

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н. И. Вавилова»

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ АПК

краткий курс лекций

для студентов 3 курса

Направление подготовки
38.03.02. Менеджмент

Саратов 2016

УДК 316.422:338.436.33
ББК 60.524:65.32(Я7)
Т-66

Рецензенты:

Заведующий лабораторией инновационного развития производственного
потенциала агропромышленного комплекса Учреждения Российской академии наук
Института аграрных проблем РАН,
д-р эконом. наук, проф.
Андрющенко Сергей Анатольевич

Директор бизнес-инкубатора «Агроидея»
СГАУ им. Н.И. Вавилова
д-р эконом. наук, проф.
Колотырин Константин Павлович

Инновационная деятельность на предприятии АПК: краткий курс лекций для студентов 3 курса бакалавриата (направления подготовки) 38.03.02. «Менеджмент» / Сост.: Л.А. Третьяк// ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. –55 с.

Краткий курс лекций по дисциплине «Инновационная деятельность на предприятии АПК» составлен в соответствии с рабочей программой дисциплины и предназначен для студентов направления подготовки 38.03.02. «Менеджмент». Краткий курс лекций содержит теоретический материал по основным вопросам предприятия инновационной деятельности. Направлен на формирование у студентов знаний организационно-экономических основ инновационной деятельности; инновационной среды; методики расчета затрат, эффекта и эффективности инновационной деятельности. Материал ориентирован на развитие профессиональной компетентности будущих менеджеров.

УДК 316.422:338.436.33
ББК 60.524:65.32(Я7)

Третьяк Л.А., 2016
ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2016

Введение

Инновации являются главным средством обеспечения конкурентоспособности продукции и обеспечения устойчивости успеха предприятия (корпорации) на рынке в целом. В силу этого, управление инновационной деятельностью является составной частью и одним из основных направлений стратегического управления предприятием.

Дисциплина «Инновационная деятельность на предприятии АПК» направлена на формирование у студентов профессиональных компетенций: «Способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6)»; «Владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8)».

В результате освоения дисциплины студент должен:

- *Знать*: роль инноваций в деятельности предприятия; инновационную среду; процесс предприятия инновационной деятельности; методику расчета затрат, эффекта и эффективности предприятия инновационной деятельности.
- *Уметь*: оценивать инновационный потенциал и инновационную активность предприятия; осуществлять работу по выводу предприятия на рынок инноваций; рассчитывать индекс инновационной деятельности на фондовом рынке, затраты, эффект и эффективность инновационной деятельности.
- *Владеть*: навыками предприятия инновационной деятельности; современными технологиями оценки инновационного потенциала и инновационной активности предприятия; методиками расчета эффекта и эффективности инновационной деятельности.

СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Понятие и сущность инновационной деятельности.

Сущность инновационной деятельности предприятия выражается в деятельности, направленной на достижение его (предприятия) общих целей.

Целями инновационной деятельности предприятия являются:

1. Разработка и внедрение новой продукции или услуг.
2. Модернизация и усовершенствование выпускаемой продукции.
3. Совершенствование и развитие производства традиционных для предприятия видов продукции и услуг.
4. Создание условий для обеспечения более эффективной деятельности и повышения конкурентоспособности предприятия.

Стратегия инновационной деятельности предприятия ориентирована на научно-технический прогресс (НТП), на использование его результатов для повышения эффективности производства и обеспечения конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Это достигается детальной разработкой целей инновационной деятельности на основе стратегических программ (стратегического плана) предприятия. Главное внимание в инновационном менеджменте уделяется выработке стратегии и технической политики нововведений (инновационной политики) и конкретных мер по их реализации. Нововведением называют:

- неизвестные потребителю блага (новая продукция, услуги);
- неизвестный метод производства продукции или услуг;
- разработка новых материалов и элементов;
- получение нового источника сырья и энергии;
- организационные нововведения (освоение нового рынка, получение новых форм финансирования и др.).

Инновационная деятельность - процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки. Рассматривая данное определение инновационной деятельности следует указать на отсутствие в нем понятия разработки инновации. Инновационная деятельность означает весь без исключения инновационный процесс, начиная появлением идеи и заканчивая диффузией продукта. Более точное определение инновационной деятельности следующее.

Инновационная деятельность - это процесс, направленный на разработку инноваций, реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.

1.2. Виды инновационной деятельности.

Организация инновационной деятельностью может быть успешной при условии длительного изучения инноваций, что необходимо для их отбора и использования. Прежде всего, необходимо различать инновации и несущественные видоизменения в продуктах и технологических процессах (например, эстетические изменения, то есть цвет и т. п.); незначительные технические или внешние изменения в продуктах, оставляющие неизменными конструктивное исполнение и не оказывающие достаточно заметного влияния на параметры, свойства, стоимость изделия, а также входящих в него материалов и компонентов; расширение номенклатуры продукции за счет освоения производства не выпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже известных на рынке продуктов, с целью удовлетворения текущего спроса и увеличения доходов предприятия.

Современную инновационную деятельность и ее виды характеризуют по двум направлениям (тенденциям):

- с позиции рекомендаций ЮНЕСКО инновационная деятельность рассматривается как научно-техническая деятельность (НТД), которая включает три ее вида: научные исследования и разработки (НИОКР); научно-техническое образование и подготовка кадров; научно-технические услуги;

- согласно сложившимся представлениям отечественных ученых-экономистов инновационная деятельность - это разработка новшеств и деятельность по материализации нововведений [8].

Научно-техническая деятельность характеризуется масштабом (объемом) выполняемых научных исследований, которые могут осуществляться в рамках научного направления научной проблемы, научной темы.

Научное направление - наиболее крупная научная работа, имеющая самостоятельный характер, и посвящено решению задач развития данной отрасли науки и техники. Решение того или иного научного направления возможно усилиями ряда научных организаций.

Научная проблема - часть научного направления, представляющая один из возможных путей ее решения. Выполнение научной проблемы может осуществляться в виде целевой научно-технической программы, которая является комплексом увязанных по ресурсам и исполнителям работ. Как правило, координацию этих работ проводят головные научные предприятия.

Научная тема - часть проблемы, которая решается обычно в пределах одной научной предприятия и выступает основной единицей тематического плана при финансировании, планировании и учете работ. Цель темы НИОКР - эффективное решение конкретной задачи. Например, разработка прибора, способа, проведение патентных исследований, выполнение экономических работ и т.д. Тема в зависимости от сложности может разбиваться на этапы.

1.3. Индикаторы инновационной деятельности.

Анализ эффективности предприятия инновационных процессов в компании приобретает все большую актуальность. Проводятся многочисленные исследования трендов и закономерностей инвестирования в НИОКР. Изучаются причины успехов и неудач корпоративных исследований и разработок. Сформировалась новая услуга — аудит научно-технической и инновационной деятельности компании. Менеджеры научно-технического блока компаний озабочены вопросами повышения эффективности предприятия НИОКР. На уровне политик и регламентов определяются цели и задачи,

разрабатываются критерии оценки инновационной деятельности. Однако даже при беглом рассмотрении видно, что оценка эффективности — задача очень сложная, поскольку инновационный процесс растянут во времени, выявить влияние на прибыль даже конкретных разработок во многих случаях затруднительно и тем более трудно оценить влияние инноваций в целом на финансовые результаты компании. Некоторые проблемы позволяет решить мониторинг индикаторов инновационной активности. Индикаторы инновационной активности можно разделить на абсолютные и относительные.

К абсолютным индикаторам относятся расходы на НИОКР, выручка и прибыль, связанные с инновациями, численность персонала НИОКР, число поданных или полученных патентов, лицензионных договоров и т.д.

Относительные индикаторы обычно являются производными от абсолютных индикаторов, отнесенных или приведенных к определенному значению. Например, отношение расходов на НИОКР к выручке, прибыли или капитализации; отношение числа используемых патентов к общему числу патентов;

Отношение значений абсолютных индикаторов за текущий год к аналогичным значениям за предыдущие периоды.

1.4. Структура инновационной деятельности.

Структура инновационной деятельности может быть разделена на следующие этапы:

1. формулирование (пересмотр) корпоративной стратегии;
2. идентификация необходимых направлений инновационной деятельности и типов инновационных стратегий;
3. выработка критериев для новых идей о продуктах и процессах;
4. генерирование идей;
5. формулирование проектов и их проверка с помощью маркетингового, технологического и финансового анализа;
6. разработка новых продуктов (процессов), включая НИОКР и тестирование;
7. подготовка производства, каналов снабжения и реализации продукта;
8. коммерциализация инновации.

Идентификация необходимых направлений инновационной деятельности и типов инновационных стратегий является необходимым этапом конкретизации корпоративной стратегии. В ходе идентификации необходимых направлений инновационной деятельности происходит:

1. выбор основного направления инноваций (продуктовые инновации/процессные инновации);
2. определение типа поведения фирмы относительно выпуска новых продуктов (абсолютное лидерство, преследование, имитация, поиск ниши и т.д.)
3. определение возможностей фирмы относительно масштабов инновационной деятельности.

Выработка критериев для новых идей о продуктах и процессах производится руководством коммерческой предприятия. Основными критериями обычно выступают:

- уровень приемлемого технологического риска
- уровень финансового риска
- уровень маркетингового риска, в том числе степень изменений сложившихся "правил игры" на тех или иных рынках

- предпочтения относительно заимствованных - "самодельных" технологических решений
- предпочтения относительно источников идеи об инновациях (снизу, сверху, сбоку)
- предпочтений относительно использования дополнительного персонала для реализации тех или иных идей.

Генерирование идеи представляет собой сочетание ощущаемой потребности и технологической возможности удовлетворения данной потребности. Основные "инструменты" генерирования идеи:

1. сведения о потребностях;
2. сведения о технологиях;
3. прогнозирование.

1.5. Технология осуществления инновационной деятельности

Инновационная деятельность включает в себя четыре основных этапа: исследовательский, проектный, производственный и коммерческий.

На исследовательском этапе формируется концепция продукта, базирующаяся на экономическом и научно - техническом потенциале предприятия, результатах анализа информации о возможном спросе на новую продукцию, ситуации на рынках, конкурентных позициях других производителей, научно - технических возможностях и ограничениях в развитии продукта. Итогом первого этапа должен стать вывод об экономической целесообразности, технической возможности и основных параметрах новой продукции.

На втором этапе инновационного процесса на базе разработанной концепции нового продукта осуществляется проектирование этого продукта. Здесь производится детальная инженерная проработка изделия, включающая опытно - конструкторские разработки, изготовление и испытание опытных образцов новой продукции, изготовление чертежей.

Производственный этап включает в себя технологическую, организационную, плановую и экологическую подготовку производства и освоение собственно производства нового изделия.

Коммерческая стадия инновационного процесса представляет собой комплекс работ по продвижению новой продукции на рынок, включая маркетинговые исследования, организацию сбыта этой продукции, а также системы послепродажного (сервисного) обслуживания.

Любой новый продукт в течение своего жизненного цикла проходит несколько стадий.

Весь жизненный цикл нового продукта делится на два основных этапа: разработка новшества и его коммерциализация. Первый этап характеризуется затратами на осуществление научно-исследовательских (фундаментальных, прикладных) и опытно - конструкторских работ по созданию новой продукции или услуг. После выведения этой продукции или этих услуг на рынок начинается стадия коммерциализации, т.е. их продажи. Сама эта стадия состоит из трех участков: подъема (т.е. роста прибыли в основном за счет увеличения объема продаж), стабилизации (т.е. достижения максимума продаж и закрепления на этом уровне на какое - то время) и спада (т.е. сокращения объема продаж, главным образом, за счет устаревания продукции или услуги, снижения потребительского интереса). Именно на стадии спада компания

должна определить момент, когда следует прекратить выпуск устаревшего товара или услуг и начать новый инвестиционный цикл по усовершенствованию своей продукции или по созданию совершенно нового продукта или вида услуг.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается сущность инновационной деятельности?
2. Перечислите виды инновационной деятельности.
3. Назовите основные индикаторы инновационной деятельности.
4. Какова структура инновационной деятельности?
5. Какова технология осуществления инновационной деятельности?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

Дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1. Внешняя инновационная макросреда

В структуре внешней среды предприятия выделяют макросреду и микросреду.

Объектом анализа выступают сферы внешней макросреды, а *предметом* — их влияние на *инновационные цели и стратегии*, т.е. *определение инновационного макроклимата*. При необходимости можно углубить объект анализа за счет двух других векторов — территориального масштаба и отраслей. Однако в некоторой части эти два вектора уже учтены в структурах и характеристиках сфер. На рис. 4.20 показано, что состояние сфер внешней макросреды оказывает влияние на зоны внешней микросреды и вместе с ней одновременно — на внутреннюю среду предприятия.

В качестве дальнего (косвенного) окружения предприятия внешняя макросреда не всегда непосредственно влияет на организацию. Чаще это влияние передается через внешнюю микросреду (ближайшее окружение), которая прямо, непосредственно влияет на организацию. Цели достигаются разработкой и реализацией стратегий, т.е. формированием и использованием потенциала предприятия. Поэтому точнее будет указывать в качестве предмета анализа влияние на *потенциал* предприятия.

Любая оценка составляет лишь определенную операцию анализа. Операция, завершающая анализ, очень важна. Поэтому требуется особо уточнить применяемые подходы к формированию оценок. Критерии оценки мы оговорили (соответствие целям, стратегиям, потенциалу предприятия). Качество оценки зависит от состава учитываемых факторов, от точности моделирования связи фактора (параметра внешней макросреды) с объектом оценки (параметрами предприятия), от качества прогнозирования динамики их изменения. Все это определяется квалификацией и информированностью аналитиков и экспертов.

