регионе, а также порядка 500 проектов в отдельных секторах такого предпринимательства. Как следствие, в рамках региона существенно повысилась доля занятых в секторе МСП, в том числе инновационного (Зайнутдинов, 2015а; Зайнутдинов, 2015б).

Несмотря на то что в ряде российских регионов все еще ощущается доминирование крупного бизнеса в инновационном процессе, в целом по стране (в том числе в разрезе федеральных округов), согласно официальным статистическим данным, растет влияние малого и среднего бизнеса как актора инновационной деятельности.

В частности, основываясь на данных наблюдений Росстата и НИУ «Высшая школа экономики», уровень инновационной активности малых предприятий в России в 2021 году превысил общий уровень инновационной активности всех предприятий в среднем по стране (рис. 1).

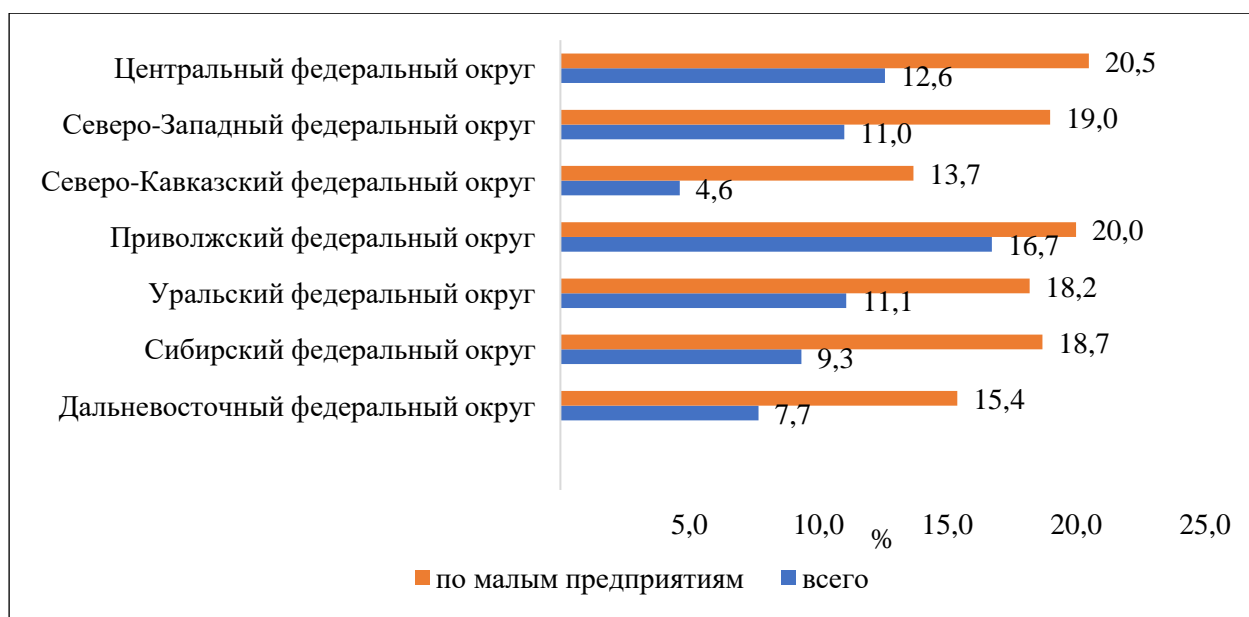


Рис. 1. / Fig. 1. Уровень инновационной активности российских предприятий в разрезе федеральных округов (2021 г.) / Level of innovation activity of Russian enterprises by federal districts (2021)

Источники: / Source: 1. Наука, инновации и технологии, Росстат; 2. “Что говорят открытые данные об инновационной активности малого бизнеса” (2022), НИУ ВШЭ / 1. Science, innovation and technology, Rosstat; 2. “What open data says about the innovative activity of small businesses” (2022), HSE University.

Кроме того, уровень инновационной активности малых предприятий оказался выше и по большинству видов экономической деятельности (рис. 2).



Рис. 2. / Fig. 2. Уровень инновационной активности российских предприятий по видам экономической деятельности (2021 г.) / Level of innovation activity of Russian enterprises by type of economic activity (2021)

Источники: / Source: 1. Наука, инновации и технологии, Росстат; 2. “Что говорят открытые данные об инновационной активности малого бизнеса” (2022), НИУ ВШЭ / 1. Science, innovation and technology, Rosstat; 2. “What open data says about the innovative activity of small businesses” (2022), HSE University.

