

Политика инновационного поведения малых и средних предприятий старопромышленного региона¹

Предприятия малого и среднего предпринимательства являются драйвером экономического развития любой макросистемы, а в условиях смены парадигмы технологического развития именно инновации становятся основным фактором успешного функционирования субъектов малого и среднего бизнеса. Таким образом, проблема анализа инновационного поведения предприятий малого и среднего бизнеса становится актуальнейшей экономической задачей. Целями данного исследования являются анализ инновационного поведения субъектов малого и среднего предпринимательства старопромышленного региона, оценка уровня финансирования инновационной деятельности, выявление факторов, определяющих инновационную политику малого и среднего предпринимательства, и предложение возможных мер по стимулированию инновационного развития субъектов малого и среднего предпринимательства со стороны государственных и муниципальных органов власти. Исходными данными явились результаты опроса представителей субъектов малого и среднего предпринимательства проводился с мая по сентябрь 2019 г. в Российской Федерации на территории одного из старопромышленных регионов РФ — Свердловской области. Было проинтервьюировано 157 руководителей предприятий, относящихся к малому и среднему предпринимательству старопромышленного региона, представляющих различные отрасли экономической деятельности. В ходе исследования использовались следующие методы: углубленные интервью руководителей, экономико-статистический метод исследования и формально-логический системный подход. В результате проведенных исследований автором были выделены характерные черты инновационного поведения малых и средних фирм Свердловской области. Определены причины низкой инновационной активности предприятий, на основе анализа которых автором разработаны рекомендации фирмам малого и среднего бизнеса старопромышленного региона по повышению активности своего инновационного поведения. С целью решения проблемы низкой инновационности малого и среднего бизнеса старопромышленного региона автор предложил ряд мер по стимулированию инновационной активности предприятий малого и среднего бизнеса органами государственного и муниципального управления. Результаты проведенного исследования могут использоваться руководителями малых и средних предприятий при разработке планов повышения активности возглавляемых ими предприятий, а органами государственной и муниципальной власти — при разработке программ по стимулированию инновационного поведения предприятий малого и среднего бизнеса.

В дальнейших исследованиях автор предполагает построение институциональной прогнозной модели развития инновационной активности предприятий малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, инновационное развитие, стратегии управления, предпринимательство, органы государственной власти, органы муниципальной власти, экономическое развитие, экзогенные факторы, эндогенные факторы

Благодарность

Исследование выполнено в соответствии с Планом НИР Института экономики УрО РАН на 2020 год.

Для цитирования: Власов М. В. Политика инновационного поведения малых и средних предприятий старопромышленного региона // Экономика региона. 2020. Т.16, вып. 4. С. 1335-1347. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-4-22>

¹ © Власов М. В. Текст. 2020.

Maxim V. VlasovInstitute of Economics of the Ural Branch of RAS, Ekaterinburg, Russian Federation
Ural Federal University, Ekaterinburg, Russian Federation
<http://orcid.org/0000-0002-3763-327X>, e-mail: mvlassev@mail.ru

Innovative Behaviour of Small and Medium-Sized Enterprises of an Industrial Region

Small and medium-sized enterprises are the drivers of economic development of any macro-system. In the context of technological paradigm shift, successful operation of small and medium-sized enterprises largely depends on innovations. Therefore, it is advisable to examine innovative behaviour of these firms. The study aims to analyse the innovative behaviour of small and medium-sized enterprises of an industrial region, assess the funding of innovation activities, and identify factors that determine the innovation policy of small and medium-sized firms. Additionally, the paper suggests how state and municipal authorities can stimulate the innovative development of small and medium-sized enterprises. The initial data were the results of a survey of representatives of small and medium-sized enterprises in a Russian industrial region, which was conducted from May to September 2019 in the Sverdlovsk region. I interviewed 157 small and medium-sized enterprise managers in the Sverdlovsk region from various sectors of economic activity. The applied methods include in-depth interviews with managers, the statistical analysis method, and the logical systematic approach. The conducted research allowed identifying the features of the innovative behaviour of small and medium-sized firms in the Sverdlovsk region. Based on the analysis of the reasons for the low innovation activity of small and medium-sized enterprises, I developed recommendations for its improvement in the Sverdlovsk region. To solve the problem of low innovation activity in an industrial region, it is necessary for state and municipal authorities to stimulate innovative behaviour of small and medium-sized firms. Managers of small and medium-sized enterprises can use the obtained results to increase their activity. State and municipal authorities can apply the findings to develop programmes stimulating innovative behaviour of small and medium-sized enterprises.

Keywords: small enterprises, medium enterprises, innovative development, management strategies, entrepreneurship, public authorities, municipal authorities, economic development, exogenous factors, endogenous factors

Acknowledgments

The article has been prepared in accordance with the plan of Institute of Economics of the Ural Branch of RAS for 2020.

For citation: Vlasov, M. V. (2020). Innovative Behaviour of Small and Medium-Sized Enterprises of an Old Industrial Region. *Ekonomika regiona [Economy of region]*, 16(4), 1335-1347, <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-4-22>

Введение

На основе анализа показателей инновационной активности в сфере российского малого и среднего предпринимательства можно сделать вывод о низкой эффективности национальной инновационной системы в Российской Федерации. Одним из наиболее ярких проявлений такой неэффективности является постоянная не изменяющаяся низкая доля, не превышающая 7 % от общего количества предпринимателей малого и среднего бизнеса, производящих и предлагающих потребителям инновационные услуги и товары. Данный показатель в 4,5 раза ниже среднего количества предпринимателей малого и среднего бизнеса, производящих и предлагающих потребителям инновационные услуги и товары по странам Европы, где его значение составляет 25–30 %.

Отсутствие инновационной активности в секторе малого бизнеса России, особенно в старопромышленных регионах, вызывает повышенный интерес к данной проблеме ученых, органов государственной и муниципальной власти, общественных организаций и предпринимательского сообщества.

