

1 Теоретические основы коммерциализации инноваций

1.1 Теоретико-методологический подход к инновационной коммерческой деятельности

1.2 Классификация инноваций

1.1 Теоретико-методологический подход к инновационной коммерческой деятельности

В экономических процессах важное значение приобретает формирование системного подхода к поддержке и развитию коммерческой инновационно-инвестиционной деятельности, где макроэкономические инструменты управления должны носить стимулирующий характер.

Это определяется коммерциализацией системы развития инвестиционных процессов в инновационной экономике и сводятся к следующему:

– во-первых, четко выделяются принципы коммерческого управления инновационным обновлением промышленности, их содержание должно отвечать критериям возрастания инновационности производства и его результатов. *В соответствии с таким подходом, под какой деятельностью, следует понимать соотношение экономической полезности и издержек, которые будет генерировать инновации в условиях полного или частичного роста технико-технологического потенциала.*

– во-вторых, в критерий инновационного обновления экономики входит величина экономической полезности и ценности, которая конкретизируется в виде приращения дополнительной экономической стоимости продукта с новым качеством. *При этом коммерческая стоимость может рассматриваться в двух аспектах: с одной стороны, имеется в виду повышение жизненного цикла технического потенциала, с другой – повышение экономической полезности всего потенциала производства, что выражается в увеличении инновационных организационно-экономических мероприятий включая и управленческие – мотивационные. Это означает, что возрастание значимости критерия экономической полезности составляет основное содержание системы эффективного управления коммерциализацией производством.*

– в-третьих, принципы управления технико-технологическим обновлением, его главной задачей является воздействие на процессы воспроизводства в совокупности экономических и организационных рычагов. *При этом необходимо учитывать содержание и структуру технико-технологического потенциала инновационности экономики с учётом циклического характера процесса преобразований в хозяйственных звеньях.*

Макроэкономические принципы управления тесным образом связаны со стимулированием инновационной деятельности, где значимую роль играют интеграционные связи в области повышения инвестиционной привлекательности.

Инновационная деятельность — это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и

разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг, работ), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках.

Разновидностями инновационной деятельности могут быть:

а) подготовка и организация производства, охватывающие приобретение производственного оборудования и инструмента, изменения в них, а также в процедурах, методах и стандартах производства и контроля качества, необходимых для создания нового технологического процесса;

б) предпроизводственные разработки, включающие модификацию продукта и технологического процесса, переподготовку персонала для применения новых технологий и оборудования;

в) маркетинг новых продуктов, предусматривающий виды деятельности, связанные с выпуском новой продукции на рынок, включая предварительное исследование рынка, адаптацию продукта к различным рынкам, рекламную кампанию;

г) приобретение неовещественной технологии со стороны в форме патентов, лицензий, ноу-хау, торговых марок, конструкций, моделей и услуг технологического содержания;

д) приобретение овещественной технологии — машин и оборудования, по своему технологическому содержанию связанных с внедрением продуктовых или процессных инноваций;

е) производственное проектирование, включающее подготовку планов и чертежей для определения производственных процедур, технических спецификаций.

Объектами инновационной деятельности являются разработки техники и технологии предприятиями независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, находящимися на территории страны.

Субъекты инновационной деятельности — юридические лица независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, физические лица Российской Федерации, иностранные организации и граждане, а также лица без гражданства, участвующие в инновационной деятельности.

В Российской Федерации действует следующая классификация организаций — субъектов инновационной деятельности:

Таблица – Классификация организаций — субъектов инновационной деятельности

Сектор	Структуры
Государственный	Организации министерств и ведомств, которые обеспечивают управление инновационными процессами и удовлетворение потребностей общества в целом. Бесприбыльные (некоммерческие) организации, полностью или в основном финансируемые и контролируемые правительством

Сектор	Структуры
Предпринимательский	Все организации и предприятия, чья основная деятельность связана с производством продукции или услуг в целях продажи
Высшее образование	Университеты и другие высшие учебные заведения независимо от источников финансирования или правового статуса. Научно-исследовательские институты, находящиеся под непосредственным контролем или управлением или ассоциированные с высшими учебными заведениями. Организации, непосредственно обслуживающие высшее образование
Частный неприбыльный	Частные организации, не ставящие своей целью получение прибыли. Частные неприбыльные (некоммерческие) организации. Частные индивидуальные организации

Инновации выполняют несколько социально-экономических **функций**.

Первая функция инноваций состоит в том, что практически все изобретения направлены на уменьшение затрат энергии, живого труда, создают возможности вовлечения в производство новых производительных сил, повышают эффективность труда и производства.

Вторая функция инноваций — повышение качества произведенных продуктов, что ведет к росту уровня производства потребления, способствует улучшению качества жизни.

Третья функция инноваций состоит в том, что они, повышая качество, снижая затраты и совершенствуя потребление, способствуют поддержанию пропорций между спросом и предложением, между производством и потреблением.

Четвертая функция: в ходе разработки и в процессе использования инноваций идет процесс развития человека — реализация его интеллектуальных способностей, создание условий для дальнейшего творческого роста.

1.2 Классификация инноваций

Инновации принято классифицировать по ряду признаков.

