

УДК [330.341.1:005.336]:334.722

S.M.Ergin, A.L. Chernyavaya

INNOVATIVE POTENTIAL OF SMALL ENTERPRISES AND ITS ASSESSMENT

This article presents the results of an analysis of contemporary academic, domestic, and international research devoted to measuring the innovative potential required in contemporary filmmaking entrepreneurship. Despite the maturity of general innovation ideas, analytical studies substantiating the nature of enterprises' innovative potential under conditions of multidimensional internal and ongoing resource constraints are declining. This scientific discussion focuses on the innovative potential of the veterinary business. The aim of the article is to provide a comprehensive theoretical justification for innovative potential in contemporary small-scale entrepreneurship, to reveal its essence through the "process – result" dichotomy, and to propose conceptual guidelines for enhancing innovative activity. The scientific novelty lies in the systematization of empirical data, the identification of determinants, and the examination of indicators linking innovative potential to the performance of an economic entity.

Keywords: innovation, innovation capability, small businesses, innovation process, innovation outcome.

С.М.Ергин¹, А.Л.Чернявая²

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЕГО ОЦЕНКА

В статье представлены результаты анализа современных академических отечественных и зарубежных научных работ, посвящённых определению сущности инновационного потенциала, востребованного в секторе малого предпринимательства. Несмотря на зрелость общей теории инноваций, отмечается дефицит в аналитических исследованиях, обосновывающих природу инновационного потенциала малых предприятий в условиях многомерных внутренних и внешних ресурсных ограничений. Целью статьи является формирование целостного теоретического обоснования инновационного потенциала в секторе малого предпринимательства, раскрывающего его сущность через дихотомию "процесс – результат", а также предложение концептуальных ориентиров усиления инновационной активности. Научная новизна состоит в систематизации знаний об инновационном потенциале, в выявлении детерминантов и показателей его результативности.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, малые предприятия, инновационный процесс, инновационный результат.

DOI: 10.36807/2411-7269-2026-3-46-109-114

Введение. В условиях современной экономической динамики императивом выживания для фирм любых масштабов становится всемерное внедрение инноваций. В теоретическом дискурсе данная проблематика фокусируется вокруг понятия "инновационный потенциал", давно и широко введённого в научный оборот Lawson B. и Samson D., которые трактовали его как "... способность непрерывно преобразовывать знания и идеи в новые продукты, процессы и системы на благо фирмы и её заинтересованных сторон" [1, с. 379]. Киселёв Р.О. считает, что инновационный потенциал включает в себя готовность проверять новые идеи, искать новые способы выполнения задач и проявлять активность и креативность в методах работы [2]. Боос В.О. с соавторами утверждают, что инновационный потенциал фокусируется на использовании опыта и идей различного происхождения [3]. Другой подход определяет инновационный потенциал несколько иначе. Он должен приводить к определённым инновационным последствиям и выделяет множество аспектов, которые в совокупности способствуют поддержанию высокого уровня инновационного потенциала [4]. К ним относятся, например, лидерство, организационная культура, внедрение в хозяйственную практику внешних знаний, управление компетенциями и креативность сотрудников. Некоторые исследователи включают в общий инновационный потенциал организации различные виды предпринимательских способностей [5]. К ним они относят, например, способности к обучению, предпринимательский талант, маркетинговые процедуры, умение налаживать связи и рационально использовать ресурсы.

¹ Ергин С.М., профессор кафедры экономики предприятия, доктор экономических наук, доцент; Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского

Ergin S.M., Professor of Department of Enterprise Economics, Doctor of Economics, Associate Professor; V.I. Vernadsky Crimean Federal University
E-mail: yergin@rambler.ru

² Чернявая А.Л., доцент кафедры экономики предприятия, кандидат экономических наук, доцент; Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского

Chernyavaya A.L., Associate Professor of Department of Enterprise Economics, PhD in Economics, Associate Professor; V.I. Vernadsky Crimean Federal University

По второму направлению исследований итогом инновации считается экономический или социальный результат. В рамках этого направления инновационный потенциал определяется как способность создавать различные типы инноваций, такие как продуктовые инновации, процессные инновации или организационные инновации. Если продуктовые инновации являются наиболее изученным отдельным типом инноваций, то процессные инновации изучены значительно меньше. Могут изучаться вместе способности предпринимателей к производству продуктовых и процессных инноваций. Кроме того, большое количество экономистов рассматривают все общепризнанные типы инноваций, такие как продуктовые, процессные, организационные и маркетинговые инновации, тоже в совокупности [5].