Необходимым условием формирования и активизации инновационного потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства, особенно в старопромышленных регионах, является создание и эффективное функционирование инфраструктурных, организационно-правовых и экономических институтов, обеспечивающих высокую результативность процессов коммерциализации результатов научной деятельности. Разработка и научное обоснование наиболее эффективных способов и методов организации управленческих процессов в сфере инновационной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства на различных уровнях хозяйствования определяют высокую актуальность разработки и обоснования построения стратегий повышения инновационной активности предприятий малого и среднего бизнеса.

Целями данного исследования являются анализ инновационного поведения субъектов малого и среднего предпринимательства старопромышленного региона, оценка уровня финансирования инновационной деятельности, выявление факторов, определяющих инновационную политику малого и среднего пред-

принимательства старопромышленного региона и предложение возможных мер по стимулированию инновационного развития субъектов малого и среднего предпринимательства со стороны государственных и муниципальных органов власти.

Обзор литературы

Ученые всего мира пытаются решить задачи научного обоснования факторов инновационной активности малых предприятий. Среди наиболее изучаемых факторов инновационного поведения субъектов малого предпринимательства называют структуру рынка, доступность финансовых ресурсов, характеристику окружающей среды, политику государства и др.

На малые и средние предприятия возложено стимулирование развития экономики на глобальном уровне с точки зрения вклада в экономический рост. Понимание определяющих факторов инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства имеет важное значение для развития мировой экономики [1].

Эмпирическое исследование Б. де ла Хоз-Росалес, Й. Камачо Баллеста, И. Тамаё Торрес посвящено доказательству того, что инновационное предпринимательство, измеряемое Глобальным мониторингом предпринимательства, имеет положительную связь с развитием человека, измеряемым посредством индекса социального прогресса, который помогает людям улучшить свою способность вести желаемую жизнь [2].

Целью исследования М. Алашамлах, Л. Б. Исмаил, Д. Аяеел, К. Й. Алашамлах является изучение взаимосвязи между инновациями и инвестициями в человеческий капитал и демонстрация того, как реализация этих двух концепций ведет к экономическому развитию. Полученные результаты исследований подтвердили поставленную гипотезу: именно инновации и инвестиции в человеческий капитал ведут к ускорению экономического развития особенно в секторе малого предпринимательства [3]. Однако в данном исследовании авторы не рассматривали направления и методы активизации инновационной деятельности предприятий малого и среднего бизнеса.

По мнению М. Дел Гиудице, А. Гарциа-Перез, В. Сцуютто и Б. Орландо, технологические инновации — это новая основа для компаний. На основе эмпирических данных исследователи приходят к выводу, что использование и изучение новых знаний повышает шансы

компаний на выживание на нынешнем динамичном рынке [4]. При этом авторы не систематизируют факторы, влияющие на инновационное поведение предприятий малого и среднего бизнеса.

В своем исследовании М. Стербова, В. Стояновски, Г. Шеисс и Й. Салка приходят к выводу, что инновационная активность и ее реализация на практике имеют решающее значение для успеха предприятий во всех секторах хозяйствования особенно в контексте стран с переходной экономикой [5].

Результаты эмпирического исследования, проведенного К. Хие, Ы. Сонг, Ш. Жанг, Й. Хао, З. Лиу и Ы. Чен, показывают, что предпринимательские таланты позитивно влияют на передачу и преобразование знаний в области технологического предпринимательства для стран с формирующейся рыночной экономикой [6].

Результаты исследований М. Матеюн показывают, что многие компании связывают возможности своего развития непосредственно с предпринимательством и развитием инновационной деятельности, что позволяет им получить ряд информационных преимуществ и поддерживает создание конкурентных преимуществ [7]. При этом М. Матеюн не рассматривал источники развития инновационной деятельности предприятий.

Субъекты малого и среднего предпринимательства являются важным элементом каждой экономики, однако они подвержены финансовой неустойчивости в большей степени, чем крупные предприятия, и именно инновационный потенциал часто позволяет реструктуризировать бизнес и придать ему устойчивость [8].

Многие исследователи анализируют ресурсный потенциал малого предпринимательства, необходимый для инновационного развития.

В развивающихся странах многочисленные малые и средние предприятия должны внедрять инновации из-за своих ограниченных ресурсов к такому выводу приходит Д. С. Шанг в результате своих исследований [9].

По мнению, С. Естрада, К. Цано и Й. Агуирре, малые и средние предприятия в современной экономике не имеют необходимых ресурсов для реализации проектов в сфере инноваций и технологического развития [10]. По мнению Р. Юсоф, Н. С. Имм, Х. Й. Анн и А. А. Рахман, малые предприниматели должны быть готовы к решению внешних проблем, которые в основном находятся вне их контроля. Фирмам малого бизнеса необходимо больше внимания

уделять процессным, маркетинговым и управленческим инновациям [11].

Важную роль в инновационной деятельности малых предпринимателей ученые отводят государственной инновационной политике и наличию сетевых коллабораций с ключевыми звеньями инновационной системы [12]. А. Мохаммед в качестве основных факторов выделяет наличие коммуникации и обмена знаниями между учебными заведениями, научно-исследовательскими учреждениями и инновационными инкубаторами, научно-технологическую стратегию государства, внедрение новых вариантов финансирования инновационных бизнес-идей для физических лиц и компаний [13]. При этом ученые не выдвигают предложений по разработке государственных стратегий по поддержке инновационной деятельности малых и средних предприятий.

Большое внимание в исследованиях инновационного поведения малых предприятий уделяется внутренним факторам фирм, определяющим инновационную активность, характеристикам инновационного процесса и типам инноваций, внедряемых сектором малого бизнеса. В своем исследовании А. Ортез де Гуинеа, Л. Раымонд подчеркивают важность инновационного развития малых и средних предприятий как основы повышения их конкурентоспособности и, в результате проведенных исследований, приходят к выводу, что малые и средние предприятия могут достичь высоких показателей инновационной деятельности за счет синхронизации стадий инновационных процессов [14].

По мнению Д. Маркович, Г. Яначкович, Н. Симеунович и Б. Лалич, основная задача управления инновационными стратегиями заключается в выявлении и оценке факторов, способствующих инновациям [15].

