



УДК: 330:342

Грига В.Ю., канд. екон. наук
старший науковий співробітник Інституту економіки
та прогнозування НАН України

Богдан С.В., викладач кафедри "Економіки та управління"
Українсько-Російського інституту – філії Московського державного
відкритого університету ім. В.С. Чорномірдіна

Ісакова Н.Б., канд. екон. наук
старший науковий співробітник Центру досліджень науково-технічного
потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З ВЕЛИКИМ БІЗНЕСОМ

Наведено результати дослідження ролі двох факторів, які впливають на ефективність діяльності малих підприємств: взаємодії з великими підприємствами та інноваційної активності діяльності. На основі аналізу емпіричних даних, отриманих авторами в ході опитування керівників малих підприємств Чернігівської області, виявлено, що найбільше на прибуток малих підприємств впливають технологічні інновації, зокрема, використання нових матеріалів, технологій, нової упаковки та дизайну товарів, тоді як організаційні інновації прямо на прибуток підприємства не впливають. Також доведено, що взаємодія між малими та великими підприємствами в Україні позитивно впливає на економічну діяльність малих підприємств¹.

Ключові слова: інноваційна діяльність, взаємодія, малі підприємства, економічна ефективність.

JEL: L25; O39

Постановка проблеми. Особливістю сучасного етапу розвитку України є трансформація економічної системи та її перехід до інноваційного типу. Важлива роль у цьому процесі належить малим підприємствам (далі – МП). Саме їх у розвинених країнах із ринковою економікою науковці та політики вважають рушійною силою якісного економічного зростання, технологічних розробок, зайнятості та структурних змін. Для реалізації цих функцій підприємство має бути успішним та економічно ефективним. У свою чергу економічна ефективність повинна забезпечуватися, зокрема, й інноваційною діяльністю. Однак вітчизняний малий бізнес наразі не відіграє ролі активного учасника інноваційних процесів, що викликає питання про причини цього явища, а саме, чи є інноваційна діяльність взагалі економічно виправданою для малих підприємств.

З іншого боку, інноваційна діяльність підприємства не може здійснюватися відокремлено, адже цей процес передбачає взаємодію як зі споживачами, так і з іншими контрагентами, з якими підприємство підтримує зв'язок. Враховуючи, що великі підприємства надають економіці країни стабільності й керованості, відкривають

¹ Публікація виконана за виконання НДР "Імплементация високих технологий в економіку України" (№ держреєстрації 0112U004938).



шлях до великомасштабної реалізації науково-технічних новацій, а малі підприємства створюють конкурентне середовище, забезпечують виробництву гнучкість та індивідуалізацію [1], взаємовідносини між малими та великими підприємствами можуть бути важливим фактором підвищення результативності інноваційної діяльності. Тому другим питанням, яке розглядатиметься в роботі, є визначення, наскільки взаємодія з великими підприємствами сприяє забезпеченню прибутковості та, зокрема, інноваційній діяльності малих підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відзначимо, що дослідження малих підприємств у світі є достатньо популярною темою. Серед найбільш визнаних авторів можна назвати З.Акса [2], Д.Сторей [3], Д.Смолбоуна, Ф.Велтер [4]. Частина дослідників дотримується позиції, що малі підприємства не відіграють важливої ролі в економіці, й у майбутньому ця роль буде ще меншою [2]. Інша частина дослідників дотримується думки, що саме малі підприємства роблять значний внесок у процес технологічних змін і є джерелом інноваційної активності [4]. А це, в свою чергу, забезпечує їхню успішність та економічну ефективність. З точки зору держави малі підприємства є одним із важливих джерел створення робочих місць, що обумовлює доцільність розроблення заходів підтримки таких підприємств [3].

В Україні з початком ринкових реформ важливим питанням стало вирішення проблем, пов'язаних із процесом формування та розвитку сектора малого бізнесу, оцінкою його потенціалу та реального внеску в стабілізацію економічного зростання і забезпечення інтеграції української економіки у світовий, зокрема європейський, економічний простір [5]. Власне питання визначення ролі малих підприємств у забезпеченні економічного розвитку було ключовим у роботах багатьох вітчизняних вчених [5–7].