Несмотря на наличие значительного массива обзорно-аналитических работ, посвящённых вопросам инновационного потенциала, в экономической литературе существует пробел, связанный с отсутствием систематизации знаний об инновационном процессе как имманентной характеристике малых предприятий. Исходя из этого целью данной статьи является формирование целостного теоретического обоснования инновационного потенциала в секторе малого предпринимательства, раскрывающего его сущность через дихотомию "процесс – результат", а также предложение концептуальных ориентиров усиления инновационной активности.

Результаты исследования. Исследования инновационного потенциала малого бизнеса развились по двум направлениям: изучение детерминант инновационного потенциала и изучение последствий для инновационного потенциала, т.е. инновации в сфере малого предпринимательства тоже оценивались либо как процесс, либо как экономический результат.

Экономисты всегда рассматривали обе эти исследовательские траектории, раскрывающие инновационный потенциал малого предпринимательства [6]–[11]. Например, Советкин Я.Д. провёл обзор исследований по организационным инновациям. Он под организационными инновациями понимает "... новые способы организации бизнес-процессов, например НИОКР и инновации, связанные с координацией человеческих ресурсов. ... данный тип инноваций не включает технологическую составляющую и не основывается на формальных активностях в сфере НИОКР" [6, с. 496]. В то время как Ali A. разделил продуктовые инновации на радикальные: "... разработка продукта ... с прерывистой инновацией, и ... с определением новаторских продуктов как технологических прорывов" [7, с. 48] и на инкрементальные "или продукты с непрерывной инновацией" [7, с. 48], а также представил несколько факторов, влияющих на решения в области разработки продуктов. Garcia R. и Calantone R. уточнили терминологию, связанную с инноваций, и предложили новую классификацию технологических инноваций, ориентируясь на инженерию, маркетинг и разработки новых продуктов [8]. Adams R. с соавторами направили свои исследования на измерение практики управления инновациями и для построения оптимальной организационной структуры, которую можно использовать для оценки инновационной деятельности [9]. Тодосийчук А.В. в своём анализе применил более общий подход, предложив многомерную структуру организационных инноваций, которая связывает лидерство, инновации как процесс и инновации как результат [10]. Ланга В. с соавторами сосредоточились на конкретном типе инноваций – открытых инновациях [11].

Дихотомическое разделение подходов к природе инновационного потенциала на процесс и на результат как ключей для осмысления этого феномена в контексте малых организационных форм позволило представить инновационный потенциал в качестве многогранной надстройки и различать его у малых и у крупных фирм. Данная дуальность является ключевой для осмысления феномена в контексте малых организационных форм (Рис. 1).

Для субъектов малого бизнеса, обладающих структурной гибкостью, но ограниченных в ресурсах, наличие значимого инновационного потенциала выступает критическим важным условием выживания в конкурентной борьбе с доминирующими на рынке субъектами.

В рамках процессного подхода ранее доминировало восприятие инновационного потенциала как одномерной способности фирмы генерировать инновационные решения, акцентируя готовность к поиску новых методов работы и креативность в операционной деятельности, направленных на повышение эффективности малых предприятий. С более зрелой теоретической позиции принята многофакторная трактовка, согласно которой инновационный потенциал агрегирует в себе множество аспектов, включая управление компетенциями, организационную культуру и абсорбцию внешних знаний [1]. В частности, отдельные школы дифференцируют инновационный потенциал на такие составляющие как предпринимательские, маркетинговые, обучающие и сетевые [12].

Подход, рассматривающий инновации как результат, концентрируется на типологии создаваемых инноваций. В нём инновационный потенциал определяется через способность производить инновацию в продукте фирмы, в производственном процессе, в хозяйствующей организации. Продуктовые инновации являются наиболее изученным отдельным типом иннова-

ций, тогда как процессные и организационные инновации чаще рассматриваются в интегративной связи, определяя общую инновационную производительность малого бизнеса.

