

## Бизнес-инновации и государственное стимулирование инновационного малого бизнеса

*Акопян Артём Вячеславович*

*Хабаровский государственный университет экономики и права  
Магистрант*

### Аннотация

В статье изучается понятие бизнес-инноваций. Описывается роль государственного стимулирования инновационного малого бизнеса. Рассмотрены правительственные программы США, направленные на поддержку инновационного малого бизнеса в стране.

**Ключевые слова:** бизнес-инновации, инновационное предпринимательство, малый бизнес, инновационный бизнес.

## Business innovations and state support for innovative small business

*Akopian Artem Viacheslavovich*

*Khabarovsk State University of Economics and Law  
Master student*

### Abstract

The article explains the essence of business innovations. Described the role of government support for innovative small business. Considered USA state support programs for innovative small businesses in the country.

**Keywords:** business innovation, small business, innovative business, state support.

Трудно представить современное предпринимательство без таких неотъемлемых черт, как новаторство и новизна предпринимательской идеи. В то же время, сильная и развитая экономика не может базироваться на сырьевой модели. По мнению ряда ученых и бизнесменов, главные усилия необходимо сосредоточить на развитии новых, инновационных процессов. Бизнес-инновация – это процесс, в основе которого лежит организация новых идей, рабочих процессов, а также услуг или продуктов [3].

Подобно IT-инновациям, которые требуют новых технологий для создания более эффективной и гибкой организации, бизнес-инновации должны также обеспечивать достижение целей всей организации, ориентируясь на достижение основных бизнес-целей и инициатив. Инновации часто начинаются с создания идеи и ее анализа, при котором делаются выводы о ее жизнеспособности, выполнимости и привлекательности как для бизнеса, так и для общества в целом.

Термины «бизнес-инновация» и «изобретение» тесно связаны, но не являются взаимозаменяемыми. Изобретение представляет собой совершенно

новое творение [2]. Процесс бизнес-инноваций может создать изобретение, но этот термин является более широким по своему охвату и включает в себя применение существующей концепции или практики по-новому, а также новой технологии к существующему продукту или процессу для его улучшения. Телефон – это изобретение, а смартфон – инновация.

Процессы предпринимательских инноваций разнообразны и различны по характеру. Так бизнес-инновации можно классифицировать как революционные и эволюционные [1]. Революционные бизнес-инновации приводят к резкому изменению продукта, сервиса или процесса, что часто разрушает или вытесняет существующую бизнес-модель. Такие инновации носят радикальный характер. Эволюционные инновации включают в себя более мелкие, более продолжительные улучшения, которые важны, но, с другой стороны, недостаточно радикальны, чтобы перевести компанию в новую парадигму.

Исходя из вышесказанного, роль бизнес-инноваций заключается в улучшении существующих продуктов, услуг или процессов. Они могут решать существующие проблемы или охватывать новых клиентов. Примером может служить автомобиль Tesla, чей создатель заявил о создании автомобиля, который будет работать исключительно от электричества. Примером инноваций в сфере услуг является сервис Яндекс.Здоровье, предлагающий назначить прием с врачом узкой специальности онлайн, таким образом идти в медицинское учреждение не потребуется.

Если роль бизнес-инноваций связана с ее объектами – продуктами, услугами или процессами, то цель этого процесса направлена на субъект – создание существенно новой ценности для организации, творчески изменяя несколько аспектов бизнес системы [3]. К таким аспектам можно отнести создание новых источников получения доходов или их увеличением в уже существующих направлениях. Немалую роль будет играть и инновация, которая экономит время, деньги или и то, и другое, а также повышает производительность.

Кроме того, результаты инновационного процесса организации должны давать конкурентное преимущество, которое должно помочь организации расти и достигать или, что еще лучше, превышать поставленные стратегические цели.

Несмотря на то, что нет единой формулы для создания бизнес-инноваций, организации, которые постоянно добиваются успеха в бизнес-инновациях, имеют повторяющийся процесс создания, тестирования и разработки идей, которые могут привести к инновациям.

Рассмотрим этапы создания бизнес-инноваций, проиллюстрированные на рисунке 1.

Цикл бизнес-инновации состоит из четырех частей. Он начинается с артикуляции идеи вокруг ключевых областей (бизнес-модель, маркетинг и т.д.). Цикл движется от создания, через разработку к реализации идеи.