Оценка состояния и влияния макросреды проходит три стадии: на первой оценивается состояние и влияние отдельных факторов среды; на второй — влияние среды в целом; на третьей подводится итог влиянию всей внешней макросреды.

2.2. Внешняя инновационная микросреда.

Внешняя среда в части ближайшего окружения предприятия и прямого на нее влияния, т.е. *микросреда*, представляется совокупностью следующих стратегических зон:

- стратегические зоны хозяйствования (отрасли, рынки, потребители, конкуренты);
- стратегические зоны капиталовложений;
- стратегические зоны технологий и информационных ресурсов;
- стратегические зоны сырьевых и материально-технических ресурсов;
- стратегические зоны трудовых ресурсов;
- группы стратегического влияния.

2.3. Внутренняя инновационная среда.

Внутренняя среда инновационной деятельности предприятия — совокупность активных субъектов и сил, действующих на возможности фирмы устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами отношения успешного сотрудничества. Внутренняя среда представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям.

К *внутренним факторам*, влияющим непосредственно на инновационную деятельность предприятия, относятся:

- наукоемкость производства и наличие исследовательских, опытно-конструкторских подразделений, экспериментальных производств;
- степень глубины переработки первичного сырья;
- уровень получаемой добавленной стоимости;
- длительность производственного цикла;
- длительность цикла обращения;
- наличие непрерывных производств;
- тип производства на отдельно взятом предприятии отрасли (массовое, крупносерийное, серийное, мелкосерийное или индивидуальное производство);
- влияние фактора сезонности на производственную активность отрасли;
- энергоемкость производства;
- фондоемкость производства;
- технический уровень производства;
- уровень качества продукции;
- наличие экологически вредных производств;
- износ оборудования и основных фондов;
- уровень диверсификации производства в отрасли;
- уровень квалификации работников;
- возможность применения в производстве технологий экономии и сбережения;
- приближенность к потребительскому рынку;
- прочие.

2.4. STEP-анализ внешней макросреды предприятия, осуществляющей инновационную деятельность

1. S — социально-культурные факторы:

- стиль и уровень жизни;
- демократическая структура населения;
- базовые ценности населения;
- социальная мобильность населения;
- изменение структуры доходов.

2. T — технологические факторы:

- значимые тенденции НИОКР;
- новые продукты и технологии (новые патенты);
- защита интеллектуальной собственности;
- государственная технологическая политика.

3. E — экономические факторы:

- общая экономическая ситуация (подъем, стабилизация, спад);
- уровень инфляции;
- динамика курса национальной валюты;
- динамика ставки рефинансирования;

- цены на энергоресурсы;
- уровень безработицы;
- контроль цена и заработных плат.

4. Р – **политико-правовые факторы:**

- правительственная нестабильность;
- налоговая политика и законодательство;
- антимонопольное законодательство;
- государственное влияние в отрасли (доля государственной собственности);
- внешнее экономическое законодательство;
- регулирование занятости населения;
- группы лоббирования.

2.5.SWOT-анализ внешней микросреды и внутренней среды предприятия, осуществляющей инновационную деятельность

Для того чтобы получить ясную оценку сил предприятия и ситуации на рынке, существует SWOT-анализ.

SWOT-анализ -- это определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды) [1].

Сильные стороны (Strengths) -- преимущества предприятия;

Слабые стороны (Weaknesses) -- недостатки предприятия;

Возможности (Opportunities) -- факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества предприятия на рынке;

Угрозы (Threats) -- факторы, которые могут потенциально ухудшить положение предприятия на рынке.

Для проведения анализа необходимо:

Определить основное направление развития предприятия (его миссию)

Взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно ли двигаться в указанном направлении и каким образом это лучше сделать (SWOT-анализ);

Поставить перед предприятием цели, учитывая его реальные возможности (определение стратегических целей предприятия)

Проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы SWOT-анализа. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы [9].

Сильные стороны предприятия -- то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила может заключаться в имеющемся опыте, доступе к уникальным ресурсам, наличии передовой технологии и современного оборудования, высокой квалификации персонала, высоком качестве выпускаемой продукции, известности торговой марки и т.п.

Слабые стороны предприятия -- это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или что-то, что пока не удастся по сравнению с другими компаниями и ставит предприятие в неблагоприятное положение. В качестве примера слабых сторон можно привести слишком узкий ассортимент выпускаемых товаров, плохую репутацию компании на рынке, недостаток финансирования, низкий уровень сервиса и т.п.

Рыночные возможности -- это благоприятные обстоятельства, которые предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных

возможностей можно привести ухудшение позиций конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства продукции, рост уровня доходов населения и т.п. Следует отметить, что возможностями с точки зрения SWOT-анализа являются не все возможности, которые существуют на рынке, а только те, которые можно использовать.

Рыночные угрозы - события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.

Один и тот же фактор для разных предприятий может быть как угрозой, так и возможностью. Например, для магазина, торгующего дорогими продуктами, рост доходов населения может быть возможностью, так как приведет к увеличению числа покупателей.

Вопросы для самоконтроля

1. Что в себя включает внешняя инновационная макросреда предприятия?
2. Какими стратегическими зонами характеризуется внешняя инновационная микросреда предприятия?
3. *Что относят к внутренним факторам*, влияющим непосредственно на инновационную деятельность предприятия?
4. В чем заключается специфика проведения STEP-анализа внешней макросреды предприятия, осуществляющего инновационную деятельность?
5. В чем заключается специфика проведения SWOT-анализа внешней микросреды и внутренней среды предприятия, осуществляющего инновационную деятельность?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

Дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

3.1. Понятие и сущность инновационного процесса

Инновационный процесс - это последовательная цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии, структуры или услуги и распространяется в хозяйственной практике и общественной деятельности.

В отличие от научно-технического прогресса (НТП) инновационный процесс не завершается внедрением новой технологии и появлением нового продукта на рынке. Этот процесс не прерывается и после внедрения, ибо по мере распространения (диффузии) новшество совершенствуется, становится более эффективным, приобретает новые потребительские свойства.

Основа ИП — процесс создания и освоения новых технологий, требующий, как правило, фундаментальных исследований, направленных на получение новых знаний о развитии природы и общества безотносительно к их конкретному использованию. Фундаментальные исследования делятся на теоретические и поисковые (целенаправленные). Модель ИП имеет циклический характер, состоит из отдельных звеньев (самостоятельных процессов) и материализуется в функциональные организационные структуры. Экономическое и технологическое воздействие ИП на общественную деятельность проявляется в увеличении экономического и научно-технического потенциала государства, повышении технологического уровня всех звеньев ИП.

В обобщенном виде модель ИП можно записать так:

ФИ -> ПИ -> РПр -> Ос -> ПП -> М -> Сб,

где ФИ — фундаментальные исследования; ПИ — прикладные исследования; РПр — разработка и проектирование; Ос — освоение; ПП — промышленное производство; М — маркетинг; Сб — сбыт.

Фундаментальные исследования — начальная стадия ИП, насыщенная научными исследованиями. Однако каждый последующий элемент цикла также требует научных и прикладных исследований. Количество и качество информации убывают от фундаментальных исследований к промышленному производству. Исследовательская деятельность заменяется опытом, навыками, стандартными приемами, носящими зачастую субъективный характер.

Мировой опыт показывает, что только отдельные фундаментальные исследования воплощаются в разработку, проектирование и промышленное производство. До 90 % тем фундаментальных исследований имеют отрицательный результат. Из 10 % оставшихся не все имеют практический выход. Основной целью фундаментальных исследований являются познание и развитие ИП, изучение теории вопроса. Прикладные исследования имеют иную направленность — это овеществленные знания, используемые в различных технологиях, в результате которых создаются новые машины, оборудование и системы. Прикладные исследования плавно переходят в разработку и проектирование, далее — в освоение и промышленное производство. Фазы маркетинга и сбыта, связаны с коммерческой реализацией результатов ИП.

Таким образом, инновационный менеджер в процессе своей деятельности вникает в различные фазы ИП и с учетом этого создает свою управленческую стратегию.

Инновационный процесс - это последовательная цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется в хозяйственной практике.

Процесс использования новшества, связанный с его получением, воспроизводством и реализацией в материальной сфере общества, представляет собой инновационный процесс. Инновационные процессы зарождаются в отдельных отраслях науки, а завершаются в сфере производства, вызывая в ней прогрессивные, качественно новые изменения.

Инновации могут относиться как к технике и технологии, так и к формам предприятия производства и управления. Все они тесно взаимосвязаны и являются качественными ступенями в развитии производительных сил, повышения эффективности производства.

С учетом предмета инноваций различают следующие их виды:

- технико-технологические инновации проявляются в форме новых продуктов, технологий их изготовления, средств производства. Они являются основой технологического прогресса и технического перевооружения производства;
- организационные нововведения - это процессы освоения новых форм и методов предприятия и регламентации производства и труда, а также инновации, предполагающие изменения соотношения сфер влияния (как по вертикали, так и по горизонтали) структурных подразделений, социальных групп или отдельных лиц;
- управленческие нововведения - целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, технологии и предприятия процесса управления, методов работы аппарата управления, ориентированное на замену элементов системы управления (или всей системы в целом) с целью ускорения, облегчения или улучшения решения поставленных перед предприятием задач;
- экономические инновации на предприятии можно определить как положительные изменения в его финансовой, платежной, бухгалтерской сферах деятельности, а также в области планирования, ценообразования, мотивации и оплаты труда и оценки результатов деятельности;
- социальные нововведения проявляются в форме активизации человеческого фактора путем разработки и внедрения системы усовершенствования кадровой политики; системы профессиональной подготовки и усовершенствования работников; системы социально-профессиональной адаптации вновь принятых на работу лиц; системы вознаграждения и оценки результатов труда. Это также улучшение социально-бытовых условий жизни работников, условий безопасности и гигиены труда, культурная деятельность, организация свободного времени;
- юридические инновации - это новые и измененные законы и нормативно-правовые документы, определяющие и регулирующие все виды деятельности предприятий;
- экологические нововведения - изменения в технике, организационной структуре и управлении предприятием, которые улучшают или предотвращают его негативное воздействие на окружающую среду.

3.2. Этапы инновационного процесса.

Инновационный процесс состоит из нескольких частей (фаз), которые в совокупности составляют жизненный цикл инноваций (ЖЦИ). Рассмотрим состав и содержание фаз инновационного процесса относительно продуктовой инновации, которая является наиболее значимой среди других видов инноваций.

Как правило, выделяются пять фаз инновационного процесса: Фундаментальная наука – Прикладная наука – Разработка (Проектирование) – Производство – Потребление (Эксплуатация).

Фаза «Фундаментальная наука». К этой фазе относятся фундаментальные научные исследования – экспериментальная и техническая деятельность, направленная на получение новых знаний об основных закономерностях развития природы и общества. Фундаментальная наука осуществляется в академических институтах, вузах, отраслевых институтах.

Фаза «Прикладная наука». На этой фазе инновационной деятельности осуществляется прикладное теоретическое и экспериментальное исследование – научная деятельность, направленная на достижение практических результатов и решение конкретных народнохозяйственных задач

Фаза «Разработка (проектирование)». Данная фаза содержит конструкторскую подготовку изделия для последующего его производства.

Фаза «Производство». Данная фаза состоит из следующих частей: Организационно-техническая подготовка, Запуск производства, Управление текущим производством.

Фаза «Потребление (эксплуатация)». Данная фаза состоит из следующих частей: сбыт инновационной продукции потребителю, использование (эксплуатация) продукции потребителем, предоставление услуг по обслуживанию и ремонту продукции.

3.3.Формы предприятия инновационного процесса.

Основными формами предприятия инновационного процесса являются:

- административно-хозяйственная;
- программно-целевая;
- инициативная.

Административно-хозяйственная форма предполагает наличие научно-производственного центра — крупной или средней корпорации, объединяющей под общим руководством научные исследования и разработки, производство и сбыт новой продукции. Большинство фирм, выполняющих научные исследования и опытно-конструкторские разработки, функционируют в промышленности.

Решает задачи научно-технических прорывов, особенно в таких прогрессивных отраслях, как микроэлектроника, биотехнология, нанотехнология и др., **программно-целевая форма** предприятия инновационного процесса, предусматривающая работу участников программ в своих организациях и согласование их деятельности из центра управления программой. Не менее эффективно формирование (как правило, на временной основе) новых организаций для решения тех или иных крупных задач. Это так называемая чистая программно — целевая структура.

Для усиления связи между научными исследованиями и проектированием и разработкой различных принципиально новых видов техники в промышленности организуют **инженерные центры**, а также **университетско-промышленные** и **университетские исследовательские центры**. Управляют такими центрами советы, которые разрабатывают планы исследований и организуют проведение НИОКР по договорам с заказчиками.

Комплексная форма предприятия взаимодействия фундаментальной науки с производством, распространенная в развитых индустриальных странах, — это технополисы и технопарки.

Инициативная форма предприятия инновационного процесса состоит в финансировании научно-технической, консультативно-управленческой и административной помощи изобретателям-одиночкам, инициативным группам, а также малым фирмам, создаваемым для освоения технических и других нововведений. Значение подобных экономических и организационных механизмов объясняется спецификой самого инновационного процесса, особенно на ранних стадиях, когда велика степень неопределенности. Главная ставка делается на человеческий фактор.