За результатами узагальнення наукових поглядів на проблему оцінки ролі малого бізнесу в національній економіці та аналізу його переваг Л.Чубарева обґрунтовує та пропонує такий перелік функцій малого бізнесу: прискорення темпів економічного розвитку; структурне перетворення економіки; обслуговування та стратегічне партнерство з великим бізнесом; подолання монополізму і формування конкурентного середовища; реалізація інновацій і прискорення науково-технічного прогресу; вирішення проблеми зайнятості; усунення регіональних диспропорцій у розвитку економіки; формування в суспільстві підприємницької мотивації; формування середнього класу й досягнення соціально-політичної стабільності в суспільстві та зміцнення національної безпеки держави [8, 9]. У свою ж чергу реалізація та дифузія інновацій МП повинна забезпечувати отримання прибутку, що сьогодні залишається поза увагою вітчизняних дослідників.

Метою статті є дослідження ролі інновацій у забезпеченні економічної ефективності малих підприємств при взаємодії з великими підприємствами.

Основні результати дослідження. В Україні відповідно до даних офіційної статистики малі та середні підприємства у 2012 р. становили 99,8% від загальної кількості підприємств та забезпечували робочими місцями 67,6% зайнятого населення. При цьому частка обсягу реалізованої ними продукції та послуг становила 58,1% [10]. За результатами інноваційного обстеження Держстату України, частка малих підприємств, які звітували про наявність інновацій (включаючи технологічні та організаційні інновації) становила 14,9%, що є найменшим показником серед інших груп підприємств (21,7% серед середніх підприємств і 40,6% серед великих підприємств) [11]. Серед основних факторів, що перешкождали інноваційній діяльності МП, називалася нестача ресурсної бази, перш за все фінансових ресурсів. У цьому контексті взаємодія великих і малих підприємств може бути використана як важіль підвищення ефективності, інноваційної сприйнятливості та внеску МП в інноваційний розвиток.

Для досягнення мети дослідження у 2010 р. за участю авторів було проведено опитування керівників малих підприємств Чернігівської області, результати якого



й покладені в основу роботи цієї статті. Загалом було опитано 109 керівників малих підприємств, з яких понад 90% були їхніми власниками або співвласниками. Серед респондентів – підприємці різного віку, статі, освітнього рівня й попереднього досвіду роботи. Найбільшими віковими групами у вибірці були підприємці у віці 31–40 років (37,6%) і 41–50 років (37,6%), що є цілком логічним, адже підприємництво, особливо мале, потребує, з одного боку, багато енергії та динамізму, а з іншого – певного досвіду, якого молодь ще не має. Слід відзначити, у вибірці практично не виявилось підприємців, які відкривали власну справу через відсутність зайнятості. Тобто для більшості підприємців мотивацією для відкриття бізнесу було використання ринкових можливостей, які з'явилися в регіоні у зв'язку з розвитком економіки. Зважаючи на поставлену мету, ця стаття ґрунтується на аналізі відповідей на два основні запитання, які ставилися представникам малих підприємств. По-перше, чи впливає їхня інноваційна діяльність на можливість отримання прибутку, тобто чи є вона результативною, та яким чином. По-друге, яким чином впливає наявність взаємодії з великим бізнесом на ефективність діяльності малих підприємств.

Розподіл малих підприємств у вибірці за галузевою ознакою та формами їхнього виникнення загалом відповідав галузевій структурі господарського комплексу Чернігівської області. Масив представлений малими підприємствами всіх галузевих напрямів діяльності. Вибірка включала підприємства, що спеціалізуються на виробництві споживчих товарів і засобів виробництва, будівництві, наданні різного роду послуг (побутових, транспортних, фінансових, зв'язку) та торгівлі. У деяких випадках МП були багатопрофільними, проте були віднесені до певного сектора за основним напрямом діяльності.

У секторальному розподілі опитаних підприємств найбільш репрезентативною групою були підприємства виробничого сектора і сектора послуг. Це було зроблено з огляду на установку, що саме інновації у виробничому секторі (передусім продуктиві) найбільше сприяють економічному та технологічному розвитку.

Також анкетуванням були охоплені торговельний і будівельний сектори, але меншою мірою. Для порівняння наведемо фактичну структуру сектора малого бізнесу області за видами діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл малих підприємств Чернігівської області за видами економічної діяльності (без урахування сільського господарства) та опитаних МП

Вид діяльності МП	% до підсумку	
	Дані Держстату	Дані опитування
Виробництво	16,3	33,9
Послуги, не включаючи торгівлю	25,4	34,9
Торгівля	47,1	22,9
Будівництво	11,2	8,3
Усього по області	100,0	100,0

Джерело: складено за: Мігачева Г.І. Чернігівщина – 2007 : стат. щорічник / Г.І. Мігачева. – Чернігів : Головне управління статистики у Чернігівській області, 2008. – 504 с. та результатами опитування.

