МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Экономический факультет**

**Кафедра экономики и управления инновационными системами**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­\_\_ Д.Е. Давыденко

(подпись)

Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

Направленность (профиль) Управление инновационными проектами и трансфер технологий

Научный руководитель

канд. экон. наук, доц. Н.Н. Аведисян

(подпись)

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доц. Н.Н. Аведисян

(подпись)

Краснодар

2022

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение 3

1 Теоретические основы инновационной деятельности 4

1.1 Понятие инновационной деятельности и её виды 4

1.2 Показатели эффективности инновационной деятельности 9

1.3 Методы развития инновационной деятельности малого бизнеса 16

2 Анализ инновационной деятельности малого бизнеса 20

2.1 Показатели эффективности инновационной деятельности   
 российского малого бизнеса 20

2.2 Сравнение показателей эффективности инновационной   
 деятельности России и США23

2.3 Проблемы развития инновационной деятельности в российском  
 малом бизнесе25

3 Способы развития инновационной деятельности российского малого   
 бизнеса 28

Заключение30

Список использованных источников. 32

**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность выбранной темы состоит в важности развития инновационной деятельности в малом бизнесе России, играющей ключевую роль в улучшении страны и её конкурентоспособности на мировом рынке. Она также определяется ролью предпринимательской деятельности в экономически развитых странах и значительным развитием малого предпринимательства в России

Цель работы: разработать рекомендации по развитию инновационной деятельности малого бизнеса, для повышения конкурентных позиций России.

Для достижения цели в процессе были поставлены следующие задачи:

– изучить понятие и виды инновационной деятельности,

– рассмотреть показатели эффективности инновационной деятельности,

– исследовать методы развития инновационной деятельности,

– проанализировать и систематизировать содержание прочитанного,

– определить показатели эффективности инновационной деятельности малого бизнеса России и исследовать методы её развития,

– сравнить показатели инновационной деятельности малого бизнеса России и США,

– выявить проблемы и предложить свои решения по развитию инновационной деятельности в России.

Объект исследования: инновационная деятельность малого бизнеса.

Предмет исследования: методы развития инновационной деятельности.

Методы исследования, используемые в курсовой работе: анализ, аналогия, синтез, обобщение, прогнозирование.

Теоретической базой для написания курсовой работы послужили статьи, учебные пособия научных работников, занимающиеся исследованием инновационной деятельности

Структура курсовой работы включает в себя введение, 3 главы, заключение, список используемой литературы, приложение.

# **1** **Теоретические аспекты инновационной деятельности**

# **1.1 Понятие инновационной деятельности и её виды**

Во все времена понятия «предпринимательство» и «инновации» были тесно взаимосвязаны. Компетентный предприниматель понимает, что для привлечения новых клиентов к своей деятельности, необходимо постоянно развиваться и добавлять что-то новое в своё производство. Само по себе слово инновация означает результат научных исследований и разработок, направленный на внедрение в процесс деятельности производства с целью максимизации прибыли и улучшения конкурентных позиций. Предприниматель, в свою очередь, прибегает к инновационной деятельности, стремясь увеличить показатели прибыли своего бизнеса, оптимизировать производство, создать новый или улучшить имеющийся товар.

Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента, повышения качества продукции, совершенствования технологий их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках. Инновационная деятельность помогает получить конкурентное преимущество не только малым фирмам и предприятиям, но и отдельным регионам и даже странам. Одной из самых важных составляющих инноваций является креативность. Нетривиальные решения всегда привлекают внимание людей. Если предприниматель нестандартно подойдет к решению задачи, проявит креатив к своей идее, то в результате получит большой бонус в виде привлеченного внимания клиентов.

Сегодня в мировую экономику инновации вносят в основном небольшие предприятия, которые используют высокие технологии и креативный подход к реализации идей. И действительно, именно малый бизнес – это идеальная площадка для реализации своих мыслей и креативности. Именно благодаря малому бизнесу инновации развиваются и внедряются в современную экономику. На данный момент времени малый бизнес в РФ занимает львиную долю рынка инноваций. В своё время, малый бизнес делится на виды, которые имеют между собой существенные отличия. В международной и российской практике применяется классификация видов инноваций, основанная на Руководстве Осло. К таким видам относятся [1, 5]:

1) продуктовая инновация – это внедренный на рынке новый или усовершенствованный продукт (может быть представлен каким-либо новым материальным объектом), значительно отличающийся от продукта, производившегося ранее.

Экономическая цель продуктовой инновации – продажа товара. Типовые продуктовые нововведения:

– разработка нового продукта, товаров и услуг,

– снижение себестоимости продукта,

– сокращение сроков вывода на рынок нового продукта (при высоких качественных показателях),

– сокращение затрат на производство продукта,

– повышение экологического уровня выпускаемой продукции,

– повышение безопасности объектов строительства и дальнейшей эксплуатации,

– повышение качественного уровня благоустройства объектов строительства и эксплуатации.

Пример продуктовой инновации: 14 сентября 2021 г. на рынок поступили новейшие модели смартфонов от компании «Apple». «iPhone 13» – новое поколение смартфонов, значительно отличающиеся от своих предшественников. Самое очевидное улучшение – это новый процессор. «Apple» меняет их из поколения в поколение. Так, все модели «iPhone 12» работали на базе «A14 Bionic», а «iPhone 13» получил «A15 Bionic». Также в новой итерации увеличился объем памяти, улучшили модуль камеры, увеличили автономность аккумулятора и т.д. [2];

2) процессная инновация – это внедренный в практику новый или усовершенствованный бизнес-процесс, способ производства и доставки продукта, значительно отличающийся от соответствующего способа создания, бизнес-процесса и т.д., используемого ранее (в т.ч. изменения в технологии производственном оборудовании и программном обеспечении).

Экономическая цель процессной инновации – повышение эффективности производственных процессов. Типовые процессные нововведения:

– автоматизация производственных и оперативных процессов,

– снижение уровня производственных потерь и бракованной продукции,

– повышение коэффициента производственных мощностей,

– снижение отходов производства,

– уменьшение загрязнения окружающей среды.

Автоматизация производственных и оперативных процессов; Снижение уровня производственных потерь и бракованной продукции; Повышение коэффициента производственных мощностей; Снижение отходов производства; Уменьшение загрязнения окружающей среды.