Зарубежная практика подтверждает высокую эффективность инициативной формы. Так, в США мелкие инновационные фирмы с численностью занятых до 300 человек, специализирующиеся на создании и выпуске новой продукции, дают в 24 раза больше нововведений на каждый доллар, вложенный в НИОКР, чем крупные корпорации (с численностью занятых свыше 10 тыс. человек), и в 2,5 раза больше нововведений на одного занятого. Многие крупные фирмы, стремясь активизировать инновационный процесс, создают у себя организационно-экономические условия для тех сотрудников, которые способны быть инициаторами и реализовывать серьезные нововведения.

Изучение и анализ опыта инновационной деятельности американских компаний позволяет также выделить три различные организационные формы:

- последовательную;
- параллельную;
- интегральную.

Последовательная форма предполагает поэтапное проведение инновационной деятельности поочередно во всех функциональных подразделениях компании.

Параллельная форма предприятия инновационной деятельности предусматривает проведение всех видов работ по проекту одновременно во всех структурных подразделениях предприятия.

Интегральная форма (метод совместного конструирования) инновационной деятельности построена на матричной системе предприятия управленческой деятельности. В ней, наряду с функциональными и производственными подразделениями, организуются специальные проектные целевые группы во главе с руководителем инновационного проекта, выполняющим координирующие функции. Как правило, на крупных американских предприятиях такие формы часто преобразуются в самостоятельные научно-производственные комплексы по развитию новых сфер предпринимательской деятельности.

Преимуществами матричной структуры управления инновационной деятельностью на предприятиях американские исследователи называют сокращение сроков реализации инновационных проектов, оперативное реагирование на любые изменения внешней среды, упрощение системы контроля.

Вместе с тем условием эффективного использования интегральной формы инновационной деятельности на предприятии является четкое определение функций и ответственности всех членов целевых групп.

3.4. Простой внутриорганизационный инновационный процесс.

Различают три логических формы инновационного процесса:

- простой внутриорганизационный (натуральный);
- простой межорганизационный (товарный);
- расширенный.

Простой инновационный процесс предполагает создание и использование новшества внутри одной и той же предприятия, новшество в этом случае не принимает непосредственно товарной формы.

3.5. Простой межорганизационный инновационный процесс.

При *простом межорганизационном инновационном процессе* новшество выступает как предмет купли-продажи. Такая форма инновационного процесса означает отделение функции создателя и производителя новшества от функции его потребителя.

3.6. Расширенный инновационный процесс.

Расширенный инновационный процесс проявляется в создании все новых и новых производителей нововведения, нарушении монополии производителя-пионера, что способствует через взаимную конкуренцию совершенствованию потребительских свойств выпускаемого товара.

3.7. Создание и распространение инноваций.

Создание инновации - последовательные этапы научных исследований, опытно-конструкторских работ, организация опытного производства и сбыта, организация коммерческого производства (еще не реализуется полезный эффект нововведения, а только создаются предпосылки такой реализации).

Распространение инновации - это перераспределение общественно-полезного эффекта между производителями нововведения, а также между производителями и потребителями (это информационный процесс, форма и скорость которого зависит от мощности коммуникационных каналов, особенностей восприятия информации хозяйствующими субъектами, их способностей к практическому использованию этой информации и т.п.)

3.8. Диффузия инноваций.

Диффузия инновации - процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам между членами социальной системы во времени (иными словами диффузия - это распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или местах применения).

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение инновационного процесса.
2. Чем характеризуется инновационный процесс?
3. Какие выделяют фазы инновационного процесса?
4. Какие выделяют формы предприятия инновационного процесса?
5. Дайте определение диффузии инноваций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г.,- ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

4.1.Сущность инновационного потенциала.

Через развитие потенциала идет развитие предприятия и ее подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы. Развитие предприятия рассматривается как реакция на изменения внешней среды и потому носит стратегический характер. От состояния инновационного потенциала зависят выбор и реализация инновационной стратегии, и поэтому его оценка представляет собой необходимую текущую операцию.

Инновационный потенциал предприятия – это мера ее готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. мера готовности к реализации инновационного проекта или программы инновационных преобразований и внедрения инноваций.

Ряд исследователей считают, что инновационный потенциал предприятия, научно-технической предприятия – это совокупность научно-технических, технологических, инфраструктурных, финансовых, правовых, социокультурных и иных возможностей обеспечить восприятие и реализацию новшеств, т.е. получение инноваций, образующих единую систему появления и развития в ней идей и обеспечивающих конкурентоспособность конечной продукции или услуг в соответствии с целью и стратегией предприятия[7]. В то же время это «мера готовности» предприятия осуществлять стратегию, ориентированную на внедрение новых продуктов. Вместе с тем, инновационный потенциал включает, наряду с технологическим прогрессом институциональные формы, сопряженные с механизмами научно-технического развития, инновационную культуру общества, восприимчивость его к нововведениям.

4.2.Структура инновационного потенциала.

В структуре инновационного потенциала необходимо выделить два важнейших элемента: бизнес-процессы и ценности. Под ценностью предприятия понимается полезность его продукции, работ или услуг для потребителей - покупателей этих товаров в родном отечестве и за его рубежами, а также для всего общества и государства в целом.

Организация преобразует ресурсы в продукты и услуги. Способы взаимодействия, координации, коммуникации и принятия управленческих решений в процессе этой трансформации составляют бизнес-процессы предприятия. Они включают в себя не только производственные процессы, но и маркетинг, бюджетирование, управление персоналом и прочее. Процессы компании сформированы, как правило, для решения конкретных специфических задач. Это означает, что если менеджер использует данный процесс для решения проблем, для чего он и был разработан, то его применение будет эффективно. Более того, с многократным повторением процедуры результативность увеличивается. Но если тот же самый процесс использовать для решения другой нестандартной задачи, то ее исполнение окажется неэффективным и будет сопровождаться бюрократией. В отличие от ресурсов компании бизнес-процессы не являются взаимозаменяемыми.

4.3. Оценка инновационного потенциала.

Величина инновационного потенциала является параметром, позволяющим предприятию оценить возможности инновационной деятельности и определить стратегию инновационного развития. От состояния инновационного потенциала зависят управленческие решения по выбору и реализации инновационной стратегии, поэтому необходима его комплексная оценка.

В литературе выделяют два подхода к оценке инновационного потенциала:

- детальный, при котором инновационный потенциал оценивается по системе показателей с целью выявления возможности осуществления конкретного проекта;
- диагностический, заключающийся в анализе состояния предприятий по ряду внешних и внутренних параметров, в основном экспертными методами.

Для оценки инновационного потенциала компании могут быть использованы следующие показатели: научно-технический потенциал (численность сотрудников, имеющих ученую степень; количество рациональных предложений на одного сотрудника; количество патентов и пр.); показатели коммерциализации (доля новой продукции в общем объеме производимой продукции; количество лицензионных договоров и пр.); продолжительность выполняемых работ (величина инновационного лага); характеристика инновационности управляющей системы (формы стимулирования инновационной деятельности на предприятии; участие в реализации инновационных проектов высшего руководства; уровень свободы, предоставляемой участникам инновационной деятельности).

Подходы к оценке инновационного потенциала.

Оценка инновационного потенциала производится по схеме: ресурс (Р) - функция (Ф) - проект (П). Под проектом или программой имеется в виду выпуск и реализация нового продукта (услуги), направление деятельности. Задачи оценки инновационного потенциала предприятия могут быть поставлены в двух плоскостях:

- 1) частная оценка готовности предприятия к реализации одного нового проекта;
- 2) интегральная оценка текущего состояния предприятия относительно всех или группы уже реализуемых проектов.

Потребности практики выдвигают необходимость в двух схемах анализа внутренней среды и оценки инновационного потенциала: детального и диагностического.

Детальный подход. Детальный анализ внутренней среды и оценки инновационного потенциала предприятия проводится в основном на стадии обоснования инновации и подготовки проекта ее реализации и внедрения. При большой трудоемкости он дает системную и полезную информацию. Схема оценки инновационного потенциала предприятия при детальном анализе внутренней среды такова:

- 1) дается описание системной нормативной модели состояния инновационного потенциала предприятия (его внутренней среды), то есть четко устанавливаются те качественные и количественные требования к состоянию потенциала по всем блокам, компонентам блоков и параметрам, которые обеспечивают достижение уже данной инновационной цели и ее подцелей (по дереву цели);
- 2) устанавливается фактическое состояние инновационного потенциала по всем блокам, компонентам и параметрам;
- 3) анализируется рассогласование нормативных и фактических значений параметров потенциала предприятия; выделяются сильные (с запасом или точно соответствующие нормативной модели) и слабые стороны потенциала;

4) составляется примерный перечень работ по инновационному преобразованию предприятия (усилению слабых сторон).

Диагностический подход. Ограничение в сроках, отсутствие специалистов, способных проводить системный анализ, отсутствие или недоступность информации об предприятии (особенно при анализе инновационного потенциала конкурентов) заставляют использовать диагностические подходы к оценке инновационного потенциала предприятия.

Диагностический подход реализуется в анализе и диагностике состояния предприятия по ограниченному и доступному как для внутренних, так и для внешних аналитиков кругу параметров.

Обязательные условия качественного проведения диагностического анализа:

1) должны использоваться знания системной модели и в целом системного анализа исследуемого объекта;

2) необходимо знать взаимосвязь диагностических параметров с другими важными параметрами системы с тем, чтобы по состоянию какого-либо одного диагностического параметра оценить состояние либо всей системы, либо существенной ее части;

3) информация о значениях отобранных диагностических параметров должна быть достоверной, так как при ограничении параметров возрастает риск потерь из-за неточно определенного диагноза состояния системы.

4.4. Компоненты инновационного потенциала.

Структура инновационного потенциала может быть представлена единством трех его составляющих (ресурсной, внутренней и результативной), которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность .

Ресурсная составляющая инновационного потенциала является своего рода «плацдармом» для его формирования. Она включает в себя следующие основные компоненты, имеющие различное функциональное назначение: материально-технические, информационные, финансовые, человеческие и другие виды ресурсов. Так, материально-технические ресурсы, являясь «вещественной основой, определяют технико-технологическую базу потенциала, которая впоследствии будет влиять на масштабы и темпы инновационной деятельности». В свою очередь сами они формируются в отраслях, изготавливающих средства производства, которые путем применения новых технологий закладывают в них потенциальные возможности, реализуемые или нереализуемые впоследствии.⁵

Следующая компонента ресурсной составляющей – информационный ресурс (такие ее активные формы, как базы знаний, модели, алгоритмы, программы, проекты и т.д.). Данный вид ресурсов, в отличие от прочих, практически неисчерпаем. С развитием общества и активизацией использования знаний запасы информационного ресурса не уменьшаются, а напротив, увеличиваются. При этом этот вид ресурсов не самостоятелен и сам по себе имеет лишь потенциальное значение, только объединившись с другими ресурсами – опытом, трудом, квалификацией, техникой, технологией, энергией, сырьем, он появляется в «кинетике» как движущая сила инновационного потенциала. Финансовые ресурсы входят в состав ресурсной составляющей инновационного потенциала как органическое единство наличных ресурсов и неиспользованных возможностей их альтернативного вложения. Таким образом, они характеризуются совокупностью источников и запасов финансовых

возможностей, которые есть в наличии и могут быть использованы для реализации конкретных целей и заданий. При этом объем финансовых ресурсов отображает финансовую мощь, способность системы принимать участие в создании материальных благ и предоставлении услуг. Однако, помимо обеспечивающей функции, финансовые ресурсы выполняют и страховую функцию, непосредственным образом дублируя, а также измеряя в денежных единицах материально-технические, информационные, человеческие и другие ресурсы, входящие в состав инновационного потенциала.

Следующей компонентой ресурсной составляющей инновационного потенциала является человеческий ресурс (капитал, фактор), который не просто выполняет обеспечивающую функцию (как все предыдущие), а выступает главной креативной силой, так как все рождается именно в головах людей. Это совокупность проинвестированных общественно целесообразных производственных и общечеловеческих навыков, знаний, способностей, которыми владеет человек, которые ему принадлежат, не отделимы от него и практически используются в повседневной жизни.

Второй составляющей инновационного потенциала является внутренняя составляющая – так называемый «рычаг», обеспечивающий дееспособность и эффективность функционирования всех предыдущих элементов. В целом, указанная составляющая характеризует возможность целенаправленного осуществления инновационной деятельности, т.е. определяет способность системы на принципах коммерческой результативности привлекать ресурсы для инициирования, создания и распространения различного рода новшеств. Таким образом, внутреннюю составляющую можно охарактеризовать через процессы создания и внедрения нового продукта, обеспечения взаимосвязи новатора как с наукой, предоставляющей прогрессивные идеи, так и рынком, потребляющим готовый продукт, а также методы и способы управления инновационным процессом. 6

Третьей составляющей инновационного потенциала является результативная составляющая, которая выступает отражением конечного результата реализации имеющихся возможностей (в виде нового продукта, полученного в ходе осуществления инновационного процесса). Таким образом, она – своего рода целевая характеристика инновационного потенциала.

Важность этой составляющей и целесообразность обособленного выделения подтверждается тем, что ее увеличение, в свою очередь, способствует развитию остальных составляющих (например, ресурсной). Другими словами, результативная составляющая, сама являясь результатом количественного и качественного изменения, несет в себе потенциальные возможности вывода на новый уровень функционирования, как инновационного потенциала, так и системы в целом.

Тесная взаимосвязь ресурсной, внутренней и результативной составляющих инновационного потенциала определяют необходимость выявления на практике их оптимального соотношения (исходя из роли и значимости, которую они играют в формировании и развитии потенциала).

4.5. Инновационно-инвестиционный капитал.