Таким чином, вибірка опитаних підприємств не повною мірою відповідає реальності, надаючи більше уваги виробничій сфері (фактично промисловій) і сфері послуг, адже саме ці сфери забезпечують близько половини валової доданої вартості в Україні. Також дані, отримані в ході опитування керівників малих підприємств, дозволяють виявити взаємозв'язки між факторами, що мають важливе практичне значення для розроблення економічної політики не лише Чернігівської області, але й України загалом.

У рамках цього дослідження МП була проаналізована їхня інноваційна діяльність, у т.ч. роль технологічних інновацій у забезпеченні їхньої економічної ефективності. Зарубіжні науковці за результатами опитувань підприємців в Україні та інших транзи-



тивних економік, стверджують, що більшість МП – консервативні підприємства, зайняті в традиційних секторах економіки, власники яких не орієнтовані на активне використання інновацій у високотехнологічному сенсі [4]. Через це важливо розуміти, що інноваційна діяльність – широке поняття, яке включає вдосконалення технологій, але, окрім цього, вдосконалення методів і способів роботи. Інноваційність може виявлятися у зміні виготовлених продуктів, зміні процесу виробництва, нових підходах у маркетингу і нових формах організації. Поняття "інновації" у широкому розумінні включає набагато більше, ніж просто "технологічні інновації". Інновації можуть виявлятися у широкому спектрі видів діяльності: у традиційних і високотехнологічних галузях, у виробничому секторі; у секторі послуг, у торгівлі та в будівництві.

Широке визначення інновацій останніми роками прийнято ОЕСР та Євросоюзом. Згідно з ним інновації – це успішне виробництво, адаптація або використання нововведень в економічній та соціальній сферах. Державна служба статистики України використовує визначення технологічних інновацій та організаційних інновацій, запропоноване ОЕСР. Технологічні інновації – це діяльність підприємства, пов'язана з розробкою та впровадженням як технологічно нових, так і технологічно значно вдосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації). Організаційні інновації включають нові маркетингові підходи та нові форми організації. Таким чином, із 2007 р. українська статистика під інновацією розуміє впровадження будь-якого нового чи значно вдосконаленого продукту (товару, послуги) або процесу, нових маркетингових чи організаційних методів у діяльності підприємства, організації робочих місць чи зовнішніх зв'язків [1].

При дослідженні інноваційної активності необхідно також брати до уваги види інновацій за новизною, а не просто відносити фірми до інноваційних або неінноваційних. Деякі інновації можуть бути абсолютно новими для сектора або для ринку (національного чи міжнародного), тоді як інші інновації – новими тільки для фірми. Такі підприємства у фундаментальному сенсі не є інноваційними, але вони прагнуть отримати конкурентну перевагу на місцевому ринку, що базується не на ціні, а на нововведеннях [12]. Саме таке розуміння інновацій у широкому сенсі взято за основу в цій статті.

Відповідаючи на запитання щодо характерних для їхнього бізнесу типів інновацій, більшість респондентів зазначила, що за останні два роки на підприємствах були впроваджені нові продукти та послуги (майже 50%). Майже кожне сьоме підприємство виключно модифікувало свою продукцію чи послуги, тоді як 5,5% запроваджували виключно нові методи управління. Лише 10,1% респондентів зауважили, що ніяких змін не було (табл. 2). Зауважимо, що запитання в анкеті передбачало лише одну відповідь, яка б найкращим чином характеризувала інновації, здійснені за попередні два роки.

Таблиця 2

Розподіл МП за ознакою "Впровадження інновацій за останні два роки", %

Нові продукти/послуги (виключно)	47,7
Нові та модифіковані продукти/послуги	22,0
Модифіковані продукти/послуги (виключно)	14,7
Не було змін	10,1
Нові методи управління (виключно)	5,5
Кількість респондентів, осіб	109

Джерело: за результатами опитування авторів.

У розрізі видів діяльності підприємств виявлено, що для виробничих підприємств більш характерними були технологічні інновації, наприклад, 64,9% власників виробничих підприємств указали на впровадження нових технологій порівняно з 46,8% у середньому по вибірці. З іншого боку, підприємства сфери послуг більше уваги приділяли організаційним інноваціям (55,3% порівняно з 40,4% у середньому по



вибірці). Відмінності між підприємствами різного розміру виявились у такому. Підприємства чисельністю 10–49 осіб більш активно впроваджували нові технології та нові методи управління порівняно з мікропідприємствами чисельністю до 10 осіб. Ця обставина може бути пов'язана з край обмеженими внутрішніми ресурсами мікропідприємств для здійснення інноваційної діяльності. Спостерігалися також певні особливості залежно від віку підприємств: чим довшу історію вони мали, тим активніше їхні власники впроваджували нові технології та нові методи управління. Це можна пояснити тим, що молоді підприємства використовують більш сучасні технології та нові методи управління з моменту свого створення.

