

МАЛИЙ БІЗНЕС У СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

SMALL BUSINESS IN THE MODERN BUSINESS INNOVATION

УДК 339.92

Очеретний Д.С.

аспірант кафедри міжнародного обліку і аудиту
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

В статті проаналізовано розвиток малого бізнесу у структурі інноваційного підприємства. Досліджено генезис малого інноваційного бізнесу. Розглянуто сучасні інноваційні стратегії компаній малого бізнесу. Проаналізовано відмінності у інноваційних стратегіях компаній малого, середнього та великого корпоративного бізнесу.

Ключові слова: інноваційне підприємство, малий бізнес, інноваційно-містка продукція, НДДКР.

В статье проанализировано развитие малого бизнеса в структуре инновационного предпринимательства. Исследовано генезис малого инновационного бизнеса. Рассмотрены современные инновационные стратегии компаний малого биз-

неса. Проанализированы отличия в инновационных стратегиях компаний малого, среднего и большого корпоративного бизнеса.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, малый бизнес, инновационная продукция, НИОКР

The article analyzes the development of small businesses in the structure of innovative entrepreneurship. Investigated the genesis of innovative small businesses. The modern innovation strategy for small businesses and their differences from the strategies companies of medium and large corporate business.

Key words: innovative entrepreneurship, small business, innovation products, research and development.

Постановка проблеми. Ефективна комерціалізація інноваційних розробок та їх втілення у різноманітні інноваційно-місткі товари і послуги передбачають в якості обов'язкового компонента наявність відповідних організаційно-економічних форм інноваційного підприємництва, тобто малих і середніх компаній, великих корпорацій та об'єднань, здатних забезпечити найбільш оптимальне поєднання внутрішніх і зовнішніх науково-технічних, інвестиційних і фінансових ресурсів з метою отримання прибутку та генерування фінансових потоків. Разом з тим, не усі підприємницькі структури, що проводять наукові дослідження і розробки, можуть бути віднесені до інноваційних, як і не будь-яка підприємницька діяльність може бути кваліфікована як інноваційна. Йдеться про те, що хоча рівень розвитку інноваційного підприємства та ступінь охоплення ним виробничих процесів є на сьогодні вирішальним критерієм оцінювання ефективності фінансово-господарської діяльності будь-якої бізнес-структури, однак за усієї різноманітності його видів ключовою ланкою інноваційного підприємництва є генерування і використання нових знань чи технологій, котрі у той чи інший спосіб стали результатом НДДКР.

Подібне розуміння інноваційного підприємства не означає, що його суб'єктами можуть бути тільки компанії-лідери за тим чи іншим напрямом науково-технічного прогресу, котрі ведуть активну діяльність у цій сфері, але й бізнес-структури, що розширюють технологічні можливості традиційних галузей і сфер національних економік (будівництва, сільського господарства, харчової і текстильної промисловості, добування і переробки енергетичних ресурсів та ін.). Інакше кажучи, інноваційною стає тільки та підприємницька діяльність, що зорієнтована на практичну імплементацію результатів науково-технічного пошуку, ринкову реалізацію

вироблених інноваційних товарів і послуг з метою отримання відповідних фінансових результатів у формі прибутку та диверсифікації джерел доходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку інноваційного підприємства присвячені праці таких вчених як Кадакова Г.В., Зянько В.В., Тулькун Я.І., Столярчук Я.М.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз розвитку малого бізнесу у структурі інноваційного підприємства.

Виклад основного матеріалу. На перший план виходять мотивовані прибутком інноваційні підприємці з їх унікальною здатністю ризикувати при реалізації нових бізнес-проектів або якісному вдосконаленні діючих технологічних процесів (у силу невизначеної ринкової кон'юнктури, коливань попиту і пропозиції на інноваційно-місткий продукт); брати на себе моральну, фінансову і соціальну відповідальність за їх реалізацію; а також (навіть за умов економічної нестійкості, турбулентності і невизначеності) приймати важливі управлінські бізнес-рішення, здатні підвищувати технологічний рівень виробничих процесів та граничну продуктивність капіталу. Так, за даними авторитетних американських учених, понад 70% усіх інновацій «помирають» уже на стадії розробки наукової ідеї; а 80% нових продуктів, що поступають на ринок, не мають комерційного успіху ізнімаються з виробництва. Більше того, опитування 120 американських корпорацій показали, що понад 60% інноваційних розробок ніколи не трансформуються у комерційну продукцію; 50 компаній США підтвердили, що близько половини їх сукупних витрат на НДДКР припадає на комерційно неуспішні інновації, а 30% ринково успішних інновацій після нетривалого періоду часу перестають давати прибуток [1].