В современных условиях эффективной формой реализации инновационного воспроизводства является управление инвестиционными средствами, вкладываемыми в технико-технологические инновации с учетом специфики воспроизводства основного

капитала, что и предопределяет взаимовлияние инновационных и инвестиционных циклов в процессе создания и реализации новшеств.

Для обеспечения эффективной динамики инновационного цикла необходимо постоянное инвестирование, не только процессов создания, но также и освоения, и разработки нововведений, на всех его стадиях.

Взаимодействие инновационного и инвестиционного циклов проявляется при реализации следующих основных этапов их финансового обеспечения:

- на первом этапе - зарождение инновационной идеи - осуществляется оценка целесообразности создания и использования инновационного продукта. Здесь также дается оценка инвестиционных ресурсов, необходимых для осуществления НИОКР;

- на втором этапе - непосредственно НИОКР - определяются субъекты инновационных отношений (заказчики и разработчики инноваций), источники и формы их финансирования, распределение инвестируемых средств по фазам инновационной деятельности; прогнозирование возможных рисков и ориентировочное планирование результата по каждой фазе в отдельности;

- на третьем этапе - внедрение и освоение результатов НИОКР - происходит преобразование инвестиций в определенные объекты инновационного процесса;

- четвертый этап - представление концепт-модели и получение первичной прибыли от реализации пробного образца - характеризуется выявлением промежуточных эффектов от реализации инноваций и инвестиций;

- на пятом этапе - массовое внедрение инновации - необходимо финансовое обеспечение расширенного воспроизводства инноваций;

- на шестом этапе - завершение реализации проекта - возмещение затраченных инвестиционных средств и получение ожидаемой прибыли.

4.6. Инновационный климат предприятия.

Инновационный климат – это интегральная оценка состояния компонентов внешней инновационной среды.

Инновационный климат является частью общей организационной культуры предприятия. Однозначного определения понятия инновационного климата не имеется. Чаще всего под ним понимается комплекс условий, способствующий усилиям работников в выдвижении и реализации новых идей. Наиболее благоприятный инновационный климат характеризуется общей направленностью на инновационность, как ясно выраженную цель, достигаемую общими усилиями, а также с помощью высокой степени взаимного доверия, децентрализации принятия решений и финансового контроля.

Инновационный климат - это состояние внешней среды предприятия, содействующее или противодействующее достижению инновационной цели. Под инновационным климатом понимают совокупность внешних условий, влияющих на инновационный потенциал предприятия:

- возможности для производства новых или улучшенных видов продукции или услуг (процессные и технологические инновации);

- возможности для изменения социальных отношений на предприятии (кадровые инновации);

- возможности для разработки новых методов управления (управленческие инновации);

- возможности для создания новых механизмов продвижения продукции на рынок (рыночные инновации);
- возможности приобретения ноу-хау, патентов;
- законодательная база, низкая ставка рефинансирования, льготное налогообложение;
- взаимодействие власти и бизнеса;
- практика коммерциализации технологий.

Барьеры инновационного климата выступают, таким образом, в роли фильтров, проходя через которые направленное действие векторов инновационного потенциала предприятия существенно снижается.

Чаще всего в инновационный климат предприятия включают такие параметры, как:

- «видение» персоналом фирмы основных направлений и будущих ориентиров научно-технического и рыночного развития;
- целенаправленные усилия по выдвижению новых идей, преодолению бюрократических организационных барьеров, развитию творческих способностей персонала, расширению полномочий инноваторов, усилению внимания всех работников к «достижению высокого качества и образцового состояния фирмы»;
- понимание каждым работником своей роли в общих усилиях по реализации технической стратегии;
- восприятие динамичных научно-технических и организационных изменений на всех уровнях руководства компании.

Создание благоприятного инновационного климата предполагает атмосферу доверия, выявление и преодоление факторов, «блокирующих» творческие усилия и совместную поисковую работу персонала, расширение полномочий инноваторов на рабочем месте, использование организационных и психологических инструментов, помогающих «генерировать» новые идеи.

4.7.Реализация инновационного потенциала.

Реализация инновационного потенциала не может происходить случайно, без целенаправленного воздействия и управления этим процессом. Поэтому следует признать, что есть, по меньшей мере, две задачи, стоящие перед предприятием: оценка этого потенциала и его быстрая реализация. Для оценки потенциала предлагается соответствующая система показателей, а для его реализации необходимы:

- разработка системы модулей изменений, отражающих действительные сдвиги в инновационном потенциале;
- разделение каталога инновационных проблем на блок перспективных и текущих задач на предприятии;
- разработка системы взаимодействия персонала при решении текущих и инновационных задач;
- разработка системы информации об управлении внедрением и его эффективности с позиций безубыточности на разных стадиях жизненного цикла инноваций;
- формирование системы целевых показателей инновационной деятельности.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается сущность инновационного потенциала?
2. Какова структура инновационного потенциала?

3. Какие существуют подходы к оценке инновационного потенциала?
4. Назовите компоненты инновационного потенциала.
5. Какова роль инновационно-инвестиционного капитала для развития инновационного потенциала предприятия?
6. Насколько важно управление инновационным климатом?
7. Как реализуется инновационный потенциал?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.

5.1. Понятие инновационной активности.

Инноватика, как и любая другая теория, имеет свой понятийный аппарат, включающий как свою собственную систему понятий, так и базовые для инноватики понятия основополагающих отраслей знания: теории научно-технического прогресса, предприятия производственных функций (НИОКР, идеи, предложения, продукция, технологии), стратегического управления (миссия и ценностные ориентиры, цели и среда, потенциал, базовые и предпочтительные стратегии), управления проектами (моно-, мульти - и мегапроекты, программы, матричные структуры), управления финансами (инвестиции, финансовые потоки, риски, дисконтирование), маркетинга (конкурентная среда, конкурентное преимущество, конкурентные силы) и др. Система категорий инноватики включает прежде всего следующие категории: новшества/новации и новатор, инновации и инноватор, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационные риски и, конечно, инновационная активность (ИА) [16].

Инновационная активность - самостоятельная категория. Ее значение состоит в том, что с помощью ИА оценивается характер инновационной деятельности. Инновационная деятельность, как любая другая деятельность (маркетинг, формирование и реализация стратегии и др.), прежде всего характеризуется содержанием, составом конкретных действий, совершаемых по определенной технологии, процедуре. По этому признаку один вид деятельности отличается от другого. Например, действия по исполнению функций маркетинга и производства будут различны [16].

Далее, любая деятельность любого субъекта есть всего лишь часть более общего процесса. Например, действия новатора, создающего новшество, - это всего лишь часть общего инновационного процесса (ИП), отражающего жизненный цикл инновации (ЖЦИ). Общность процесса связана с тем, что кроме новатора необходима деятельность других субъектов инновационного процесса, совершающих действия по другим стадиям ЖЦИ. Таким образом, место данной инновационной деятельности в структуре инновационного процесса однозначно определено. Его необходимо знать для предприятия как данной деятельности, так и всего ИП. Поэтому для описания ИД необходимо использовать такой ее признак, как место в структуре ИП. Все виды деятельности, включая и инновационную, должны быть ориентированы на какой-либо результат, т.е. характеризоваться определенной результативностью и эффективностью, поскольку требуют затрат ресурсов и приводят к некоторому результату.

Активность деятельности - это такая характеристика, которая должна показать связь между намеченным содержанием деятельности и ее результатами. Эта связь объясняется поведением фирмы при реализации планируемых действий. В самом деле, с одной стороны, разработан план определенных действий по улучшению конкурентных позиций. С другой стороны, после совершения этих действий можно получить либо положительный, либо отрицательный результат. При одних и тех же планах, стратегиях, целях, потенциале руководители различных фирм достигают разных результатов, что связано с их неодинаковой активностью. Именно различия в

инновационной активности объясняют разные инновационные результаты при одинаковых исходных посылах [16].

При этом признак "инновационная активность" носит следующие черты инновационной деятельности фирмы. Во-первых, ИД должна носить стратегический характер и быть управляемой в реальном масштабе времени (поскольку резко увеличилась нестабильность внешней среды). Стратегический подход обеспечивает высокое качество ИД.

Инновационная активность зависит от многих факторов, главным из которых является инновационно-креативный потенциал сотрудников предприятий. Это подтверждается современными исследованиями, которые говорят о том, что "успех инноваций на 85-90% зависит от уровня подготовки персонала, при этом особая роль принадлежит управленческим кадрам". Таким образом, не просто квалифицированная подготовка и богатый профессиональный опыт сотрудников на сегодня являются важными факторами повышения инновационной активности предприятий и, как следствие, его конкурентоспособности, а уровень проявления творческой энергии (созидательной деятельности) каждым из специалистов.

Трифилова А.А. под инновационной активностью понимает интенсивность осуществления экономическими субъектами деятельности по разработке и вовлечению новых технологий или усовершенствующих продуктов в хозяйственный оборот [14].

По рассмотрении различных аспектов понятия "инновационная активность" можно дать следующее определение: инновационная активность фирмы - это комплексная характеристика ее инновационной деятельности, включающая степень интенсивности осуществляемых действий и их своевременность, способность мобилизовать необходимый потенциал, в том числе его скрытые стороны, обоснованность и прогрессивность применяемых методов, рациональность технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций [16].

5.2. Методика расчета инновационной активности.

При формировании методики оценки инновационной активности в качестве методологической основы можно использовать принципы анализа финансово-экономического состояния и особенности системы деловой активности предприятий [14]. Аналогичным образом здесь также можно осуществлять расчет коэффициентов и проводить их сравнение с установленными величинами. В зависимости от текущего состояния предприятия и его достигнутых результатов в инновационной сфере, а также их соотнесения с эталонными показателями выбирается стратегия лидера или последователя. Базовыми, сравнительными величинами могут быть показатели за прошлый период (или по прошлым инновационным проектам), среднеотраслевые значения или значения показателей у конкурентов. Возможные варианты пороговых показателей инновационной активности для выбора стратегий инновационного развития, приведенные автором, следует считать ориентирующими и приближенными к эталонным.

Итак, совокупность расчетных экономических показателей инновационной активности, определяющих степень обеспеченности предприятия экономическими ресурсами в инновационной сфере, может включать в себя следующие коэффициенты [5].

$K_{ис}$ - коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью. Он определяет наличие у предприятия интеллектуальной собственности и прав на нее в

виде патентов, лицензий на использование изобретений, свидетельств на промышленные образцы, полезные модели, программные средства, товарные знаки и знаки обслуживания, а также иных, аналогичных с перечисленными, прав и активов, необходимых для эффективного инновационного развития.

$K_{\text{пр}}$ - коэффициент персонала, занятого в НИР и ОКР. Этот коэффициент характеризует профессионально-кадровый состав предприятия. Он показывает долю персонала, занимающегося непосредственно разработкой новых продуктов и технологий, производственным и инженерным проектированием, другими видами технологической подготовки производства для выпуска новых продуктов или внедрения новых услуг, по отношению к среднесписочному составу всех постоянных и временных работников, числящихся на предприятии.

$K_{\text{им}}$ - коэффициент имущества, предназначенного для НИР и ОКР. Он показывает долю имущества экспериментального и исследовательского назначения, приобретенных машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями в общей стоимости всех производственно-технологических машин и оборудования.

$K_{\text{от}}$ - коэффициент освоения новой техники. Он характеризует способность предприятия к освоению нового оборудования и новейших производственно-технологических линий и рассчитывается из соотношения вновь введенных за последние три года в эксплуатацию основных производственно-технологических фондов по сравнению с прочими средствами, включая здания, сооружения, транспорт.

$K_{\text{оп}}$ - коэффициент освоения новой продукции. Он оценивает способность предприятия к внедрению инновационной или подвергшейся технологическим изменениям продукции.

$K_{\text{ир}}$ - коэффициент инновационного роста. Он определяет устойчивость технологического роста и производственного развития и свидетельствует об опыте предприятия по управлению инновационными проектами. Показывает долю средств, выделяемых предприятием на собственные и совместные исследования по разработке новых технологий, обучение и подготовку персонала, связанного с инновациями, хозяйственные договоры по проведению маркетинговых исследований, в общем объеме всех инвестиций (в том числе капиталообразующих и портфельных).

Таким образом, использование описанного метода на этапе разработки стратегических планов позволяет предприятиям оценить свою текущую инновационную активность и учесть эти показатели при принятии решений о направлении дальнейшего инновационного развития. На этапе реализации стратегий инновационного развития такая оценка во многом позволит избежать нерационального использования финансово-экономических ресурсов и покажет пути наращивания инновационной сферы.

5.3. Анализ инновационной активности предприятия.

Анализ инновационной деятельности предприятия можно проводить в следующей последовательности.

На первом этапе осуществляется анализ инновационного потенциала предприятия. Прежде всего, обращается внимание на рациональность и обоснованность распределения средств между его основными составляющими. Одновременно с этим дается оценка роли собственного капитала в формировании и развитии инновационного потенциала. В дальнейшем проводится анализ влияния основных технико-экономических факторов на изменение структуры инновационного потенциала в

отчетном периоде по сравнению с предыдущим. При этом выявляются внутрихозяйственные резервы роста инновационного потенциала предприятия.

На втором этапе проводится анализ инновационной активности предприятия, прежде всего на основе динамики изменения величины затрат на инновационную деятельность и количества инновационных проектов, находящихся в разработке предприятия, в отчетном периоде по сравнению с предыдущим. Выявляется влияние основных факторов на изменение этих показателей. Затем выявляются внутренние резервы повышения инновационной активности предприятия.

