

УДК 658.114: 001.895

О.В. Борисова

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Рассмотрены основные проблемы и направления развития инновационной деятельности предприятий малого бизнеса на примере общественного питания. Представлены результаты исследования инновационной активности предприятий в России и Украине, обоснованы показатели пилотного экспертного исследования инновационной деятельности предприятий малого бизнеса.

Ключевые слова: *инновация, инновационная деятельность, малый бизнес, предприятия общественного питания, пилотное исследование.*

С обострением конкурентных отношений возникает необходимость в совершенствовании управления инновационной деятельностью предприятий малого бизнеса, в частности предприятий общественного питания.

Актуальность изучения данных вопросов определила основные задачи работы:

- определение основных проблем инновационной деятельности;
- анализ инновационной активности предприятий, в том числе предприятий общественного питания в России и Украине;
- обоснование результатов пилотного исследования инновационной деятельности предприятий малого бизнеса на примере общественного питания и сравнение с результатами других сфер деятельности;
- адаптация международной методики исследования инновационной деятельности для предприятий малого бизнеса.

Общественное питание является субъектом потребительского рынка. За период 2002–2013 годов, и все его сектора имеют положительную динамику развития. Но существуют проблемы развития предприятий, которые негативно влияют не только на их хозяйственную деятельность, но и на инновационную деятельность:

1. Неудовлетворительный инвестиционный климат и низкий уровень инвестиций в отрасли. С одной стороны, наблюдается прирост инвестиций, по официальным данным, например, в 2005 году на 49 % по сравнению с преды-

© Борисова О.В., 2015

Борисова Ольга Васильевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления промышленным производством ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: borysova2014@mail.ru.

лучшим годом, в 2006 году – на 15,3 %, в 2010-м – на 18,2 %, в 2012 году – на 28,4 %, а в 2013 году – снижение показателя на 12,2 %. С другой стороны, удельный вес этих инвестиций в Украине по сравнению с другими отраслями (в среднем 0,7 % от общего объема инвестиций по всем отраслям). В России наблюдается подобная ситуация с небольшим преобладающим ростом. Так, в 2010 году отмечен рост на 19 % инвестиций, направленных на реконструкцию и модернизацию. Однако в 2012-м наблюдается их уменьшение на 53,7 % по сравнению с предыдущим годом, а в 2013 году – на 22,1 % (удельный вес этих инвестиций в России по сравнению с другими отраслями в данный период составил 0,5–0,7 % от общего объема инвестиций по всем отраслям).

2. Низкая активность главных сопроводительных отраслей, в частности финансового сектора и информационно-коммуникационных технологий.

3. Низкий уровень инновационной культуры.

4. Отсутствие полной необходимой информации по инновационной деятельности на малых предприятиях и возможности провести детальные исследования.

5. Слабая рыночная инфраструктура и связь науки и практики (только 0,7 % докторов и кандидатов наук сотрудничали с предприятиями сферы услуг за этот период, в то время как в странах ЕС большинство ученых проводят исследования и сотрудничают с предприятиями) [1, 2].

6. Несовершенство налоговых инструкций, высокий процент коммерческого кредита и т.п.

Кроме названных выше проблем, которые сдерживают развитие инновационной деятельности, существуют последствия негативного влияния экономических факторов для предприятий:

- рост товарооборота предприятий общественного питания, но при этом наблюдается отставание темпов этого роста от данного показателя, например, предприятий торговли, которые также являются субъектами потребительского рынка;

- постепенное сокращение количества предприятий юридических лиц и рост количества предприятий физических лиц предпринимателей (за период 2002–2013 годов количество предприятий юридических лиц сократилась до 20,6 тыс. ед. в Украине, а в России, наоборот, увеличилось с 19,7 до 61,1 тыс. предприятий, учитывая более комфортные условия и масштабы деятельности для иностранных ресторанных сетей) (рисунок);

- сокращение количества мест на 10 тыс. чел. на предприятиях Украины. В 2013 году по сравнению с 2002 годом этот показатель уменьшился на 3,0 % и составил на конец периода в среднем 670 мест с учетом деятельности физических лиц [2, 4, 5, 6]. В России количество мест на 10 тыс. чел. в 2013 году в среднем составило 682 места: например, в Приволжском округе 774 места, в отдельных районах 425 мест (Северо-Кавказский округ).