Об эффективности деятельности малого и среднего инновационного предпринимательства свидетельствуют и зарубежные статистические данные, согласно которым субъекты инновационного МСП производят практически в два с половиной раза больше инноваций на одного занятого (причем их внедрение происходит в целом на год быстрее, чем у субъектов крупного инновационного предпринимательства) при более низких на это финансовых затратах (примерно на 75%). Вместе с тем зарубежный опыт свидетельствует о том, что у субъектов малого инновационного предпринимательства есть потенциал стать субъектами крупного инновационного бизнеса. Так, например, в 70-е годы прошлого века на одном из американских МИП был разработан компьютерный микропроцессор, что послужило причиной активного развития электронной индустрии. Как результат, из многих субъектов малого инновационного бизнеса «выросли» крупнейшие международные корпорации («Apple», «Intel», «Microsoft») (Асаул и др., 2008; Терехова и Борисов, 2019).

Вопросу поиска взаимосвязей между размером инновационно-предпринимательской фирмы и ее инновационным поведением посвятили свои работы ряд зарубежных авторов (Acs and Audretsch, 1988; Acs and Isberg, 1991; Arvanitis, 1997; Rogers, 2004; Sahut and Peris-Ortiz, 2014). В частности, в исследовании (Sahut and Peris-Ortiz, 2014) отмечается, что «малые и крупные компании имеют разные преимущества и недостатки в отношении инновационной деятельности, однако небольшие предприятия обеспечивают наиболее благоприятную среду для инноваций, которые не обязательно поддерживаются ноу-хау и ресурсами, характерными для крупного бизнеса, но требуют приверженности и тесного взаимодействия между сотрудниками компании».

Автор исследования (Rogers, 2004) подчеркивает, что «крупные фирмы имеют (предполагаемое) преимущество в инновациях. Этот вывод основан на ряде дополнительных аргументов, а именно: крупные фирмы имеют более сильные денежные потоки для финансирования инноваций; большой объем продаж подразумевает, что фиксированные затраты на инновации будут быстрее окупаться; крупные фирмы могут иметь доступ к более широкому спектру знаний и навыков человеческого капитала, чем малые фирмы, что обеспечивает более высокие темпы инновационного развития». В то же время, по мнению автора (Rogers, 2004), «существует ряд факторов, которые позволяют предположить, что малые фирмы могут иметь преимущество в отношении инновационного развития: малые фирмы могут быстрее распознавать возможности; они могут быть более «гибкими» в отношении корректировки планов исследований или на этапе внедрения инноваций; малые фирмы характеризуют менее жесткие структуры управления, которые позволяют ключевым сотрудникам посвящать больше времени задачам, связанным с инновациями, а не с менеджментом». Следует отметить, что к похожим выводам приходят авторы (Acs and Audretsch, 1988; Acs and Isberg, 1991; Arvanitis, 1997).

Проведенный обзор позволяет говорить о том, что, несмотря на кажущиеся на первый взгляд преимущества крупного бизнеса в отношении реализации инновационного процесса, роль малых и средних компаний в обозначенном процессе также может быть значительной. Более того, в ряде случаев субъекты МСП могут обладать преимуществами в рамках создания инноваций.

### **Материалы и методы исследования**

При подготовке статьи применялась методология системного анализа, основанная на совокупности теоретических и эмпирических методов научного исследования, ключевым из которых является метод case-study, базирующийся на результатах контент-анализа, а также экспертных интервью и анкетного опроса. В рамках социологического исследования приняли участие руководители инновационно-активных предприятий Вологодской области, относящихся к категории малого, среднего и крупного предпринимательства, основной вид деятельности которых соответствует ОКВЭД «обрабатывающие производства», «деятельность в области информации и связи», а также представители научного сообщества (сотрудники высших учебных заведений и научных организаций Вологодской области). Исследование проводилось в период с 1 февраля по 1 июня 2023 года по месту пребывания респондентов. Инструментарий опроса (база данных) зарегистрирован (авторское свидетельство о гос. регистрации Федеральной службы интеллектуальной собственности № 2023622390 от 13 июля 2023 г.).