На третьем этапе оцениваются результаты инновационной деятельности. Базовой формой оценки является форма статистического наблюдения №4-инновация «Сведения об инновационной деятельности предприятия». Здесь же производится оценка эффективности реализованных предприятием инноваций и их влияния на показатели эффективности функционирования предприятия. Затем выявляются возможные резервы улучшения этих показателей.

Так можно проводить анализ учреждений, занимающихся инновационной деятельностью, в такой последовательности: определяется количество академических институтов, научно-исследовательских организаций, высших учебных заведений, научно-исследовательских подразделений крупных предприятий, лабораторий и т.д., занимающихся инновационной деятельностью; количество таких учреждений дается по годам, рассчитывается по годам, рассчитывается их абсолютное и относительное изменение; определяется количество занятых научной, научно-технической деятельностью, опытно-конструкторскими разработками отдельно по каждому виду указанных выше учреждений; вычисляется по годам абсолютное изменение и темпы роста занятых инновационной деятельностью; анализируется общий объем затрат на инновационную деятельность, в том числе по отдельным источникам и в динамике по годам.

По результатам анализа обосновывается целесообразность разработки и реализации управленческих решений, направленных на повышение эффективности инновационной деятельности и устойчивости функционирования предприятия.

5.4. Факторы стимулирования инновационной активности.

Природа инновационной активности предприятия обуславливает разнообразие, гибкость и динамичность хозяйственного поведения в рыночной экономике. В тоже время инновационная активность, являясь результатом динамичных изменений рыночной среды, оказывает существенное влияние на эту среду. Многообразие структурных элементов рыночной среды предопределяет и разнообразие факторов, определяющих инновационную активность предприятия.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение инновационной активности предприятия.
2. Какова методика расчета инновационной активности предприятия?
3. Как осуществляется анализ инновационной активности?
4. Назовите факторы стимулирования инновационной активности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.

6.1. Понятие и особенности инновационных стратегий.

Инновационная стратегия предприятия должна повышать и (или) поддерживать конкурентный статус выпускаемой предприятием продукции.

Необходимо отметить, что сущность современного этапа развития как национальной экономики в целом, так и отдельных предприятий отражает такая категория, как «инновационное развитие», которая достаточно широко в последние годы освещалась в отечественной и зарубежной литературе.

Вместе с тем инновационное развитие предприятия представляет собой не только основной инновационный процесс, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для его осуществления, т. е. инновационного потенциала.

Следовательно, можно сказать, что инновационная стратегия предприятия должна отражать содержание и основные направления процесса инновационного развития предприятия.

Доля средств, выделяемых на инновационную деятельность, в общем объеме финансирования деятельности предприятия определяется его руководством индивидуально и зависит от рядов факторов, основными из которых являются:

- отраслевая принадлежность предприятия;
- базовая стратегия предприятия;
- объем финансовых ресурсов предприятия.

В общем виде инновационную стратегию предприятия (стратегию инновационной деятельности) можно охарактеризовать как определенное логическое построение, на основе которого предприятие решает основные задачи, стоящие перед ним в инновационной сфере деятельности. Следует учитывать, что как для каждого отдельного нововведения, так и каждого производимого товара (услуги) существуют строго индивидуальные стратегии и тактики. Вместе с тем комплексное видение инновационной деятельности предприятия включает как конкретные стратегии, так и различные аспекты производства и реализации нововведения. Кроме того, следует давать реальную оценку затрат и результатов от осуществления инновационной деятельности на предприятии.

Программы инновационной деятельности на предприятии предусматривают конкретизацию общих стратегических положений инновационной деятельности предприятия, т. е. другими словами, разработку программ тактических мероприятий по достижению конкретных целей, предусмотренных в инновационной стратегии предприятия. При этом в программе должны быть даны ответы на следующие основные вопросы:

1. Что необходимо осуществить?
2. Когда необходимо конкретное осуществление?
3. Кто конкретно должен заниматься данным инновационным мероприятием?
4. Какие ожидаются затраты?

6.2. Классификации инновационных стратегий.

Обычно принято выделять защитную и наступательную инновационную стратегии предприятия.

Защитная инновационная стратегия предприятия направлена на сохранение позиций на рынке и поддержание жизненного цикла выпускаемой продукции.

В свою очередь, в рамках данной стратегии следует выделять две стратегические альтернативы:

- технологические решения для поддержания жизненного цикла выпускаемой продукции;
- обоснование и разработка системы мероприятий для долгосрочного и краткосрочного ведения конкурентной борьбы.

Отмеченные альтернативы являются одновременно и взаимоисключающими, и взаимодополняющими, поскольку способствуют преемственности и стабильности протекания производственного процесса на предприятии.

Наступательная инновационная стратегия направлена на разработку новых технологических решений для реализации стратегии роста в форме проникновения на рынок или диверсификации.

Конечно, наступательная инновационная стратегия в передовых отраслях экономики может считаться защитной, так как быстрая и своевременная замена продукции позволяет предприятию удержать свои позиции на рынке.

Кроме того, допустимо совмещение двух видов инновационных стратегий в так называемую защитно-наступательную инновационную стратегию, которая применяется крупными предприятиями.

6.3. Типы инновационного поведения предприятия.

В решении задачи существенную роль призваны сыграть теоретические разработки экономистов, закладывающие научно-методологические основы проектирования конкурентоспособных промышленных структур. В основу при этом кладется так называемый биологический подход к классификации конкурентного поведения, предложенный российским ученым Л. Г. Раменским, и используемый специалистами для классификации компаний и соответствующих конкурентных стратегий. Согласно этому подходу стратегическое поведение можно подразделить на четыре вида:

1. Виолентное, характерное для крупных компаний, осуществляющих массовое производство, выходящих на массовый рынок со своей или приобретенной новой продукцией, опережающих конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба. В России к ним можно отнести крупные комплексы оборонной и гражданской промышленности;

Пациентное, заключающееся в приспособлении к узким сегментам широкого рынка путем специализированного выпуска новой или модернизированной продукции с уникальными характеристиками;

Эксплерентное, означающее выход на рынок с новым (радикально инновационным) продуктом и захватом части рынка;

Коммутантное, состоящее в приспособлении к условиям спроса местного рынка, заполнении ниш, по тем или иным причинам не занятых «виолентами» и «пациентами», освоении новых видов услуг после появления новых продуктов и новых технологий, имитации новинок и продвижении их к самым широким слоям потребителей.

Автором обозначений типов фирм, ассоциируемых по конкурентному поведению с животным миром («лисы», «мыши», «львы» и т. д.), является швейцарский эксперт Х. Фризевинкель. Классификации Раменского и Фризевинкеля хорошо сочетаются между собой.

6.4. Этапы разработки инновационной стратегии.

Анализ инновационной ситуации, сложившейся на предприятии, должен являться исходным моментом процесса формирования инновационной стратегии предприятия. Он должен начинаться с краткой характеристики основных целей и задач, стоящих перед предприятием в данной сфере деятельности. При этом особое внимание должно уделяться анализу и оценке рыночного положения предприятия. При этом целесообразно дать описание: инновационного потенциала каждого выпускаемого товара или групп товаров; применяемой на современном этапе инновационной стратегии и тактики; выделить и оценить специфические факторы внешней и внутренней среды; проанализировать и оценить позиции и действия конкурентов.

Выявление инновационных возможностей и недостатков в инновационном развитии предприятия целесообразно осуществлять с целью оценки возникающих у него инновационных возможностей, а также ожидаемых опасностей. Данный этап должен способствовать осуществлению процессов предвидения изменений экономической ситуации на предприятии в процессе реализации инновационного планирования. Необходимо отметить, что большие возможности предоставляют компьютерные технологии. Причем необходимо пользоваться именно специфическими, инновационными преимуществами этих технологий.

На основе результатов, полученных на двух предыдущих этапах, на третьем этапе обоснования и разработки инновационной стратегии предприятия необходимо сформулировать основные проблемы и задачи его инновационного развития на планируемую перспективу.

6.5. Специфика реализации инновационной стратегии.

Важным аспектом инновационной стратегии предприятия должно являться обоснование необходимости принятия новых технологических решений. В современных условиях на первый план выдвигаются три задачи.

Во-первых, резко усложнился процесс выбора производственной технологии в условиях ее динамичного развития.

Во-вторых, каждое предприятие все чаще становится перед дилеммой — закупать ли технологию на рынке или осуществлять собственные технологические разработки.

В-третьих, поскольку сами технологии становятся источником дохода, постольку предприятие должно решать вопрос, продвигать ли свои разработки на рынок или использовать их самим.

В процессе контроля за их реализацией подлежит оценке степень выполнения, причины и последствия возникающих отклонений. На основе чего должен следовать процесс принятия системы мер, направленных на устранение выявленных негативных проявлений.

Существенное значение в современных условиях принадлежит стратегическому контролю инновационной деятельности - корректировке инновационной стратегии, которая должна являться комплексным и регулярным исследованием среды, ее задач,

стратегий и оперативной деятельности с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей, а также разработке рекомендаций относительно плана действий по совершенствованию этой деятельности предприятия.

6.6.Процесс корректирования инновационной стратегии.

Стратегия развития предприятия в инновационной модели предпринимательства основана на постоянном поиске, стремлении к расширению рынка товаров. Такую стратегию принято называть агрессивной рыночной стратегией. Она предусматривает создание и постоянное поддержание выгодного технологического опережения.

Реализация задач стратегического характера расширяет возможности решать задачи в сфере технологического совершенствования предприятия.

Текущая организация производства направлена на решение следующих задач:

- выбор конкретных видов технологических процессов и определенного технологического потенциала, необходимого предприятия для выпуска продукции в настоящее время и на долгосрочную перспективу;
- определение способов использования технологических процессов (для собственных нужд или предоставления в распоряжение других предприятий);
- разработку организационных структур, необходимых для осуществления выбранной инновационной стратегии.

Она предусматривает разработку механизма реализации выбранной инновационной стратегии в соответствии с краткосрочными целями развития предприятия. Ее задача - акцентировать внимание на конкретных НИОКР, их кадровом и финансовом обеспечении.

Реализация интегрального подхода к технологическому совершенствованию производства требует соответствующих изменений в организационной структуре. Для этих целей могут создаваться специальные подразделения (технологические группы, отделы), функции которых должны соответствовать содержанию и задачам технологического менеджмента, вписываться в сложившуюся организационную структуру управления организацией.

6.7.Новаторы, ранние реципиенты (пионеры, лидеры), имитаторы.

В инновационной деятельности выделяют следующие категории основных участников, классифицируя их по первоочередности:

- 1) новаторы;
- 2) ранние реципиенты (пионеры, лидеры);
- 3) имитаторы, которые в свою очередь делятся на:
 - а) ранее большинство;
 - б) отстающие.

Новаторы являются генераторами научно-технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, научные и исследовательские предприятия, малые научные предприятия. Они заинтересованы в получении дохода от продажи разработанного ими интеллектуального продукта, который со временем может стать инновацией.

Ранние реципиенты (пионеры, лидеры) - это производственные фирмы, первыми освоившие новшество, используя интеллектуальный продукт новаторов. Они стремятся к получению сверхприбыли путем скорейшего продвижения инновации на рынок. К

фирмам-пионерам, прежде всего, относятся венчурные фирмы, работающие в малом бизнесе. В эту категорию попадают также и крупные корпорации, являющиеся лидерами в своих отраслях.

Если такие фирмы имеют в своей структуре научные, научно-исследовательские, проектные подразделения, то они являются также и новаторами. Хотя и в этом случае они могут воспользоваться услугами чисто научных или проектных организаций, заключив с ними договор или купив патент (лицензию). Раннее большинство представлено фирмами-имитаторами, которые вслед за "пионерами" внедрили новшество в производство, что также обеспечивает им дополнительную прибыль.

Отстающие – это фирмы, которые сталкиваются с ситуацией, когда запаздывание с нововведениями приводит к выпуску изделий новых для них, но которые либо уже морально устарели, либо не пользуются спросом на рынке из-за излишнего предложения. Поэтому зачастую отстающие фирмы вместо ожидаемой прибыли терпят убытки. Фирмы-имитаторы не занимаются научно-исследовательской и изобретательской деятельностью, они приобретают патенты и лицензии у фирм-новаторов, либо принимают на работу по договору специалистов, разработавших инновацию, либо нелегально копируют инновацию («инновационное пиратство»).

6.8. Специальные инновационные стратегии (продуктовые, функциональные, ресурсные, организационно-управленческие) и базовые.

Многообразие инновационных стратегий обуславливается составом компонентов внутренней среды предприятия. Инновационными стратегиями могут быть: инновационная деятельность предприятия, направленная на получение новых продуктов, технологий и услуг; применение новых методов в НИОКР, производстве, маркетинге и управлении; переход к новым организационным структурам; применение новых видов ресурсов и новых подходов к использованию традиционных ресурсов. Таким образом, относительно внутренней среды инновационные стратегии подразделяются на несколько крупных групп.

Специальные инновационные стратегии:

- продуктовые (портфельные, предпринимательские или бизнес-стратегии, направленные на создание и реализацию новых изделий, технологий и услуг);
- функциональные (научно-технические, производственные, маркетинговые, сервисные);
- ресурсные (финансовые, трудовые, информационные и материально-технические);
- организационно-управленческие (технологии, структуры, методы, системы управления).

Базовые или эталонные стратегии развития являются универсальными. В их состав входят стратегии интенсивного, интеграционного и диверсификационного развития. При интенсивном развитии происходит ускоренное наращивание потенциала предприятия за счет лучшего использования внутренних и внешних возможностей. Интеграционное развитие связано с организационно-управленческими инновациями и направлено на структурные преобразования. Диверсификационное развитие имеет целью создание новых продуктов и технологий в дополнение к существующим.