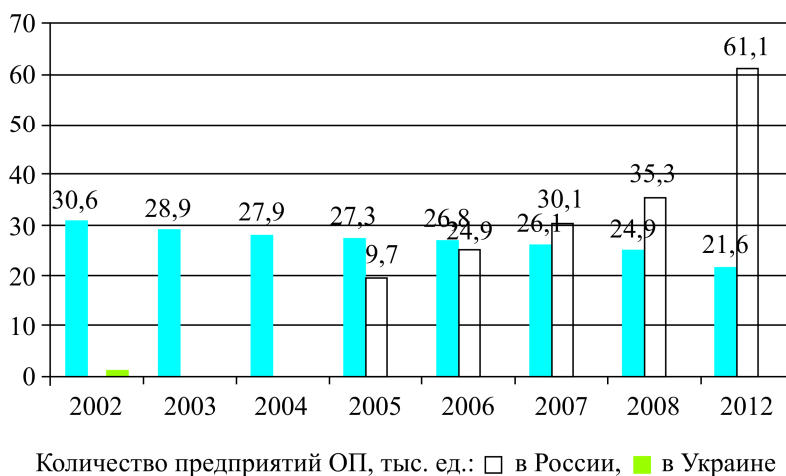


Рис. Динамика развития предприятий общественного питания (ОП) в России и Украине в 2002–2013 годах

Несмотря на основные проблемы развития инновационной деятельности, существует необходимость проведения постоянных исследований инновационной деятельности и разработки рекомендаций для управления инновациями, которые способствуют реализации стратегических решений предприятий малого бизнеса.

Исследования предприятий малого бизнеса в России и Украине показывают, что удельный вес таких предприятий в общем количестве предприятий общественного питания с учетом микропредприятий составляет в среднем за период 74 % (Россия) и 78,5 % (Украина) [6, 7].

Если рассматривать в целом деятельность предприятий отрасли, то наблюдается позитивная динамика увеличения их по количеству и удержание среднего уровня удельного веса по данному показателю среди других отраслей. Так, количество предприятий малого бизнеса (малые предприятия и микропредприятия) по России увеличилось за 2010–2013 годы на 25,5 %, при этом подобных предприятий среди гостиниц и ресторанов стало больше на 23,9 %, а удельный вес предприятий малого бизнеса в данной сфере держится на уровне 2,8–2,9 % (табл. 1) [7, с. 55].

В Украине количество предприятий малого бизнеса в 2012 году уменьшилось на 27 % (с 2,2 до 1,6 млн предприятий), в основном за счет микропредприятий, которые составляют до 95 % в общем количестве предприятий малого бизнеса всех отраслей, а в 2013 году выросло на 8,7 %. При этом предприятий ресторанного хозяйства и гостиниц в 2012 году насчитывалось до 44,1 тыс. (из них предприятия малого бизнеса составляют 78,5 %). Удельный вес в общем количестве предприятий малого бизнеса примерно такой же, как в России – 2,8 %. Наибольший удельный вес в структуре предприятий малого бизнеса Украины занимали рестораны, кафе, закусочные – до 53 %,

доля столовых – 21 %, баров – 15 %, других заведений – до 7 %. Из российских предприятий общественного питания малого бизнеса в первой группе работали до 82 %, доля столовых при учреждениях и предприятий, осуществляющих поставку продукции, – 8 %, баров – 10 % [8, с. 25].

Таблица 1

Динамика развития предприятий малого бизнеса России в 2010–2013 годы

Показатели	2010	2011	2012	2013	Темп изменения, %
Всего предприятий	1644269	1836432	2003038	2063100	125,5
малые предприятия	229083	242677	243065	234500	102,4
микropредприятия	1415186	1593755	1759973	1828600	129,2
Всего гостиниц и ресторанов	47742	53070	56067	59152	123,9
малые предприятия	9921	11827	10507	10238	103,2
микropредприятия	37821	41243	45560	48914	129,3
Уд. вес гостиниц и ресторанов в общем количестве предприятий, %					
Всего	2,9	2,9	2,8	2,9	98,7
малые предприятия	4,3	4,9	4,3	4,4	100,8
микropредприятия	2,7	2,6	2,6	2,7	100,1

Известно, что инновационная активность показывает уровень коммерциализации передовых научно-технических результатов. Если ее уровень недостаточен при определенных условиях развития предприятий на отдельном сегменте рынка, то существует угроза потери конкурентоспособности предприятием и появления других негативных последствий, в частности банкротства. Поэтому наличие нерешенных теоретических и практических вопросов, связанных с развитием инновационной деятельности на предприятиях общественного питания, требует проанализировать показатели состояния инновационной деятельности, провести исследования по анализу инновационной активности и реализации инновационной политики в предприятиях.