В своем исследовании Г. Саридакис, Б. Идрис и Й.М. Хансен изучили вклад инноваций в объем экспорта продукции малого бизнеса и выявили связь между степенью новизны инноваций (радикальные инновации в сравнении с постепенными инновациями) и экспортом продукции. Полученные данные подтверждают тезис о том, что инновационные малые предприятия экспортируют гораздо больше, чем неинновационные, причем чем радикальнее инновации, тем больше экспорт продукции [16].

Эмпирические выводы Д. Радициц и К. Дялилов свидетельствуют о том, что технологические инновации положительно влияют на интенсивность экспорта в малых и средних фир-

мах, в то время как нетехнологические инновации не влияют на интенсивность экспорта, независимо от размера фирм [17].

В исследовании А. Ехпосито и Й.А. Санчис-Ллопис сделаны выводы, свидетельствующие о наличии позитивного воздействия инноваций на финансовые и операционные аспекты деловой активности субъектов малого бизнеса вне зависимости от сферы деятельности и др. параметров бизнеса [18].

По мнению С. Дробязко, А. Барвиньска-Маславовица, Б. Слюсарчик, Л. Завидна, М. Данылович-Кропывницкая, инновационная стратегия предприятия подразумевает высокую степень прозрачности бизнеса, простоту и доступность описания системы, позволяет разработать первоначальное техническое задание и организовать систему управления ресурсами. Более того, с накоплением изменений в стратегии можно разработать новые требования по улучшению (адаптации) системы управления конкурентоспособностью предприятия [19].

По мнению ученых, инновационная стратегия наряду со стадией жизненного цикла фирмы и склонностью к риску определяет характеристики интернационализации малого предпринимательства [20]. Инновации имеют важное значение для экономики, основанной на знаниях, и требуют, чтобы организации малого предпринимательства выходили на внешние рынки. В исследовании J.A. Мартинес-Роман, Ж. Гамеро, М. D.L. Дельгадо-Гонсалес, J.A. Тамайо рассматривается взаимосвязь производства инновационной продукции и вывод малого бизнеса на внешние рынки. Анализ данных показывает, что инновационная продукция способствует коммерческому расширению компании и благоприятствует ее экспортной деятельности [21]. В то же время в данном исследовании не представлены предложения по стимулированию и активизации инновационной деятельности предприятий малого и среднего бизнеса.

В своем исследовании А. Али, Ди Джей Келли, Дж. Леви пришли к выводу, что именно условия окружающей среды влияют на существующие предпринимательские стратегии [22].

В статье Б. Дел Босцо, Р. Чиерици, А. Маззуцелли делается попытка решить проблемы взаимодействия субъектов малого бизнеса и академического сообщества. В своем исследовании они приходят к выводу о высокой эффективности инновационной бизнес-модели, позволяющей преобразовывать достижения

академической науки в новые бизнес-проекты. [23].

По мнению Р.А. Рахим, Н.Х. Ник Махмоод, М. Масром, выявление и внедрение практики лидерских и управленческих навыков среди персонала, с тем чтобы сделать организацию более инновационной и успешной, стало важной задачей как для специалистов-практиков, так и для ученых. Инновационное поведение, в первую очередь, должно поощряться среди работников, что автоматически повысит эффективность инноваций [24].

По мнению Ц. Линдер, межфирменное обучение на основе партнерских отношений с поставщиками часто рассматривается в качестве относительно дешевого способа развития знаний, необходимых для внедрения инноваций [25].

Проведенный теоретический анализ научных исследований позволил сделать следующие выводы:

1) все авторы приходят к выводу, что инновации являются основным драйвером развития предприятий малого и среднего бизнеса;

2) разные авторы выделяют различные факторы, влияющие на инновационное развитие предприятий малого и среднего бизнеса;

3) на сегодняшний день в научной экономической литературе отсутствует объединение и единовременное рассмотрение всех факторов, влияющих на инновационную деятельность;

4) в современной научной литературе не рассматриваются отдельно политика и особенности инновационного поведения предприятий малого и среднего бизнеса.

Таким образом, настоящее исследование, направленное на изучение инновационного поведения предприятий малого и среднего бизнеса, не имеет аналогов и научной литературы и обладает высокой актуальностью.

Анализ научной литературы и проведенных ранее собственных исследований позволил авторам выявить основные факторы, определяющие стратегии инновационного поведения предприятий малого и среднего предпринимательства.

Совокупность всех факторов, обуславливающих разработку стратегии инновационной активности субъектов малого и среднего предпринимательства, возможно разделить по признаку отношения к фирме на эндогенные (внутренние факторы фирмы) и экзогенные (внешние факторы по отношению к фирме).

Экзогенные факторы — это внешние факторы по отношению к фирме: уровень и на-

правления развития экономики в стране, динамика и состояние различных товарных рынков, уровень конкуренции, уровень инновационности рынка, уровень эффективности процессов коммерциализации научных знаний, уровень организационно-правового обеспечения процессов создания и трансфера результатов интеллектуальной деятельности.

К эндогенным, то есть внутренним по отношению к фирме, факторам относятся принципы построения стратегии поведения фирмы на конкурентных рынках, интеллектуальный капитал фирмы, позволяющий получать инновационные преимущества на рынках, характеристики и отличительные показатели процессов организации производства, стадия жизненного цикла фирмы.

Различные воздействия экзогенных факторов обуславливают приспособление субъектов малого и среднего бизнеса к условиям внешней среды, а эндогенные факторы обуславливают принципы организации использования внутренних ресурсов фирмы, в результате совокупного воздействия на предпринимателя эндогенных и экзогенных факторов вырабатываются принципы построения стратегии инновационной активности фирмы.

Стратегическое планирование инновационной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства базируется на методах, применяемых предпринимателями для решения таких проблем, как стимулирование инновационной активности, нахождение источников финансирования инновационной активности, определение величины затрат на научную деятельность в суммарных затратах фирмы, определение доли инновационной продукции в общем производственном плане предприятия, организационно-правовые механизмы коммерциализации научной деятельности.

Методология

С целью анализа инновационного поведения субъектов малого предпринимательства было проведено социологическое исследование. Основой исследования стали данные о параметрах инновационной активности субъектов малого предпринимательства, полученные в ходе проведенного с помощью опросного листа, состоящего из 14 вопросов интервьюирования руководителей предприятий малого и среднего бизнеса, находящихся на территориях одного из старопромышленных регионов РФ — Свердловской области, в мае — сентябре 2019 г., посвященного инновационной активности фирм.

