

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**



С.С.КАСЫМОВ

«ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА»

ТАШКЕНТ – 2019

С.С.Касымов. Учебное пособие. Учебное пособие по дисциплине «Инновационная экономика». - Ташкент: Экономика, 2019. - 290 стр.

Рецензенты:

Б.Салимов – профессор кафедры “Экономика промышленности” ТГЭУ

А.Абдувалиев – к.э.н., доцент НИЦ “Научные основы и проблемы развития экономики Узбекистана” при ТГЭУ

Обсуждено на заседании кафедры «Экономика промышленности» Протокол № __ от __ июля 2019 года.

Данное учебное пособие состоит из семнадцати глав в которых рассматривается в частности роль инновационной экономики в развитие государства, экономика инноваций как на макроуровне (общая характеристика инноваций, теории инновационного процесса, концепции инновационного развития, инновационный проект), так и на микроуровне (ключевые факторы осуществления инноваций, интеллектуальная собственность, создание и развитие инновационной компании, инновационные технологии, выбор инновационной стратегии).

Каждая глава дополнена вопросами касающейся темы в учебном пособии, а также в завершении учебного пособия имеется список используемой литературы. Учебное пособие предназначено для студентов вузов, изучающих дисциплину «Инновационная экономика», а также для студентов экономических и технических специальностей, докторантов и преподавателей, интересующихся инновационной экономикой.

Учебное пособие рекомендован для внедрения в учебный процесс Совета Ташкентского государственного экономического университета Протоколом №__ от «__»____ 2019 г.

Инновационная экономика: Учебное пособие. — Т.: Экономический факультет Ташкентский государственный экономический университет, 2019.

© Экономика, 2019 год

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА» ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ.....	8
ГЛАВА 2. ТЕОРИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕХНОЛОГИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ	19
ГЛАВА 3. ОТБОР И РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ	30
ГЛАВА 4. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОНСОРЦИУМ И ИННОВАЦИИ	39
ГЛАВА 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ ИННОВАЦИЙ	54
ГЛАВА 6. ВИДЫ ИННОВАЦИОННЫХ ОТРАСЛЕЙ	62
ГЛАВА 7. ИННОВАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ	75
ГЛАВА 8. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ НАУЧНЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ	87
ГЛАВА 9. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ, ФОРМИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ.....	100
ГЛАВА 10. НАЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА УЗБЕКИСТАНА	115
ГЛАВА 11. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТОВАРАХ И УСЛУГАХ В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА.....	133

ГЛАВА 12.	НАУЧНЫЕ ОТКРЫТИЯ, ИЗОБРЕТЕНИЯ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ, ПОИСК ПАТЕНТОВ И ПАТЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	157
ГЛАВА 13.	ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ, БРЕНД И СЕЛЕКЦИОННОЕ ДОСТИЖЕНИЕ КАК ОБЪЕКТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ	192
ГЛАВА 14.	СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	206
ГЛАВА 15.	СИСТЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	230
ГЛАВА 16.	МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КАДРАМИ В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ	241
ГЛАВА 17.	НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНЫХ МЕТОДОВ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ, ПРОЦЕССОВ И ТЕХНОЛОГИЙ	253
	ГЛОССАРИЙ	270
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	284

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития рыночной экономики в Узбекистане одним из основных факторов является внедрение инноваций, повышение конкурентоспособной продукции национальных предприятий, укрепление их экономической независимости и рыночной позиции.

Инновационная экономика — это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, доброжелательном восприятии новых идей, машин, систем и технологий, готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности. Она выделяет особую роль знаний и инноваций, прежде всего, знаний научных.

Инновационная деятельность - один из самых важных способов удовлетворения потребностей производства и других видов деятельности в области человеческой жизни, который осуществляется путем обновления качественного изменения продуктов, используемых методов и инструментов.

Согласно Указу Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 21 сентября 2018 года были утверждены: «Стратегия инновационного развития страны на 2019–2021 годы» и «Дорожная карта» по ее реализации¹. В принятой стратегии инновационного развития Узбекистана главная цель заключается в развитии человеческого капитала, а среди основных задач стратегии — **вхождение Узбекистана к 2030 году в состав 50 передовых стран по рейтингу Глобального инновационного индекса.**

¹ Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 21 сентября 2018года № УП-5544 «Стратегия инновационного развития страны на 2019–2021 годы» // Народное слово от 22.09.2018г

Из-за отсутствия многих показателей и «неэффективной координации работы в данном направлении» страна в последние годы не принимает участия в этом рейтинге.

Одним из важнейших этапов в этой области стало создание единой государственной политики в области инноваций и научно-технического развития Республики, Фонда поддержки инновационного развития и инноваций. Постановление Президента Республики Узбекистан от 26 мая 2016 года предусматривает, что высшие учебные заведения «должны обеспечить полное завершение всех учебных программ в тесном сотрудничестве с ведущими университетами и высшими учебными заведениями в развитых странах мира, постепенно отказываясь от устаревших, находящихся под угрозой подходов и методов преподавания науки, а также в степени бакалавра и магистра, в современной науке и передовых педагогических технологиях внедрять новые учебные планы и программы и привлекать ведущих иностранных ученых и преподавателей в учебный процесс, повышать качество подготовки специалистов с высшим образованием»².

Разрешение излагает цель образования и научных исследований в развитии источника этого информационного ресурса Duncan университет, Массачусетский технологический институт и Университет штата Нью-Йорк (США), Оксфордский университет, Университет Бата и London Metropolitan University (Великобритания), Университет Bremerhafen (Германия), Университет Васеда (Япония),

² Постановление Президента Республики Узбекистан «О поступлении в высшие учебные заведения Республики Узбекистан в 2016/2012 учебном году» от 26 мая 2016 года. // «Народное слово» от 27 мая 2016 года, № 103 (6538). В. 1

Университет Кемён (Республика Корея), Шанхайский университет (КНР) и другие ведущие зарубежные университеты.

“Инновационная экономика” включает в себя следующие задачи:

- Прежде всего, создать концепцию инноваций и изучить особенности развития инноваций в нашей стране;

- во-вторых, создать общее понимание инновационной среды и узнать пути и средства привлечения инвестиций в крупные предприятия;

- в-третьих, определить эффективность инновационной деятельности и оценить будущую ситуацию;

- в-четвертых, анализировать и прогнозировать различные ситуации, которые могут возникнуть между инвесторами и производителями посредством логических математических и математических моделей;

Кроме того, «Инновационная экономика» является в международной и национальной экономике, одним из фундаментальных предметов науки и технологии служит основой для более глубокого изучения других экономических дисциплин.

ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА» ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

1.1. Сущность и задачи дисциплины «Инновационная экономика».

В связи с усилением влияния новых технологий в плане экономического роста необходимым представляется определение современной роли и значения инновационного развития экономики. Исследование инновационного развития требует прежде всего изучения таких основных понятий как инновации и их классификация, инновационный процесс и его составляющие, инновационная деятельность и ее характеристика, инновационный потенциал организации.

Специфическое содержание инновации составляют, по выражению Й.Шумпетера, *«изменения»*, а главной функцией инновационной деятельности является *«функция управления изменениями»*. Это самый общий и широкий взгляд на инновации. С этой точки зрения под инновациями можно понимать *«внесение в разнообразные виды человеческой деятельности новых элементов (видов, способов), повышающих результативность этой деятельности»*. И хотя подобная *«инновационная практика»* существует уже много тысячелетий, *предметом* специального научного изучения инновации стали лишь в конце XIX – начале XX века, в период формирования основ теории инноваций.

Слово "инновация" происходит от латинского innovationem - существительного от глагола innovare, имеющего значение "изменять или осовременивать". Таким образом, центральное

значение инноваций относится к обновлению. Подобное обновление возможно лишь в случае, если люди сумеют изменить способ принятия решений, отказаться от стандартных методов, научатся делать выбор вне рамок существующих норм и правил.

Следует понимать, что понятие «инновация» относится к разряду всеобщих категорий – исключительно широких и структурно сложных, имеющих много подходов к раскрытию его содержания.

- с одной стороны, рассматривая инновацию как «функцию изменения», можно утверждать, что в широком, общефилософском смысле инновация – это *изменение состояния* какого-либо процесса или комплекса процессов, и в этом смысле инновация является срезом *развития*. Здесь правомерно употреблять определение *инновации как процесса*, протекающего во всех сферах общественной жизни, причем, в каждой из сфер наблюдаются свои особенности инновационного развития.

- с другой стороны, инновация как процесс неразрывно связана с понятием *инновации как продукта (конечного результата)*. Инновация как продукт рассматривается, как правило, в более узком смысле слова, в предметных, сегментированных областях. Отметим, что границами нашего изучения являются инновации, осуществляемые в *экономической сфере*.

Инновация – это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Инновация является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого

процесса, открытий, изобретений. Инновация – не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое значительно повышает эффективность действующей системы, востребовано на рынке и приносит прибыль.

Инновации - это процесс управления существующими системами, где инновационный продукт доводится до практического этапа реализации и обеспечивает успех на рынке.

Специфическое содержание инновации составляют, по выражению Й.Шумпетера, *«изменения»*, а главной функцией инновационной деятельности является *«функция управления изменениями»*. Это самый общий и широкий взгляд на инновации. С этой точки зрения под инновациями можно понимать *«внесение в разнообразные виды человеческой деятельности новых элементов (видов, способов), повышающих результативность этой деятельности»*.

И хотя подобная «инновационная практика» существует уже много тысячелетий, *предметом* специального научного изучения инновации стали лишь в конце XIX – начале XX века, в период формирования основ теории инноваций.

Оценка конкурентоспособности стран показывает, что основной стратегией инновационного развития промышленных палат является осуществление следующих политик управления, ориентированных на политику:

- рациональное использование природных и климатических ресурсов;
- использование сбережений на месте;

- активное привлечение инвестиций;
- поддержка инноваций.



Рис 1.1. Основная стратегия инновационного развития промышленных предприятий

В связи с этим возрастает роль промышленных предприятий в развитии инновационного менеджмента и формировании конкурентных преимуществ.

Одной из важнейших практических задач инновационного менеджмента на промышленных предприятиях является создание эффективной системы управления инновационными процессами, что подразумевает следующее:

- разработка теоретических основ инновационного менеджмента развитие;

- решение существующих проблем в области инновационного менеджмента

- обоснование методов;

- методология оценки эффективности инновационных процессов и развитие их средств влияния.

Для раскрытия сущности и содержания вышеназванных функций и принципов инновационного менеджмента следует для начала обратиться к классификации инновационных процессов, осуществляемых фирмами. Исходя из определения инноваций и анализа современной инновационной деятельности компаний, целесообразным представляется выделение следующей методологии классификации инноваций:

- ☐ по степени рыночной новизны;
- ☐ по причинам проведения;
- ☐ по объекту инноваций.

2. Методы инновационной экономики

При управлении инновационной экономикой применяются общие и специфические методы. К общим методам относятся: методы анализа; методы планирования; методы прогнозирования. Методы анализа подразумевают обобщение оцениваемых явлений, их разделение на составные части для изучения свойств и их описание с точки зрения взаимосвязи и взаимозависимости. Используются графические и сравнительные методы анализа, которые позволяют наглядно представить количественные результаты исследования. Методы планирования способствуют обоснованию основных

направлений и пропорций инновационной деятельности в соответствии с прогнозом и целями развития, ресурсным обеспечением и спросом на рынке. Эти методы тесно связаны с методами прогнозирования. Третья группа общих методов – прогнозирование – направлена на разработку прогнозов инновационного развития на долгосрочной основе.

В состав этих методов входят:

1. методы экстраполяции;
2. методы экспертных оценок;
3. метод Дельфи;
4. метод написания сценариев;
5. метод Монте-Карло и др.

Эффективность инновационных процессов, происходящих на промышленном предприятии, зависит от методов и методов, используемых при формировании инновационной стратегии, категории инновационных продуктов, разработанных типов инноваций и использования результатов исследований.

Среди них наиболее важные элементы:

- разработка и внедрение инновационных решений
- эффективные стратегии для увеличения
- механизм управления реализацией такой стратегии в конкретной организационной структуре.

Наряду с предпринимательством, производством, научно-техническими и маркетинговыми стратегиями вышеупомянутая инновационная стратегия рассматривается как важная часть общей экономической стратегии предприятия.

Период изучения методологических аспектов инновационной теории и инновационной стратегии руководства совпал с началом прошлого века и проводился многими великими учеными.