6.9. Особенности стратегий «конкурирования на острие».

Теория «конкурирования на острие» (КНО) обобщает и систематизирует принципы разработки и осуществления адаптивных стратегий в динамичных инновационных областях. Стратегия КНО в виде полусвязанного стратегического направления является *проактивной*, опережающей, т.е. стратегические шаги представляют собой преимущественно не ответную реакцию на действия и стратегические инициативы конкурентов, а активное предвидение и пионерское освоение новых возможностей, перспективных областей.

Одной из базисных характеристик стратегии КНО является *непрерывность* изменений. Ритм изменений в случае стратегии «конкурирования на острие» задается не редкими радикальными трансформациями или корпоративными мегаслияниями, а постоянно, без устали осуществляемыми изменениями. Непрерывный поток изменений становится внутренне присущей, неотъемлемой чертой предприятия.

Будущее в быстроразвивающихся инновационных областях слишком неопределенно для аккуратного планирования и выработки понимания того, как могут и будут развиваться события. Полусвязанное стратегическое направление - это скорее инициирование некоторых стратегических шагов, внимательное изучение результатов, дальнейшее развитие успешных жизнеспособных шагов. Основное внимание в стратегии КНО уделяется состоянию предприятия на сегодняшний день.

Стратегия КНО означает использование изменений для бесконечного переосмысления бизнеса путем открытия новых возможностей для роста и получения прибыли. В свою очередь, частое переосмысление стратегии свидетельствует о том, что она часто оказывается *неэффективной* с позиций краткосрочных целей, допускает дублирование и ошибки. Другими словами, «конкурирование на острие» не означает, что стратегия предприятия эффективна и наиболее прибыльна в любой момент времени.

6.10. Конгломеративная диверсификация.

Конгломеративная (или конгломерантная) диверсификация предусматривает пополнение ассортимента новыми изделиями, не имеющими отношения ни к применяемой технологии, ни к существующим товарам и рынкам фирмы. Она также основана на понимании того, что с увеличением ассортимента товаров может увеличиться синергия.

Конгломератная диверсификация имеет свои преимущества и недостатки.

К *преимуществам* можно отнести следующее:

- риски распределяются по различным отраслям;
- за счет распределения по отраслям, которые являются перспективными, эффективно используются финансовые ресурсы и сокращается финансирование неперспективных отраслей;
- спад в одних отраслях компенсируется подъемом в других, что стабилизирует прибыльность компании;
- пропадает необходимость вкладывать средства в замену устаревшего оборудования, расширение инвестиционного фонда и оборотные средства.

Недостатками конгломератной диверсификации можно назвать следующее:

- в крупных конгломератах менеджменту сложно принимать решения и находить правильную стратегию для разнородных предприятий;
- для успеха необходима диверсификация в больших масштабах;

- могут понадобиться значительные инвестиции в новую технологию;
- это приростная стратегия, поэтому для получения прибыли необходимо определенное время.

6.11.Специфика российских инновационных стратегий.

Силовая стратегия массового и стандартного производства. Отечественные виоленты - это конечные производители сложной системной, наукоемкой продукции, имеющие масштабные и стабильные рынки сбыта. Самые важные недостатки наших виолентов в соревновании с западными фирмами - узкий производственный фокус и чрезмерное количество однопрофильных предприятий.

Организациям виолентам присущи две зоны конкуренции: производство традиционной продукции и инновационная стратегия - производство новой продукции. Виоленты должны ориентироваться на рынки массового спроса, на которые поставляется стандартизованная продукция. Большое значение для обеспечения конкурентных преимуществ имеет снижение издержек за счет эффекта масштаба и

посредством формирования спросовых предпочтений потребителей благодаря рекламным кампаниям. Наконец, фирме-виоленту нужно иметь прочную репутацию в финансово-банковских кругах, позволяющую вести агрессивную инвестиционную политику (непрерывные вложения в НИОКР, покупка компаний-конкурентов и субподрядчиков и т.д.).

Стратегия диверсификации продукции и рыночных сегментов (ниш). Зона сосредоточения компаний пациентов в оборонном комплексе России - это многочисленные предприятия, производящие готовые узлы и комплектующие для военных систем или вспомогательные управляющие устройства в области информатики, связи, навигации и т.д.

Производственная специфика данных отраслей предопределяет широкие возможности нишевой специализации производителей. Из трех факторов дифференциации продукта (качество, сервис, реклама) российские пациенты преуспевают только в первом. Именно обладание уникальными технологическими новинками при умелой коммерциализации позволяет оборонным компаниям занимать заметные конкурентные позиции на мировом рынке.

Стратегия мелких фирм. Коммутантная стратегия изначально неадекватна научно-производственному и маркетинговому потенциалу оборонных компаний, ибо они предназначены для работы на общенациональный и глобальный рынки. Им сложно приспособиться к локальным потребностям мелкого рынка. Готовность к быстрой смене деятельности у оборонных компаний не самая высокая, поскольку они отягощены крупными производственными фондами, солидными базовыми технологиями, весьма специализированной рабочей си- этой и т.д. Однако масштабные конверсионные преобразования на многих предприятиях оборонного комплекса и трансформация рынков под влиянием современного НТП открывают перед бывшими оборонщиками перспективы выживания именно на пути удовлетворения локального спроса.

Своеобразная форма коммутантной рыночной стратегии возникает тогда, когда оборонные предприятия адаптируют импортные технологии к конкретным местным или отраслевым потребностям. Здесь локальный рынок является региональным или отраслевым сегментом глобального рынка высокотехнологической продукции и услуг.

Комбинация стратегий. Основной особенностью российских инновационных стратегий является то, что российским инновационным организациям приходится проявлять большую активность на рынке, используя весь набор стратегий. По своей основной тематике они в основном пациенты, так как занимают узкоспециализированную нишу и не в состоянии массово тиражировать свои новые продукты в силу ограниченного спроса. По своим многочисленным уникальным разработкам они эксплеренты, так как в состоянии довести свои новинки лишь до стадии опытного и мелкосерийного изготовления. В силу того что для выживания приходится заниматься удовлетворением локальных региональных или муниципальных потребностей, а также оказанием различного рода услуг, оборонные предприятия осуществляют стратегию коммутантов.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключаются особенности инновационных стратегий?
2. Какие основные виды инновационных стратегий вы знаете?
3. Назовите основные типы инновационного поведения.
4. Какие этапы разработки инновационной стратегии вы знаете?
5. Назовите специфические черты реализации инновационной стратегии.
6. Для чего необходим непрерывный процесс корректирования инновационной стратегии?
7. Назовите категории участников инновационного процесса.
8. Чем отличаются специальные стратегии от базовых?
9. Дайте определение стратегии «конкурирования на острие».
10. Что собой представляет конгломеративная стратегия?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ПРЕДПРИЯТИЕ НА РЫНКЕ ИННОВАЦИЙ И ИНВЕСТИЦИЙ

7.1. Рынок инноваций и инвестиций Московской межбанковской фондовой биржи (РИИ ММВБ).

С 15 июля 2009 года на Московской фондовой бирже действует рынок инноваций и инвестиций (РИИ Московской Биржи) – биржевой сектор для высокотехнологичных компаний, созданный ОАО Московская Биржа совместно с ОАО "РОСНАНО" на базе существовавшего ранее Сектора Инновационных и растущих компаний (Сектор ИРК).

Основная задача РИИ Московской Биржи – содействие привлечению инвестиций, прежде всего, в развитие малого и среднего предпринимательства инновационного сектора российской экономики.

Для предприятия эффективного взаимодействия по проекту РИИ, который обладает высокой значимостью для инновационного развития России, при Московской Бирже создан Координационный совет РИИ Московской Биржи, в который вошли представители профильных министерств и ведомств, институтов развития, законодательной власти и профессиональных ассоциаций.

Цели Рынка Инноваций и Инвестиций:

создание прозрачного механизма привлечения инвестиций в высокотехнологический сектор экономики России;

- выстраивание инвестиционной цепочки: от финансирования инновационных компаний на ранней стадии до выхода на биржевой рынок;
- развитие концепции государственно-частного партнерства.

7.2. Критерии отбора предприятий – участников РИИ.

Критерии отбора участников РИИ ММВБ:

- существенная часть выручки эмитента формируется за счет осуществления им хозяйственной деятельности в отраслях, связанных с применением инновационных и высоких технологий;
- капитализация эмитента – не менее 50 млн. рублей.

Эмитент РИИ должен предоставить инвестиционный меморандум – документ, описывающий основные направления развития бизнеса компания и финансовые показатели.

Для повышения уровня прозрачности эмитентов и снижения рисков инвесторов в рамках РИИ действует институт листинговых агентов.

Для инновационных компаний РИИ позволяет:

- Получить рыночную оценку стоимости активов;
- Привлечь инвесторов;
- Повысить прозрачность и увеличить стоимость компании;
- Получить торгуемые акции – инструмент для проведения сделок M&A и использования в качестве залогов;
- Привлечь кредитные ресурсы по более низким ставкам.

Для управляющих компаний венчурных фондов РИИ позволяет:

- Получить рыночную оценку стоимости активов фонда;
- Привлечь новых инвесторов на вторичных торгах;

- Получить признаваемую котировку(необходима для пайщиков-банков);
- Отработать использование биржевых механизмов для дальнейшего выхода из проектов.

7.3.Индекс ММВБ-инновации

От 16.12.2011 г. дирекцией ЗАО «ФБ ММВБ» (Протокол № 149) были утверждены «Правила расчета индекса инноваций и инвестиций», в соответствии с которыми исчисляется данный показатель. Индекс ММВБ – инновации (MICEX Innovation Index, MICEX INNOV) представляет собой ценовой взвешенный по рыночной капитализации индекс акций российских компаний, допущенных к торгам на ММВБ в секторе «Рынок инноваций и инвестиций». Начальное значение индекса MICEX INNOV составляет 1000 пунктов (на 29 декабря 2009 года).

Индекс является ценовым, при этом цены ценных бумаг, учитываемые при расчете индекса, взвешиваются по количеству ценных бумаг в выпусках соответствующих ценных бумаг, свободно обращающихся на организованном рынке ценных бумаг (с учетом особенностей, установленных в настоящих Правилах). При расчете индекса используются параметры ценных бумаг, включенных в базу расчета индекса (количество ценных бумаг, учитываемое при расчете индекса, коэффициенты free-float каждой ценной бумаги и весовые коэффициенты каждой ценной бумаги, включенной в базу расчета индекса).

Индекс MICEX INNOV пересчитывается в реальном времени при совершении в режиме основных торгов каждой сделки с акциями, включенными в базу расчета индекса. Публикация значений индекса осуществляется с периодичностью один раз в 5 секунд. Пересмотр состава базы расчета индекса осуществляется ежеквартально 25 января, 25 апреля, 25 июля и 25 октября.

Формула расчета индекса:

$$Index_T = Index_{T-1} \cdot \frac{\sum_{i=1}^M (P_{iT}^t \cdot Q_{iT} \cdot FF_{iT} \cdot W_{iT})}{\sum_{i=1}^M (P_{i(T-1)}^t \cdot Q_{iT} \cdot FF_{iT} \cdot W_{iT})}$$

Где:

Index_{T-1} – последнее значение индекса, рассчитанное в предшествующий торговый день (день T-1);

P_{iT}^t – цена i-ой акции, рассчитанная в момент времени t текущего дня (дня T)

P_{i(T-1)}^t – последняя цена i-ой ценной бумаги, рассчитанная в день T-1

Q_{iT} – объем эмиссии i-ой ценной бумаги;

W_{iT} – весовой коэффициент i-ой ценной бумаги;

FF_{iT} – коэффициент free-float i-ой ценной бумаги;

M – общее количество ценных бумаг, включенных в базу расчета индекса.

7.4.Принятие инвестиционных и инновационных решений в предприятия.

Многие нововведения требуют финансовых затрат, вложений капитала в новые здания, сооружения, станки, оборудование, запасы сырья и материалов, используемых в производстве. Следует финансировать научно-техническую деятельность, проведение исследований и проектирования изделий и технологических процессов. Необходимо оплачивать работы сотрудников на начальном этапе, рекламную кампанию и др.

В России с 2011 года действуют **налоговые льготы для инвесторов**, инвестирующих в акции инновационных компаний. Данная льгота распространяется **на доход от инвестиций в акции**, торгующиеся в специализированном секторе фондовой биржи для инновационных компаний – под данные критерии подпадает Сектор РИИ Московской биржи. Воспользоваться льготой может каждый инвестор, владеющий такими акциями непрерывно в течение более, чем 5 лет, начиная с 1 января 2011 года.

Получение льготы

Кто получает	Инвесторы, инвестирующих средства акции инновационных компаний РИИ
Что получает	Исключение из налогооблагаемой базы по налогу на прибыль и НДФЛ доходов от реализации акций эмитентов РИИ (capital gain)
Условие для инвестора	• приобретение указанных акций, начиная с 1 января 2011 г. • владение акциями непрерывно на протяжении не менее, чем 5 лет • Статьи 217 и 284.2 Налогового кодекса Российской Федерации • Постановление Правительства РФ от 22 февраля 2012 г. №156 "Об утверждении порядка отнесения акций российских организаций, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, к акциям высокотехнологичного (инновационного) сектора экономики"
Регламент	

7.5. Государственная поддержка предприятий-участников РИИ.

Государственная поддержка предприятий-участников РИИ направлена на развитие инновационного предпринимательства в России.