Мотивы инновационной деятельности субъектов малого бизнеса

Table 1

Reasons for innovation activities of small enterprises

Побудительный мотив инновационной деятельности	Значение мотива (% выбравших вариант вариантов ответа)		
	не оказывает влияния	не оказывает влияние	оказывает очень сильное влияние
Начало производства новых видов продукции	31,4	34,3	34,3
Замещение неконкурентной продукции	13,7	64,9	21,4
Увеличение доли на рынке / вывод продукции на новые рынки	26,3	39,5	34,2
Повышение качества выпускаемой продукции	10,2	42,4	47,4
Технологическая модернизация процессов производства	35,5	53,1	11,4
Повышение объемов производства	23,8	41,9	34,3
Снижение доли человеческого труда в структуре себестоимости выпускаемой продукции	14,8	46,1	39,1
Снижение уровня материалоемкости и энергоемкости производимой продукции	16,7	55,4	28,9
Снижения количества загрязняющих выбросов	44,2	38,9	16,9
Модернизация рабочих мест	19,7	57,9	22,4

В ходе исследования была проанализирована деятельность 157 предприятий из различных областей экономики, условно объединенных в три сектора: производственный сектор, сектор оказания услуг, сектор торговли.

Представленная выборка в целом соответствует структуре сектора малого предпринимательства в РФ. Нужно сказать, что в силу небольшого процента инновационных малых предприятий в общем объеме малых предприятий РФ одним из основных критериев отбора фирм для исследования было наличие инновационной деятельности как таковой.

Результаты исследования

Результаты исследования представлены в следующей последовательности: раскрыты ответы респондентов о причинах (мотивах) внедрения инноваций, проанализированы источники информации для инновационной деятельности и разработчики инноваций, представлена структура затрат на инновационную деятельность, охарактеризованы внедряемые инновации по типам и количеству, проанализирован объем инновационной продукции, названы основные факторы сдерживающие инновации.

Необходимо отметить, что эндогенные и экзогенные факторы, влияющие на деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, определяют мотивацию их инновационной активности.

В большинстве случаев эндогенными факторами, стимулирующими инновационную ак-

тивность предприятий малого и среднего бизнеса, являются потребность в технологическом перевооружении производственных процессов, необходимость снижения себестоимости продукции, увеличение количества производственных мощностей и др. Нужно отметить, что по результатам исследования внутренние причины инновационной деятельности для российских малых предприятий имеют более существенное значение, нежели внешние факторы (табл. 1). Среди значимых внутренних факторов респонденты отметили увеличение мощности производства, снижение себестоимости, улучшение условий труда и повышение гибкости производства.

В качестве основных внешних факторов инновационной активности выступают характеристика конкурентного рынка и необходимость занимать на этом рынке устойчивые позиции. Для российских представителей малого бизнеса инновационные мотивы, связанные с конкурентной борьбой, занимают вторичные позиции по сравнению с внутренними инновационными стимулами. Вероятно, это связано с недостаточной развитостью сектора малого бизнеса в РФ и слабой насыщенностью многих рынков товаров и услуг как следствием недостаточной конкуренции.

Особая роль в процессах организации и реализации инновационной активности предприятий малого и среднего бизнеса отводится информационным ресурсам, которые являются основой разработки, создания и коммерциализации продуктовых инноваций. Ответы

Таблица 2

Влияние источников получения информационных ресурсов на реализацию инновационных проектов

Table 2

Sources of information resources for the implementation of innovative projects

Источник	Степень влияния (% респондентов, выбравших вариант ответа)		
	не оказывает влияния	оказывает влияние	оказывает очень сильное влияние
Внутренние источники информации	39,01	47,89	13,10
Организации-поставщики	29,68	53,45	16,87
Организации-потребители	14,12	39,47	46,41
Предприятия и организации, работающие в отрасли	25,77	35,11	39,12
Консалтинговые организации	65,23	31,65	3,12
Организации высшего образования	88,97	8,59	2,44
Научные учреждения РАН	85,87	9,01	5,12
Участие в конференциях, выставочных мероприятиях	39,15	45,07	15,78
Периодические издания	52,91	33,98	13,11
Членство в ассоциациях	61,47	26,98	11,55

респондентов на вопрос о значимости тех или иных способов и методов получения требуемых информационных ресурсов для всех стадий реализации инновационных проектов нашли свое отражение в таблице 2.

Среди наиболее важных источников информации исследуемые предприятия называли, в первую очередь, потребителей и конкурентов. К сожалению, ни университеты, ни исследовательские институты не представляют интерес для малого бизнеса в качестве источника знания. Возможно, причина в недостаточном развитии институтов взаимодействия перечисленных организаций с представителями малого бизнеса. Также, как ни странно, низкий интерес отмечен респондентами к научным и отраслевым изданиям и профессиональным ассоциациям в качестве источников инновационной активности.

Низкую степень взаимодействия с академическим сектором подтверждают и ответы на следующий вопрос. В таблице 3 представлены распределения ответов на вопрос, о том,

как часто компания обращалась за консультацией и советом к различным источникам информации за последний год.

Как можно видеть в таблице 3, наименее востребованные источники информации — это, по-прежнему, экспертное сообщество и академические институты, наиболее востребованные — это поставщики, потребители и друзья.

Как известно источниками инновационных разработок могут быть как самостоятельные исследования, так и приобретенные, и скопированные знания.

Малые предприятия, как показывают результаты исследования, внедряют все типы инноваций. Чаще всего инновационные решения малые предприятия разрабатывают самостоятельно. В сотрудничестве с другими организациями разрабатываются новые продукты и услуги, а также процессные инновации. Уже существующие на рынке новые услуги и организационные инновации малые предприятия адаптируют с учетом своего опыта и возможностей. И, наконец, малые предприятия копи-

Таблица 3

Среднее количество обращений за консультацией и советом (за 1 год)

Table 3

Average number of requests for consultation and advice (in a year)

Источник информации	Частота обращения (раз)				
	ни разу	1–4	5–8	9–12	Более
Поставщики	21,1	40,4	21,1	7,7	9,6
Потребители	10,2	42,9	8,2	12,2	26,51
Друзья	20,4	34,7	20,4	8,2	16,3
Консультанты	18,75	27,1	31,25	8,3	14,6
Эксперты	52,1	16,7	10,4	12,5	8,3
Институты	70,8	20,8	8,3	0	0
Другое					

руют существующие товары и услуги и процессные инновации.