Пример процессной инновации: Автоматизация складов «Amazon». «Amazon» создала систему, в которой тысячи роботов живут своей жизнью, упаковывая продукты, перемещая заказы на отправку и принимая новые товары на склад. Кажется, что это единый живой организм, живущий по своим законам. Внедрением самообучаемого искусственного интеллекта, «Amazon» повысили скорость обработки на складе, при этом всё делалось не ради сокращения штата, а с целью автоматизации задач, чтобы занять людей созданием новых товаров – сделать больше силами уже нанятых сотрудников вместо продолжения прежней деятельности с меньшим количеством персонала [3];

3) маркетинговая инновация – реализованные новые или значительно улучшенные маркетинговые методы, охватывающие существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов; использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта; формирование новых ценовых стратегий.

Экономическая цель маркетинговой инновации – повышение конкурентоспособности предприятия и увеличение продаж.

Типовые маркетинговые нововведения:

– внедрение значительных изменений в дизайн и упаковку,

– реализация новой маркетинговой стратегии,

– использование новых приемов по продвижению товаров,

– использование новых каналов продаж,

– введение новых концепций презентации товаров в торговле,

– использование новых ценовых стратегий.

Пример маркетинговой инновации: 16 августа 2019 г. стало известно о запуске виртуальной примерки обуви в мобильном приложении «Lamoda». Функция, работающая с использованием дополненной реальности, разработана и внедрена стартапом «Wannaby».ц На момент анонсирования сервиса примерить можно около 100 моделей мужских и женских кроссовок. Для этого нужно навести камеру смартфона на ноги и выбрать понравившуюся пару обуви. По словам управляющего директора по цифровому маркетингу и продукту «Lamoda Group» Юлии Никитиной, компании планирует за счет виртуальной примерки увеличить конверсию в категории кроссовок до 8–9% и сократит отказы после примерки перед их покупкой на 10–15%, доля которых может достигать 60% [4];

4) организационная инновация – это нетехнологические нововведения, связанные со структурой и организацией бизнеса, привлечением работников и управлением человеческими ресурсами, управлением внутренним процессом и принятием решений, разработкой и планированием стратегий и методов, организации внешних связей с клиентами и поставщиками, самой рабочей средой. Организационные инновации улучшают мотивацию и условия труда для работников, что приводит к повышению производительности труда, инновационных возможностей, устойчивости на рынке и общей конкурентоспособности бизнеса.

Экономическая цель организационных инноваций – грамотно распределенные человеческие ресурсы и улучшенные условия работы для персонала, что повлечет за собой увеличение эффективности компании.

Типовые организационные нововведения:

– организация новой базы данных, содержащей сведения о лучших способах действий, учебный материал и другие знания, и делающей все это более доступным;

– первое внедрение учебных программ для создания эффективных и функциональных коллективов, объединяющих персонал с различным опытом или ответственностью;

– первое внедрение стандартов контроля качества для поставщиков и субподрядчиков;

– первое использование «аутсорсинга» в исследованиях или производстве;

– первое вступление в научно-техническое сотрудничество с ун-тами или другими исследовательскими организациями.

Пример организационной инновации: Организация базы данных перспективных студентов КубГУ. Студенческое Научное Общество экономического факультета в рамках конкурсной программы «Мастерская проектной деятельности» анонсировало проект под названием «Science Step. Научный шаг в карьеру». Суть проекта заключается в создании иерархической базы данных перспективных студентов университета, для упрощения поиска кадров компаниями, сотрудничающих с КубГУ. В базе будут размещаться студенты, занимающиеся научной деятельностью, участвующие и занимающие призовые места в различных конкурсах, получающие грантовую поддержку и имеющие активную социальную позицию. Данная база упростит поиск высококвалифицированных кадров, простимулирует к занятию наука творческой деятельностью студентов, а также увеличит процент трудоустроенных студентов, что позитивно скажется на рейтингах университета.

Инновационная деятельность обладает рядом особенностей:

– длительность инновационного процесса. Инновация наиболее длительный из всех бизнес-процессов по времени, таких как реальное инвестирование, производство;

– высокая степень неопределенности и риски инновационного процесса. От прочих бизнес-процессов инновация отличается низкой предсказуемостью результатов;

– способность инициировать структурные изменения. Успешная инновация существенно влияет на положение предприятия, его организацию, позицию на рынке, структуру отрасли и экономику в целом;

– «Человекоёмкость» (повышенная интеллектуальная насыщенность) инновационной деятельности. Основным инновационным ресурсом является человеческий капитал, творческая способность к генерации и воплощению идей;

– характер инновационного целеполагания. Недостижение первоначально поставленных целей еще не означает провала инновационного проекта, и наоборот, создание нового продукта не означает коммерческого успеха;

– не формализуемые механизмы в инновационном процессе. Инновации инициируют изменения, эффекты, которые слабо или вовсе не поддаются формализации [6].

# **1.2 Показатели эффективности инновационной деятельности**

Оценка эффекта и эффективности в инновационном менеджменте является важной составляющей не только самого процесса, но и необходимой функцией, которую следует рассмотреть более подробно. Тем не менее, в современной теории и практике инновационного менеджмента до сих пор не существует единой концепции оценки эффективности инноваций.

В зависимости от результатов и расходов, которые учитываются в инновационной деятельности, выделяются следующие виды эффектов:

– экономический – учитывает все видов результатов и расходов вследствие осуществления инновационной деятельности (прибыль от лицензирования, от внедрения изобретений, патентов, ноу-хау; увеличение продаж, роста производительности труда, увеличение фондоотдачи, ускорения оборота оборотных средств и т.д.).

– научные и технические характеризуются новизной, простотой, полезностью, эстетикой, компактностью (количество зарегистрированных патентов, повышение коэффициента автоматизации производства, труда и организационный уровень производства, повышение конкурентоспособности сырьевых товаров и предприятия в целом).

– финансовые, которые основываются на результатах финансовых показателей.

– ресурсный – отображает влияние инноваций на производство и потребление определенного типа ресурса.

– социальный – принимает во внимание социальные результаты осуществления инноваций (увеличение доходов трудящихся, повышение степени удовлетворенности потребностей работников, улучшение условий труда и отдыха, качество жизни).

– экологический – учитывает влияние инноваций на окружающую среду (шум, электромагнитное поле, яркость, вибрации); проявляется в снижении выбросов, сокращение объема отходов, повышение экологичности и эргономичности товаров.