Разом з тим, високий рівень ризикованості інноваційного підприємництва суттєво «згладжується»

його компенсаторним ефектом, оскільки рівень рентабельності на вкладений капітал в інноваційний сектор значно перевищує відповідний показник для інших видів підприємницької діяльності. Причому інноваційні ризики у сфері інновацій тим вищі, чим більш локалізованим є інноваційний проект [2, с. 7], тож чим більшу кількість інноваційних проектів (особливо диверсифікованих) одночасно реалізує підприємницька структура, тим нижчими стають її проектні ризики і більш високою є ймовірність успішної реалізації останніх. Як правило, прибуток від реалізації успішних інноваційних бізнес-проектів здатен не тільки компенсувати збитки від невдалих проектів, але й акумулювати колосальний фінансовий ресурс для подальшого стратегічного розвитку підприємницьких структур та зміцнення їх конкурентних позицій на ринку.

При цьому слід особливо відзначити, що хоча у великих бізнес-структурах ризики інноваційної діяльності набагато нижчі, ніж на підприємствах малого і середнього бізнесу (оскільки значною мірою нівелюються великомасштабними обсягами фінансово-господарської діяльності, яка об'єктивно є високодиверсифікованою), однак корпоративний сектор відзначається певним консерватизмом у проведенні НДДКР з орієнтацією останніх на отримання швидкого прибутку. Крім того, переважна більшість великих ТНК нерідко виявляють доволі скептичне ставлення до наукових ідей і розробок, що не були апробовані на практиці, а отже – відносно яких важко прорахувати рентабельність інвестиційних вкладень та економічних ефект.

Саме цим обумовлюється той факт, що малі підприємницькі структури у числі перших включились у гостру конкурентну боротьбу за світове науково-технічне лідерство, не тільки створивши цementsуючу основу глобального інноваційного бізнесу, але й ставши привабливими об'єктами інвестиційних капіталовкладень великих корпоративних структур. Традиційно високий рівень їх інноваційної активності та результативності науково-технічної діяльності пояснюється насамперед вагомими конкурентними перевагами компаній малого бізнесу в інноваційній сфері, що впливають з їх високої схильності до реалізації ризикованих інноваційних проектів, оперативності у здійсненні технологічної модернізації виробничих процесів, а також гнучкості у розбудові коопераційних зв'язків з компаніями великого бізнесу у науково-технічній сфері у статусі їх партнерів чи субпідрядників. Так, упродовж останніх сімдесяти років до 90% радикальних інноваційних розробок у світі продукується малими інноваційними компаніями; а у США і країнах Західної Європи вони є ліцензіатами майже 50% нововведень світового ринку [3].

У даному контексті принагідно відзначити, що стратегії інноваційної діяльності, що їх реалі-

зують компанії малого бізнесу, принципово відрізняються від стратегій середніх фірм і компаній великого корпоративного бізнесу. Володіючи значно меншим обсягом фінансових, кадрових, інформаційних і матеріально-технічних ресурсів, малі інноваційні компанії зорієнтовані, по-перше, на виробництво унікальних за своїми споживчими характеристиками товарів і послуг, уникаючи при цьому прямої конкуренції з крупним бізнесом. По-друге, їх головні стратегічні цілі пов'язані з мінімізацією трансакційних витрат через купівлю необхідного обладнання і оборотних засобів у високоспеціалізованих компаній. По-третє, низька диверсифікованість продуктового асортименту з концентрацією ресурсної бази на виробництві обмеженого сегменту інноваційно-місткої продукції та максимізацією його споживчих характеристик для різних сегментів споживчого ринку. По-четверте, спираючись у науково-дослідній діяльності на внутрішні ресурси з метою збереження фінансової самостійності і прав на об'єкти інтелектуальної власності, отримані у ході інноваційної діяльності.