Оценка особенностей инновационного поведения предприятий, проведенная на основе case-study, выполнялась в соответствии со следующими направлениями:

- кадровая политика;
- поиск источников финансирования;
- поиск рыночных ниш;
- производство инновационной продукции (определяемое характером производимых инноваций и уровнем инновационной мобильности);
- поиск партнеров и контрагентов;
- размещение центров финансовой ответственности.

Выбор данных направлений обусловлен тем, что это основные направления деятельности любого инновационно-активного предприятия, относящегося к категории «предпринимательство».

Также в исследовании применялись: метод анализа литературы и статистический метод. Информационная база исследования представлена научными статьями отечественных и зарубежных авторов, официальными статистическими данными, сайтами инновационных компаний Вологодской области.

### **Результаты и дискуссия**

В контексте данного исследования выявлена специфика инновационного поведения предпринимательских фирм в зависимости от категории «размерность».

Важнейшим критерием, на основании которого можно рассмотреть особенности инновационного поведения, является «кадровая политика». Если традиционный бизнес не испытывает существенных трудностей с поиском персонала, то в случае с инновационным бизнесом ситуация обстоит иначе: поиск высокотехнологичных кадров, особенно в регионах, где зафиксирован низкий уровень развития научно-технологического потенциала, – сложная задача. Это связано с тем, что инновационная компания предъявляет высокие требования к будущему кандидату: наличие профильного образования, уровень квалификации, владение соответствующими знаниями, умениями, навыками, опыт работы в сфере инноваций и пр. А таких специалистов в регионе может попросту не быть. С другой стороны, специалист в области инновационной деятельности не является «массовым» товаром на рынке рабочей силы. Соответственно, спрос на высокотехнологичные кадры, как показывает практика, оказывается существенно выше, чем предложение.

Относительно поведения предприятий по поиску высококвалифицированных кадров, то у крупного инновационного предпринимательства есть сравнительные преимущества: с одной стороны, крупный бизнес может предложить более выгодные для потенциального соискателя условия, чем малый и средний инновационный бизнес: более высокий уровень заработных плат, возможность предоставления жилых площадей или компенсации за их аренду и пр. С другой стороны, многие крупные инновационные компании либо сами осуществляют образовательную деятельность, либо предоставляют целевые направления абитуриентам (будущим работникам предприятия). В качестве примера можно привести ПАО «Северсталь», которое имеет лицензию на осуществление образовательной деятельности, в том числе по подготовке высокотехнологичных кадров.

Получается, что крупный инновационный бизнес может привлекать как уже готовых опытных специалистов, так и «выращивать» их с нуля. У малых и средних инновационных компаний, как правило, отсутствует возможность подготовки высокотехнологичных кадров. Более того, не каждый опытный специалист в области инновационной деятельности пойдет работать на МИП. Следовательно, большая часть инновационных МСП пытаются привлечь молодых специалистов, которые находятся на этапе завершения учебы. Таким образом, важной стратегией привлечения кадров для малых и средних инновационных компаний является активное сотрудничество с ВУЗами, ССУЗами, чтобы выявлять талантливых выпускников, способных заниматься инновационной деятельностью. Важно также подчеркнуть, что основной приток специалистов на малые и средние инновационные компании происходит из учебных заведений региона, в то время как крупные инновационные компании зачастую привлекают специалистов из других регионов и стран.

Другим критерием, который также влияет на особенности инновационного поведения предпринимательских фирм, является поиск источников финансирования. Проведенный опрос



субъектов инновационного предпринимательства в регионе (посредством анкетирования) позволил выявить следующую специфику: в качестве главных источников финансирования субъекты крупного инновационного предпринимательства чаще всего привлекают банковские и инвестиционные кредиты. Как правило, речь идет о долгосрочных кредитах (на срок более 5 лет). В то же время основными источниками финансирования инновационных проектов малых и средних предприятий, кроме собственных средств на НИОКР, являются меры региональной и федеральной государственной поддержки. Как правило, это субсидии и гранты.

Данная специфика дает возможность региональным органам власти стимулировать действия субъектов малого и среднего инновационного предпринимательства для достижения целей и решения задач научно-технологического развития региона. В частности, при разработке положений о реализации региональных инициатив поддержки инновационного бизнеса могут быть заложены критерии соответствия производимых компанией новшеств и инноваций целям стратегий инновационного (социально-экономического и др.) развития региона.