– этническо-культурный – учитывает побочный результат вступления в новый образ жизни, в результате адаптации к быстрым изменениям - новые технологии, которые формируют культуру будущей жизни, ее систему ценностей, новые вкусы, нормы поведения и отношений.

Кроме того, показатели эффективности воздействия инноваций можно разделить по таким признакам:

– место получения – на местном (локальном) и национальном уровнях,

– по цели определения – абсолютный и сравнительный,

– по степени увеличения - одноразовый и мультипликационный,

– по времени учету результатов и расходов - расчетный период и годовой.

Локальный эффект характеризует результат инновационной деятельности на уровне предприятия или других хозяйствующих субъектов.

Национальный эффект описывает общий эффект в области производства и использования инноваций.

Абсолютный эффект характеризует общий результат, который получает предприятие от новаторских мер в определенный период времени.

Сравнительные эффект характеризует результаты сравнения возможных альтернатив новаторских мер и выбор лучших из них.

Одноразовый эффект характеризует общий результат (первичный), который получает предприятие от инновационной деятельности.

Мультипликационный эффект характеризует результаты инновационной деятельности, которая охватывает не только компании, но и другие отрасли промышленности, в результате деятельности которых происходит эффект мультипликации, т.e., его умножение.

Продолжительность времени, который принимают во внимание при расчете инновационного эффекта в расчетном периоде, зависит от таких факторов:

– срок инноваций,

– срок использования объекта инноваций,

– степень достоверности источника информации,

– требования инвесторов.

Общий принцип оценки эффективности инновационной деятельности заключается в сравнение эффекта (результата) от применения инноваций и затрат на их разработку, производство и потребление. Эффект от применения инноваций может охарактеризовать норма прибыли, которая, с одной стороны, может состоять из экономии от сокращения расходов, а с другой - от повышения цен в результате нового качества инновационных продуктов. Как было отмечено выше, для оценки эффективности выбираются показатели, позволяющие оценить эффективность инноваций.

В общем проблема определения эффективности и подбор наиболее выгодных вариантов реализации инноваций требует, во-первых, превышение конечных результатов от их использования над затратами для разработки, производства и реализации инноваций, и во-вторых, сопоставление полученного от этого результата с результатами от использования других аналогичных вариантов для инноваций.

Особенно остро потребность в быстрой оценке и правильном подборе варианта инноваций в компаниях, использующих быстрое амортизации, для которых требуется значительно сократить сроки замены существующих машин и оборудования на новое.

Показателями экономической эффективности инновационной деятельности предприятий чаще всего выступают полученная прибыль, период окупаемости инновационного проекта, чистый приведенный доход, индекс рентабельности проекта (прибыльности) и внутренняя норма прибыли.

– норма прибыли – это коэффициент, который вычисляется как отношение средней годовой прибыли от инновации к одноразовому начальному капиталу, который использован для реализации нововведения. Этот показатель по своей экономической сущности близок к следующему индексу – периоду окупаемости;

– период окупаемости – термин, характеризующий возврат средств в результате внедрения инноваций и полученную при этом прибыль. Кроме того, период окупаемости могут использовать для сравнения его с банковским процентом как макроэкономический критерий эффективности размещения инвестиционных ресурсов.

Однако недооценка фактора времени делает эти показатели (прибыль и окупаемость) недостаточно точным, и их использование дает главным образом приблизительные оценки эффективности инновационного продукта. Приведение результатов и затрат к одному моменту времени должно быть сделано потому, что стоимость средств отличается для разных лет, в зависимости от степени удаленности расчетного года, эффект для которого вычисляется.

Для этого используют следующие показатели:

– чистый приведенный доход (совокупный экономический эффект, чистая текущая стоимость) определяется как текущая стоимость денежных потоков за весь период службы инноваций, уменьшенная на текущую стоимость инвестиционных затрат за тот же период;

– индекс рентабельности (чистая приведенная стоимость, индекс прибыльности, доходности) рассчитывается как отношение текущей стоимости прибыли за период инновационного проекта на объем инвестиций в этот проект;

– внутренняя норма доходности (прибыльности, рентабельности) – это норма дисконтирования, по которой чистая нынешняя стоимость инновации равны нулю, т.е. дисконтированные денежные потоки инвестиционных затрат и прибыли являются одинаковыми. Модель использования этого показателя в выборе вариантов для инновационных проектов является следующей: чем он больше, тем выше эффективность проекта. Если внутренняя норма прибыли на инновационный проект больше, чем принятая норма дисконтирования, такой проект будет экономически эффективным и обеспечит положительное количество чистых новых поступлений. Кроме того, преимуществом этого индекса является способность установить «границу безопасности» для инновационного проекта. Внутренняя норма прибыли определяется как процент и сравнивается с максимальным допустимым размером. Этот показатель часто используется в качестве первого шага в анализе инвестиций.

Характерной чертой современности является оценка социальных результатов инновационной деятельности предприятия. Этот показатель используется непосредственно в расчете экономической эффективности инновационных проектов. Социальный результат инновационного продукта, оцениваемый экономической мерой, выступает как явление социальных и экономических одновременно потому, что он удовлетворяет как экономические, так и социальные потребности общества. На практике, экономическая оценка социальных результатов, связанных с оценкой параметров окружающей человека среды (промышленными или природными).

Существует два способа оценки социальных результатов: первый – определяют потери от загрязнения окружающей среды; второй – сравнивают расходы, связанные с реализацией варианта инновационного проекта, от которого загрязняют окружающую среду (нужно добавить расходы, связанные с соблюдением норм окружающей среды), и что не загрязняет окружающую среду.

Таким образом чтобы вычислить показатель социально экономический эффекта, принимая во внимание потери от негативных социальных результатов, необходимо для основных показателей, характеризующих эффективность инновационного продукта, добавить количество расходов в виде убытков от загрязнения промышленными объектами окружающей среды. Это могут быть одноразовые капитальные средства, дополнительные инвестиции или расходы, которые влияют на увеличение стоимости производства, и, следовательно, на сокращение годового увеличение прибыли от внедряемых инноваций [7].

Также основополагающими показателями эффективности инновационной деятельности являются инновационный потенциал, инновационная активность. Уточним же понятия «инновационный потенциал», «инновационная активность», «инновационный климат».