В настоящее время научно-техническое развитие и потребности рынка, изменения условий спроса и предложения, формирующие новые требования к ассортименту и качеству продукции. Безразличие производителей к таким изменениям указывает на то, что конкуренты продвигаются вперед. Промышленные предприятия могут иметь отрицательное экономическое влияние на позднюю адаптацию к этим изменениям, снижение или даже банкротство. В этом отношении большой интерес представляет практически во всех областях производственной деятельности инновация, как средство содействия развитию. Формирование такой стратегии в управлении предприятиями еще раз подчеркивает необходимость создания эффективной системы управления инновационными процессами.

Методология систематического представления инноваций в рыночной экономике основана на международных стандартах, а инновация - результат новых или улучшенных продуктов, новых или улучшенных технологических процессов на практике или инноваций в виде нового подхода к социальным услугам понимается.

Несмотря на многочисленные исследования по этому вопросу, сегодня нет единой общепринятой терминологии в области инноваций. Поэтому желательно представить краткий обзор литературы и определить ключевые концепции в области инноваций.

3. Значение и содержание дисциплины «Инновационная экономика» в рыночной экономике

В процессе решения проблемы экономического развития, основанного на инновациях, промышленные предприятия должны иметь систему инновационных целей. Это особенно важно для промышленных предприятий, реализующих эффективную стратегию развития.

Общий прогноз реализации такой стратегии на промышленных предприятиях зависит от нескольких факторов, их содержание и направление определяются:

- степень развития ранее созданной продукции;
- состояние механизма управления и системы;
- уровень материально-технического потенциала хозяйствующего субъекта;
- тип и направление организационных структур;
- необходимость перемен и готовность сотрудников сделать это.

Необходимость и возможности управления инновационным процессом, а также условия его реализации. Это в первую очередь разные потребности. Их можно подразделить на потребности в помещении, так и на улице, а также на личные нужды.

Первая группа создает потребность в брэндинге. Они определяются характером формирования и функционирования товарного рынка, поведения конкурентов, поставщиков и потребителей, государственной политики в этой области или отрасли, тенденций мирового рынка и т. д.

Вторая группа будет состоять из различных аспектов финансово-хозяйственной деятельности промышленных предприятий, перспектив и тенденций экономической политики, потребностей предприятия, отражающих научно-технический и ресурсный потенциал.

Наконец, третья группа будет состоять из набора внутренних потребностей, что обеспечит разработку инновационного процесса в сложных системах. Здесь необходимо учитывать состояние и взаимосвязь некоторых элементов инновационного процесса (организационного, технического, технологического, кадрового и т.д.).

Принимая во внимание вышеупомянутые факторы, создание эффективной системы управления инновационными процессами на промышленных предприятиях требует наличия необходимых теоретических разработок. Здесь проблема описательных понятий незаменима. Его структура должна включать, среди прочего, общие элементы управления, методы и инструменты, которые имеют отношение только к системе управления инновациями. Решение методологических проблем управления инновациями является одним из условий эффективного использования.

Изучая особенности новых продуктов на промышленных предприятиях, существуют некоторые ограничения для организации инновационной деятельности:

- сложность создания универсальной формы научно-технического развития;
 - качество инноваций и ежедневного производства
- разница;

- на разных этапах инновационного процесса
необходимость в системах управления;

- инновационный, адекватный ответ на потребности рынка
необходимость создания гибкой системы управления бизнесом.

Инновационная экономика характеризуется следующими базовыми принципами, признаками и индикаторами:

1. Высокий индекс экономической свободы
2. Высокий уровень развития образования и науки
3. 4-6-е технологические уклады экономики
4. Высокое и конкурентоспособное качество жизни
5. Высокие стоимость и качество человеческого капитала в его широком определении, Высокая конкурентоспособность экономики
6. Высокая доля инновационных предприятий (свыше 60-80%) и инновационной продукции.
7. Замещение капиталов
8. Конкуренция и высокий спрос на инновации
9. Избыточность инноваций и, как следствие, обеспечение эффективности части из них за счет конкуренции.
10. Инициация новых рынков
12. Принцип разнообразия рынков.
13. Развитая индустрия знаний и их высокий экспорт.

Таким образом, эффективная организация управления инновациями в экономических системах становится одним из основных условий ее долгосрочного и конкурентного развития. В этой связи было бы целесообразно использовать накопленный мировой

опыт в области управления инновациями, адаптированный к национальным атрибутам.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

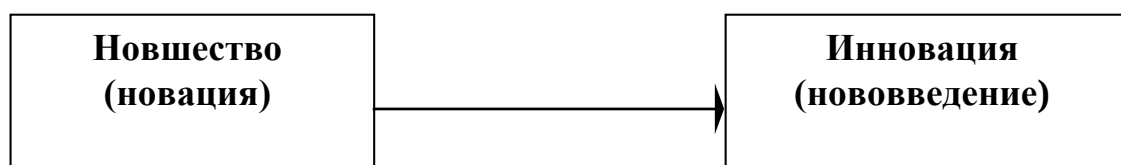
1. Опишите термин «Инновационная экономика»?
2. Почему инновационная экономика - наука?
3. Что вы понимаете как объект науки «инновационной экономики»?
4. Какие законы изучает наука «Инновационная экономика»?
5. Какие темы науки тесно связаны с «Инновационной экономикой»?
6. Перечислите какие принципы (индикаторы) характеризуется в Инновационной экономике?
7. В чём заключается сложность создания универсальной формы научно-технического развития инновации?

ГЛАВА 2. ТЕОРИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕХНОЛОГИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

1. Сущность инновации и её структура влияния рынка на новые технологии

В понимании сущности и свойств инноваций очень важным является четкое разграничение понятий «новшества» и «инновации».

Новшество (новация) – это оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований и разработок в какой-либо сфере деятельности (новое знание, метод, изобретение). *Внедрение новшества*, т.е. достижение практической применимости нового знания с целью удовлетворения определенных потребностей и рыночного признания превращает его в **инновацию (нововведение)**³.