На первом этапе создания бизнес-инновации основное внимание уделяется созданию, а также предварительной оценке того, может ли эта идея

принести пользу. Следующий этап сосредотачивается на оценке возможностей идеи посредством доказательства ценности концепции для организации. Последние два этапа нацелены на масштабирование идеи, перемещение ее в производство и интеграцию в обычные бизнес-операции.



Рисунок 1 – Этапы создания бизнес-инноваций [6]

Лидеры бизнеса часто используют разные имена для каждой из четырех этапов, но шаги для каждого этапа в основном одинаковы. Некоторые руководители и менеджеры дополнительно разбивают этап на несколько частей, отделяя такие элементы, как анализ, тестирование и оценка.

Бизнес-инновации, как и большинство бизнес-инициатив, имеют недостатки, а именно риски. Организация должна осознавать, что процесс инноваций в бизнесе может быть дорогостоящим мероприятием, которое не всегда дает возврат инвестиций; идеи, которые, скорее всего, будут успешными, могут потерпеть неудачу; заинтересованные стороны – будь то сотрудники, клиенты или партнеры могут бороться за изменения, необходимые для успеха.

С другой стороны, организация должна взвесить все риски на преимущества бизнес-инновации, включающие в себя разработку продуктов и услуг, увеличение дохода и доли на рынке, организационного роста и новых возможностей, а также признания компании в качестве лидера.

Способность и тяга к изобретательству жива и находится в сердце каждого предпринимателя. Это подтверждает ряд исследований, проведенных Управлением Малого Бизнеса США (SBA).

Ссылаясь на результаты исследований приведенных на рис. 2, на малый бизнес приходится 24% от числа всех зарегистрированных патентов в рейтинге топ-100 самых передовых технологий. Согласно отчету – чем меньше бизнес, тем больше патентов приходится на одного сотрудника [4]. Так, компания с 25 сотрудниками регистрирует больше патентов, чем

компания со 100. Даже в крупных компаниях эта тенденция сохраняется, так корпорации из 10 000 сотрудников подают заявки на регистрацию большего количества патентов на одного сотрудника, чем компания с 50 000 штатом.

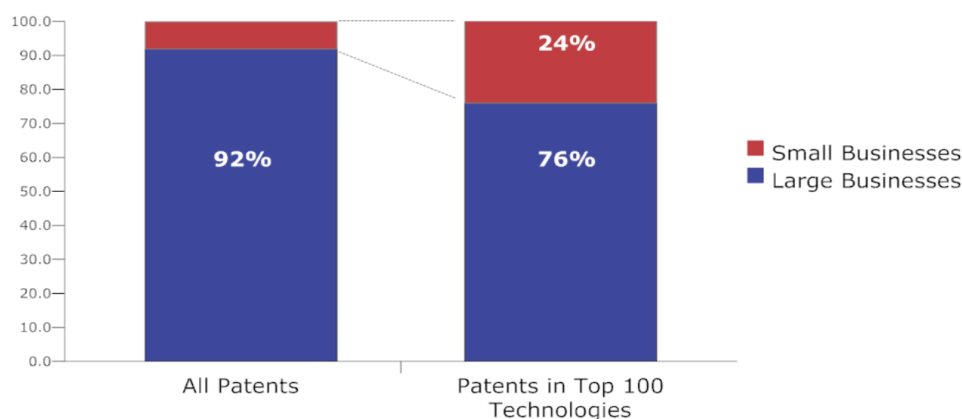


Рисунок 2 – Количество зарегистрированных патентов от малого и крупного бизнеса в США [4]

Когда дело доходит до прорывных инноваций, речь идет не о количестве патентов в целом или на одного сотрудника, а о их качестве и влиянии на бизнес. В этом случае малый бизнес снова лидирует. Патенты, выданные малым предприятиям, — это не просто «общие» патенты, а патенты, которые ориентированы на конкретные инновации, имеющие наибольший эффект с большей отдачей [4].

Так, например, технологии, которые патентует малый бизнес в США, включают: связь (телекоммуникации, интернет), медицина, биотехнологии, фармацевтика, а также энергетические системы.