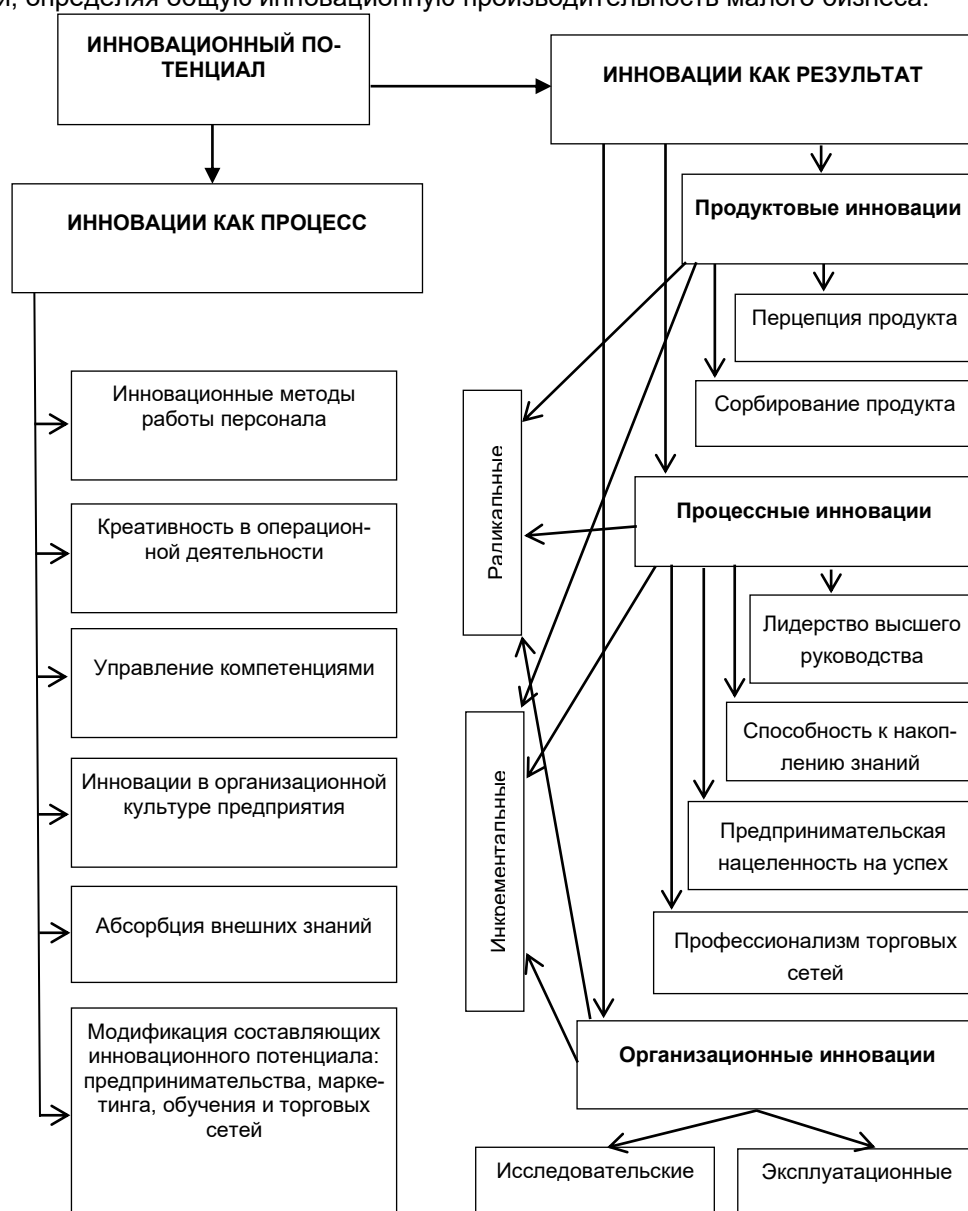


Рисунок 1 – Типология инновационного потенциала малого предпринимательства (составлено авторами)

В контексте продуктовых инноваций малого бизнеса существуют отдельные исследования, которые подразделяют инновационные возможности либо на способности фирм по перцепции использования и трансформации продукта [13], либо на возможности по сорбированию, приобретению, развёртыванию и преобразованию продукта [14]. К типологии продуктовых инноваций относятся и радикальные, и инкрементальные [7].