Практическое применение новшества (коммерциализация)

Рис 2.1. Алгоритм перехода новшества в инновацию⁴

Таким образом, инновация отличается от новшества (новации) тем, что новый продукт выходит на рынок, принимается рынком и в дальнейшем будет иметь *коммерческую ценность*. Следовательно, инновация (нововведение) означает *практическое применение*

³ В современной теории инноваций не делается различий между терминами «инновация» и «нововведение»– они синонимы. Смысловые оттенки, которые существуют между этими понятиями, заключаются в том, что под нововведением зачастую понимают первое применение.

⁴ Mensch Gerhard. Stalemate in Technology: Innovations Overcome the Depression. Cambridge, Massachusetts, 1979.

данного новшества. Это значит, что если создан новый продукт или технология, разработана новая концепция организации труда или управления и т.д., но все эти новшества не находят своего применения, то есть они *не являются инновациями*.

Несомненно, эти понятия тесно связаны с понятием «инновация», однако для их характеристики существует совершенно определенная категория – **«инновационный процесс»**.

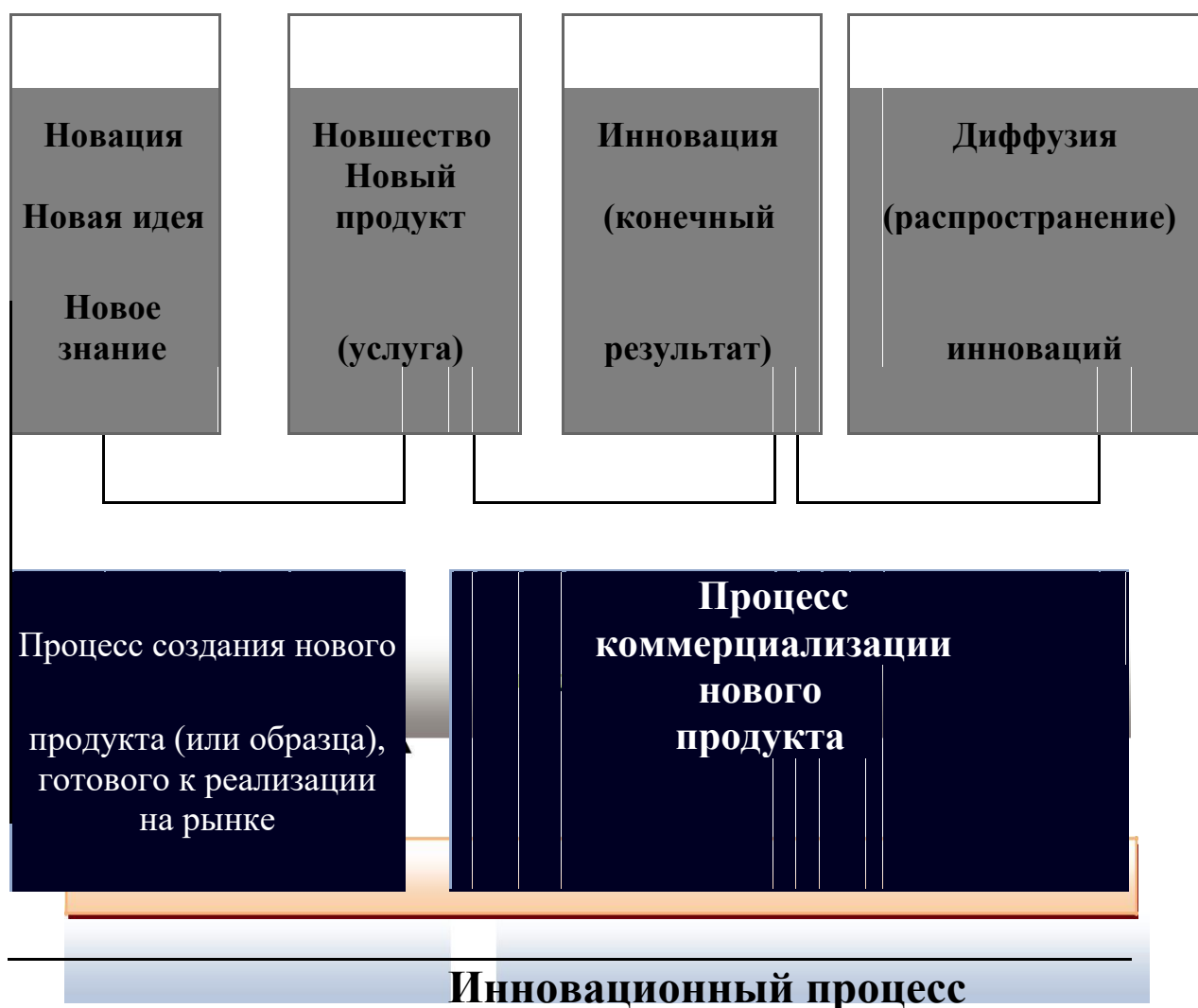


Рис. 2.2. Модель инновационного процесса⁵

Который как раз и представляет собой в самом общем виде **«процесс создания, освоения и распространения инноваций»**.

⁵ Hospers Gert-Jan. Joseph Schumpeter and His Legacy in Innovation Studies. Knowledge, Technology, Policy, Fall 2005, Vol. 18. №3. P.20-37.

Инновационный процесс – это процесс преобразования научного знания инновацию (от идеи до конечного продукта и его дальнейшего практического использования). Следует понимать, что инновационный процесс носит **циклический характер**.

Таким образом, «инновации – это одновременное проявление двух миров, именно **мира техники и мира бизнеса**»

Таким образом, «инновации – это одновременное проявление двух миров, а именно **мира техники и мира бизнеса**».

В литературе существует подход, когда под инновациями понимают сам *процесс* их создания.

Например: инновации – это «*процесс*, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание» (Б.Твисс) или «*процесс*, включающий такие виды деятельности, как исследования, проектирование, разработка и организация производства нового продукта, технологии или системы» (Д.Месси, П.Квинтас, Д.Уилд) и др.

Когда изменение происходит только на уровне технологии, Й.Шумпетер называет его **изобретением**, а когда к изменениям отключается бизнес, они становятся **инновациями**. Образно говоря, с точки зрения Й.Шумпетера, **инновация – это встреча идеи и предпринимателя**.

Однако качественные изменения могут быть изменены только на основе фундаментальных знаний, что приводит к прогрессирующим изменениям, с технической точки зрения, в область изучения. Исследования в этой области свидетельствуют о том, что до 20%

национального дохода можно получить в промышленно развитых странах путем продажи инновационных продуктов.