Таким образом, малый бизнес является двигателем инноваций, а бизнес-инновации являются основой успешного функционирования национальной экономики. Сказанное определяет необходимость государственного стимулирования инновационного малого бизнеса.

Государственное стимулирование инновационной деятельности малых предприятий может осуществляться в следующих формах:

1. Создание стимулов для рискованного капитала. Необходима политика, способная снизить налоги на прирост капитала, а также предоставить финансовое обеспечение, в том числе взносы в уставной капитал, кредиты, займы, гранты и субсидии.

2. Создание условий для совместной работы малого и крупного бизнеса. Требуется создавать налоговые стимулы крупным предприятиям для инвестиций и поддержки инноваций, создаваемых малыми предприятиями. Малым предприятиям нужны возможности, чтобы вывести свои идеи на рынок, в то время как крупные компании нуждаются в прорывных инновациях, поступающих от малого бизнеса.

3. Государственное финансирование НИОКР. Необходимо снизить барьеры, препятствующие развитию НИОКР, ведь чем больше инвестиций в

новые разработки, тем больше доход. Организация НИОКР – часть грамотной маркетинговой стратегии.

4. Обеспечение инфраструктуры для развития инновационных программ. Необходима экосистема, в которой будут взаимодействовать главные участники бизнес-инноваций, такие как университеты, инвесторы, предприниматели и крупные предприниматели.

5. Предоставление образовательных услуг. Государству необходимо принимать участие в подготовке выпускников университетов для работы в творческой и инновационной экономике.

Обратимся к опыту США, где государственное стимулирование инновационного малого бизнеса занимает особое место, делая инновационную деятельность наиболее привлекательной.

Во-первых, администрация США реализует Программу инновационных исследований малого бизнеса (Small Business Innovation Research Program - SBIR), запущенную на базе принятого в 1982 г. в стране закона «О развитии инновационной деятельности в малом бизнесе» [5]. Она предназначена исключительно для некоммерческих независимых предприятий, которые действуют на территории США и управляются ее гражданами, и предполагает финансирование научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ в несколько этапов, исключая стадию коммерциализации продукта или технологии на рынке. При этом данная программа обязывает федеральные агентства, имеющие годовой бюджет на научные исследования и разработки более 100 млн долл., отчислять в свой адрес по 2,5% от этих бюджетов.

Во-вторых, широкое распространение получила Государственная программа передачи технологий малому бизнесу (Small Business Technology Transfer Program - STTR). Здесь финансовая поддержка оказывается малым предприятиям, которые ведут свои разработки совместно с университетами или национальными лабораториями [2].

Также необходимо отметить, что в каждом из штатов присутствуют центры по поддержке малого предпринимательства, а Администрация малого бизнеса США (SBA) в 75% случаях является гарантом всех краткосрочных и долгосрочных займов малого и среднего бизнеса [4].

Подводя итог вышеизложенного, можно сказать, что бизнес-инновации есть двигатель улучшения экономического состояния как малых предприятий, так и экономик целых стран, улучшая жизнь людей в той или иной сфере.

Необходимо отметить, что для более эффективного развития инновационного малого бизнеса необходима помощь со стороны государства, которое должно регулировать инновационный процесс не только на законодательном уровне, но и создавать специализированные научные центры, финансировать деятельность исследовательских институтов, а также возводить индустриальные парки, которые объединят менеджеров, ученых, конструкторов и испытателей для генерации инновационных идей, то есть бизнес-инноваций.

**Библиографический список**

1. Harvard Business Review. 2018. Режим доступа: <https://hbr.org/the-latest> (Дата обращения: 25.04.2018)
2. Innovative Business Solutions. 2018. Режим доступа: <https://ibspayroll.com/newsletters.php> (Дата обращения: 25.04.2018)
3. Knowledge Brief Режим доступа: <https://www.kbmanage.com/concept/business-innovation> (Дата обращения: 25.04.2018)
4. Small Business Administration. 2018. Режим доступа: <https://www.sba.gov/about-sba/sba-performance> (Дата обращения: 25.04.2018)
5. Small business innovation research. 2018. Режим доступа: <https://www.sbir.gov/about/about-sbir> (Дата обращения: 25.04.2018)
6. TechTarget. 2018. Режим доступа: <https://searchcio.techtarget.com/definition/business-innovation> (Дата обращения: 25.04.2018)