Що стосується генезису малого інноваційного бізнесу, то він бере свій початок ще з 1950-х років і пов'язаний із заснуванням поблизу великих університетів малих науково-дослідних фірм на основі спільної оренди землі, використання єдиної інноваційної інфраструктури і лабораторних потужностей, інформаційно-комп'ютерних мереж і банків даних [4]. Завдяки цьому малі інноваційні фірми вже на старті другої науково-технічної революції отримали широкі можливості не тільки активно долучитись до динамічного бізнес-середовища, сформованого навколо університетських установ, але й на систематичній, оперативній і централізованій основі отримувати необхідну патентну підтримку усіх своїх інноваційних розробок, а також фінансово-банківське, інвестиційне і консалтингове супроводження своїх НДДКР. При тому, що частка малих інноваційних підприємств не перевищує нині 5-10% сукупних витрат на НДДКР держав ОЕСР, їх інноваційна активність – доволі висока. Так, більшість компаній малого бізнесу, що засновуються у Великобританії з кінця 1980-х років, характеризуються найвищим по економіці рівнем технічного оснащення; у США з 1952 р. малі компанії зробили найбільший внесок у генерування найбільш радикальних технологій; а у Німеччині вони генерують нині понад 26% [5, с. 164] усіх вітчизняних нововведень.

Не слід скидати з рахунків і суттєво вищий, порівняно з великими корпоративними структурами, економічний ефект інноваційних розробок компаній малого і середнього бізнесу. Він виявляється як у значно більшій кількості інновацій, вироблених на одиницю витрат, так і у вищій швидкості їх комерційного освоєння: за даними авторитет-

них міжнародних експертів, кожен долар інвестицій, вкладений в інноваційні розробки компаній з чисельністю працівників до 100 осіб, приносить учетверо більше нововведень, порівняно з компаніями з чисельністю зайнятих 100-1000 осіб і у 24 рази більше, порівняно з бізнес-структурами з кількістю працівників більше 1 тис. осіб. У той час, як період виходу на ринок інноваційних розробок компаній малого бізнесу становить у середньому 2,2 роки, великим корпораціям потрібно не менше 3,1 року [6].

Залежно від масштабів науково-технічної діяльності, джерел її фінансування, характеру взаємодії з бізнес-структурами великого бізнесу, мале інноваційне підприємництво може набувати різноманітних організаційно-економічних та інституційно-правових форм. Узагальнення світового досвіду дає змогу виокремити кілька інституційних моделей організації малого інноваційного бізнесу, які набули найбільшого поширення та вже продемонстрували високу ефективність науково-дослідної діяльності і результативність наукового пошуку. Так, перша, найпростіша, модель – це об'єднання на платформі незалежних малих інноваційних компаній колективів ініціативних дослідників, винахідників і наукових працівників, які ставлять собі за мету здійснення спільних наукових розробок і ринкову комерціалізацію інноваційних товарів і послуг з метою отримання матеріальної вигоди від впровадження у суспільне виробництво піонерних досягнень науки і техніки. Стартовим капіталом для них слугують або особисті заощадження засновників, або об'єднання капіталів кількох юридичних чи фізичних осіб, або ж залучені зовнішні фінансові ресурси великих ТНК, ТНБ і спеціалізованих інвестиційних банків, що спеціалізуються на наданні ризикового капіталу.

Дану групу малих підприємств репрезентують головним чином компанії-стартапи, які в сучасних умовах глобальної нестійкості, макроекономічної невизначеності і високого рівня ризикованості інноваційної діяльності спеціалізуються головним чином на розробці нових товарів і послуг, здійснюючи при цьому пошук оптимальних бізнес-ідей та джерел їх ресурсного забезпечення. Проходячи у своєму розвитку п'ять стадій еволюційного поступу (посівну (seedstage), стадію запуску (startupstage), стадію зростання (growthstage), стадію розширення (expansionstage) і стадію «виходу» (exitstage)), в останні десятиліття особливо швидкими темпами зростає кількість «молодих» підприємницьких структур у високотехнологічних галузях і сферах їх економік (що діють на ринку не більше п'яти років – так званих «газелей», котрі генерують значну кількість інновацій).