Рис. 2.3 Шансы и вызовы глобальной инновационной активности. Tiwari et al., 2009.⁶

2. Влияние теории эндогенного роста и накопление капитала

Эндогенный экономический рост – это экономический рост, темпы которого на длительную перспективу определяются функционированием самой системы. Эндогенный экономический рост следует отличать от экзогенного роста, темпы которого в длительной перспективе зависят от факторов, лежащих за пределами данной системы, например от роста численности

⁶ Дайер Д., Греггерсен Х., Кристенсен К. Ген изобретательства // Harvard business review Россия, Январь-февраль 2010. С. 58.

населения или заданной извне скорости технического прогресса (technical progress). В обоих случаях краткосрочный рост может быть ускорен в результате увеличения доли сбережений или инвестиций в национальном доходе. При экзогенном росте такое ускорение является лишь временным; постепенно темпы роста сокращаются до уровня, обусловленного действием долгосрочных внешних факторов. При эндогенном росте повышение уровня сбережений и инвестиций или доли ресурсов, направляемых на научно-исследовательские работы, может способствовать увеличению темпов роста, которые будут сохраняться в течение неопределенно долгого периода времени. Экзогенные теории роста: теория роста Солоу (постоянная отдача от масштаба).

Эндогенные теории роста: Мэнкью-Ромера-Уэйла, АК-модель, Лукаса.

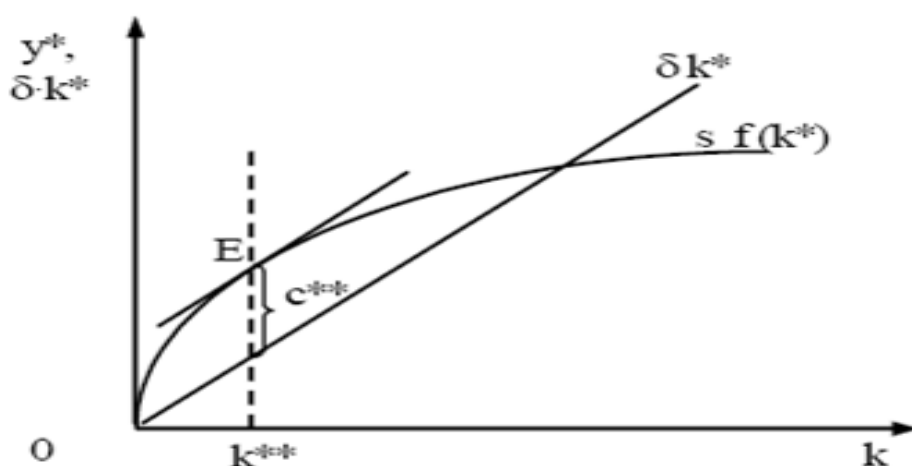


Рис.2.4. Модели Солоу «Золотое правило»

В модели Солоу нахождение экономики той или иной страны на равновесной траектории роста определяется экзогенными заданными величинами s , n , u , g (сбережения, прирост населения и эффективности труда). При этом причина, например, технического

прогресса остается необъясненной. Таким образом, остается непонятным, каким образом можно стимулировать экономический рост. В 1980-х годах появились новые теории экономического роста, предложившие в качестве объясняющих переменных эндогенные переменные модели. Новые модели пытались объяснить технологические изменения как результат рыночных взаимодействий, а не как нечто приходящее извне. Основные отличия моделей эндогенного роста состоят в отказе от предпосылки об убывании предельной производительности капитала, которая предполагалась, в частности в модели Солоу).

Наличие фактора экзогенного технического прогресса позволяет объяснить продолжительный рост душевых доходов, но не дает информации о причинах роста. Тем самым политика экономического роста, по сути лишается основы, поскольку ключевой фактор роста вследствие своего экзогенного характера оказывается в роли «манны небесной», на которую государственная политика не может воздействовать. С помощью изменения параметров своей деятельности (в частности бюджетных и налоговых механизмов), исходя из модели Солоу, государство не имеет возможности оказывать длительное влияние на темп роста экономики.

Технология может повышать доходность инвестиций, поэтому развитым странам удастся поддерживать быстрый темп роста, а не бороться с убывающей доходностью инвестиций, как предсказывает теория Солоу.

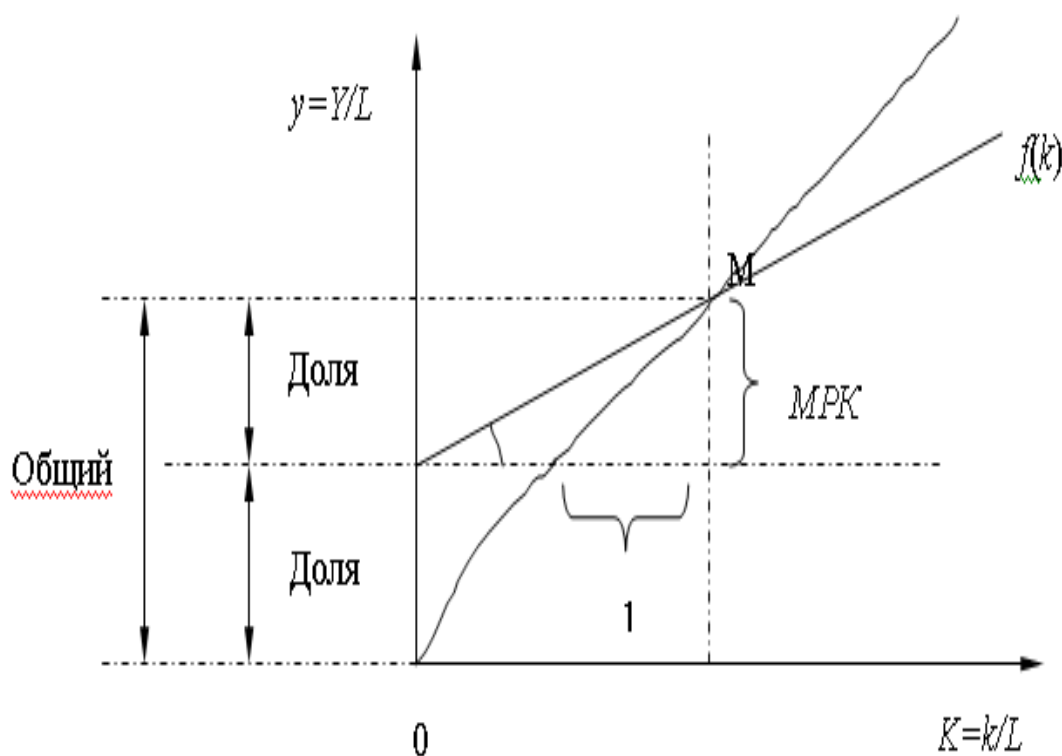


Рис. 2.5. Сравнение модели Ромера и Солоу.