Инновационный потенциал – это мера готовности предприятия выполнять поставленные инновационные задачи. Инновационный потенциал характеризуется совокупностью финансовых, кадровых, научно-технических, организационно-управленческих, информационно-методических и маркетинговых ресурсов, которые в процессе выполнения определенных функций приводят к инновациям.

Инновационная активность – это интенсивность осуществления предприятиями инновационной деятельности.

Инновационная активность предприятия, определяющая интенсивность осуществления инновационной деятельности, характеризуется совокупностью следующих показателей:

– показатель продукции, находящейся на стадии выведения на рынок и стадии роста;

– показатель внедрения инноваций, инновационного роста, реализации инновационных идей;

– показатель инновационных ожиданий.

Предлагаемые элементы инновационной активности характеризуют результат использования (или неиспользования) ресурсов, находящихся в распоряжении организации.

Инновационный климат – это сложившиеся за определенный период времени условия в окружении организации, влияющие на эффективность ее инновационной деятельности. Инновационный климат подразделяется на микроклимат и макроклимат, т. е. на составляющие микросреды и макросреды предприятия [8].

Также есть показатели, которые как косвенно, так и напрямую влияют на эффективность инновационной деятельности малого бизнеса. К таким показателям относятся затраты страны на НИОКР, активность венчурного и прямого инвестирования малого и среднего бизнеса, исследовательская активность (которая определяет уровень инновационного потенциала страны) и т.д..

Оценка показателей эффективности инновационной деятельности является важным аспектом при принятии решений по развитию инновационной деятельности. В зависимости от полученных цифр государство будет принимать решения об интенсивности развития инновационной деятельности, о количестве импорта или экспорта инноваций в страну, и т.д.. Также по отчетам стран об эффективности инновационной деятельности составляются глобальные исследования и рейтинги, в которых показатели государств сравниваются, определяя их места среди всех экономик мира. К таким исследованиям относится Глобальный инновационный индекс, содержащий результаты сопоставительного анализа инновационных систем 132 стран и их рейтинг по уровню инновационного развития. Выпуски Глобального инновационного индекса издаются с 2007 г. Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) совместно с Сетью академических партнеров. Глобальный инновационный индекс включает в себя 81 показатель (среди которых есть вышеупомянутые показатели эффективности), которые объединены в семь блоков, по 132 странам. Итоговый рейтинг рассчитывается как среднее двух субиндексов – ресурсов инноваций (институты, человеческий капитал и наука, инфраструктура, уровень развития рынка и бизнеса) и результатов инноваций (развитие технологий и экономики знаний, результаты креативной деятельности) [9].

# **1.3 Методы развития инновационной деятельности малого бизнеса**

В соответствии с масштабными планами российского президента, экономику страны для намеченных преобразований в ближайшие время должны наводнить малые инновационные предприятия. Малое и среднее предпринимательство – фундамент для экономики развитого государства. В среднем и малом бизнесе в сильнейших экономиках мира сосредоточено до 80% трудоспособного населения, в России же около 20%. Из этого следует, что развитие малого бизнеса и инновационной деятельности в нём послужит толчком для движения страны по пути развития. В экономической науке существует понятие «Индекс человеческого развития», отражающий три показателя: среднюю продолжительность жизни людей в государстве, среднедушевой уровень дохода и качество образования. Этот индекс выше у тех государств, экономика которых основывается на малом и среднем бизнесе, что в свою очередь, немыслимо без конкуренции, без фондов венчурного и прямого инвестирования. Поэтому понятно, что без их развития наша экономика не уйдет от сырьевой ориентации. Именно на долю малого и среднего бизнеса во всем мире, в странах с развитой экономикой, т.е. и там, где люди живут дольше и лучше нас, на долю среднего и малого бизнеса приходится до 55% валового внутреннего продукта. В России этот показатель пока не более 11%. Особенность России в ее большой территории, что влечет за собой дополнительные транспортные издержки при перемещении продукции, и не самый мягкий климат, что чревато дополнительными затратами на энергообеспечение при производстве продукции. Эти обстоятельства при прочих равных условиях делают российскую продукцию неконкурентоспособной на мировом рынке среди аналогов. Выход очевиден – предлагать на рынок инновационную продукцию, аналогов не имеющую, иначе говоря, стать ситуационным лидером на рынке и диктовать цены, которые покроют все издержки. Следовательно, государство должно развивать малый и средний инновационный бизнес, чтобы российская продукция была конкурентоспособной, и экономика не стояла на месте, а активно росла и развивалась. К методам развития инновационной деятельности в малом предпринимательстве можно отнести в целом все методы поддержки и стимулирования малого предпринимательства на федеральном и региональном уровнях, т.к. большая часть малого бизнеса занимается инновационной деятельностью [10].

Поддержка малого бизнеса государством Российской Федерации регулируется Законом 209 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ». Общегосударственная система поддержки малого бизнеса включает в себя различных участников, коммерческих и некоммерческих, чья деятельность направлена на оказание помощи в том или ином виде - банки, различные госучреждения, школы бизнеса, инвестиционные фонды и т.д. Основные методы государственной поддержки и стимулирования развития малого бизнеса можно условно разделить на несколько блоков [11, 12]:

– финансово кредитная поддержка – предоставление займов и гарантий по ним, помощь в приобретении или аренде помещений; субсидирование процентной ставки по банковским кредитам; привлечение вкладов населения в региональные инвестиции;

– налоговая поддержка - снижение налоговой нагрузки на предприятия малого бизнеса. Предоставление большего количества налоговых льгот, упрощение учета финансово хозяйственных операций и механизма расчета налоговых платежей, уменьшение объема налоговой отчетности, представляемой в налоговые органы;

– правовая поддержка - подготовка и реализация законов, постановлений; упрощение процедуры регистрации и ведения отчетности, борьба с коррупцией на пути приобретения финансово кредитной помощи со стороны государства;

– инфраструктурная поддержка - создание фондов поддержки малого предпринимательства за счет крупных коммерческих организаций и помощь в реализации их активной деятельности. Создание иных объектов инфраструктуры малого предпринимательства, к которым относятся информационно аналитические центры, фонды развития малого бизнеса, агентства малого бизнеса, бизнес-инкубаторы, учебные центры, кредитные союзы и объединения предпринимателей.;

– научно методическая поддержка - особое стимулирование предприятий инновационной направленности, создание бизнес-инкубаторов и бизнес-центров, организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий, оказание консультационных и информационных услуг;