По степени потенциала новой идеи инновации подразделяются на три типа:

1) радикальные инновации — принципиально новые изделия и технологии. Они достаточно немногочисленны и, как правило, предусматривают появление нового потребителя и нового рынка;

2) комбинаторные инновации — новое сочетание уже известных элементов. Они могут быть направлены на привлечение новых групп потребителей или освоение новых рынков;

3) модифицирующие инновации — направлены на улучшение или дополнение существующих продуктов. Эти инновации направлены на сохранение или усиление рыночных позиций предприятия.

Инновационная идея может быть сопоставлена с идеей, лежащей в основе существующих прототипов (прототип (от др.-греч. πρῶτος «первый» + τύπος «отпечаток, оттиск; первообраз», оригинал). **По отношению к прототипу** инновации могут подразделяться на следующие типы:

1) открывающая инновация — продукция или технология не имеют сопоставимых прототипов;

2) замещающая инновация — происходит полная замена существующих прототипов;

3) отменяющая инновация — использование приводит к полному исключению продукта в связи с появлением новых функций;

4) возвратная инновация — происходит возврат к прежним видам, способам, методам;

5) ретровведение — воспроизводятся старые формы на современной основе.

По степени новизны инновации можно подразделить на следующие типы:

1) абсолютная новизна — аналоги предлагаемого новшества отсутствуют. Она фиксируется весьма редко. Явление абсолютной новизны не является уникальным;

2) относительная новизна — определяется относительно выбранного признака или группы признаков. Эта новизна может быть частной (новыми являются отдельные элементы) или условной (новое сочетание известных элементов);

3) стоимостная новизна — затраты на НИОКР, освоение и использование, отнесенные к объему полезной работы, ниже, чем у заменяемой;

4) целесообразная новизна — лучшие производительные или потребительские свойства.

Рыночная новизна в значительной степени определяет успех инновационной деятельности предприятия. **По типу новизны для рынка** инновации подразделяются на новые для отрасли в мире, новые для отрасли в стране, новые для данного предприятия или группы предприятий.

К свойствам рыночной новизны могут быть отнесены расширение круга потенциальных потребителей и изменение их потребностей.

По охвату ожидаемой доли рынка инновации могут быть локальными, системными и стратегическими.

С точки зрения распространенности инновации подразделяются на единичные и диффузные (смешанные).

С точки зрения технологических параметров инновации подразделяются на следующие типы:

1) продуктовые — применение новых материалов и полуфабрикатов, а также комплектующих, получение принципиально новых функций (принципиально новые продукты);

2) процессные — новая технология производства, более высокий уровень автоматизации, новые методы организации производства (применительно к новым технологиям).

Инновации, различающиеся **по этапам НТП**, группируются по следующим признакам:

- технические — появляются в производстве продуктов с новыми или улучшенными свойствами;

- технологические — возникают при применении улучшенных, более совершенных способов изготовления продукции;

- организационно-управленческие — связаны с процессами оптимальной организации производства, транспорта, сбыта и снабжения;

- информационные — решают задачи организации рациональных информационных потоков в сфере научно-технической и инновационной деятельности, повышения достоверности и оперативности получения информации;

- социальные — направлены на улучшение условий труда, решение проблем здравоохранения, образования, культуры.

Несмотря на многообразие классификационных признаков инноваций ведущим признаком остается коммерческое проявление инноваций, представленное в таблице:

Таблица – Коммерческие проявления инноваций и достигаемые ими цели

Проявления инноваций		Возможные цели
Продуктовое	Интеллектуальное	Создание предпосылок для экономического роста
	Предметное, вещественное	Обеспечение выживания производителя Решение проблем клиента Создание новых рабочих мест Рост оборота и сбыта, увеличение доли рынка и прибыли
Процессное (технологическое)		Экономия сырья и энергии Рост производительности труда
Социальное	Экологическое	Уменьшение загрязнения окружающей среды
	Повышение БЖД	Сохранение генофонда, продление продолжительность жизни
	Организационно-управленческое	Повышение социальной ответственности фирмы по отношению к коллективу и обществу

Различают две категории бизнес-инноваций — поддерживающие и подрывные.

Поддерживающие инновации направлены на совершенствование уже существующих продуктов. Каждую новую модель автомобиля отличают от предыдущей именно поддерживающие инновации: усовершенствованные системы безопасности, управления режимами работы двигателя, климатконтроля и т. д.

Подрывная инновация представляет собой новый продукт или принципиально новое предложение рынку. Примером могут служить

пароходы, до появления которых в морях и океанах господствовал парусный флот.

Дополняя и сменяя друг друга, поддерживающие и подрывные инновации определяют технологические циклы в отраслях и подотраслях. Поддерживающие инновации подгоняют технологический прогресс, совершенствуя уже имеющиеся продукты и технологии, а подрывные — обрывают технологический цикл на сложившихся рынках и начинают его новый виток. С точки зрения бизнеса это означает, что для расширения своего рынка и выхода в верхние, наиболее прибыльные его сектора следует реализовать поддерживающие инновации, а для входа на новый рынок и для создания рынков там, где их никогда не существовало, — подрывные.

Поддерживающими инновациями в той или иной степени занимаются все производители. Масштаб этих инноваций определяется объемом интеллектуальных и финансовых ресурсов предприятия.

Подрывные инновации реализовать сложнее, чем поддерживающие: в самом механизме «подрыва» заложены высокие риски и большая неопределенность относительно будущего рынка подрывного продукта. Подрывные инновации могут носить как глобальный, так и локальный характер.