Сравнение модели Ромера и Солоу. Ромер считает технологию "эндогенной", центральной частью экономической системы. С его точки зрения, хотя любой отдельно взятый технологический прорыв может казаться случайным, в целом технология развивается прямо пропорционально вкладываемым в нее ресурсам. Солоу полагает технологию "экзогенной", то есть настолько случайной, что она как бы возникает сама по себе, просто падает с неба.

Инвестиции добавляют ценности технологиям, а технологии - инвестициям, и это хороший замкнутый круг, поскольку способствует экономическому росту. Традиционная теория это отрицает.

Ромер расходится с традиционалистами еще в одном: в трактовке роли монополий. Традиция утверждает, что нормой

является "конкуренция равных", а монополии представляют собой неприятное отклонение от нормы. Ромер доказывает, что монополии могут быть полезны, даже необходимы, поскольку стимулируют компании вести исследования в области новых технологий.

Допущения Ромера:

- возрастающая отдача от масштаба;
- во всех странах имеется равный доступ к технологиям недостающим, звеном является инвестиции в человеческий капитал;
- капитал имеет возрастающую предельную производительность;
- предложение неквалифицированного труда и физического капитала-constant.

Его подход базируется, как впоследствии и у Р.Барро, на предпосылке положительных экстерналий (внешних эффектов) в производстве. Они возникают как результат обучения работников в процессе производственной деятельности, данная идея была предложена еще К.Эрроу как концепция «обучение посредством практики» (Learning by Doing). Они эндогенизируют технический прогресс, препятствуют сокращению уровня доходности капитала в экономике, способствуя тем самым длительному росту дохода на душу населения. Наряду с этим экстерналии имеют особенность, заключающуюся в том, что их интернализация не всегда может быть осуществлена в рамках частных взаимоотношений внутри экономической системы. Вследствие этого субъекты экономики, действующие на рынках в условиях конкуренции, зачастую (а в

рамках моделей Ромера и Бэрроу это прямо подразумевается) из-за возникновения внешних эффектов не приходят к Парето – эффективной аллигации ресурсов. Это дает отправную точку для государственных инвестиций, имеющих целью непосредственное воздействие на темп роста. Теория эндогенного роста тем самым излечивает существенный недостаток традиционной неоклассической теории роста, при которой равновесная траектория роста существовала объективно. Данная ситуация характеризуется следующими словами П. Ромера: «С точки зрения советов политикам, теория роста мало что могла предложить. В модели с экзогенными технологическими изменениями и экзогенным ростом населения не имело никакого значения, что делало правительство».

3. Научная диффузия

Инновационная диффузия - это процесс передачи новостей через средства коммуникации между членами социальной системы. Для конкретного предмета вы можете создавать новые идеи, вещи и технологии. Другими словами, диффузия - это использование ранее использованных и новых инноваций в новой среде или в новой среде. В результате двуличности новостей растет число пользователей новостей.

Суть инновационного процесса заключается в том, что он представляет собой целую цепь целенаправленных действий по инновационным инициативам, разработке новых продуктов и операций, их продаже и распространению на рынке. Инновационный процесс включает в себя семь элементов, и их интеграция в единую цепочку последовательностей представляет

собой инновационную структуру процесса. «Временные монопольные доходы сильнее. Последствия обхода могут привести к принятию инвестиционных решений острой фирмой. Потому что ожидаемый доход на самом деле лучше. Из-за этого чрезмерного эффекта распространение знаний ускоряется технологией программного обеспечения и прямыми инвестициями, которая расширяется транснациональными компаниями».

Уровень надежности инноваций - это количество изменений качества. Чем больше степень инноваций зависит от существующих стандартов движения, тем больше вероятность того, что она изменит потенциал и уровень его актуальности.

Инновационные несоответствия - включение дополнительных инноваций может создавать конфликтующие ситуации, независимо от их специфических особенностей, поскольку они изменяют традиционное влияние и отношения, присущие организации, в зависимости от сложности полномочий и привилегий.

Важность инноваций - во время инновационного процесса, способность менеджеров организации объективно оценивать новизну взаимоотношений, интенсификацию внутренних отношений в команде и, в свою очередь, развивать тактику управления, соответствующую этому процессу.

Инновационные риски - Вероятность инноваций. Отсутствие результатов создает чувство предательства и волнения в области инноваций и имеет последствия для эффективности реализации.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Какое имеет значение Инновационный процесс?
2. Объяснить концепцию распространения диффузии знаний?
3. Что представляет собой эндогенный экономический рост?
4. Существуют ли риски в создании инноваций?
5. Что вы знаете об экзогенных теориях экономического роста?
6. Дайте определение Инновационной диффузии?
7. В чем заключается сравнение модели Ромера и Солоу?
8. Какое влияние имеет теория эндогенного роста и накопление капитала?
9. Что включает в себя Инновационные несоответствия?
10. В чем состоит важность инноваций?
11. Дайте определение Инновационные рискам и в каких случаях они возникают?

ГЛАВА 3. ОТБОР И РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

1. Государственное регулирование инноваций

Основным условием эффективного социально-экономического развития страны в XXI веке становится продуманная инновационная политика, как на уровне государства, так и на уровне субъектов хозяйствования. Характерной чертой современного развития является переход ведущих стран к новому этапу формирования инновационного общества – построению экономики, базирующейся преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний. Уникальные навыки и способности, умение адаптировать их к постоянно меняющимся условиям деятельности, высокая квалификация становятся ведущим производственным ресурсом, главным фактором материального достатка и общественного статуса личности и организации. Инвестиции в интеллектуальный (человеческий) капитал превращаются в наиболее эффективный способ размещения ресурсов. Интенсификация производства и использования научно-технических результатов предопределила резкое сокращение инновационного цикла, ускорение темпов обновления продукции и технологий.