Субсидии на возмещение расходов, связанных с выводом ценных бумаг в сектор РИИ фондовой биржи, могут получить **инновационные компании**, являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства. Компания может получить субсидию в субъекте РФ по месту регистрации юридического лица, для этого необходимо обратиться в государственный орган субъекта РФ, к компетенции которого отнесены вопросы поддержки малого и среднего предпринимательства.

Получение субсидии

Кто получает	Инновационная компания, ценные бумаги которой допущены к торгам на фондовой бирже в секторе РИИ
Что получает	Компенсация 50% расходов, но не более 5 млн. рублей (субъект РФ оставляет за собой право увеличить размер выплаты). • на подготовку для государственной регистрации эмиссионных документов (решение о выпуске (дополнительном выпуске) ценных бумаг); проспект ценных бумаг и иные документы, необходимые для государственной регистрации выпуска ценных бумаг; отчет об итогах выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг) • на оплату услуг профессионального участника рынка ценных бумаг (брокера/брокеров), оказывающего эмитенту самостоятельно или с привлечением третьих лиц услуги • на оплату услуг листингового агента фондовой биржей • на проведение аудита и составление финансовой отчетности
Виды расходов	

Нормативные документы	эмитента по МСФО
	• на оплату услуг фондовой биржи и депозитария • Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ • Приказ Минэкономразвития России № 223 от 23.04.2012 г. • Постановление Правительства Москвы от 13.11.2012 N 646-ПП • Распоряжение КЭРППиТ СПб от 26 октября 2012 года N 1485-р • Распоряжение КЭРППиТ СПб от 3 декабря 2012 года N 1712-р • Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Минэкономразвития России
Куда обращаться	• Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы (для эмитентов, зарегистрированный в качестве юридического лица в Москве) • Комитет экономического развития, промышленной политики и торговли Санкт-Петербурга (для эмитентов, зарегистрированный в качестве юридического лица в Санкт-Петербурге)

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы особенности рынка инноваций?
2. В чем заключается специфика российского рынка инноваций?
3. Дайте характеристику РИИ.
4. Каковы критерии отбора предприятий – участников РИИ ММВБ?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г.,- ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ЗАТРАТЫ НА ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

8.1. Сущность и виды затрат на инновационную деятельность.

Масштабы инновационной деятельности определяются размером затрат, которые предприятие расходует на инновации. В условиях ограниченности ресурсов приобретает особенную актуальность проблема создания качественной системы управления затратами предприятий на инновационную деятельность. Затраты на инновационную деятельность – выраженные в денежной форме фактические расходы, связанные с осуществлением различных видов инновационной деятельности.

Содержание инновационных затрат зависит от вида инновационной деятельности, которую осуществляет предприятие:

- 1) выполнение научных исследований, опытно-конструкторских разработок (НИОКР);
- 2) осуществление испытаний новой либо усовершенствованной продукции;
- 3) выпуск новой либо усовершенствованной продукции;
- 4) маркетинговая деятельность по продвижению новой либо усовершенствованной продукции;
- 5) создание и развитие инновационной инфраструктуры;
- 6) организация финансирования инновационной деятельности;
- 7) передача либо приобретение прав на объекты промышленной собственности;
- 8) экспертиза, консультационные, информационные и другие услуги по созданию и промышленному применению новой либо усовершенствованной продукции.

На размер инновационных затрат оказывают влияние разнообразные факторы, предопределяющие величину затрат по отдельным проектам или его отдельным стадиям. В составе затрат на инновационную деятельность учитываются текущие и капитальные затраты.

По стадиям жизненного цикла выделяют затраты на:

- 1) научные исследования и разработки;
- 2) технологическую подготовку производства;
- 3) организацию производства новшеств;
- 4) практическое внедрение новшеств.

В состав затрат на исследования и разработки входят:

затраты на оплату труда работников списочного состава, выполняющих научные исследования и разработки, а также затраты на оплату труда работников не списочного состава, занятых в основной деятельности;

обязательные отчисления по установленным законодательством нормам;

стоимость приобретаемых со стороны сырья и материалов, комплектующих изделий, полуфабрикатов, топлива, энергии всех видов, природного сырья, работ и услуг производственного характера, выполняемых сторонними предприятиями, потерь от недостачи поступивших материальных ресурсов в пределах норм естественной убыли;

капитальные затраты на исследования и разработки;
прочие затраты, связанные с выполнением исследований и разработок.

В состав затрат на технологическую подготовку производства, пробное производство и испытания, связанные с внедрением технологических инноваций включаются затраты на:

- средства технологического оснащения, дополняющего технологическое оборудование для выполнения определенной части технологического процесса;
- пробное производство или испытания;
- программные средства, адаптированные к техническим требованиям новых продуктов и процессов;
- развитие и изменение организационных структур производства;
- процессы контроля качества продукции, методы и стандарты, необходимые для выпуска нового изделия или применения нового технологического процесса.

Затраты, связанные с технологическим оснащением, организацией производства и начальным этапом выпуска новой продукции, включают затраты на производственные проектно-конструкторские работы.

Затраты на внедрение инноваций включают:

- затраты, связанные с маркетингом новой продукции;
- затраты на приобретение прав на патенты, лицензий на использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей;
- затраты на приобретение лицензий, которые представляют собой выплаченное лицензиатору (продавцу лицензий) лицензионное вознаграждение;
- затраты на приобретение объектов промышленной и интеллектуальной собственности, не защищенные охранными документами;
- затраты на обучение, подготовку и переквалификацию персонала в связи с внедрением технологических инноваций.

По стадиям реализации инновационного проекта выделяют затраты:

- первоначальные;
- текущие;
- ликвидационные.

8.2. Специфика прогнозирования затрат на инновационную деятельность.

С функциональной точки зрения прогнозы можно классифицировать следующим образом:

- поисковые прогнозы, имеющие целью определение возможных состояний объекта прогнозирования в будущем;
- нормативные прогнозы, определяющие пути и сроки достижения возможных состояний объекта прогнозирования в будущем, принимаемых в качестве целей.

С точки зрения анализа средств прогнозирования наиболее существенными этапами являются выбор метода прогнозирования и организация процесса разработки прогноза. Методы прогнозирования можно подразделять на классы по целому ряду признаков, относящихся к особенностям цели прогнозирования, исследуемого процесса и используемого инструментария

8.3. Методика исчисления затрат на инновационную деятельность.

Порядок учета объектов инновационной деятельности описан в Международных стандартах учета и отчетности, а также в российских положениях по бухгалтерскому

учету. Однако в современных концепциях, на которых основано формирование бухгалтерского учета и отчетности, отсутствует само понятие «инновации», как и единые подходы к отражению объектов инновационной деятельности в соответствии с экономической спецификой отдельных хозяйствующих субъектов. В связи с этим важно уточнить и развить положения, регулирующие процесс учета и раскрытия информации об инновационной деятельности для предприятий различных отраслей народного хозяйства.

Управленческий учет инноваций — это комплексная система учета, планирования, контроля, анализа информации о затратах на инновационную деятельность и результатах этой деятельности в достаточном аналитическом разрезе, в целях принятия краткосрочных и долгосрочных управленческих решений об инновационной деятельности.

Классическими объектами в управленческом учете являются продукты и / или подразделения. Однако создание инноваций — это не поточный процесс. Каждая научная разработка требует индивидуального подхода, определенной совокупности средств и ресурсов. Таким образом, управленческий учет инноваций имеет отличные от общепринятого понимания, объекты учетного наблюдения.

Учет фактических затрат на создание инновации агропродовольственного холдинга опирается на следующие основные принципы: полное отражение первичных затрат на создание инновации в системе счетов бухгалтерского учета; учетная регистрация затрат в момент возникновения в процессе инновационной деятельности; локализация затрат по видам инновационных проектов и характеру расходов.

В управленческом учете инноваций имеет специфические черты бюджетирование как информационная система внутрифирменного, корпоративного управления. Бюджет инноваций может стать инструментом гибкого управления финансовыми потоками и обеспечить инновационной деятельности.

8.4. Управление затратами и финансирование инновационной деятельности.

Финансирование рассматривается как неотъемлемая часть инновационного аспекта деятельности предприятий. Как показывает практика, на большинстве отечественных предприятий инновационная деятельность либо полностью отсутствует, либо реализованы отдельные ее элементы. Наряду со значительным интересом руководства предприятий к внедрению методов управления финансированием ИД, имеется ряд проблем теоретико-методологического и методического характера. Наличие этих проблем можно объяснить следующими обстоятельствами: существованием трудностей при выборе методов управления источниками финансирования инноваций и реализации этих методов, проблемами планирования и перераспределения финансовых потоков от различных одновременно реализуемых инвестиционных проектов (ИП), недостаточной разработанностью критериев оценки эффективности управления финансированием ИД. Все это определяет перспективные направления развития теории и практики управления финансированием ИД и доказывает необходимость разработки комплексного методологического подхода к их разработке.

8.5. Факторы, определяющие величину инновационных затрат.

Величина инновационных затрат — важнейший показатель, от которого зависит еще более важный целевой показатель управления — величина полезного эффекта.

Несмотря на разнообразие инновационных процессов и действующих при этом многочисленных затратнообразующих факторов, не позволяющих вывести однозначную функцию затрат, можно выделить несколько типичных и существенных зависимостей. Каждая предопределяет величину затрат по тому или иному конкретному решению. Это могут быть затраты на инновационный проект в целом или на его часть, стадию.

Первым фактором по степени влияния на величину инновационных затрат следует назвать масштабность решаемых задач. Размер затрат на один инновационный проект будет возрастать на один-два порядка по мере роста масштабности. Для инноваций, действующих в пределах одного или нескольких рабочих мест на одном-двух ИП, затраты соизмеримы с величиной заработной платы одного или нескольких работников за месяц. Возместить такие затраты под силу одному ИП. Для инноваций, вызывающих изменения на многих рабочих местах, производственных участках на небольшом числе ИП, затраты становятся значительными. Они сопоставимы, например, с суммой, расходуемой на оплату труда персонала участка, цеха или ИП за несколько месяцев, со стоимостью одного из элементов основных фондов.

Второй фактор — это зависимость величины затрат от стадии инновационного процесса, на которой они осуществляются. Затраты на каждой следующей стадии инновационного процесса возрастают по сравнению с предыдущей. Существуют отраслевые нормативы и данные о средних затратах по менее крупным стадиям инновационных процессов. Из закономерности нарастания затрат от стадии к стадии следует, что выгоднее профинансировать несколько вариантов НИОКР и даже несколько проектов и выбрать наилучший для реализации, чем тратить средства сразу на единственный полный цикл, который может оказаться далеко не лучшим.

Третий фактор, определяющий величину инновационных затрат, — степень использования имеющихся ресурсов, существующего потенциала при разработке и реализации инновационных решений. Чем большую долю составляют в обеспечении проекта существующие объекты основных фондов (собственные, приобретенные, арендованные), подготовленный персонал, документация и технология, материальные потоки, информационные, производственные и рыночные системы связи, тем меньше потребность в инновационных затратах.

Четвертый фактор — потребность в затратах смежных производств, потребителей в связи с реализацией инновационного решения (затраты на переделку или замену сопряженных технических устройств, инструмента, на изготовление новых материалов, создание объектов и средств охраны окружающей среды и т.п.). Чем меньше круг таких производств и отраслей, тем меньше величина необходимых затрат.

Пятый фактор — величина создаваемого объекта. По мере увеличения размеров, мощности машин, оборудования, производств затраты на создание объекта обычно растут. Однако в расчете на единицу объема, площади, мощности затраты снижаются при простом росте размеров объекта.

Шестой фактор — уровень цен, тарифов, ставок на используемые в инновационных процессах ресурсы, на выполнение организационно-правовых действий. Здесь имеет место прямая зависимость величины инновационных затрат от уровня цен на ресурсы.

Седьмой фактор — объективно обусловленные и технически обоснованные размеры (нормы) расхода материальных, энергетических и трудовых ресурсов в процессах, связанных с разработкой и реализацией инновационных решений (например, нормы расхода топлива на получение энергии в конкретных условиях и установках, потери энергии в сетях и преобразователях, нормы затрат труда при выполнении ручных операций и т.п.).

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите виды затрат на инновационную деятельность предприятия.
2. Какова методика исчисления затрат на инновационную деятельность предприятия?
3. Как осуществляется управление затратами и финансирование инновационной деятельности?
4. Какие факторы определяют величину инновационных затрат?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

ЭФФЕКТ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

9.1. Сущность и виды эффекта инновационной деятельности.

Эффективность инновационного (научно-технического) **развития** предприятия определяют исходя из соотношения **эффекта** (прибыли предприятия) **и вызвавших его затрат**. Выделяют четыре основных вида эффекта от инноваций: технический, ресурсный, экономический и социальный.

На успех реализации инноваций на предприятии влияет множество факторов, среди которых отметим научно-технический потенциал; производственно-техническую базу; основные виды ресурсов; крупные инвестиции; соответствующую систему управления. Правильное соотношение и использование этих факторов, а также тесная взаимосвязь через систему управления между инновационной, производственной и маркетинговой деятельностью фирмы приводят к положительному результату осуществления инновационной стратегии.

9.2. Эффективность инновационной деятельности.

Эффективность инновационного (научно-технического) развития предприятия определяют исходя из соотношения эффекта и вызвавших его затрат (рис. 2.1). Эффективность — относительная величина, измеряемая в долях единицы или в процентах и характеризующая результат произведенных затрат. Критерий эффективности — максимизация эффекта (прибыли) при заданных затратах или минимизация затрат (издержек производства) на достижение заданного эффекта.