Проведено экспертное исследование состояния инновационной деятельности предприятий общественного питания. Для сравнения приведены результаты пилотного обследования инновационной деятельности на предприятиях Украины в 2006–2013 годы, полученные на основе исследования экспертов государственной статистической службы Украины по международной методике (пилотное обследование на общей основе 5 регионов основного круга предприятий и организаций).

Исследование базировалось на методах эвристики, статистического анализа, экспертных оценках и анкетировании. В экспертном исследовании инновационной деятельности предприятий общественного питания (Украина, г. Харьков и Харьковская область; Россия, г. Пермь) совместно приняли участие эксперты, которые в дальнейшем характеризовали другие процессы

и отвечали на вопросы анкет. Экспертами были менеджеры всех уровней управления предприятиями общественного питания (основу комиссии составляли: директор или помощник директора, заведующий производством или шеф-повар, администратор). В анкете по инновационной активности предприятий содержались вопросы относительно процессов, которые были взяты за основу пилотного обследования предприятий органами статистики. Ответы на вопросы анкеты нашли отражение в результатах обследования предприятий выборки. Для исследования инновационной деятельности была выбрана генеральная совокупность – 300 предприятий общественного питания. А для непосредственного исследования по этой совокупности были отобраны 33 предприятия, на которых за 2002–2013 годы для изготовления продукции и предоставления услуг использовали различные инновации и инновационные решения.

При выборе предприятий учитывали следующие критерии:

- 1) объем наблюдений, не может быть менее 4 или 5 единиц и, конечно, должен быть в пределах 30 [9, 10];
- 2) размеры предприятий (в зависимости от количества мест и объемов деятельности);
- 3) контингент потребителей с разным спросом и уровнем дохода;
- 4) местоположение предприятий, в частности районные, сельские центры, места отдыха городов.

В совокупность предприятий вошли: юридические лица – частные предприятия, общества с ограниченной ответственностью, районные потребительские общества; физические лица – индивидуальные предприниматели; по типу предприятий общественного питания – кафе, бары и рестораны.

Неоднородность входной информации о деятельности предприятий выборки поставила цель выделить группы предприятий по отдельным признакам. Таким признаком стал размер предприятий. В данной сфере деятельности размер предприятий определяется количеством мест в торговом зале. При этом в пределах каждого типа предприятий можно выделить разные по размеру предприятия. Этот признак был выбран с учетом того, что разные по размеру предприятия требуют соответствующих по мощности технических инноваций, различных по объему инвестиций в новые организационно-технологические решения и имеют разные возможности реализации предоставления услуг и реализации новой продукции. Этот показатель имеет относительную стабильность на протяжении длительного времени.

Согласно нормам технического оснащения все основные типы предприятий общественного питания в зависимости от количества мест представлены шестью группами: 1) до 50 мест; 2) 51–80; 3) 81–100; 4) 101–150; 5) 151–200; 6) более 200 мест [11, с. 325]. Проверка количества групп по формуле известного американского ученого Стерджеса для исследования подтверждает выбор количества групп.

Распределение предприятий по количеству мест, по мнению Г. Дейниченко, Г. Постнова, В. Ефимовой, способствует максимальной эффективности инновационных мероприятий по строительству, реконструкции или модернизации предприятий общественного питания. Для анализа инновационной деятельности в предприятиях рассчитываются средние уровни показателей, которые обобщают характеристики совокупности однотипных единиц по определенному количественному признаку [9, с. 100–101]. Для предприятий, которые имеют разные объемы деятельности, определенные направления и особенности предоставления услуг, небольшие объемы инновационной деятельности и не имеют эталонных уровней для сравнения, является актуальным использование именно средних величин.

Итак, учитывая результаты исследования инновационной деятельности на предприятиях общественного питания, можно проследить прямую связь между размерами предприятий и их уровнем инновационности.

По результатам экспертного исследования на предприятиях общественного питания средний уровень инновационной активности составлял 10 %, тогда как на предприятиях других отраслей наблюдается один из самых высоких уровней инновационной активности среди малых предприятий (10–49 чел.) 9 %, среди средних (50–249 чел.) 20 %, среди крупных предприятий (более 250 чел.) составляет 47 % [12]. По последним данным в Украине занимались в 2013 году 17,4 % предприятий различных отраслей, а инновационная активность присуща только 13,6 % предприятиям, в России инновационная активность наблюдается у 10,3 % предприятий, удельный вес малых предприятий, осуществлявших технологические инновации – 5,1 %, в целом общая структура примерно такая же, как в Украине [5, 12].

По направлениям инновационной политики наблюдается больше удельный вес предприятий, которые внедряли новые продукты и процессы благодаря обновлению материально-технической базы, – 9,3 % от всех исследованных предприятий. На предприятиях других отраслей этот показатель составляет 6,7 % (по Украине в 2013 году в среднем 7,8 %). На российских предприятиях общественного питания его уровень выше – до 9 %.