Реформы в модернизации производства в нашей стране требуют не только модернизации технологий и технологических процессов, используемых на предприятиях, но и инновационного подхода к управлению и бухгалтерскому учету. В этом контексте крайне важно изучить некоторые аспекты, которые применяются практически при оценке продукции, производимой предприятием.

На приведенной выше диаграмме показана динамика предприятий и организаций, производящих инновационные продукты, работы, услуги своими силами за последние годы.

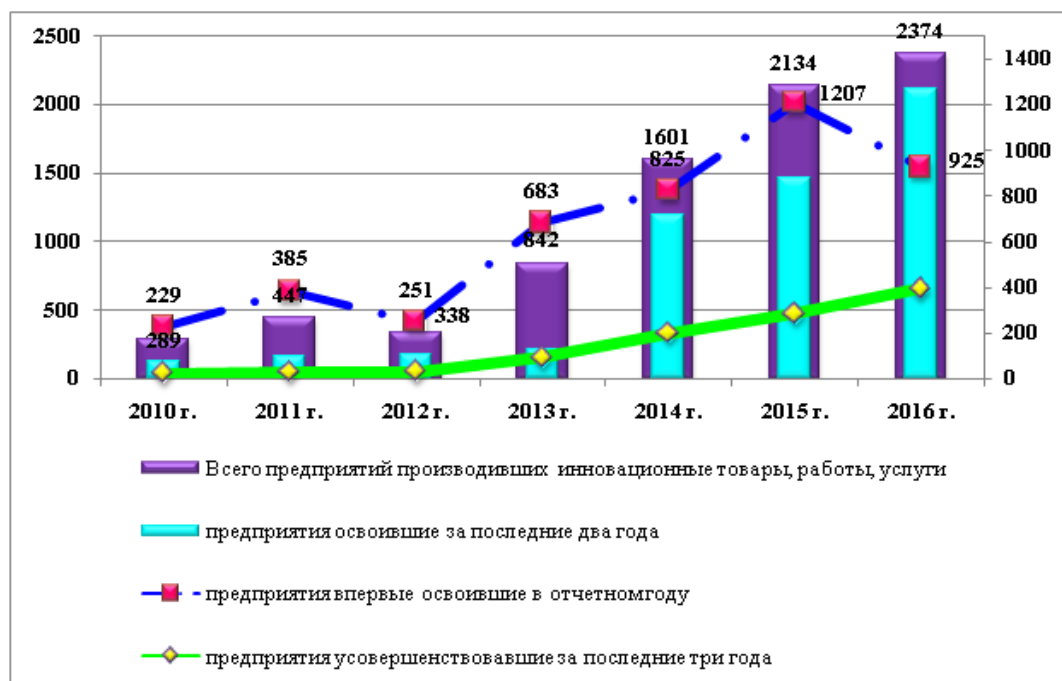


Рис 3.1. Количество предприятий и организаций, производящих инновационные товары, работы, услуги собственными силами (2010-2016 годы)⁷

Количество предприятий и организаций, производящих инновационные товары, работы и услуги, увеличилось в 8 раз с 2010 по 2016 год с 289 до 2374 единиц. Предприятия впервые освоивших производство инновационных продуктов, работ и услуг увеличилось на 696 единиц (рис.3.1).

Объем инновационных товаров, работ, услуг в 2016 году составил 10688,2 млрд.сум. Этот показатель в 1,3 раза больше чем в 2015 году и в 8 раз чем в 2008 году. Затраты на инновации выросли в

⁷ По данным Статистического комитета Республики Узбекистан.

5 раз по сравнению с 2008 годом, снизившись на 53 процента по сравнению с 2015 годом. (рис.3.2).

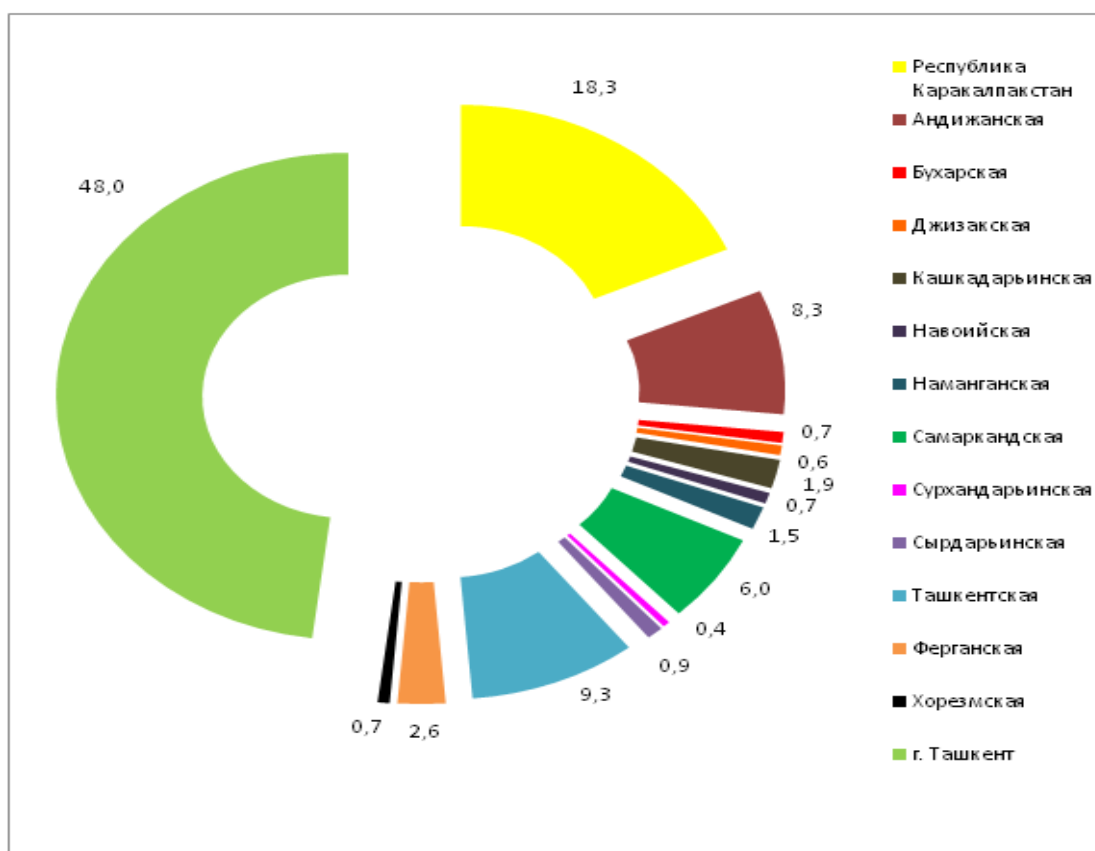


Рис 3.2. Объем инновационных продуктов, работ, услуг, произведенных в 2018г. (НДС и без акциза)⁸