Однак чи впливають впроваджені інновації на економічні результати діяльності малих підприємств? За логікою запитання очікувалося, що інновації матимуть позитивний вплив на економічну ефективність малих підприємств. Важливим припущенням у нашому дослідженні було те, що ефективність діяльності малих підприємств асоціюється зі зміною прибутку.

Відзначимо, що серед усіх обстежених малих підприємств переважна кількість повідомила про позитивні результати діяльності у 2009 р.: близько 10% – про відсутність змін в обсязі отриманого прибутку і трохи більшою була частка тих підприємств, прибуток яких зменшився.

Таблиця 3

Розподіл МП за ознакою "Зміна прибутку у 2009 р."

Варіант відповіді	Кількість відповідей	Питома вага, %
Зменшився	12	11,0
Не змінився	10	9,2
Збільшився	87	79,8
Усього	109	100,0

Джерело: результати опитувань авторів.

Перевірка гіпотези щодо зв'язку інновацій з ефективністю діяльності здійснювалася з використанням методу однофакторного дисперсійного аналізу середніх значень залежних змінних. У цьому випадку ними стали економічні результати діяльності малих підприємств, які характеризувалися зміною прибутку у відповідному році, а саме: прибуток зменшився, не змінився, збільшився. Незалежним фактором була наявність впроваджених інновацій, або їхня відсутність. Він, у свою чергу, ґрунтувався на відповідях на запитання "Які зміни щодо виробленої продукції або послуг, що надаються, відбулися на Вашому підприємстві за останні два роки?", що представлені у табл. 2.

Також нами було проаналізовано вплив типу інновацій, впроваджених на підприємстві впродовж останніх п'яти років на економічну ефективність підприємств, яка у нашому дослідженні характеризується зміною прибутку малого підприємства в році, що передував проведенню дослідження. Оскільки відповідне запитання в анкеті опитування передбачало багатоваріантну відповідь, нами було сформовано змінну, яка охоплювала всі варіанти відповідей.

Відповідно до логіки проведення дисперсійного аналізу та інтерпретації результатів, нами було проранжовано відповіді за залежними змінними. Крім цього, незалежний фактор був приведений до бінарного вигляду: не було інновацій (0) та інновації мали місце (1). Аналізуючи ефективність роботи підприємств залежно від наявності інновацій (незалежно від їхнього типу), були використано Т-тест для незалежних вибірок. Його результати засвідчили, що дисперсії у двох групах (без та з інноваціями) не є рівними з імовірністю 95% (значимість тесту Левене = 0,05). Тим не менше, різниця у середніх значеннях ефективності є статистично значимою ($p=0,006 < 0,05$) (табл. 4). Середнє значення ефективності для підприємств, на яких не було інновацій упродовж останніх двох років, становило 1,9, що відповідає ситуації "прибуток не змінився". Для підприємств, які впроваджували інновації за попередні два роки, ефективність була на рівні 2,8, тобто у більшості респондентів прибуток у 2009 р. збільшився.

Таблиця 4

Тест незалежних вибірок

Змінна	Гіпотеза щодо дисперсій	Тест Левене на рівність дисперсій		Т-тест на рівність середніх						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Довірчий інтервал 95%	
									Lower	Upper
v11_ordered*	Рівні	3,91	0,05	-4,46	107	0,00	-0,87	0,19	-1,25	-0,48
	Нерівні			-3,37	11,14	0,01	-0,87	0,26	-1,43	-0,30

Примітка: *) v11_ordered – змінна, яка характеризує зміну прибутку (1 – зменшився, 2 – не змінився, 3 – збільшився).

Джерело: розрахунки авторів.

Таким чином, результати соціологічного дослідження підтверджують тезу про те, що інновації сприяють підвищенню економічної ефективності малих підприємств. Загалом це відповідає загальносвітовим тенденціям. Водночас в Україні деякі дослідники дійшли висновку, що інноваційна активність негативно корелює з економічним розвитком [13].

Отже, інноваційна діяльність, навіть в Україні, має позитивний вплив на економічні результати малих підприємств, однак чи всі інновації впливають однаковою мірою? Тобто наша гіпотеза ґрунтувалася на тому, що економічна ефективність малих підприємств буде різною залежно від типу інновації, що впроваджувався на підприємстві.