Одно из основных направлений инновационной деятельности предприятий общественного питания заключается, прежде всего, в приобретении машин, оборудования для изготовления новых или значительно улучшенных продуктов (предоставлении услуг), о чем сообщили 93 % исследованных предприятий. По сравнению с ними инновационно-активных предприятий, которые реализовали подобные мероприятия в других отраслях, было 78–91 % (в Украине в 2013 году 43,1 % от всех предприятий, которые внедряли инновации) [3, 12]. По данным российской официальной статистики, до 70 % предприятий в 2013 году приобрели новые машины и оборудование. При этом до 50 % провели автоматизацию и механизацию производственных процессов [1, с. 5].

Небольшая доля предприятий общественного питания осуществляла обучение и подготовку персонала для разработки и внедрения новых или значительно усовершенствованных продуктов и процессов (6 %), а на предприятиях других отраслей этот показатель составлял 38–65 %.

Исследования и разработки собственными силами в общественном питании выполняли лишь 3 % предприятий, тогда как на предприятиях других отраслей до 38 %.

Рыночное внедрение инновационных продуктов и услуг, включая рыночное исследование и проведение рекламной кампании, имело место практически на всех предприятиях общественного питания – 97 %. На предприятиях других отраслей, которые отличаются особенностями технологического процесса, сложностью, ассортиментом продукции и услуг, этот показатель составлял до 37 %. При этом удельный вес предприятий по всем отраслям, которые занимались маркетинговыми инновациями, составляет в среднем 2 %.

Техническая подготовка к внедрению новых или значительно усовершенствованных продуктов и процессов, которые еще не были нигде представлены на предприятиях общественного питания, не наблюдалась. На предприятиях других отраслей это направление инновационной деятельности реализовали до 29 % предприятий.

При этом приобретением других внешних знаний (приобретение или лицензирование патентов и непатентованных изобретений, ноу-хау и других типов знаний в других организациях) было занято 3 % предприятий общественного питания. На предприятиях других отраслей приобретением других внешних знаний занималось до 18 % предприятий.

По результатам исследований предприятия общественного питания чаще указывали на такие эффекты от внедрения инноваций: на первом месте – эффект от расширения ассортимента товаров и услуг (70 %), на втором – улучшение качества продукции (услуги) и улучшение условий труда (по 18 %), на последних позициях – эффект от уменьшения материальных затрат на единицу выпуска продукции (6 %) и воздействия на окружающую среду, улучшение состояния здоровья и безопасности (3 %) [13, с. 96].

По сравнению с ними предприятия других отраслей получили эффект от инновационной деятельности в таком порядке: на первом месте – эффект от улучшения качества товаров и услуг (19,9 %), на втором – эффект от расширения ассортимента товаров и услуг (16,2 %), на третьем – повышение возможностей производства товаров, оказания услуг (15,5 %).

Важнейшим источником информации об инновациях были собственные предприятия. На предприятиях общественного питания первые позиции по источнику информации заняли собственные предприятия и потребители (25 и 22 %), второе место – поставщики оборудования, материалов, компонентов

или программного обеспечения (20 %), на последнем месте – информационные источники от государственных научно-исследовательских институтов, университетов и других учебных заведений (5 %).

По сравнению с предприятиями общественного питания предприятия других отраслей по позиции первого источника информации получили более высокий показатель (29,2 %). На второй позиции находятся поставщики оборудования, материалов, компонентов или программного обеспечения – примерно тот же уровень (22 %). На третьем месте – заказчики и потребители – 19,6 %, на четвертом – ярмарки и выставки (17 %). Меньше предприятий сотрудничали с государственными научно-исследовательскими институтами и университетами в сфере информации об инновациях (4,1–4,5 %) [12].

В исследовании обращено внимание на факторы, которые препятствуют проведению эффективной инновационной политики на предприятии, и оценено их влияние по различным критериям.

На исследуемых предприятиях общественного питания сложилась такая ситуация: 70 % предприятий отметили отсутствие необходимых собственных средств, 35 % предприятий имеют высокие инновационные расходы, в том числе высокие кредитные ставки, 32 % указали на обострение конкуренции, наименее неблагоприятными факторами считают недостаточность информации о рынках и технологии до 9 %.

Предприятия других отраслей основными причинами не осуществлять инновационную работу считают: недостаточность средств в пределах организации или группы предприятий (34,2 %); слишком высокие инновационные расходы (26,7 %); сильную конкуренцию на рынке (22,4 %); сложность нахождения партнеров для сотрудничества (13,2 %); недостаточность информации о технологиях и рынках (5,9–4,8 % соответственно).