Предприятия малого и среднего бизнеса разрабатывают большую часть всех инноваций своими силами. 43,8 % организационных и 41,8 % процессных инноваций, а также 38,3 и 37,9 % новых услуг и продуктов соответственно разработано непосредственно на самом предприятии. Совместно с партнерами предприятия малого и среднего бизнеса разрабатывают 19,5 % организационных и 19,4 % процессных инноваций, а также 23,3 и 23,4 % новых услуг и продуктов.

10,8 % организационных и 22,9 % процессных инноваций, 8,3 % и 8,4 % новых продуктов и услуг получают непосредственно на предприятии в результате адаптации инноваций, разработанных другими предприятиями. 25,9 % организационных и 15,9 % процессных инноваций, 30,0 % и 30,3 % новых продуктов и услуг предприятия малого и среднего бизнеса приобретают у других предприятий.

Совокупные затраты малых и средних предприятий на инновационную деятельность можно распределить на 3 группы. В первую группу с максимальной долей затрат (более 30 %) входит такой вид инноваций, как приобретение высокотехнологичного оборудования. Вторую группу со средним уровнем затрат 10–12 % от совокупных затрат на инновации) входят внутренние НИР, приобретение знаний (включая патенты и лицензии, привлечение экспертов), затраты ресурсов на поиск информации о потенциальных партнерах и юридических положений для целей запуска инновационного проекта (поиск инвесторов, поиск подходящих форм контрактов), затраты ресурсов на ведение переговоров при заключении контрактов о сотрудничестве (затраты на юристов, на штатных сотрудников, на консультационные услуги), «затраты на управление персоналом (мониторинг рынка, HR-консалтинг, замена ключевых игроков проекта). Третью группу представляют виды инновации с низкой долей в совокупных затратах на инновации (не более 5 %), это заказные НИР, затраты на аудит (*due diligence*) ваших инновационных проектов (технологический *due diligence*, бизнес — *due diligence*, юридический и налоговый *due diligence*), затраты на операции с интеллектуальной собственностью (регистрация патентов, торговые марки, судебные издержки по защите интеллектуальной собственности).

По мнению автора, распределение затрат на инновационную деятельность исследован-

ных малых предприятий можно охарактеризовать как недостаточно эффективное. Только 12 % от общих затрат на исследования и разработки — это затраты на собственные исследования, только 5 % — это затраты на заказные исследования (таким образом, совокупные затраты на научно-исследовательскую работу составляют 17 %). Необходимо отметить, что значимую долю затрат совокупных расходов на инновационную деятельность представляют собой трансакционные издержки на поиск информации и на переговоры (22 %). Слишком высокие затраты на управление персоналом в процессе инновационной деятельности — они приравниваются к затратам на сами исследования и составляют 11 % от общих затрат на инновации.

По результатам исследования в среднем на 1 компанию внедрено 6,5 инноваций новых для компании и 1,1 инноваций новых для рынка (табл. 4).

Наибольший процент инновационных решений приходится на новые товары и услуги. Большая часть внедренных инноваций — это заимствования (копирование или адаптация уже существующих на рынке инноваций: на 6 новых для компании инноваций приходится только 1 новая инновация для рынка). С одной стороны, это доказывает, что малый бизнес РФ при таких результатах сложно назвать инновационным, с другой стороны, малые предприятия в данном случае выполняют функции диффузии инноваций.

Абсолютное большинство исследованных фирм достаточно осторожно внедряет инновационные проекты. В таблице 5 представлены ответы на вопрос о том, какую долю занимают наукоемкие / инновационные товары и услуги в совокупном товарообороте предприятия.

Как видно из результатов исследования, инновационные товары и услуги составляют менее четверти оборота почти у 70 % представителей малого бизнеса

Одним из вопросов исследования был вопрос о том, какие факторы, по мнению респондентов, сдерживают инновационный процесс в их фирме.

По результатам исследования респонденты выделили следующие самые существенные факторы сдерживающие инновации на малых предприятиях:

- недостаточный объем собственных финансовых средств субъекта малого и среднего предпринимательства — 73,89 %;
- низкий объем, предоставляемым заемных средств — 69,59 %;

Таблица 4

Среднее количество инноваций, внедренных в исследованных предприятиях

Table 4

Average number of innovations implemented in the surveyed enterprises

Вариант инноваций	Новые для компании		Новые для рынка	
	в шт.	в %	в шт.	в %
Впервые созданные или высокомодифицированные товары	1,91	29,4	0,50	44,6
Впервые созданные или высокомодифицированные услуги	0,97	14,9	0,11	9,8
Впервые созданные или высокомодифицированные способы производства	0,36	5,5	0,04	3,6
Впервые созданные или высокомодифицированные методы логистики, доставки, распределения товаров / услуг	0,55	8,5	0,05	4,5
Впервые созданные или высокомодифицированные методы вспомогательной деятельности	0,85	13,1	0,13	11,6
Новые бизнес-практики управления	0,57	8,8	0,09	8,0
Новые методы организации работы и принятия решений	0,71	10,9	0,13	11,6
Новые методы работы со сторонними организациями	0,57	8,8	0,07	6,3
Всего	1,91	29,4	0,50	44,6

Таблица 5

Доля наукоемких / инновационных товаров и услуг в совокупном товарообороте компаний

Table 5

Share of knowledge-intensive/innovative goods and services in the total turnover of enterprises

Вид инновационных товаров / услуг	До 25 %	25–49 %	50–74 %	75–100 %
Новые товары/услуги новые для предприятия	67,58	23,18	0	9,24
Новые товары/услуги для рынка	68,75	18,75	3,13	9,38
Товары/услуги не подверженные никаким изменениям	36,59	36,59	14,63	12,2

— слишком высокая стоимость мероприятий по внедрению инноваций — 71,09 %;

— высокие риски, возникающие в процессах внедрения инноваций — 67,29 %;

— недостаточный управленческий опыт в сфере малого и среднего предпринимательства — 65 %.