У дослідженні нами було використано таку типологізацію інновацій: унікальна інновація; новий дизайн; нова технологія; нові матеріали; нове в упаковці; новий метод в управлінні; нова послуга. Зазначимо, що оскільки жодне підприємство не повідомило про впровадження унікальної інновації, нами аналізувалася зміна прибутку (як замітник економічної ефективності) у шести з семи можливих груп. Для цього було також використано метод однофакторного дисперсійного аналізу. Результати розрахунків підтвердили високий рівень значимості (похибка не перевищує 5%) результатів. Разом із тим тест на гомогенність дисперсій ($p = 0,004$) засвідчив, що дисперсії за групами не є гомогенними, що певним чином знизило достовірність результатів однофакторного дисперсійного аналізу. Для виправлення цієї ситуації, нами було введено нову зміну *innov_type*, яка була отримана з багатоваріантної змінної за таким алгоритмом трансформації. Усі типи інновацій були віднесені до трьох груп: організаційні (нова послуга, новий метод управління), технологічні (всі інші), технологічні та організаційні (у випадку, якщо підприємство впроваджувало одночасно декілька типів інновацій). Таке групування було здійснене на основі результатів апостеріорного тесту Waller-Duncan, який дає можливість виділити групи, що відрізняються від інших (табл. 5).

Таблиця 5

Результати апостеріорного тесту Waller-Duncan для визначення гомогенних груп

Тип інновацій	N	Subset for alpha = 0.1	
		1	2
Нова послуга	4	2,00	
Новий метод управління	14	2,29	2,29
Нова упаковка	6	2,67	2,67
Нові матеріали	16	2,69	2,69
Нова технологія	31		2,81
Новий дизайн	38		2,82

Джерело: за розрахунками авторів.

Результати повторного тесту на гомогенність дисперсії для нової незалежної змінної значно покращилися ($p = 0,05$), що підтвердило коректність використання однофакторного дисперсійного аналізу.

Рівень значимості різниці у дисперсій середніх значень ефективності також є вкрай високим (табл. 6); це дало можливість зробити висновок про те, що ефективність діяльності малого підприємства (його прибуток) таки залежить від типу впроваджених за останні п'ять років інновацій.

Таблиця 6

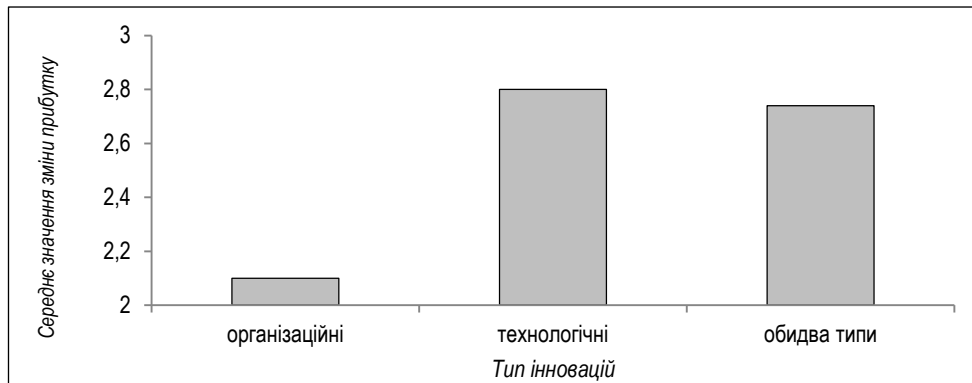
Результати ANOVA між зміною прибутку та типом інновацій

Джерело варіації	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Між групами	5,556	2	2,778	7,038	,001
В середині групи	41,838	106	,395		
Загалом	47,394	108			

Джерело: за розрахунками авторів.

Характер впливу наведено на рис. 1. З огляду на результати нашого аналізу організаційні інновації фактично не зумовлюють збільшення прибутків малих підприємств. Можна припустити, що впровадження організаційних інновацій є формальними або незначними вдосконаленнями у методах управління. Натомість впровадження саме технологічних інновацій значно впливає на можливості отримання прибутків малих підприємств.

Таким чином, можна зробити висновок про ефективність тих чи інших типів інновацій. Найбільше на прибуток впливають технологічні інновації, зокрема, використання нових матеріалів, нових технологій, нової упаковки та дизайну товарів, тоді як організаційні інновації прямо на прибуток підприємства не впливають.



Примітка: значення на шкалі ординат слід трактувати наступним чином: 2 – прибуток не змінився, 3 – прибуток збільшився

Рис. 1. Вплив типу інновацій на економічну ефективність малих підприємств

Джерело: власні дослідження.