В ходе анализа было установлено, что уровень потенциала процессных инноваций малого бизнеса определяется множеством аспектов. К этим аспектам относятся лидерство высшего руководства и инновационный потенциал сотрудников [15], способность к накоплению знаний [16], предпринимательская нацеленность на успех [17] и профессионализм торговых сетей [18], а также радикальные и инкрементальные инновации [7].

Малые фирмы могут как способствовать расширению инновационных ресурсов, так и развитию инновационного потенциала отношений, установленных на самых ранних этапах жизненного цикла. Но организационная жёсткость малых предприятий и недостаточность у них ресурсов в то же время могут препятствовать развитию их инновационного потенциала. Одновременно в контексте исследований организационных инноваций малого бизнеса было отмечено их деление как на исследовательские и эксплуатационные [6], так и на традиционно радикальные и инкрементальные [7].

Контекстуальный анализ свидетельствует о неомогенности выборки инновационного поведения по малому бизнесу. Существуют существенные их модуляции в зависимости от отраслевой принадлежности, размера (численности персонала) и ориентации на соответствующий рынок сбыта.

Большинство исследований выявили положительную взаимосвязь между инновационным потенциалом и результативностью деятельности фирмы в контексте малого бизнеса [19]–[21]. На основе проведённого анализа источников было установлено, что инновационный потенциал может быть связан с эффективностью новых продуктов [19], [20], эффективностью бренда [21], общей эффективностью вида деятельности [22]–[24]. В этой связи можно сделать вывод, что предпосылками для такой связи являются, например, эффективная организационная структура, высокая скорость обучения персонала, результативный производственный процесс, выгодные отношения с поставщиками, клиентами и торговыми сетями.

Кроме того, некоторые исследователи [12], [25] установили, что ряд специфических факторов, определяющих инновационный потенциал, также оказывают существенное влияние на эффективность деятельности малой фирмы. М.М. Оуга с соавторами обнаружили, что степень развития инновационного потенциала влияет на экспортные показатели предприятий, которые, в свою очередь, зависят от потребительских, финансовых и стратегических аспектов их деятельности [12]. Результаты исследования Saunila M. показывают, что три измерения инновационного потенциала связаны с культурой так называемого партисипативного лидерства: с развитием ноу-хау; организационных структур, генерирующих новые идеи; и институтов развития, деятельность которых направлена на рост эффективности малых предприятий [25]. Повышению эффективности деятельности фирмы способствует ещё и появление новых типов инноваций. Способность к продуктовым инновациям тесно связана с экспортными показателями, ростом малого предприятия и его общим конкурентным преимуществом, которые должны сопровождаться наличием высокоуровневых интеллектуальных ресурсов. Более того, различные типы инновационного потенциала, такие как инновации продуктов, процессов, организации производства и маркетинга, способствуют росту операционной прибыльности бизнеса и его эффективности. Однако результаты работы Kafetzopoulos D. и Psomas E. не выявили прямого влияния этих типов инновационного потенциала на финансовые показатели малого предприятия, но эта взаимосвязь усиливается по мере роста операционной эффективности такого предприятия [26]. Mejía Vallejo A. и Arias Pérez J.E., в отличие от других исследователей, обнаружили, что инновационный потенциал в продуктах и процессах малых предприятий не гарантирует роста их продаж или увеличения доли рынка [27].

Таким образом, систематизация эмпирических данных позволила выделить два магистральных тематических кластера исследования инновационного потенциала малых фирм: детерминанты его формирования [28], [29] и степень влияния потенциала на эффективность организации [30].

Заключение. Способность малой фирмы к инновациям определяется сложным мультипликативным взаимодействием внутренних и внешних детерминант, среди которых особо выделяются: патерналистское или вовлекающее лидерство, интенсивность накопления и циркуляции знаний в организации, чёткость предпринимательской ориентации, насыщенность и качество обслуживающих торговых сетей. Также отмечается, что организационная ригидность и ограниченность ресурсов выступают ингибиторами развития перечисленных способностей.