Итак, в результате сравнительных исследований инновационной деятельности предприятий общественного питания с предприятиями других отраслей установлено, что в отношении источников информации, финансирования и факторов, препятствующих инновационной деятельности, наблюдается примерно одинаковый уровень активности предприятий.

По инновационным изменениям наблюдается разница, которая касается специфики деятельности общественного питания, где уровень научной деятельности ниже, чем на предприятиях промышленности. При этом наблюдается высокий уровень приближения к потребителю и богатый ассортимент, поэтому удельный вес, например, расширения ассортимента по запросам потребителей и заказчиков, значительно больше, чем в других отраслях.

Результаты исследования по основным направлениям инновационной политики предприятий общественного питания были обобщены и приведены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты внедрения инноваций по направлениям инновационной политики

Номер группы предприятий	Количество предприятий	Количество мест	Доля предприятий, внедряющих инновации по направлениям инновационной политики (количество/%)			
			техническое	организационно-технологическое	товарное	управленческое
1	7	До 50	7/100	2/33	7/21	2/6
2	5	51–80	5/100	1/20	3/9	1/3
3	5	81–100	5/100	–	3/9	–
4	6	101–150	6/100	–	3/9	–
5	5	151–200	5/100	–	3/9	–
6	5	Свыше 200	3/60	2/40	4/12	1/3
В среднем по выборке, %	33		31/94	5/15	23/70	4/12

Исследование за 2002–2013 годы показало, что усовершенствование организационно-технологических процессов проводили 15 % предприятий выборки; совершенствование готовой продукции и услуг (внедрение новых фирменных блюд, расширение ассортимента) осуществляли 70 % предприятий выборки, развитие технического уровня и обновление основных средств на основе модернизации и реконструкции осуществляли до 94 % предприятий; развитие системы управления и внедрение новых решений различного характера (новые форматы, новые информационные решения) проводили 12 % предприятий выборки.

Таким образом, адаптирована методика пилотного обследования инновационной деятельности государственной статистической службы Украины и России, которая дает основание для дальнейшего планирования и оценки инновационной политики предприятий.

Список литературы

1. Инвестиционная деятельность в России: условия, факторы, тенденции. – М.: Росстат, 2014. – 58 с.
2. Борисова О.В. Вплив інноваційної діяльності підприємств на розвиток економіки України // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць / Дніпропетр. нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2006. – Вип. 212, т. 2. – С. 568–572.
3. Споживчий ринок. Наука та інновації [Электронный ресурс]. – URL: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
4. Торгівля [Электронный ресурс]. – URL: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>.
5. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013 році [Электронный ресурс]. – URL : <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>..

6. Сведения о наличии объектов общественного питания на 31 декабря 2012 года [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359.

7. Малое и среднее предпринимательство в России. 2014: стат. сборник / Росстат. – М., 2014. – 86 с.

8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: стат. сб. / Росстат. – М., 2013. – 990 с.

9. Елисеева И.И. Эконометрика. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 480 с.

10. Ильенкова С.Д., Адамов В.Е., Сиротина Т.П. Экономика и статистика фирм. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 240 с.

11. Дейниченко Г.В., Постанов Г.М., Ефімова В.О. Обладнання підприємств ресторанного господарства: довідник: в 3 ч. – Харків: Світ техніки і технологій, 2004. – Ч. 2. – 380 с.

12. Попередні результати пілотного обстеження інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – URL: http://ukrstat.gov.ua/control/uk/ocalfiles/display/operativ/operativ2008/ibd/pilot_obst.htm

13. Борисова О.В. Дослідження сучасного стану та тенденції розвитку інноваційної діяльності на підприємствах ресторанного господарства м. Харкова та Харківської області // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: збірник матеріалів Другої міжнар. наук.-практ. конф. / Харків. нац. авт. дор. ун-т. – Харків, 2008. – С. 95–96.

Получено 13.05.2015

O.V. Borisova

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF SMALL BUSINESSES EXEMPLIFIED BY CATERING

The main problems and directions of development of innovative activity of small businesses exemplified by catering are considered. The results of the study of innovation activity of enterprises in Russia and the Ukraine, indicators of pilot expert research of small business' innovation activity are justified.

Keywords: *innovation, innovative activity, small business, catering businesses, pilot research.*

Borisova Olga Vasilyevna – Candidate of Economic Sciences, Docent, Dept. of Economics and Industrial management, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: borysova2014@mail.ru.