– организационно-административная поддержка - разработка и реализация программ и проектов развития и поддержки малого предпринимательства, постоянный оперативный мониторинг экономической активности малого предпринимательства на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, регулирование взаимодействия администрации республики и муниципальных образований и структур, уполномоченных осуществлять поддержку малого бизнеса;

– антимонопольная поддержки - жесткая антимонопольная политика в сфере малого бизнеса, защита от недобросовестной конкуренции, а также создание стимулов для честной конкурентной борьбы, обеспечение равных условий для всех малых предприятий по заключению сделок по государственным заказам;

– поддержка в сложных ситуациях – с середины весны 2020 г. государство стало оказывать малому бизнесу экстренную поддержку, пострадавшему за период пандемии коронавирусной инфекции. В качестве одной из мер поддержки бизнеса правительство ввело мораторий на проведение проверок с 1 апреля по 31 декабря 2020 г., который был продлен до конца 2021 г. Также широкими по охвату оказались две меры поддержки – субсидия на выплату заработной платы и отсрочка уплаты налогов (каждой из них воспользовались около 15% соответственно), тогда как охват сектора прочими мерами колебался в диапазоне от 0,7% до 7%. По эффективности явным лидером являлась субсидия на выплату заработной платы – половина предпринимателей отметили, что эта мера принесла пользу их бизнесу [13].

Вышеперечисленные методы будут как косвенно, так и напрямую развивать инновационную деятельность в малом бизнесе, повышая продуктивность производств. Бизнес-инкубаторы и учебные центры помогут увеличить количество успешных инновационных проектов; субсидирование даст нужный толчок на старте, гарантии по займам дадут устойчивую почву для развития бизнеса; консультационные и информационные услуги помогут не допустить типичные ошибки; налоговая и антимонопольная поддержка откроют новые границы для развития.

# **2 Анализ инновационной деятельности Российского малого бизнеса**

# **2.1 Показатели эффективности инновационной деятельности российского малого бизнеса**

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ в новом статистическом сборнике «Индикаторы инновационной деятельности: 2021» представил нам ключевые показатели, характеризующие инновационные процессы в экономике страны, инновационную активность предприятий малого бизнеса в промышленном производстве, в части отраслей сферы услуг, а также результаты экспериментальных исследований строительства и сельского хозяйства. В сборнике собраны результаты федерального статистического наблюдения, проведенного по итогам 2019 г. на базе обновленной в соответствии с 4-й редакцией Руководства Осло (международного стандарта в сфере инноваций) программы. В исследовании приняли участие 27,5 тыс. малых предприятий промышленного производства. Измерение инновационной деятельности осуществлялось по двум типам инноваций – продуктовым и процессным (поскольку по структуре распределения затрат на них приходится большее количество малых предприятий и инвестиций), учитывающим как технологические, так и нетехнологические нововведения.



Рисунок 1 ‒ Основные показатели инновационной деятельности малых предприятий промышленного производства [14]

В 2019 г. уровень инновационной активности малых предприятий промышленного производства, осуществлявших инновационную деятельность, в общем их числе, составил 5,8%. Наблюдаемые характеристики инновационной активности малого бизнеса на протяжении 2011–2017 гг. не превышали 4-5%.

Наибольшие значения индикатора уровня инновационной активности в 2019 г. зафиксированы на предприятиях по производству лекарственных средств и материалов (22,5%), компьютеров, электронных и оптических изделий (18%), электрического оборудования (11,3%), готовых изделий (11,1%), химических веществ и продуктов (10,5%) [14].



Рисунок 2 ‒ Уровень инновационной активности малых предприятий промышленного производства в 2019г. [14]

Оценивая уровень развития инновационного потенциала страны, обратимся к показателям исследовательской активности России, а точнее – к данным Роспатента и Росстата:

Объем заявок на регистрацию патентов в 2019 г. – общее количество заявок на выдачу патентов Российской Федерации на изобретения, поступивших в Роспатент, составило 35,5 тыс. заявок. Если обратится к данным за 2018 г., то мы заметим сокращение количества заявок на 6,4% (38 тыс. в 2018 г.).

Объем заявок на регистрацию торговых знаков в 2019 г. – на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживаний Российской Федерации в 2019 г. было подано 87,5 тыс. заявок. Обращаясь к показателям 2018 г. мы видим значительный рост – количество заявок увеличилось на 15% (76 тыс. в 2018 г.) [15].

В 2019 г. расходы на науку в России составили 1,13 трлн руб., или 1,03% ВВП. В постоянных ценах показатель вырос на 13,4% по сравнению с 2010 г., а вот в отношении к ВВП снизился с 1,13%. Государство по-прежнему остаётся основным источником финансирования НИОКР – 66,3% в 2019 г. против 70,3% в 2010 г. Бюджетные расходы на гражданскую науку к 2019 г. сжались до 0,44% ВВП (489 млрд руб.), тогда как в 2010-м они составляли 0,53% ВВП. Также общее число сотрудников, занятых исследованиями и разработками, снизилось за 10 лет на 7,3% – до 682 500 чел. [16].

Премирование учёных за публикации в авторитетных журналах привело к тому, что общее число публикаций российских авторов, индексируемых в «Scopus», подскочило втрое в 2010–2019 гг. – до 115 900. Но российских авторов цитируют реже, чем в среднем в мире. В итоге вклад России в общемировой поток публикаций увеличился с 1,6% до 3,5%. По числу цитируемых статей в авторитетных научных изданиях РФ занимает 12-е место (73,4 тыс.).

Россия в Глобальном инновационном индексе – 2019 г. В итоговом ГИИ-2019 Россия заняла 46-е место, поднявшись на две ступени с 2015 г. и сохранив свои позиции относительно уровня 2018 г. В ГИИ-2019 Россия попадает в группу стран с уровнем ВВП на душу населения выше среднего, занимая среди них 6-е место из 34, а среди стран Европы – 31-е из 39 [17].