Характеризуючи взаємодію малих підприємств із великими, передусім слід розглянути питання участі останніх у створенні малих фірм. Серед опитаних керівників малих підприємств 13,8% жодним чином не пов'язували початок бізнесу зі взаєминами з великими підприємствами. Як правило, це були підприємства сфери послуг та торгівлі. Разом із тим існуючі зв'язки та взаємодія обмежувалися регіоном, де розміщені малі підприємства. Досить значна кількість респондентів повідомила про досвід коопераційної взаємодії з великим бізнесом у межах України, тоді як поза межами таких було досить мало (табл. 7).

Власне ці результати є цілком логічними, та відповідають просторовій "гравітаційній" гіпотезі, сутність якої полягає в тому, що за інших рівних умов чим ближче розміщені підприємства, тим інтенсивнішими мають бути зв'язки між ними. Отже, наступним завданням дослідження було визначити, наскільки взаємодія з великими підприємствами впливає на ефективність малих підприємств. Для цього також було



Інноваційні трансформації економічного розвитку

використано метод однофакторного дисперсійного аналізу. Як і в попередніх випадках залежною змінною була зміна прибутку у 2009 р., тоді як незалежним фактором були змінні, що базувалися на запитаннях щодо практичного досвіду роботи з великими підприємствами.

Таблиця 7

Досвід роботи МП із великими підприємствами, %

Тип взаємодії	Region	Україна	СНД	Інші країни
Постійні контакти	68,8	33,9	14,7	7,3
Виробнича кооперація	12,8	7,3	0,9	0,0
Разові контакти	9,2	22,0	10,1	7,3
Дочірнє підприємство	4,6	0,9	0,0	0,0
Не має контактів	4,6	35,8	74,3	85,3
Кількість підприємств	109	109	109	109

Джерело: за результатами авторів.

Відповідно до результатів однофакторного дисперсійного аналізу вплив співпраці з великими підприємства на економічну ефективність малих був значним лише у випадку взаємодії з великими підприємствами в межах України (табл. 8).

Таблиця 8

Результати однофакторного дисперсійного аналізу впливу взаємодії з великими підприємствами на економічну ефективність МП залежно від територіального розміщення партнерів

Місто					
Джерело варіації	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Між групами	0,271	4	0,068	0,149	0,963
В середині груп	47,124	104	0,453		
Загалом	47,394	108			
Україна					
Джерело варіації	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Між групами	4,488	4	1,122	2,720	0,034
У середині груп	42,906	104	0,413		
Загалом	47,394	108			
СНД					
Джерело варіації	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Між групами	0,757	3	0,252	0,568	0,637
У середині груп	46,637	105	0,444		
Загалом	47,394	108			
Країни далекого зарубіжжя					
Джерело варіації	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Між групами	0,353	2	0,176	0,398	0,673
У середині груп	47,042	106	0,444		
Загалом	47,394	108			

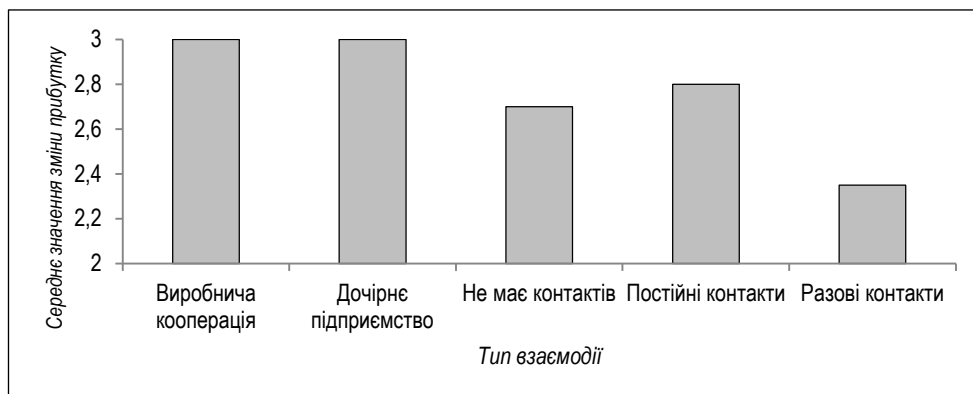
Джерело: за результатами дослідження авторів.

Він проявляється передусім у тому, що найбільш ефективно діючими (з точки зору можливості збільшення прибутку) малими підприємствами були ті, що є дочірніми підприємствами по відношенню до великих або мають із ними тісні виробничі зв'язки. Дещо менш ефективними, згідно з отриманими нами даними, були малі підприємства, що постійно контактують із великими. Як правило, це стосувалося торговельних підприємств, для яких великі виступають постачальниками.