В абсолютном большинстве проанализированных научных работ отмечается позитивная взаимосвязь между результативностью инновационного потенциала и параметрами функционирования малой фирмы. Данная связь прослеживается не только в финансовых метриках, но и в показателях успешности новых продуктов, силы бренда и экспортной активности фирмы.

Дальнейшие исследовательские треки могут быть связаны с углублённым качественным сравнительным анализом для выявления "рецептов успеха" инновационной деятельности малых фирм в различных институциональных средах.

Список использованных источников

1. Lawson B., Samson D. Developing innovation capability in organisations: A dynamic capabilities approach // *International Journal of Innovation Management*. – 2001. – Vol. 5(3). – pp. 377-400. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427> (дата обращения: 12.05.2026).
2. Киселёв Р.О. Оценка инновационной активности и потенциала хозяйствующих субъектов регионов Российской Федерации в условиях цифровой трансформации // *Кузнечно-штамповочное производство. Обработка материалов давлением*. – 2024. – № 9. – С. 169-183. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/upkyww> (дата обращения: 12.05.2026).

3. Боос В.О., Шубина В.И., Куценко Е.С. Между культурой и экономикой: факторы, мотивирующие регионы поддерживать креативные индустрии // Экономика региона. – 2024. – Т. 20. – № 4. – С. 1041-1057. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/szqtjy> (дата обращения: 12.05.2026).
4. Каменнов П.Б. КНР. Вопросы модернизации экономики // Азия и Африка сегодня. – 2024. – № 1. – С. 42-50. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/Invuzc> (дата обращения: 12.05.2026).
5. Киселевич Ю.В. Принципы и детерминанты управления инновационным развитием промышленной организации // Известия Тульского государственного университета. Науки о Земле. – 2024. – № 3. – С. 543-555. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/eqajvs> (дата обращения: 12.05.2026).
6. Советкин Я.Д. Управленческие инновации: подход к определению и классификации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2020. – Т. 19. – № 4. – С. 493-519. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/musyix> (дата обращения: 12.05.2026).
7. Ali A. Pioneering versus incremental innovation: Review and research propositions // Journal of Product Innovation Management. – 1994. – Vol. 11(1). – pp. 46-61. [Электронный ресурс] – URL: [https://doi.org/10.1016/0737-6782\(94\)90118-X](https://doi.org/10.1016/0737-6782(94)90118-X) (дата обращения: 12.05.2026).
8. Garcia R., Calantone R. A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: A literature review // Journal of Product Innovation Management. 2002. – Vol. 19(2). – pp. 110-132. [Электронный ресурс] – URL: [https://doi.org/10.1016/S0737-6782\(01\)00132-1](https://doi.org/10.1016/S0737-6782(01)00132-1) (дата обращения: 12.05.2026).
9. Adams R., Bessant J., Phelps R. Innovation management measurement : A review // International Journal of Management Reviews, 2006. – Vol. 8(1). – pp. 21-47. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2006.00119.x> (дата обращения: 12.05.2026).
10. Тодосийчук А.В. Условия и факторы научно-технологического и инновационного развития экономики // Вестник Российской академии наук. – 2023. – Т. 93. – № 3. – С. 237-245. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/sisqcd> (дата обращения: 12.05.2026).
11. Ланга В., Мквамбиси Д., Дугилл Э. Открытые инновации – драйвер индустриализации развивающихся экономик // Форсайт. – 2025. – Т. 19. – № 3. – С. 17-33. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/gcuekd> (дата обращения: 12.05.2026).
12. Oura M.M., Zilber S.N., Lopes E.L. Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil // International Business Review. 2016. – Vol. 25(4). – pp. 921-932. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.12.002> (дата обращения: 12.05.2026).
13. Fitz-Koch S., Nordqvist M. The reciprocal relationship of innovation capabilities and socioemotional wealth in a family firm // Journal of Small Business Management. – 2017. – Vol. 55(4). – pp. 547-570. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12343> (дата обращения: 12.05.2026).
14. Branzei O., Vertinsky I. Strategic pathways to product innovation capabilities in SMEs // Journal of Business Venturing. 2006. – Vol. 21(1). – pp. 75-105. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.10.002> (дата обращения: 12.05.2026).
15. Соколов Л.А., Балыхин М.Г., Волкова Г.Ю. Человеческий фактор инновационного развития предприятий // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2019. – № 1(379). – С. 12-18. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/xcpjbr> (дата обращения: 12.05.2026).
16. Иванов И.Н., Орлова Л.В. Креативная промышленная компания: ключевые характеристики // Сталь. – 2022. – № 2. – С. 50-53. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/zbiohu> (дата обращения: 12.05.2026).
17. Кузнецова Ю.А., Шмакова М.В. Потенциал малых инновационных предприятий вузов России в развитии инновационной экономики // Университетское управление: практика и анализ. – 2022. – Т. 26. – № 3. – С. 48-66. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/hjzfdy> (дата обращения: 12.05.2026).
18. Метельков А.С., Степанов Е.А. Инновационный потенциал книжной индустрии региона: подходы, проблемы, перспективы // Библиосфера. – 2022. – № 4. – С. 29-36. [Электронный ресурс] – EDN: <https://www.elibrary.ru/jhhtcg> (дата обращения: 12.05.2026).
19. Zhang M., Hartley J.L. Guanxi, IT systems, and innovation capability: The moderating role of proactiveness // Journal of Business Research. – 2018. – Vol. 90. – pp. 75-86. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.036> (дата обращения: 12.05.2026).
20. O'Cass A., Sok P. The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth // International Small Business