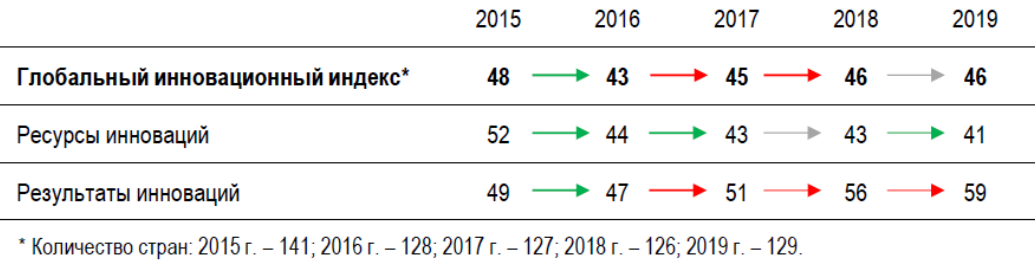


Рисунок 3 ‒ Динамика позиций РФ в ГИИ: 2015–2019 гг. [17]

# **2.2 Сравнение показателей эффективности инновационной деятельности России и США**

Проанализировав показатели эффективности инновационной деятельности российского малого бизнеса, перейдем к анализу показателей США и сравнения их с показателями России.

Для начала стоит упомянуть, что экономика США стоит на фундаменте малого и среднего бизнеса. По данным Организации экономического сотрудничества и развития малые предприятия создают около 50% ВВП и рабочих мест в США [18].

Россия даже рядом не стоит с этими показателями – малые и средние предприятия создают порядка 20% ВВП, а занято в них лишь 25% населения. Однако, наш президент в обращении Федеральному собранию, говорил, что к 2025 г. вклад малого предпринимательства в ВВП «должен приблизиться к 40%» [19].

Уровень инновационной активности малых и средних предприятий промышленного производства в США в 2019 г. достиг 51%, что говорит о грамотном методе развития инновационной деятельности и достаточном финансировании малого бизнеса. Посмотрев на показатели инновационной активности России и США, мы можем заметить колоссальную разницу в цифрах – уровень активности США почти в 9 раз выше нашего, что заставляет задуматься о грамотности распределения средств на развитие инновационной деятельности малых предприятий.

В 2019 г. число поданных во всем мире заявок на патенты достигло рекордно высокого уровня. В 2019 г. изобретатели во всем мире подали 3,3 млн патентных заявок, что соответствует росту этого показателя на 5,2% за год. В США малый бизнес производит в 13 раз больше патентов и осваивает вдвое больше нововведений, чем крупные корпорации. Ведомства США зарегистрировали 18% от общемирового количества патентных заявок – целых 598 тыс. заявок, заняв 2 место в мире по уровню инновационного потенциала. В 2019 г. в мире насчитывалось около 14 млн действующих патентов. Наибольшее число действующих патентов имеется в США - 3,1 млн. Количество заявок на регистрацию товарных знаков в США достигает 644 тыс. заявок.

Вновь обратимся к показателям России и сравним их с показателями США. 35,5 тыс. заявок из России и 598 тыс. заявок из США. Снова можем заметить огромный разрыв – Россия уступает США в 17 раз. Ситуация с регистрацией торговых знаков обстоит не так печально. Россия уступает США в 7 раз – 87,5 тыс. заявок из России на 644 тыс. из США [20].

Перейдем к затратам на НИОКР. В качестве источника информации выступает база данных ЮНЕСКО по вопросам образования, науки и культуры. Затраты США на НИОКР в 2019 г. составили 2,8% от ВВП, или, в переводе на рубли, 40 трлн руб. Огромнейшая цифра, которая отличается от российской в целых 36 раз [21].

США в итоговом ГИИ 2019 г. заняли 3 место, поднявшись с 6 места. По показателям качества инноваций среди стран с высоким уровнем ВВП, США в 2019 г. занимают 1 место [22].

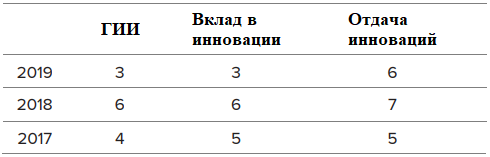


Рисунок 4 ‒ Динамика позиций США в ГИИ: 2017–2019 гг. [22]

Таких показателей США добивается посредством активного кредитования предпринимателей, вложения большого количества средств в развитие НИОКР, сниженного налогообложения для малого бизнеса, обеспечения творческой среды (бизнес-инкубаторы, инновационные центры) и популяризации предпринимательства. В США, в отличие от России, предпринимательство является однозначно уважаемым и престижным – быть предпринимателем почётно и статусно [23].

# **2.3 Проблемы развития инновационной деятельности в российском малом бизнесе**

Проанализировав и сравнив статистические показатели эффективности инновационной деятельности России и США, можно выделить основные проблемы развития инновационной деятельности в России:

– низкий уровень инновационной активности. Интенсивность осуществления предприятиями инновационной деятельности остается на низком уровне из-за недостаточного и неграмотного финансирования малого и среднего бизнеса, а также на низкие показатели влияет дефицит высокотехнологичного оборудования и утечка высококвалифицированных кадров за рубеж. На утечку кадров, в свою очередь, влияет низкая стимуляция инновационного процесса. Малому бизнесу не хватает льготного стимулирования и снижения налогового гнёта. Несмотря на рост показателей инновационной активности, уровень, в среднем, остается на одном положении без существенных изменений, что является очень большой проблемой;

– низкий уровень инновационного потенциала. Показатели инновационного потенциала тоже оставляют желать лучшего. Причиной этому выступают общая слаборазвитость патентирования в нашей стране, сложность процедуры получения патента и процесса защиты патентных прав в связи с несовершенством российского законодательства (в России рассматривается всего около 150 судебных дел в год, связанных с нарушением исключительных прав патентообладателей, хотя можно с уверенностью сказать, что фактов нарушения прав патентообладателей на порядок больше). В НИУ ВШЭ заявили, что Россия использует свой инновационный потенциал менее чем на 60% [24];

– низкие и неграмотные затраты на НИОКР. Сравнив затраты России на НИОКР с затратами других стран, можно заметить два отличия – затраты от ВВП в России значительно ниже, чем в других странах, и отдача от инноваций малого бизнеса в ВВП непропорционально низка. Отсюда напрашивается печальный вывод о том, что в науку и НИОКР, фонды венчурного и прямого инвестирования мы вкладывали средств не только меньше западных стран в абсолютном и структурном отношении, но и делали это неграмотно, не говоря о части инвестиций, уходящей в карманы коррупционеров. Из этого следует, что на отдачу в ВВП влияет не только объем инвестиций, но и грамотность их распределения и уровень коррумпированности страны. Также на отдачу в ВВП влияют ничтожные траты крупнейших корпораций на НИОКР, что существенно отличается от ситуации в странах зарубежья