Водночас разові контакти не завжди пов'язані зі стабільним функціонуванням підприємства, його ефективністю та загалом з інноваційною діяльністю. Це є цілком логічно, адже такі контакти дають змогу підвищити ефективність (прибуток) лише у короткостроковому періоді. На рис. 2 наведено середні значення ефективності залежно від типу взаємодії з великими підприємствами України.

Слід, проте, зауважити, що особливістю нашої вибірки було те, що майже 100% малих підприємств мають досвід роботи з великими підприємствами. Це призвело до певного викривлення результатів аналізу, адже не вдалося адекватно оцінити

зміну прибутку на малих підприємствах, що не мали досвіду взаємодії з великими. Таких підприємств у вибірці було лише 2%, при цьому їхній прибуток у 2009 р. збільшився. Це були мікропідприємства (приватні підприємці) у сфері торгівлі та послуг, для яких, очевидно, взаємодія з великими не є вкрай важливою. Ця ж особливість разом із розміром вибірки стала перешкодою для поглибленого аналізу взаємозалежності між взаємодією з великими підприємствами та інноваційної діяльності малих підприємств.



Примітка: значення на шкалі ординат слід трактувати наступним чином: 2 – прибуток не змінився, 3 – прибуток збільшився.

Рис. 2. Вплив типу взаємодії з великими підприємствами в Україні на економічну ефективність МП

Джерело: власні дослідження авторів.

Однак, результати аналізу, засвідчили, що саме взаємодія з великим бізнесом стає одним із факторів інноваційної діяльності малих підприємств. Так, 90% опитаних респондентів мали досвід такої взаємодії та здійснювали інноваційну діяльність, серед них 85% збільшили свої прибутки. Натомість, серед підприємств, що взаємодіяли з великим бізнесом, але не впроваджували інновації, "успішних" було лише 36%.

Загалом результати опитування свідчать, що малі підприємці схильні оцінювати взаємодію з великим бізнесом швидше як позитивний фактор, особливо враховуючи, що спільно з впровадженням інновацій, забезпечується більший економічний ефект. Аналіз даних щодо ефектів від коопераційної взаємодії МП із великими підприємствами показав, що найчастіше респонденти обирали такі види ефектів, як фінансова підтримка, стабільність постачань і консультації та навчання персоналу. Взаємодія сприяє реалізації власних інновацій на МП із досвідом роботи понад 10 років. Реалізація власних інновацій була визначена пріоритетним ефектом взаємодії у 37,9% випадків цієї категорії опитаних.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Отримані результати підтверджують, що в Україні інноваційна активність малих підприємств та взаємодія між ними та великими підприємствами мають позитивний вплив на економічні результати діяльності малих підприємств. А отже, інноваційна діяльність таких підприємств має всі підстави претендувати на державну підтримку. При цьому основна увага має приділятися стимулюванню технологічних інновацій, адже, як засвідчили результати емпіричного аналізу, саме вони безпосередньо впливають на динаміку обсягів прибутку.

З іншого боку, для підвищення ефективності малого бізнесу доцільно створювати умови для взаємовигідної взаємодії малих та великих підприємств, передусім на основі розвитку виробничої кооперації, адже це не лише збільшує ефективність діяльності, але й є важливим стимулюючим фактором для інноваційної діяльності, зокрема – тран-



сферу нових технологій. Крім цього, виробнича кооперація є основою для процесів кластеризації, актуального питання для економічної та промислової політики.

Стимулювання розвитку малого інноваційного підприємництва у широкому контексті має стати одним із важливих механізмів, за допомогою якого долається спад в економіці, забезпечується її структурна перебудова і відбувається наповнення ринку вітчизняною конкурентоспроможною продукцією. Таким чином, малий інноваційний бізнес повинен стати реальним і одним з найбільш значущих чинників для формування інноваційної економіки та її виходу на шлях сталого економічного розвитку.

Подальші дослідження питання взаємозв'язку економічних показників малих підприємств, їхньої взаємодії з великими підприємствами та інноваційного розвитку потребують розширення бази обстежених підприємств для перевірки отриманих висновків і з'ясування характеру впливу взаємодії різномасштабних підприємств на інноваційну діяльність.