Важно подчеркнуть, что выпускаемая инновационная продукция на малых и средних, а также крупных инновационных предприятиях имеет отличительные особенности. Практически 70% компаний из списка ста крупнейших промышленных компаний РФ (количество сотрудников которых превышает 7,5 тысяч человек) ведут свою деятельность в тех сферах производства, где создается продукция с низкой добавленной стоимостью (добыча нефти и природного газа, производство удобрений, металлургия и пр.). Следует предположить, что технологические инновации у данных компаний, которые производят продукцию первых переделов, необходимы в первую очередь для обеспечения их собственного воспроизводственного цикла, а не для выпуска инновационных товаров с целью их дальнейшей коммерциализации. Однако инновационная продукция, производимая субъектами малого бизнеса, имеет более высокую степень новизны: большая часть производимых ими товаров, а также выполняемых работ и оказываемых услуг (около 80%) связаны, как правило, с действительным обновлением производства (Теребова и Борисов, 2019).

Кроме того, инновационная продукция, производимая субъектами инновационных МСП, более диверсифицирована в отраслевом отношении. Таким образом, если по какой-то причине упадет спрос на инновации, производимые в сталелитейной отрасли, то вряд ли ПАО «Северсталь» сможет оперативно переориентировать свою технико-технологическую базу под производство инноваций в другом востребованном секторе (данный пример был приведен экспертом в ходе интервью). Следовательно, инновационная «мобильность» МСП существенно выше, чем у крупных компаний.

Еще одним критерием, который оказывает влияние на инновационное поведение предпринимательства, является поиск рыночных ниш. Как правило, нишевые рынки крупных инновационных компаний не ограничиваются регионом, в пределах которого расположено инновационное производство. Например, конструкторские подразделения АО «Череповецкий литейно-механический завод» занимаются разработкой конвекционных змеевиков для печей пиролиза (которые также представляют собой инновационный продукт) для таких предприятий, как ОАО «Роснефть», ОАО «Газпром», ОАО «Казаньоргсинтез», ОАО «Авиабор», ОАО «Нижнекамскнефтехим» и других нефтехимических предприятий России и стран СНГ<sup>1</sup>. В то же время инновационные МСП осваивают те рыночные ниши, которые, как правило, не заняты крупным бизнесом. Более того, они чаще всего бывают расположены в регионе присутствия компании.

Отдельным образом хотелось бы рассмотреть особенности научно-производственной кооперации инновационных МСП и крупных инновационных компаний. Кооперационные связи субъектов крупного инновационного предпринимательства чаще всего имеют межрегиональный характер. В то же время формы производственной кооперации инновационных МСП преимущественно распространены внутри региона. В том числе это не только кооперация между малыми и средними инновационными предприятиями, но и кооперация инновационных МСП с

---

<sup>1</sup> Официальный сайт ОАО «Череповецкий литейно-механический завод», «Специалисты ОАО «ЧЛМЗ» одержали знаковую инженеринговую победу на пути освоения инновационного продукта, комплексное изготовление которого под силу лишь небольшому количеству производителей в мире» (2012), доступно по адресу: <http://chlmz.ru/modules/news/print.php?storyid=94> (Дата обращения 25.12.2023).

субъектами крупного инновационного предпринимательства. Наиболее активно такая форма кооперации в Вологодской области стала распространяться после принятия стратегической инициативы «Синергия роста 2.0» в 2020 году, которая позволила субъектам малого и среднего инновационного предпринимательства встраиваться в кооперационные связи с субъектами крупного инновационного бизнеса с целью производства «промежуточного» инновационного продукта в рамках создания цепочек добавленной стоимости<sup>2</sup>.

Также важно подчеркнуть, что большая часть малых и средних инновационных компаний имеют территориальную привязку юридического лица к региону, в котором расположено инновационное производство. В то же время крупный инновационный бизнес зачастую деллокализован в территориальном отношении. Центры прибыли (центры финансовой ответственности) крупных инновационных компаний нередко расположены вне региона присутствия компании.

Обобщая представленный выше материал, была составлена сравнительная таблица (табл. 2), в которой кратко изложены специфические особенности инновационного поведения предпринимательских фирм в условиях региональной инновационной системы в зависимости от признака «размерность».