– налоговый пресс. Несмотря на уменьшение налогового пресса со стороны государства, эта проблема остается все еще актуальной. Нефиксированные цены на электричество (примером может послужить пятнадцатилетняя фиксация цены на электричество для малого бизнеса в США), отсутствие единого налогового платежа и полного освобождения от уплаты налогов для малых предприятий, занимающихся деятельностью в значимых для государства отраслях, создаёт неблагоприятную среду и снижает стимуляцию для занятия инновационной деятельностью в малом бизнесе;

– недостаточная эффективность научно методической поддержки. Об недостаточной эффективности работы бизнес-центров и бизнес-инкубаторов можно говорить, опираясь на количество официально запущенных проектов в России за 2019 г. – их было всего 206. В странах с более развитой системой инфраструктурной и научно методической поддержки количество запущенных проектов исчисляются тысячами, а также около 85% компаний, прошедших инкубацию в бизнес-инкубаторах, остаются на рынке. В России же всего 27% малых предприятий «выживают» после программы инкубации. Оценив вышеперечисленные данные, можно смело сказать о нехватке специалистов в области юридического, финансового, маркетингового, PR консультирования и в целом неэффективности работы бизнес-инкубаторов;

– непопулярность предпринимательства в России. Опросы ВЦИОМ в 2019 г. показали, что 41% россиян «скорее хорошо» относятся к предпринимателям, более 50% считают, что честный бизнес никого, не обманывая в России вести нельзя. Усилий государства и общественных структур по «обелению» и популяризации образа предпринимателя в России недостаточно. По ТВ и в СМИ очень редко можно увидеть фильмы, социальную рекламу или статьи, которые рассказывают об успешном предпринимателе и ставят его в пример. По телевидению изредка можно увидеть ток-шоу для предпринимателей, но и оно будет идти глубокой ночью. В то время как в США подобных шоу и ТВ программ довольно много, они выходят в эфир, в т.ч. и в прайм-тайм [23].

# **3 Способы развития инновационной деятельности российского малого бизнеса**

Чтобы развить инновационную деятельности малого бизнеса в первую очередь нужно поднять уровень инновационной активности и инновационного потенциала. Показатели этих основополагающих факторов можно улучшить посредством увеличения инвестиций государства в НИОКР и научно методическую поддержку, а также улучшением условий патентирования.

Если встает вопрос о том, на что потратить средства для развития инновационной деятельности малого бизнеса, лучше потратить их на специалистов экстра-класса для обучения предпринимателей, а не на материальную инфраструктуру, которой и так достаточно в нашей стране. В США руководство бизнес-инкубаторами и коучинг осуществляют люди, имеющие большой опыт работы с бизнесом, финансовыми структурами, венчурной индустрией, государственными и региональными учреждениями.

Также для повышения инновационной активности государство должно создать благоприятную среду для инновационной деятельности малого бизнеса. Для этого государству нужно закупать высокотехнологическое оборудование, обеспечивать должную научно методическую поддержку, стимулировать инновационную деятельность посредством льготного стимулирования и низкого налогообложения. В качестве налогового стимулирования инновационного бизнеса предлагается стопроцентное освобождение от налогов всех направленных на НИОКР средств, а также низкая фиксированная цена на электроэнергию и создание единого налогового платежа. Обеспечением рабочей среды и созданием новых рабочих мест Россия решит проблему утечки кадров, что, несомненно, повысит уровень инновационной активности.

Борьба с коррупцией в России должна выйти на новый уровень. Траты государства на НИОКР и так невелики, так коррупционеры делают эту сумму еще меньше, оставляя малый бизнес в крайне плачевном положении.

Для увеличения инновационного потенциала в нашей стране нужно упростить процедуру получения патента и внести корректировки в законодательство, т.к. основной причиной отказа изобретателей и патентообладателей от защиты и отстаивания своих прав является сложность процедуры получения патента и процесса защиты патентных прав в связи с несовершенством российского законодательства.

Помимо прочего, в стране нужно провести активную работу по популяризации предпринимательства. Для этого нужно запустить в поток несколько шоу, которые будут показываться по ТВ и в прайм-тайм. В интернете должна быть запущена социальная реклама малого бизнеса, с указанием плюсов, которые может получить человек, начав заниматься предпринимательством. Также нужно увеличить количество статей на тему малого и среднего бизнеса. Чтобы охватить большое количество молодой аудитории нужно провести просветительские акции о малом бизнесе, включающие в себя ролики на крупных видеохостингах об успешном российском предпринимательстве.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Подводя итог работы, можно прийти к выводу, что развитие инновационной деятельности является приоритетом для России. Державы с крупными экономиками держаться по большей части на инновационном малом бизнесе. Для обеспечения конкурентоспособности нашей экономики необходимо выстроить фундамент из малого и среднего предпринимательства и активно развивать инновационную деятельность в нём.

Благодаря изучению теоретических аспектов данной темы, определили, почему инновационная деятельность нашего малого бизнеса неэффективна.

Всему виной служат скудные инвестиции в НИОКР, нехватка квалифицированной научно методической поддержки, а также низкая стимуляция и несправедливо крупное налогообложение малого бизнеса, в последствие приводящее к уменьшению инновационной эффективности малых предприятий.

Проанализировав данные Роспатента и Росстата, оценили вклад России в НИОКР и уровень патентирования в стране. Несмотря на увеличение расходов относительно постоянных цен (на 13,4%), вклад в отношении к ВВП снизился (до 1,03%). Объем заявок на регистрацию патентов тоже сократился (до 35,5 тыс.). В связи с этим, принимаются меры по перераспределению средств на финансирование НИОКР и упрощению процедуры получения патента.

Сравнив показатели эффективности инновационной деятельности России и США, выделили существенное различие в объеме вложение в НИОКР (вложения США в 36 раз больше), а также в объеме отдачи в ВВП (20% у России и 50% у США). Основываясь на сравнении, были выделены основные проблемы, опираясь на которые были приведены рекомендации по развитию инновационной деятельности и повышению её эффективности.