Выводы

В результате проведенных исследований с целью анализа инновационного поведения фирм малого и среднего бизнеса автором осуществлен комплексный анализ факторов, влияющих на инновационную деятельность, и получен ряд выводов.

По результатам исследования были выделены характерные черты политики инновационного поведения фирм малого и среднего бизнеса старопромышленного региона.

Мотивы инновационной деятельности в основном носят внутренний характер. Конечной целью инновационной деятельности является увеличение прибыли, а не рост доли рынка. У большинства малых предприятий нет стратегического представления о перспективах инновационной деятельности, что может быть одной из причин недолговечности малых

фирм. В среднем малые предприятия отдают приоритет текущей деятельности в ущерб решению стратегических задач.

Поиск информации для инновационной деятельности на рынке носит эпизодический характер. Малые предприятия не используют возможности взаимодействия с такими генераторами инноваций, как университеты, НИИ, профессиональные сетевые сообщества и открытые площадки, что сужает возможности инновационной деятельности.

Затраты на инновационную деятельность у малых предприятий не оптимизированы, носят эпизодический характер и в большинстве случаев неэффективны. Такое положение вещей объясняется, в первую очередь, отсутствием общего видения стратегических целей и задач и место инноваций в их достижении.

Нет системы управления инновационной деятельностью, видения инновационной составляющей в общей стратегии развития компании. Как следствие, финансирование инноваций происходит по остаточному принципу и носит скорее вынужденный характер.

С целью решения проблемы низкой инновационности малого и среднего бизнеса старопромышленного региона автор предлагает

следующие меры стимулирования инновационной активности предприятий малого и среднего бизнеса органами государственного и муниципального управления.

1. Разработка программ мотивации к повышению инновационной активности субъектов малого и среднего предпринимательства посредством информационной поддержки, организации конкурсов и выставок, вознаграждения за выдающиеся достижения и др. мероприятия в области инновационной активности.

2. Создание программ стимулирования взаимодействия субъектов малого и среднего предпринимательства с лидерами в области производства инновационной продукции, а также с ведущими научными учреждениями посредством механизмов налогообложения.

3. Стимулирование создания баз данных с предложениями инновационных решений для бизнеса, поддержка сетевых сообществ инновационного бизнеса. Финансирование и создание институтов по оказанию помощи малым предприятиям в подготовке документов на лицензирование и патентование.

4. Расширение возможностей финансирования и страхования инновационной деятельности для малых предприятий.

В то же время самим малым предприятиям целесообразно откорректировать свое инновационное поведение, а именно внести следующие изменения:

1. Формирование долгосрочных планов по увеличению доли рынка за счет инновационных товаров и услуг, новых способов производства, маркетинга и управления.

2. Налаживание постоянных сетевых взаимодействий с отраслевыми кафедрами университетов, лабораториями НИИ и другими институтами экспертного сообщества.

3. Оптимизация затрат на инновационную деятельность. Целесообразно сократить затраты на управление персоналом инновационных проектов и трансакционные издержки путем налаживания долгосрочных связей и сетевого сотрудничества с генераторами инноваций. Также необходимо увеличить долю затрат на НИР в общем объеме инновационных затрат. Больше внимания уделять законодательному закреплению авторских прав и патентованию идей.

4. Формирование стратегических планов развития бизнеса с включением в них разделов об инновационной деятельности. Чаше привлекать в качестве источников информации экспертное сообщество, ученых, специалистов и стимулировать инновационную активность среди персонала.

Представленный в статье анализ инновационного поведения, сделанные выводы и предложения применимы только для предприятий малого и среднего бизнеса обрабатывающей промышленности.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается в выделении и комплексном анализе факторов инновационного поведения предприятий малого и среднего бизнеса.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в авторских предложениях, которые могут использоваться руководителями малых и средних предприятий при разработке планов по повышению активности, возглавляемых ими предприятий и органами государственной и муниципальной власти при разработке программ по стимулированию инновационного поведения предприятий малого и среднего бизнеса

Список источников

1. Determinants of innovations in small and medium enterprises: A European and international experience / Toomsalu L., Tolmacheva S., Vlasov A., Chernova V. // *Terra Economicus*. 2019. Vol. 17(2). 112–123. DOI: 10.23683/2073–6606–2019–17–2–112–123.
2. *de la Hoz-Rosales B., Camacho Ballesta J., Tamayo Torres I.* Effects of innovative entrepreneurship and the information society on social progress: An international analysis // *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. (2019). Vol. 7(2). 782–813.
3. The bilateral relationship between human capital investment and innovation in Jordan / Alawamleh M., Ismail L.B., Aqeel D., Alawamleh K. J. // *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2019. Vol. 8(1). URL: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-019-0101-3> (дата обращения: 08.11.2020). doi: 10.1186/s13731-019-0101-3.
4. Are social enterprises technological innovative? A quantitative analysis on social entrepreneurs in emerging countries / Del Giudice M., Garcia-Perez A., Scuotto V., Orlando B. // *Technological Forecasting and Social Change*. 2019. Vol. 148. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162519303555> (дата обращения: 08.11.2020). doi: 10.1016/j.techfore.2019.07.010.
5. Innovating in a traditional sector: Innovation in forest harvesting in Slovakia and Macedonia / Štěrbová M., Stojanovski V., Weiss G., Šálka J. // *Forest Policy and Economics*. 2019. Vol. 106. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1389934118300273> (дата обращения: 08.11.2020). doi: 10.1016/j.forpol.2019.101960.