Таблица 2 / Table 2

**Специфика инновационного поведения предпринимательских фирм в зависимости от признака «размерность» / Specificity of innovative behavior of entrepreneurial firms depending on the «dimension» attribute**

<b>Направления деятельности фирмы</b>	<b>Инновационные МСП</b>	<b>Крупный инновационный бизнес</b>
Кадровая политика	Привлечение кадров происходит как правило за счет выявления талантливых выпускников учебных заведений, которые способны заниматься инновационной деятельностью.	Крупные инновационные компании и корпорации являются центрами привлечения инновационных кадров. Они имеют возможность либо оплачивать учебу для будущих специалистов (в рамках целевого обучения), либо создавать собственные учебные заведения.
Поиск источников финансирования	Основными источниками финансирования, кроме собственных затрат на НИОКР, являются меры региональной и государственной поддержки.	В качестве главных источников финансирования следует обозначить собственные средства, а также банковские и инвестиционные кредиты.
Поиск рыночных ниш	Нишевые рынки на продукцию инновационных МСП, как правило, расположены в пределах региона базирования, поскольку их продукция чаще всего ориентирована на потребности региона.	Нишевые рынки на продукцию крупных инновационных предприятий чаще всего расположены за пределами региона, в котором предприятие осуществляет свою деятельность.
Производство инновационной продукции (характер производимых инноваций)	Инновационная продукция, производимая субъектами малого бизнеса, имеет более высокую степень новизны: большая часть производимых ими товаров, а также выполняемых работ и оказываемых услуг	Технологические инновации у данных компаний, которые производят продукцию первых переделов, необходимы в первую очередь для обес-

<sup>2</sup> Официальный портал Правительства Вологодской области, «Олег Кувшинников: «Региональная бизнес-кооперация в рамках проекта «Синергия роста 2.0» станет важным условием восстановления экономики области»», доступно по адресу: [https://vologda-oblast.ru/novosti/oleg\\_kuvshinnikov\\_regionalnaya\\_biznes\\_kooperatsiya\\_v\\_ramkakh\\_proekta\\_sinergiya\\_rosta\\_2\\_0\\_stanet\\_vazhnym\\_usloviem\\_vosstanovleniya\\_ekonomiki\\_oblasti/](https://vologda-oblast.ru/novosti/oleg_kuvshinnikov_regionalnaya_biznes_kooperatsiya_v_ramkakh_proekta_sinergiya_rosta_2_0_stanet_vazhnym_usloviem_vosstanovleniya_ekonomiki_oblasti/) (Дата обращения 25.12.2023).

Направления деятельности фирмы	Инновационные МСП	Крупный инновационный бизнес
	(около 80%) связаны, как правило, с действительным обновлением производства.	печения их собственного воспроизводственного цикла, а не для выпуска инновационных товаров с целью их дальнейшей коммерциализации.
Производство инновационной продукции (уровень «инновационной мобильности»)	Малым предприятиям гибкая и простая структура позволяет оперативно реагировать на изменения конкурентной среды и обеспечивать высокую мобильность в сфере реализации инноваций.	Крупные инновационные предприятия не могут оперативно переориентировать свою технико-технологическую базу под производство инноваций в других секторах.
Поиск партнеров и контрагентов (особенности производственной кооперации)	Формы производственной кооперации инновационных МСП, как правило, имеют распространение внутри региона.	Кооперационные связи субъектов крупного инновационного предпринимательства чаще всего имеют межрегиональный характер.
Размещение центров финансовой ответственности	Большая часть малых и средних инновационных компаний имеют территориальную привязку юридического лица к региону, в котором расположено инновационное производство. Соответственно, и центры прибыли также сосредоточены в регионе присутствия.	Крупный инновационный бизнес зачастую деллокализован в территориальном отношении.