Саме ці фірми, щорічно створюючи щонайменше вдвічі більше робочих місць, ніж усі молоді

фірми разом узяті, здатні з лишком компенсувати втрати, понесені ними на ранніх етапах свого розвитку. За даними дослідницького проекту «Gazelles Innovation Panel», у європейських країнах компанії-«газелі» створюють сьогодні від 75% до 80% нових робочих місць, при тому, що їх частка не перевищує 5% загальної кількості зареєстрованих організацій [7, с. 5]. Так, у Сполучених Штатах у період 1982-2007 рр. на тлі відносної стабільності загальної кількості молодих фірм в економіці загальна кількість молодих високотехнологічних компаній зросла більш, ніж удвічі – з 46 до 97,8 тис. [8, с. 96]. Нещодавнє дослідження, проведене Фондом Кауфмана, виявило, що показник концентрації стартових компаній (який вимірюється кількістю новостворених підприємств (що функціонують менше одного року) у розрахунку на 100 тис. осіб населення) становив у США у 2015 р. 130,6 [9, с. 22]. Це свідчить про високу динамічність інноваційного підприємницького середовища у цій країні, оскільки компанії-«газелі» зазвичай демонструють найвищий рівень адаптованості і стійкості своєї фінансово-господарської, науково-технічної й інноваційної діяльності до зовнішніх умов функціонування [10] в силу використання особливих механізмів утримування ринкової частки у кризові періоди економічної діяльності, високої оперативності модернізації виробництва, широких можливостей оптимізації трансакційних витрат та оновлення асортиментного ряду продукції та освоєння нових ринкових ніш.

Висновки з проведеного дослідження. Традиційно високий рівень інноваційної активності компаній малого бізнесу обумовлені насамперед високою їх схильністю до реалізації ризикованих інноваційних проектів, оперативністю у здійсненні технологічної модернізації виробничих процесів, а також гнучкістю у розбудові науково-технічних коопераційних зв'язків з компаніями великого бізнесу у статусі їх партнерів чи субпідрядників. Сучасні інноваційні стратегії компаній малого бізнесу принципово відрізняються від стратегій середніх фірм і компаній великого корпоративного бізнесу. Ці відмінності впливають насамперед з орієнтації їх діяльності на виробництво унікальних за своїми споживчими характеристиками товарів і послуг з уникненням при цьому прямої конкуренції з крупним бізнесом; їх спрямованості на мінімізацію трансакційних витрат через купівлю необхідного обладнання і оборотних засобів у високоспеціалізованих компаній; низької диверсифікованості продуктового асортименту з концентрацією ресурсної бази на виробництві обмеженого сегменту інноваційно-місткої продукції; а також спираючись на малих інноваційних компаній у своїх НДДКР на внутрішні ресурси з метою збереження фінансової самостійності і прав на об'єкти інтелектуальної власності, отримані у ході інноваційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Инновационное развитие России: проблемы и решения: монография. / Под ред. М. А. Эскиндарова.
2. Кадакоева Г. В. Инновационное предпринимательство: сущность, типология и возможности развития в условиях российских реалий // Вопросы инновационной экономики. – 2014. – № 2. – С. 3-12.
3. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: Універсум, 2008. – С. 171.
4. Глобальний ринок інтелектуальної власності: масштаби, структура, інститути: монографія / О. Ю. Біленький, Я. М. Столярчук, О. М. Галенко, В. М. Столярчук. – К.: Фенікс, 2016. – С. 121.
5. Тульку Я. І. Мале інноваційне підприємництво як об'єкт державної інноваційної політики / Я. І. Тульку // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2(36). – С. 164-168.
6. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: Універсум, 2008. – С. 173.
7. Addressing challenges for high-growth companies. Summary and conclusions of the Europe INNOVA gazelles innovation panel // Europe INNOVA. – 2006. – Paper № 6. Mitusch K. Gazelles-High-Growth Companies Final report. Task 4 / K. Mitusch, A. Schimke // Horizontal Report. – 2011.
8. Судакowa Н. А. США: проблемы предпринимательства с позиции социально-экономической безопасности // США – Канада: экономика, политика, культура. – 2016. – № 4. – С. 91-108.
9. The Kauffman Index Startup Activity: National Trends. – Kauffmann Foundation, June 2015.
10. Yudanov A. The second half modernization / A. Yudanov // Expert. – 2011. – № 20.