6. Technological entrepreneurship in science parks: A case study of Wuhan Donghu High-Tech Zone / Xie K., Song Y., Zhang W., Hao J., Liu Z., Chen Y. // *Technological Forecasting and Social Change*. 2018. Vol. 135. P. 156–168. doi: 10.1016/j.techfore.2018.01.021.
7. Matejun M. The process of opportunities exploration and exploitation in the development of SMEs' innovativeness // *Management and Production Engineering Review*. 2018. Vol. 9(3). P. 3–15. doi: 10.24425/119529.
8. Mayr S., Lixl D. Restructuring in SMEs — A multiple case study analysis // *Journal of Small Business Strategy*. 2019. Vol.29(1). P. 78–91.
9. Wang D.S. Association between technological innovation and firm performance in small and medium-sized enterprises: The moderating effect of environmental factors // *International Journal of Innovation Science*. 2019. 11(2). 227–240. doi:10.1108/IJIS-04–2018–0049.
10. Estrada S., Cano K., Aguirre J. How is technology managed in SMEs? Differences and similarities between micro, small and medium enterprises. // *Contaduría y Administración*. 2019. Vol. 4(1). URL: <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/1812/1391> (дата обращения: 08.11.2020), doi: 10.22201/fca.24488410e.2019.1812.
11. The influence of SMEs employees' intention towards innovative behavior / Yusof R., Imm N. S., Ann H. J., Rahman A. A. // *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*. 2018. Vol. 26 (3). P. 1905–1923.
12. Tax incentives for Research and Development in SMEs — Model of Success or Wrong Path for Germany? / Belitz H., Dreher C., Kovač M., Schwäbe C., Som O. // *Wirtschaftsdienst*. 2017. Vol. 97(5). P. 344–353. doi: 10.1007/s10273–017–2142–1.
13. Mohammed A. Barriers and enablers of innovation in United Arab Emirates (UAE) small and medium enterprises (SMEs) sector // *International Journal of Entrepreneurship*. 2019. Vol. 23(3). URL: <https://www.abacademies.org/articles/barriers-and-enablers-of-innovation-in-united-arab-emirates-uae-small-and-medium-enterprises-smes-sector-8584.html> (дата обращения: 08.11.2020).
14. Ortiz de Guinea A., Raymond L. Enabling innovation in the face of uncertainty through IT ambidexterity: A fuzzy set qualitative comparative analysis of industrial service SMEs // *International Journal of Information Management*. 2020. Vol. 50. P. 244–260. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.007.
15. Identifying and ranking novel indicators of MSMEs innovation potential / Marković D., Janačković G., Simeunović N., Lalić B. I // *Technology Analysis and Strategic Management*. 2020. Vol. 32(5). P. 529–541.
16. Saridakis G., Idris B., Hansen J. M. SMEs' internationalisation: When does innovation matter? // *Journal of Business Research*. 2019. Vol. 96. P. 250–263. doi: 10.1016/j.jbusres.2018.11.001.
17. Radicic D., Djajilov K. The impact of technological and non-technological innovations on export intensity in SMEs // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2019. Vol. 26(4). P. 612–638. doi: 10.1108/JSBED-08–2018–0259.
18. Expósito A., Sanchis-Llopis J. A. The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment // *Eurasian Business Review*. 2019. Vol. 9(2). P. 115–135. doi: 10.1007/s40821–018–00116–3.
19. Innovative entrepreneurship models in the management system of enterprise competitiveness / Drobyazko S., Barwińska-Małałowicz A., Ślusarczyk B., Zavidna L., Danylovyh-Kropyvnytska M. // *Journal of Entrepreneurship Education*. 2019. Vol. 22(4). URL: <https://www.abacademies.org/articles/Innovative-entrepreneurship-models-in-the-management-system-1528–2651–22–4–408.pdf> (дата обращения: 08.11.2020).
20. A multidimensional perspective of SME internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics / Hsieh L., Child, J., Narooz R., Elbanna S., Karmowska J., Marinova S., Puthusserry P., Tsai T., Zhang Y. // *International Business Review*. 2019. Vol. 28(2). P. 268–283. doi: 10.1016/j.ibusrev.2018.09.004.
21. Innovativeness and internationalization in SMEs: An empirical analysis in European countries / Martínez-Román J. A., Gamero J., Delgado-González M. D. L., Tamayo J. A. // *Technological Forecasting and Social Change*. 2019. Vol. 148. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162518312095> (дата обращения: 08.11.2020). doi: 10.1016/j.techfore.2019.119716.
22. Ali A., Kelley D. J., Levie J. Market-driven entrepreneurship and institutions // *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 113. P. 117–128.
23. Del Bosco B., Chierici R., Mazzucchelli A. Fostering entrepreneurship: an innovate business model to link innovation and new venture creation // *Review of Managerial Science*. 2019. Vol. 13(3). P. 561–574. doi: 10.1007/s11846–018–0318–8.
24. Rahim R. A., Nik Mahmood N. H., Masrom M. Enhancing Malaysian's SMEs performance: Leadership and innovation // *Advanced Science Letters*. 2016. Vol. 22(5–6). P. 1530–1534.
25. Linder C. Learning from suppliers: a framework for operation innovation in small and medium sized enterprises // *Production Planning and Control*. 2019 Vol. 30(10–12). P. 827–841. doi: 10.1080/09537287.2019.1582092.

References

1. Toomsalu, L., Tolmacheva, S., Vlasov, A. & Chernova, V. (2019). Determinants of innovations in small and medium enterprises: A European and international experience. *Terra Economicus*, 17(2), 112–123. DOI: 10.23683/2073–6606–2019–17–2–112–123.
2. de la Hoz-Rosales, B., Camacho Ballesta, J. & Tamayo Torres, I. (2019). Effects of innovative entrepreneurship and the information society on social progress: An international analysis. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 782–813.