*Источник: / Source: разработано авторами / developed by the authors.*

Проведенный анализ позволил выявить специфику инновационного поведения предприятий в зависимости от признака «размерность»:

- крупные инновационные компании способны готовить сотрудников с целью их дальнейшего трудоустройства и «закрепления» на предприятии, в то время как основная миссия малых и средних инновационных фирм – привлечь сотрудников. В этой связи субъекты малого и среднего инновационного предпринимательства стремятся сотрудничать с региональными учебными заведениями;

- в рамках финансирования инновационных МСП особую важность имеют «безвозмездные» формы поддержки и, соответственно, велика роль органов власти, в то время как крупный инновационный бизнес чаще всего для развития производства использует заемные денежные средства, частный капитал;

- основные потребители продукции инновационных МСП сосредоточены в пределах региона базирования компании, в то время как в случае крупных инновационных фирм они чаще всего не ограничиваются пределами региона;

- характер инноваций, производимых инновационными МСП, более ориентирован на потребительский сектор. В то же время инновации, производимые крупным бизнесом, направлены на обеспечение их собственного инновационного процесса. Более того, «инновационная мобильность» МСП существенно выше, чем у крупных компаний;

- субъекты инновационного МСП гораздо больше связаны кооперационными связями внутри региона, в то время как крупного инновационного бизнеса – за его пределами;

- центры прибыли малых и средних инновационных компаний, как правило, сосредоточены в регионе присутствия, в то время как крупный инновационный бизнес может их организовать за его пределами, в том числе в офшорной зоне, либо формально в рамках консолидированной группы налогоплательщиков, либо неформально с помощью трансфертных цен.

### Заключение

Проведенное исследование позволило нам сделать следующие выводы:

1. В рамках исследования раскрыта сущность понятия «инновационное поведение» посредством выделения подходов: индивидуалистского, коллективистского, потребительского, комплексного. Обоснована целесообразность использования комплексного подхода, который учитывает многоаспектность сущности рассматриваемого понятия, а также его принадлежность к субъектам бизнеса. Применение данного подхода нашло свое отражение в case-study, с помощью которого выполнен анализ специфики инновационного поведения предпринимательских фирм на региональном уровне.

2. Проведенный литературный обзор позволил заключить, что инновационное поведение компании во многом зависит от признака «размерность». Несмотря на то что крупный инновационный бизнес имеет ряд неоспоримых преимуществ в отношении реализации стадий инновационного процесса (в частности, сюда следует отнести финансовые возможности, кадровый потенциал и пр.), роль малых и средних компаний в обозначенном процессе также может быть значительной: в частности, малым предприятиям гибкая и простая структура позволяет оперативно реагировать на изменения конкурентной среды и обеспечивать высокую мобильность в сфере реализации инноваций.

3. Case-study, базирующееся на результатах контент-анализа, а также экспертных интервью и анкетного опроса, позволило выявить специфику инновационного поведения предпринимательских фирм в условиях региональной инновационной системы в зависимости от признака «размерность». Несмотря на важный вклад в экономический региональный рост субъектов крупного инновационного предпринимательства, качественные результаты деятельности субъектов малого и среднего инновационного предпринимательства зачастую оказывают большее воздействие на экономическое развитие региона, чем крупного. В частности, производственная кооперация инновационных МСП в наибольшей степени выстраивается внутри региона, характер производимой инновационной продукции МСП ориентирован на регионального потребителя. Более того, в силу своей «мобильности» малые и средние инновационные компании могут быстро переориентироваться под «приоритеты» региональной инновационной политики.

### Литература / References

1. Асаул, А.Н., Карпов, Б.М., Перевязкин, В.Б. и Старовойтов, М.К. (2008), *Модернизация экономики на основе технологических инноваций*, «АНО ИПЭВ», СПб., 606 с. [Asaul, A.N., Karpov, B.M., Perevyazkin, V.B. and Starovoitov, M.K. (2008), *Modernization of the economy based on technological innovations*, «Autonomous non-profit organization «Institute of Problems of Economic Revival», SPb., 606 p.].

2. Бизин, С.В. (2019), «Оценка инновационной политики региона», *Креативная экономика*, том 13, № 1, с. 129-138. [Bizin, S.V. (2019), «Assessment of the region's innovation policy», *Creative Economy*, vol. 13, no. 1, pp. 129-138].

3. Блудов, А.М. (2010), «Крупный бизнес в инновационной сфере экономики», *Социально-экономические явления и процессы*, № 2 (18), с. 24-27. [Bludov, A.M. (2010), «Large business in the innovative sphere of the economy», *Social-Economic Phenomena and Processes*, no. 2 (18), pp. 24-27].

4. Ваулина, Т.А. (2010), «Современные подходы к определению понятия «инновационное поведение»», *Вестник Томского государственного университета*, № 340, с. 168-171. [Vaulina, T.A. (2010), «Modern approaches to defining the concept of «innovative behavior»», *Tomsk State University Journal of Economics*, no. 340, pp. 168-171].