Journal. – 2014. – Vol. 32(8). – pp. 996-1018. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1177/0266242613480225> (дата обращения: 12.05.2026).

21. Odoom R., Mensah P. Brand orientation and brand performance in SMEs: The moderating effects of social media and innovation capabilities // *Management Research Review*. – 2018. – Vol. 42(1). – pp. 155-171. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1108/MRR-12-2017-0441> (дата обращения: 12.05.2026).

22. Dadfar H., Dahlgaard J.J., Brege S., Alamirhoor A. Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran // *Total Quality Management & Business Excellence*. – 2013. – Vol. 24(7-8). – pp. 819-834. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.791102> (дата обращения: 12.05.2026).

23. Keskin H. Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model // *European Journal of Innovation Management*. – 2006. – Vol. 9(4). – pp. 396-417. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1108/14601060610707849> (дата обращения: 12.05.2026).

24. Dadfar H., Dahlgaard J.J., Brege S., Alamirhoor A. Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran // *Total Quality Management & Business Excellence*. – 2013. – Vol. 24(7-8). – pp. 819-834. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.791102> (дата обращения: 12.05.2026).

25. Saunila M. Innovation capability in achieving higher performance: Perspectives of management and employees // *Technology Analysis & Strategic Management*. – 2017. – Vol. 29(8). – pp. 903-916. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1080/09537325.2016.1259469> (дата обращения: 12.05.2026).

26. Kafetzopoulos D., Psomas E. The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies: The Greek case // *Journal of Manufacturing Technology Management*. – 2015. – Vol. 26(1). – pp. 104-130. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1108/JMTM-12-2012-0117> (дата обращения: 12.05.2026).

27. Mejía Vallejo A., Arias Pérez J. E. Approach to differences in product and process innovation capabilities and financial performance in manufacturing companies // *Espacios*. – 2017. – Vol. 38(4). – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n04/17380412.html> (дата обращения: 12.05.2026).

28. Nassimbeni G. Technology, innovation capacity, and the export attitude of small manufacturing firms: A logit/tobit model // *Research Policy*. – 2001. – Vol. 30(2). – pp. 245-262. [Электронный ресурс] – URL: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00114-6](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00114-6) (дата обращения: 12.05.2026).

29. Landoni P., Dell'Era C., Ferraloro G., Peradotto M., Karlsson H., Verganti R. Design contribution to the competitive performance of SMEs: The role of design innovation capabilities // *Creativity and Innovation Management*. – 2016. – Vol. 25(4). – pp. 484-499. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1111/caim.12165> (дата обращения: 12.05.2026).

30. Maldonado-Guzmán G., Garza-Reyes J.A., Pinzón-Castro S.Y., Kumar V. Innovation capabilities and performance: Are they truly linked in SMEs? // *International Journal of Innovation Science*. – 2019. – Vol. 11(1). – pp. 48-62. [Электронный ресурс] – URL: <https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139> (дата обращения: 12.05.2026).