Список використаних джерел

1. Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data. [Електронний ресурс] / OECD, Eurostat. – 2005. – Доступний з : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/OSLO/EN/OSLO-EN.PDF>.
2. Acs, Z.J. and Audretsch, D.B. (Eds). Small firms and entrepreneurship: an East-West perspective. – Cambridge, UK : Cambridge University Press, 1993. – P. 2–14.
3. Storey, D.J. Understanding the small business sector. – London : International Thomson Business Press, 1998. – 355 p.
4. Smallbone D., Welter F. Entrepreneurship and small business development in post-socialist economies. – Abingdon, U.K. : Routledge, 2009. – 288 p.
5. Исакова Н.Б. Предприятия Украины : инновационная деятельность и сетевые взаимодействия / Н.Б. Исакова ; под ред. д.э.н., проф. В.П. Соловьев. – К. : ГП "Информационно-аналитическое агентство", 2012. – 378 с.
6. Дрига С.Г. Мале підприємництво України : становлення, механізми управління та підтримки : монографія / С. Г. Дрига. – К., 2009. – 359 с.
7. Варналій З.С. Мале підприємництво : основи теорії і практики / З.С. Варналій. – 3-тє вид., стер. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2005. – 302 с.
8. Чубарева Л.І. Малий бізнес: теорія, механізми підтримки становлення та розвитку: дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.01 "Економічна теорія та історія економічної думки" / Л.І. Чубарева ; Донецький національний університет Міністерства освіти і науки України. – Донецьк, 2008.
9. Циганець В.В. Оцінка і активізація інноваційного розвитку малого підприємництва в Україні : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством" / В.В. Циганець ; Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України. – Харків, 2008.
10. Діяльність суб'єктів малого підприємництва, 2012. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – 2013.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К. : ДП "Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України". – 2010.
12. National innovation systems [Електронний ресурс] / OECD. – 1997. – Доступний з : <www.oecd.org/science/inno/2101733.pdf>.
13. Яцишина І.В. Економетрична оцінка впливу інноваційних чинників на соціально-економічний розвиток України / І.В. Яцишина // Проблеми науки. – 2012. – № 10. – С. 41–47.

Надійшла до редакції 25.03.2014 р.



Грига В.Ю., канд. экон. наук, старший научный сотрудник Института экономики и прогнозирования НАН Украины

Богдан С.В., преподаватель кафедры "Экономика и управление" Украинско-Российского института – филиала Московского государственного открытого университета им. В.С. Черномырдина

Исакова Н.Б., канд. экон. наук, старший научный сотрудник Центра исследований научно-технического потенциала и истории науки им. Г.М. Доброва НАН Украины

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С БОЛЬШИМ БИЗНЕСОМ

Приведены результаты исследования роли двух факторов, которые влияют на эффективность деятельности малых предприятий: взаимодействия с крупными предприятиями и инновационной активности деятельности. На основе анализа эмпирических данных, полученных авторами в ходе опроса руководителей малых предприятий Черниговской области, выявлено, что наибольшее влияние на прибыль малых предприятий оказывают технологические инновации, в частности использование новых материалов, технологий, новой упаковки и дизайна товаров, тогда как организационные инновации напрямую на прибыль предприятий не влияют. Также доказано, что взаимодействие между малыми и крупными предприятиями в Украине положительно влияет на экономическую деятельность малых предприятий.

Ключевые слова: *инновационная деятельность, взаимодействие, малые предприятия, экономическая эффективность.*

V.Gryga, PhD (Economics), Senior Researcher, Institute for Economics and Forecasting, Ukrainian NAS

S.Bohdan, Lecturer, Department of Economics and Management, Ukrainian-Russian Institute – Branch of V.Chornomyrdin Moscow State Open University

N.Isakova, PhD (Economics), Senior Researcher, G.M. Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and Science History Studies

PERFORMANCE OF INNOVATION ACTIVITY OF SMALL ENTERPRISES IN THE COLLABORATION WITH LARGE BUSINESS

The paper is devoted to analysis of the impact of two factors on economic efficiency of small enterprises. The first one is their innovative activities and the second one is their cooperation with large enterprises. The research was done based on data collected by authors during a survey of small enterprises' managers in Chernihiv region. The methodology of the research is based on the analysis of variance techniques of the received data. To perform it, all data were put on ordinal ranking scale and were analyzed using T-test and One-way ANOVA methods. The results of the analysis confirmed the idea that innovation and economic efficiency are interconnected issues. Moreover, the strongest impact on the income of small enterprises is made by technological innovation (e.g. new products, use of new materials and new technologies) rather than organizational improvements. Also, it was proved that cooperation between small and large enterprises positively influences the innovation and economic performance of small companies, in particular in case of production cooperation as well as permanent interaction between them.

Key words: *innovation, cooperation, small businesses, economic efficiency.*