5. Гашко, Д.В. (2016), «Инновационная активность малого бизнеса в России», *Теория и практика современной науки*, № 6 (12), с. 245-252. [Gashko, D.V. (2016), «Innovative activity of small businesses in Russia», *Theory and Practice of Modern Science*, no. 6 (12), pp. 245-252].

6. Горшков, А.П. (2021), «Потребительское поведение при выборе инновационной продукции», *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*, № 4, с. 313-324, DOI: 10.15593/2224-9354/2021.4.21. [Gorshkov, A.P. (2021), «Consumer behavior when choosing innovative products», *PNRPU Sociology and Economics Bulletin*, no. 4, pp. 313-324, DOI: 10.15593/2224-9354/2021.4.21].

7. Даниленко, Е.А. и Рогожникова, В.Н. (2022), “Понятие инновационного поведения в современной экономике”, *Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова*, том 19, № 5 (125), с. 69-83, DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2413-2829-2022-5-69-83>. [Danilenko, E.A. and Rogozhnikova, V.N. (2022), “The concept of innovative behavior in the modern economy”, *Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*, vol. 19, no. 5 (125), pp. 69-83, DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2413-2829-2022-5-69-83>].

8. Зайнутдинов, Р.Р. (2015а), *Антикризисное развитие моноотраслевых регионов России: Монография*, «Мир науки», М., 147 с. [Zaynutdinov, R.R. (2015a), *Anti-crisis development of single-industry regions of Russia: Monograph*, «World of Science», М., 147 p.].

9. Зайнутдинов, Р.Р. (2015б), “Моноотраслевые регионы России: определение, типологизация и перспективы развития”, *Экономика региона*, № 4, с. 106-122. [Zaynutdinov, R.R. (2015b), “Single-industry regions of Russia: definition, typology and development prospects”, *Economy of Region*, no. 4, pp. 106-122].

10. Исламутдинов, В.Ф. (2016), “Институты стимулирования инновационного поведения хозяйствующих субъектов в ХМАО-Югре: эволюция, специфика и институциональные ловушки”, *Инновации*, № 4 (210), с. 89-96. [Islamutdinov, V.F. (2016), “Institutions for stimulating innovative behavior of business entities in the Khanty-Mansi Autonomous Okrug-Yugra: evolution, specifics and institutional traps”, *Innovations*, no. 4 (210), pp. 89-96].

11. Исламутдинов, В.Ф. и Шангараев, Р.Г. (2011), “К вопросу о концепции инновационного человека”, *Вопросы инновационной экономики*, № 4 (4), с. 3-12. [Islamutdinov, V.F. and Shangaraev, R.G. (2011), “On the issue of the concept of an innovative person”, *Russian Journal of Innovation Economics*, no. 4 (4), pp. 3-12].

12. Канищев, Р.Ю. и Усманов, Д.И. (2013), “Теория ролей и институциональных факторов воздействующих на инновационное развитие локальных региональных рынков на уровне муниципальных образований”, *Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова*, № 2, с. 115-121. [Kanishchev, R.Y. and Usmanov, D.I. (2013), “Theory of roles and institutional factors influencing the innovative development of local regional markets at the municipal level”, *Bulletin of the Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov*, no. 2, pp. 115-121].

13. Карпунина, Е.К., Климентова, Э.А. и Дубовицкий, А.А. (2019), “Влияние инновационной активности малого бизнеса на региональный экономический рост”, *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*, том 9, № 1 (30), с. 19-29. [Karpunina, E.K., Klimentova, E.A. and Dubovitsky, A.A. (2019), “The impact of innovative activity of small businesses on regional economic growth”, *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics. Sociology. Management*, vol. 9, no. 1 (30), pp. 19-29].

14. *Наука, инновации и технологии*, Росстат, доступно по адресу: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (Дата обращения 22.12.2023). [Science, innovation and technology, Rosstat, available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (Accessed 22.12.2023)].

15. Терехова, С.В. и Борисов, В.Н. (2019), “Развитие малого инновационного бизнеса в промышленном и научно-образовательном секторе России”, *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*, т. 12, № 3, с. 55-76, DOI: 10.15838/esc.2019.3.63.4. [Terebova, S.V. and Borisov, V.N. (2019), “The Development of small innovative business in the industrial, scientific and educational sector in Russia”, *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, vol. 12, no. 3, pp. 55-76, DOI: 10.15838/esc.2019.3.63.4].