Таким образом, инновационное развитие предприятия тесно связано с ее инвестиционной деятельностью. Значительные инвестиции требуются как для того, чтобы довести результаты научно-исследовательских работ (лабораторные технологии) до промышленной готовности (промышленные или опытно-промышленные технологии), так и для покупки готовой промышленной технологии (которая гораздо менее капиталоемка).

В настоящее время приняты следующие основные показатели эффективности инновационного проекта (Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования, утверждены Госстроем России, Министерством экономики РФ, Министерством финансов РФ и Госкомпромом РФ № 7-12/47):

коммерческая (финансовая) эффективность, которая учитывает финансовые последствия осуществления проекта для его непосредственных участников;

бюджетная эффективность, устанавливающая финансовые последствия реализации проекта для федерального, регионального или местного бюджета;

народнохозяйственная экономическая эффективность, которая учитывает затраты и результаты в связи с осуществлением проекта, выходящие за пределы финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускающие стоимостное измерение (используется для оценки крупномасштабных проектов, существенно затрагивающих интересы города, региона или всей России).

Выделение подобных видов является искусственным и связано с определением единого показателя экономической эффективности, но применительно к различным объектам и уровням экономической системы.

Коммерческая эффективность характеризуется соотношением финансовых затрат и результатов, позволяющих получить требуемую норму доходности. Коммерческая эффективность может определяться как для проекта в целом, так и для отдельных участников с учетом их долевых вкладов. В качестве эффекта на t -м шаге ($\mathcal{E}_t$) выступает поток реальных денег.

9.3.Методика расчета эффекта и эффективности инновационной деятельности.

Для оценки общей экономической эффективности инноваций может использоваться система следующих показателей :

- 1) интегральный эффект;
- 2) индекс рентабельности;
- 3) норма рентабельности;
- 4) период окупаемости.

Основными показателями, которые используются для сравнения инвестиционных проектов (вариантов проекта) и выбора лучшего из них, являются показатели интегрального эффекта (экономического на уровне народного хозяйства, коммерческого на уровне отдельной предприятия).

Для конкретных инновационных проектов эффективность затрат может быть определена величиной прибыли, рентабельностью производства, периодом окупаемости затрат и т. д.

Однако для оценок эффективности инноваций в целом по промышленности региона и, главное, с учетом имеющегося объема и структуры информационного обеспечения необходимы иные методы расчета результативности вновь внедряемых процессов. Должна быть разработана система показателей сравнительной эффективности инновационной деятельности, позволяющих оценить восприимчивость производственного аппарата предприятий к реализации (коммерциализации) последних достижений научно-технического прогресса.

Эффективность инноваций может быть оценена по конечным результатам производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятий, занимающихся инновациями (инновационно-активных предприятий).

Основным и важнейшим результатом этой деятельности, фиксируемой органами государственной статистики, является величина и структура инновационной продукции, выделяемой из общего объема производимой и реализованной продукции предприятий. Однако показатели удельного веса и качественных характеристик инновационной продукции далеко не в полной мере характеризуют эффективность инновационных процессов.

В связи с этим было бы целесообразно дополнительно определять показатели удельных затрат в производстве единицы инновационной продукции с учетом изменений производительности труда в процессе реализации всего объема приобретенных (или разработанных) технологических достижений.

9.4.Ценообразование на инновационную продукцию.

Учитывая эти особенности, финансово-экономическая база для оценки стоимости наукоемкой продукции примет следующий вид:

Стоимость инновационной продукции = «Себестоимость» + «Прибыль».

В предложенной формуле под себестоимостью на разных стадиях инновационного развития продукта будут пониматься соответствующие статьи затрат, необходимые для создания/приобретения, доведения до рабочего состояния и реализации на рынке объекта оценки. Прибыль здесь – это доля создаваемого дохода в будущем или дополнительная прибыль.

Различия в трактовке соответствующих статей для себестоимости и прибыли вызваны особенностями формирования затрат и доходов в процессе инновационной деятельности.

В инновационной деятельности важную роль играет инструментарий по оценке объектов интеллектуальной собственности (ОИС). Он достаточно хорошо проработан. В качестве оценочных методов и подходов в зависимости от целей и задач оценки используются стандартные подходы, а именно затратный, сравнительный и доходный.]

В зависимости от объема, достоверности и степени доступности информации о рынке в рамках каждого из подходов оценщиком самостоятельно выбираются наиболее эффективные методы оценки. При этом в практике оценочной деятельности приводятся данные по применению указанных подходов в зависимости от вида ОИС и логика применения этих же методов для определения стоимости интеллектуальной собственности на различных стадиях жизненного цикла товара.

9.5. Направления повышения эффективности инновационной деятельности предприятия.

Инновация по своей сути выполняет две задачи: удовлетворение общественной потребности, с одной стороны, и использование научных знаний в качестве основы для удовлетворения общественной потребности соответствующим образом, с другой стороны. Если второму аспекту инноваций, т.е. научной новизне решения проблемы, уделяется достаточно много внимания в научной литературе, то вопрос удовлетворения общественной потребности как неотъемлемой составляющей успешного нововведения не находит столь пристального интереса. В связи с этим считаем целесообразным изначально отражение данного аспекта инноваций в классификации. На наш взгляд, инновации по характеру удовлетворяемой общественной потребности могут быть подразделены на две основные группы:

- инновации, направленные на удовлетворение устоявшейся (традиционной, старой) общественной потребности;
- инновации, направленные на формирование новой общественной потребности.

В свою очередь инновации направленные на удовлетворение устоявшейся общественной потребности по своей сути могут совершенствовать уже существующие способы удовлетворения общественной потребности через повышение качества выпускаемой продукции, совершенствование технологии ее изготовления и т.д. или удовлетворять устоявшуюся общественную потребность качественно новым способом (так, например, выработка электроэнергии в настоящее время осуществляется на тепловых, гидро- и атомных станциях). Поэтому будет правомерным дальнейшее деление инноваций, направленных на удовлетворение устоявшейся общественной потребности.

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите виды эффекта инновационной деятельности предприятия.
2. Дайте определение эффективности инновационной деятельности.
3. Охарактеризуйте методику расчета эффекта и эффективности инновационной деятельности.
4. Как осуществляется ценообразование на инновационную продукцию?
5. Выделите основные направления повышения эффективности инновационной деятельности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

основная

1. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]/ И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г., - ISBN 978-5-9999-1108-7
2. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС, 2010 г., - ISBN 978-5-9532-0753-9
3. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4

дополнительная

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.** Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. - М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011. – 340 с.
2. **Баранов, А.Ю., Долгопятова, Т.Г.** Инновационное поведение фирм и деловой климат в странах с переходной экономикой // Российский журнал менеджмента. Т. 10. -2012. -№ 4. С. 3-30.
3. **Воротников, И. Л.** и др. Организация и менеджмент инновационного агробизнеса / И. Л. Воротников. - Саратов: Наука, 2012 г.,- ISBN 978-5-9999-1108-7
4. **Горфинкель, В. Я.** Экономика инноваций / В. Я. Горфинкель. -М.: Вузовский учебник. - 2009 г. - ISBN 978-5-9558-0110-0
5. Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: пути к развитию человека. / Пер. с англ.; ПРООН. – М.: Весь мир, 2010. – 244 с.
6. **Ефимова, О.В.** Развитие корпоративной отчетности в инновационной экономике// Школа университетской науки: парадигма развития. Т. 1. -2010. -№ 1. -С. 76-81.
7. **Зарубина, Ж.Н.** Особенности развития инновационного процесса в рыночной экономике// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.- 2010. -№ 11. -С. 22-23.
8. **Иода, Е.В., Корнева, Ж.В.** Инновационная экономика: информационное обеспечение оценки индивидуального человеческого капитала// Социально-экономические явления и процессы. -2011.- № 7. -С. 73-76.
9. **Кравцов, С.С., Самофалов, В.И.** Концепция интеграции малого бизнеса региона в мировую экономику: инновационный аспект// Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). -2006. -№ 21. -С. 108-118.
10. **Крутинь, Е.В.** Инновационная экономика как тип хозяйства// Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. -2012. -№ 4. -С. 85а-88.
11. **Мосейко, Д.В.** Развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства: адаптация мирового опыта в экономике России// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - 2010. - № 2. - С. 210-212.
12. **Муравьева, М.В.** Организация малых инновационных предприятий при бюджетных научных и образовательных учреждениях аграрного профиля: научно-метод. Пособие [Текст] / М. В. Муравьева. - Саратов : ИП Муравьева, 2011. - 180 с. - ISBN 978-5-9903593-2-4
13. **Мысляева И.Н.** Корпоративные социально-трудовые отношения в инновационной экономике// Государственное управление. Электронный вестник. -2008. -№ 17. -С. 6.
14. **Нечаев, В. И.** Организация инновационной деятельности в АПК [Текст]/ В. И. Нечаев. - М.: КолосС. - 2010. - 328 с. - ISBN 978-5-9532-0753-9
15. Проблемы развития инновационно-креативной экономики / под общ. Ред. О.Н. Мельникова. - М.: «Креативная экономика». - 2010. – 384 с. – ISBN 978-5-91292-037-0
16. Руководство Осло: Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. / Совместная публикация ОЭСР и Евростата. 3-е изд. – М.: ЦИСН, 2006. – 192 с.
17. **Чесбро, Г.** Открытые инновации / Г. Чесбро. – М.: Поколение, 2007. – 336 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Лекция 1. Сущность инновационной деятельности	4
2.1. Понятие и сущность инновационной деятельности	4
2.2. Виды инновационной деятельности	4
2.3. Индикаторы инновационной деятельности	5
2.4. Структура инновационной деятельности	6
2.5. Технология осуществления инновационной деятельности	7
Вопросы для самоконтроля	8
Список литературы	8
Лекция 2. Инновационная среда предприятия	9
4.1. Внешняя инновационная макросреда	9
4.2. Внешняя инновационная микросреда	9
4.3. Внутренняя инновационная среда	9
4.4. STEP-анализ внешней макросреды предприятия, осуществляющей инновационную деятельность	10
4.5. SWOT-анализ внешней микросреды и внутренней среды предприятия, осуществляющей инновационную деятельность	11
Вопросы для самоконтроля	12
Список литературы	12
Лекция 3. Организация инновационного процесса	13
3.1. Понятие и сущность инновационного процесса	13
3.2. Этапы инновационного процесса	14
3.3. Формы предприятия инновационного процесса	15
3.4. Простой внутриорганизационный инновационный процесс	16
3.5. Простой межорганизационный инновационный процесс	17
3.6. Расширенный инновационный процесс	17
3.7. Создание и распространение инноваций	17
3.8. Диффузия инноваций	17
Вопросы для самоконтроля	17
Список литературы	17
Лекция 4. Инновационный потенциал предприятия	19
4.1. Сущность инновационного потенциала	19
4.2. Структура инновационного потенциала предприятия	19
4.3. Оценка инновационного потенциала предприятия	20
4.4. Компоненты инновационного потенциала	21
4.5. Инновационно-инвестиционный капитал	22
4.6. Инновационный климат предприятия	23
4.7. Реализация инновационного потенциала	24
Вопросы для самоконтроля	24
Список литературы	25
Лекция 5. Инновационная активность предприятия	26
5.1. Понятие инновационной активности	26
5.2. Методика расчета инновационной активности	27
5.3. Анализ инновационной активности предприятия	28
5.4. Факторы стимулирования инновационной активности	29
Вопросы для самоконтроля	29

Список литературы	29
Лекция 6. Инновационные стратегии поведения предприятия	31
6.1. Понятие и особенности инновационных стратегий	31
6.2. Классификации инновационных стратегий	31
6.3. Типы инновационного поведения предприятия	32
6.4. Этапы разработки инновационной стратегии	33
6.5. Специфика реализации инновационной стратегии	33
6.6. Процесс корректирования инновационной стратегии	34
6.7. Новаторы, ранние реципиенты (пионеры, лидеры), имитаторы	34
6.8. Специальные инновационные стратегии (продуктовые, функциональные, ресурсные, организационно-управленческие) и базовые	35
6.9. Особенности стратегий «конкурирования на острие»	35
6.10. Конгломеративная диверсификация	36
6.11. Специфика российских инновационных стратегий	37
Вопросы для самоконтроля	38
Список литературы	38
Лекция 7. Предприятие на рынке инноваций и инвестиций	39
7.1. Рынок инноваций и инвестиций Московской межбанковской фондовой биржи (РИИ ММВБ)	39
7.2. Критерии отбора предприятий – участников РИИ	39
7.3. Индекс ММВБ-инновации	40
7.4. Принятие инвестиционных и инновационных решений в предприятия	40
7.5. Государственная поддержка предприятий-участников РИИ	41
Вопросы для самоконтроля	42
Список литературы	42
Лекция 8. Затраты на осуществление инновационной деятельности	43
9.1. Сущность и виды затрат на инновационную деятельность	43
9.2. Специфика прогнозирования затрат на инновационную деятельность	44
9.3. Методика исчисления затрат на инновационную деятельность	44
9.4. Управление затратами и финансирование инновационной деятельности	45
9.5. Факторы, определяющие величину инновационных затрат	45
Вопросы для самоконтроля	47
Список литературы	47
Лекция 9. Эффект и эффективность инновационной деятельности	48
10.1. Сущность и виды эффекта инновационной деятельности	48
10.2. Эффективность инновационной деятельности	48
10.3. Методика расчета эффекта и эффективности инновационной деятельности	49
10.4. Ценообразование на инновационную продукцию	49
10.5. Направления повышения эффективности инновационной деятельности предприятия	50
Вопросы для самоконтроля	50
Список литературы	51
Библиографический список	52