3. Alawamleh, M., Ismail, L. B., Aqeel, D. & Alawamleh, K. J. (2019). The bilateral relationship between human capital investment and innovation in Jordan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1). Retrieved from: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-019-0101-3> (Date of access: 08.11.2020), DOI: 10.1186/s13731-019-0101-3.
4. Del Giudice, M., Garcia-Perez, A., Scuotto, V. & Orlando, B. (2019). Are social enterprises technological innovative? A quantitative analysis on social entrepreneurs in emerging countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 148. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162519303555> (Date of access: 08.11.2020), DOI: 10.1016/j.techfore.2019.07.010.
5. Štěrbová, M., Stojanovski, V., Weiss, G. & Šálka, J. (2019). Innovating in a traditional sector: Innovation in forest harvesting in Slovakia and Macedonia. *Forest Policy and Economics*, 106. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1389934118300273> (Date of access: 08.11.2020), DOI: 10.1016/j.forpol.2019.101960.
6. Xie, K., Song, Y., Zhang, W., Hao, J., Liu, Z. & Chen, Y. (2018). Technological entrepreneurship in science parks: A case study of Wuhan Donghu High-Tech Zone. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 156–168. DOI: 10.1016/j.techfore.2018.01.021.
7. Matejun, M. (2018). The process of opportunities exploration and exploitation in the development of SMES' innovativeness. *Management and Production Engineering Review*, 9(3), 3–15. DOI: 10.24425/119529.
8. Mayr, S. & Lixl, D. (2019). Restructuring in SMEs — A multiple case study analysis. *Journal of Small Business Strategy*, 29(1), 78–91.
9. Wang, D. S. (2019). Association between technological innovation and firm performance in small and medium-sized enterprises: The moderating effect of environmental factors. *International Journal of Innovation Science*, 11(2), 227–240. DOI: 10.1108/IJIS-04-2018-0049.
10. Estrada, S., Cano, K. & Aguirre, J. (2019). How is technology managed in SMEs? Differences and similarities between micro, small and medium enterprises. *Contaduría y Administración*, 64(1). Retrieved from: <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/1812/1391> (Date of access: 08.11.2020), DOI: 10.22201/fca.24488410e.2019.1812.
11. Yusof, R., Imm, N. S., Ann, H. J. & Rahman, A. A. (2018). The influence of SMEs employees' intention towards innovative behavior. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(3), 1905–1923.
12. Belitz, H., Dreher, C., Kovač, M., Schwäbe, C. & Som, O. (2017). Tax incentives for Research and Development in SMEs — Model of Success or Wrong Path for Germany? *Wirtschaftsdienst*, 97(5), 344–353. DOI: 10.1007/s10273-017-2142-1.
13. Mohammed, A. (2019). Barriers and enablers of innovation in United Arab Emirates (UAE) small and medium enterprises (SMEs) sector. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(3). Retrieved from: <https://www.abacademies.org/articles/barriers-and-enablers-of-innovation-in-united-arab-emirates-uae-small-and-medium-enterprises-smes-sector-8584.html> (Date of access: 08.11.2020).
14. Ortiz de Guinea, A. & Raymond, L. (2020). Enabling innovation in the face of uncertainty through IT ambidexterity: A fuzzy set qualitative comparative analysis of industrial service SMEs. *International Journal of Information Management*, 50, 244–260. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.007.
15. Marković, D., Janačković, G., Simeunović, N. & Lalić, B. (2020). Identifying and ranking novel indicators of MSMEs innovation potential. *Technology Analysis and Strategic Management*, 32(5), 529–541.
16. Saridakis, G., Idris, B. & Hansen, J. M. (2019). SMEs' internationalisation: When does innovation matter? *Journal of Business Research*, 96, 250–263. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.11.001.
17. Radicic, D. & Djililov, K. (2019). The impact of technological and non-technological innovations on export intensity in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 612–638. DOI: 10.1108/JSBED-08-2018-0259.
18. Expósito, A. & Sanchis-Llopis, J. A. (2019). The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment. *Eurasian Business Review*, 9(2), 115–135. DOI: 10.1007/s40821-018-00116-3.
19. Drobyazko, S., Barwińska-Małajowicz, A., Ślusarczyk, B., Zavidna, L. & Danylovyh-Kropyvnytska, M. (2019). Innovative entrepreneurship models in the management system of enterprise competitiveness. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(4). Retrieved from: <https://www.abacademies.org/articles/Innovative-entrepreneurship-models-in-the-management-system-1528-2651-22-4-408.pdf> (Date of access: 08.11.2020).
20. Hsieh, L., Child, J., Narooz, R., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., ... Zhang Y. (2019). A multidimensional perspective of SME internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics. *International Business Review*, 28(2), 268–283. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2018.09.004.
21. Martínez-Román, J. A., Gamero, J., Delgado-González, M. D. L. & Tamayo, J. A. (2019). Innovativeness and internationalization in SMEs: An empirical analysis in European countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 148. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162518312095> (Date of access: 08.11.2020). DOI: 10.1016/j.techfore.2019.119716.
22. Ali, A., Kelley, D. J. & Levie, J. (2020). Market-driven entrepreneurship and institutions. *Journal of Business Research*, 113, 117–128.
23. Del Bosco, B., Chierici, R. & Mazzucchelli, A. (2019). Fostering entrepreneurship: an innovate business model to link innovation and new venture creation. *Review of Managerial Science*, 13(3), 561–574. DOI: 10.1007/s11846-018-0318-8.
24. Rahim, R. A., Nik Mahmood, N. H. & Masrom, M. (2016). Enhancing Malaysian's SMEs performance: Leadership and innovation. *Advanced Science Letters*, 22(5–6), 1530–1534.

25. Linder, C. (2019). Learning from suppliers: a framework for operation innovation in small and medium sized enterprises. *Production Planning and Control*, 30(10–12), 827–841. DOI: 10.1080/09537287.2019.1582092.

Информация об авторе

Власов Максим Владиславович — кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник, Институт экономики УрО РАН; доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; Scopus Author ID: 55232966000; <http://orcid.org/0000-0002-3763-327X> (Российская Федерация, 620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29; 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: mvlassov@mail.ru).

About the Author

Maxim V. Vlasov — Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Senior Research Associate, Institute of Economics of the Ural Branch of RAS; Associate Professor, Ural Federal University; Scopus Author ID: 55232966000; <http://orcid.org/0000-0002-3763-327X> (29, Moskovskaya St., Ekaterinburg, 620014; 19, Mira St., Ekaterinburg, 620002, Russian Federation; e-mail: mvlassov@mail.ru).

Дата поступления рукописи: 04.04.2020.

Прошла рецензирование: 29.05.2020.

Принято решение о публикации: 15.09.2020.

Received: 04 Apr 2020.

Reviewed: 29 May 2020.

Accepted: 15 Sep 2020.