16. Усманов, Д.И. и Андрусенко, Д.С. (2017), “Партнерские отношения России и стран западной Европы: текущее состояние и досанкционный период”, *Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова*, № 8, с. 186-194, DOI: 10.12737/article\_5968b452ddf6c3.35463280. [Usmanov, D.I. and Andrusenko, D.S. (2017), “Partnership relations between Russia and Western European countries: the current state and the pre-sanction period”, *Bulletin of the Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov*, no. 8, pp. 186-194, DOI: 10.12737/article\_5968b452ddf6c3.35463280].

17. “Что говорят открытые данные об инновационной активности малого бизнеса” (2022), *НИУ ВШЭ*, доступно по адресу: <https://issek.hse.ru/news/590668421.html> (Дата обращения 22.12.2023). [“What open data says about the innovative activity of small businesses” (2022), *National*

*Research University Higher School of Economics*, available at: <https://issek.hse.ru/news/590668421.html> (Accessed 22.12.2023)].

18. Шелехова, О.В. и Зайцева, О.Ю. (2016), “Инновационное поведение педагогов общеобразовательных учреждений: региональный аспект проблемы”, *Педагогический журнал Башкортостана*, № 1 (62), с. 69-76. [Shelekhova, O.V. and Zaitseva, O.Yu. (2016), “Innovative behavior of teachers in general education institutions: the regional aspect of the problem”, *Pedagogical Journal of Bashkortostan*, no. 1 (62), pp. 69-76].

19. Acs, Z. and Audretsch, D.B. (1988), “Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis”, *American Economic Review*, vol. 78, pp. 678-690.

20. Acs, Z. and Isberg, S.C. (1991), “Innovation, Firm Size and Corporate Finance: An initial inquiry”, *Economic Letters*, vol. 35, pp. 323-326.

21. Arvanitis, S. (1997), “The Impact of Firm Size on Innovative Activity – an Empirical Analysis Based on Swiss Firm Data”, *Small Business Economics*, vol. 9, pp. 473-490.

22. Cotte, J. and Wood, S.L. (2004), “Families and Innovative Consumer Behavior: A Triadic Analysis of Sibling and Parental Influence”, *Journal of Consumer Research*, vol. 31, no 1, pp. 78-86, DOI: <https://doi.org/10.1086/383425>.

23. Janssen, O. (2005), “The Joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behavior”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, vol. 78, pp. 573-579, DOI: <https://doi.org/10.1348/096317905X25823>.

24. Katz, D. (1964), “The motivational basis of organizational behavior”, *Behavioral Science*, vol. 9, issue 2, pp. 131-146.

25. Rogers, M. (2004), “Networks, firm size and innovation”, *Small Business Economics*, vol. 22 (2), pp. 141-153.

26. Sahut, J-M and Peris-Ortiz, M. (2014), “Small business, innovation, and entrepreneurship”, *Small Business Economics*, vol. 42, pp. 663-668, DOI: 10.1007/s11187-013-9521-9.

27. Tsai, S.D., Chung-Yu, P. and Hong-Quei, C. (2004), “Shifting the mental model and emerging innovative behavior: Action research of a quality management system.”, *Emergence: Complexity and Organization*, vol. 6 (4), pp. 28-39.

28. West, V.A. and Farr, J.L. (1992), *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*, Wiley, London, UK, 364 p.

29. Yuan, F. and Woodman, R.W. (2010), “Innovative behavior in the workplace: the role of performance and image outcome expectations”, *Academy of Management Journal*, vol. 53, no. 2, pp. 323-342.

### Об авторах

Семен Леонидович Иванов, младший научный сотрудник Вологодского научного центра РАН, Вологда.

Теребова Светлана Викторовна, доктор экономических наук, доцент, главный научный сотрудник Вологодского научного центра РАН, Вологда.

### About authors

Semyon L. Ivanov, Junior researcher, Vologda Research Center of The Russian Academy of Sciences, Vologda.

Svetlana V. Terebova, Doctor of Sci (Econ.), Associate Professor, Principal Researcher, Vologda Research Center of The Russian Academy of Sciences, Vologda.