Несмотря на 6 место в рейтинге инноваций среди стран с уровнем ВВП на душу населения выше среднего и 46 место по миру, Россия очень усердно работает над переходом на фундамент инновационного малого бизнеса, предпринимая попытки создания благоприятного климата для последующих преобразований.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Гумерова, Г.И.  Международная классификация инноваций на основе Руководства Осло: значение, новые понятия/ Г.И. Гумерова, С. Хюзиг, Г. Шеве, Э.Ш. Шаймиева.: Издательство "Познание" (Казань), 2021. – 154 с. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45820768 (дата обращения: 22.04.2022).

2. iPhones.ru – новости высоких технологий, обзоры смартфонов, презентации Apple: Обзор характеристик iPhone 13 – URL: https://www.iphones.ru/iNotes/obzor-iphone-13-eto-ne-minornoe-obnovlenie-a-novyy-etalon-smartfonov-09-22-2021 (дата обращения: 24.04.2022).

3. Хрущёва, М.Ю. Автоматизация складских комплексов (на примере компании «Amazon»): Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», 2019. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-skladskih-kompleksov-na-primere-kompanii-amazon (дата обращения: 24.04.2022).

4. TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков: Lamoda запустила функцию примерки обуви в дополненной реальности – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Проект:Lamoda\_запустила\_функцию\_примерки\_обуви\_в\_дополненной\_реальности (дата обращения: 24.04.2022).

5. Джавадова, С. А. Развитие инноваций представителями малого бизнеса: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», 2021. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsiy-predstavitelyami-malogo-biznesa (дата обращения: 24.04.2022).

6. Студенческая библиотека онлайн: Особенности, классификации и функции инноваций – URL: https://studbooks.net/1363092/menedzhment/ osobennosti\_klassifikatsii\_funktsii\_innovatsiy (дата обращения:24.04.2022).

7. Электронная библиотека Полоцкого государственного университета: Оценка эффективности инноваций и инновационных проектов – URL: https://elib.psu.by/bitstream/123456789/15727/9/Тема%208.pdf (дата обращения 03.05.2022).

8. Заглумина, Н. А. Инновационная активность, инновационный потенциал, инновационный климат: взаимосвязи: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», 2010. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-aktivnost-innovatsionnyy-potentsial-innovatsionnyy-klimat-vzaimosvyazi (дата обращения 03.05.2022).

9. Гуманитарный портал: Глобальный индекс инноваций – URL: https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index (дата обращения 05.05.2022).

10. Аккредитация в образовании: Инновационный бизнес: прогнозы и проблемы – URL: https://akvobr.ru/innovacionnyi\_biznes\_problemy\_i \_prognozy.html (дата обращения 05.05.2022).

11. КонсультантПлюс: Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 – URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_52144/ (дата обращения 22.05.2022).

12. Дриати, Ф. Б. Методы поддержки и стимулирования малого предпринимательства на федеральном и региональном уровнях: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка», 2016. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n /metody-podderzhki-i-stimulirovaniya-malogo-predprinimatelstva-na-federalnom-i-regionalnom-urovnyah (дата обращения 22.05.2022).

13. Российская газета: Как малый бизнес перенес нашествие коронавируса – URL: https://rg.ru/2021/10/19/kak-perenes-malyj-biznes-nashestvie-koronavirusa.html (дата обращения 23.05.2022).

14. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: Состояние и развитие инновационной деятельности в сфере малого бизнеса – URL: https://issek.hse.ru/news/392498475.html (дата обращения 15.04.2022).

15. Федеральный институт промышленной собственности: Анализ изобретательской активности в регионах Российской Федерации – URL: https://new.fips.ru/about/deyatelnost/sotrudnichestvo-s-regionami-rossii/a-iz-akt-2019.pdf (дата обращения 18.05.2022).

16. Интернет журнал «Секрет фирмы»: Расходы на науку в России сжались – URL: https://secretmag.ru/news/raskhody-na-nauku-v-rossii-szhalis.htm (дата обращения 29.05.2022).

17. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: Россия в глобальном инновационном индексе – URL: https://issek.hse.ru/news/299608238.html (дата обращения 02.06.2022).

18. ТАСС – новости в России и мире: Влияние экосистемы МСП на мировую экономику – URL: https://tass.ru/pmef-2017/4278934 (дата обращения 24.05.2022).

19. Ежедневная деловая газета РБК: Росстат зафиксировал снижение доли малого бизнеса в экономике – URL: https://www.rbc.ru/economics /28/01/2020/5e2eda219a79473c798d3692 (дата обращения: 19.05.2022).

20. Всемирная организация интеллектуальной собственности: факты и цифры за 2019 год – URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/ wipo\_pub\_943\_2019.pdf (дата обращения 05.06.2022).

21. Панель данных по ЦУР: Затраты на исследования и разработки в процентах от ВВП – URL: https://w3.unece.org/SDG/ru/Indicator?id=123 (дата обращения 25.05.2022).

22. Всемирная организация интеллектуальной собственности: США в Глобальном инновационном индексе 2019 – URL: https://www.wipo.int/ edocs/pubdocs/en/wipo\_pub\_gii\_2019/us.pdf (дата обращения 05.06.2022).

23. Росинформбюро: Как государство поддерживает малый бизнес в США и что из этого было бы полезно применять в России – URL: http://www.rosinform.ru/column/Vitruk/484631-kak-gosudarstvo-podderzhivaet-malyy-biznes-v-ssha-i-chto-iz-etogo-bylo-by-polezno-primenyat-v-rossii/ (дата обращения 14.05.2022).

24. ТАСС – новости в России и мире: В НИУ ВШЭ заявили, что Россия использует свой инновационный потенциал менее чем на 60% – URL: https://tass.ru/ekonomika/14815837 (дата обращения 02.06.2022).

25. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 298 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–06608–1.

26. Соколов, К.О. Инструменты инновационного развития : открытые инновации и краудсорсинг / К.О. Соколов, Д. В. Лазутина // Управление в современных системах. – Челябинск, 2018. – С. 37–41. ISSN 2311–1313.

27. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики : учебник для вузов / Н. И. Лапин, В. В. Карачаровский. – 2–е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 350 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–11073–9.

28. Гончаренко, Л. П. Инновационная политика : учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под редакцией Л. П. Гончаренко. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 229 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–11388–4.

29. Брусакова, И. А. Теоретическая инноватика : учебник и практикум для вузов / И. А. Брусакова [и др.] ; под редакцией И. А. Брусаковой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 333 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–04909–1.