В разрезе территорий 2018 году доля инновационных продуктов, работ и услуг составила в городе Ташкент (51процентов), Республике Каракалпакстан (18,3 процентов), Ташкентской области (10,3 процентов) и Андижанской области (8,3 процента), остальное 17,1 процента приходится на другие области республики.

2. Инновационная инфраструктура и ее элементы

Под *инновационной инфраструктурой* понимается совокупность субъектов инновационной деятельности, способствующих осуществлению инновационной деятельности,

⁸ По данным Статистического комитета Республики Узбекистан.

включая предоставление услуг по созданию и реализации инновационной продукции. Инновационная инфраструктура является одним из основных элементов национальной инновационной системы.

Инновационная система представляет собой совокупность субъектов и объектов инновационной деятельности, взаимодействующих в процессе создания и реализации инновационной продукции и осуществляющих свою деятельность в рамках проводимой государством политики в области развития инновационной системы. Она призвана стать одним из эффективных инструментов динамичного развития национальной экономики путем обеспечения рационального сочетания и эффективного использования высокого научно-технического, интеллектуального и промышленного потенциала и уникальных природных ресурсов страны; формирования научно-технической базы, организационно-экономических механизмов и стимулов, направленных на развитие инновационного предпринимательства, включая малые и средние предприятия, работающие в области коммерциализации знаний и технологий.

Уровень развития инновационной системы характеризуется следующими показателями:

- долей внутренних затрат на исследования и разработки в валовом внутреннем продукте;
- долей предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, в общем числе предприятий в Республике Узбекистан;
- долей инновационной продукции в общем объеме продаж

продукции на внутреннем и мировом рынках;

– сальдо экспорта-импорта технологий.

К *инфраструктуре инновационной системы* относятся центры трансфера технологий, инновационно-технологические центры, технопарки, бизнес-инкубаторы, центры подготовки кадров для инновационной деятельности, венчурные фонды и др.

Бизнес-инкубатор – элемент инновационной инфраструктуры, созданный для осуществления поддержки субъектов малого предпринимательства на ранней стадии их деятельности путем предоставления в аренду нежилых помещений и оказания консультационных, бухгалтерских, юридических и прочих услуг.

Инновационно-технологические центры – юридические лица, создаваемые в форме некоммерческих организаций для оказания субъектам инновационной деятельности содействия в разработке и реализации инновационных проектов, развитии их инновационной деятельности, защите и представлении их интересов в органах власти и управления, федеральных и иных фондах и их представительствах, охране интеллектуальной собственности.

Научный парк – элемент инфраструктуры, необходимый для продвижения результатов научно-исследовательской деятельности на региональном уровне. Научные парки привлекают многонациональные корпорации, местные компании и научные институты своей предпринимательской атмосферой и наличием услуг по поддержке бизнеса. В зависимости от количества научных направлений различают междисциплинарные и монодисциплинарные научные парки.

Технопарк — компактно расположенный комплекс, функционирование которого основано на коммерциализации научно-технической деятельности и ускорении продвижения новшеств в сферу материального производства. Отличительные черты технопарка: комплексность входящих в технологический парк юридически самостоятельных организаций по научно-производственному циклу создания новшеств (научные учреждения, вузы, промышленные предприятия, службы сервиса и т.д.); компактность расположения; ограниченность площади; наличие качественной инфраструктуры; расположение в экологически чистых живописных районах; высокая эффективность инновационной деятельности.

Технополис — специально созданный комплекс в одном регионе, около центра научных идей (в небольшом городе с развитой инфраструктурой), включающий организации и учреждения, охватывающие полный инновационный цикл. В отличие от технопарка, технополис создается (строится) специально и обязательно включает весь комплекс работ инновационного процесса. Разновидностью технополисов являются региональные агломерации, отличающиеся комплексностью, большой территорией, нерегулируемостью процессов, активизацией венчурного капитала.

Центр трансфера технологий обеспечивает отбор и экспертизу инновационных проектов, обладающих коммерческим потенциалом: проведение технологического и патентного аудита инновационных разработок; охрана различных видов интеллектуальной собственности; подготовка лицензионных

соглашений, контрактов, договоров по управлению интеллектуальной собственностью, оказание консультационных услуг и т.д.; проведение оценки интеллектуального вклада в создаваемые совместные предприятия; правовая помощь в случаях нарушения прав патентообладателей и недобросовестной конкуренции; управление процессом коммерциализации результатов научных исследований и разработок.

Основными направлениями совершенствования инновационной инфраструктуры являются следующие:

1. Создание финансовых институтов, обеспечивающих непрерывность финансирования бизнес-проектов на всех стадиях инновационного цикла.
2. Развитие производственно-технологической инфраструктуры.
3. Содействие развитию кооперационных связей между субъектами инновационной системы.
4. Развитие информационной, экспертно-консалтинговой и образовательной инфраструктуры инновационной деятельности

3. Текущая инфраструктура инновационной деятельности

Инновационная бизнес-инфраструктура - это прежде всего система, которая обеспечивает предпринимательство, которое может быть адаптировано к так называемому уникальному и инновационному подходу. Он объединяет исследовательский и проектный сектор инновационного сектора с реальным сектором экономики и конечным потребителем

Прямые инновации - то есть создание инноваций в качестве предложения и сосредоточение внимания на характере и содержании элементов инфраструктуры для внедрения и продвижения инновационного предпринимательства (таблица 3.1.).

3.1.-таблица

Сравнительная таблица элементов инфраструктуры⁹

Инновационные идеи для предпринимателей	Инновации для прямых инноваций
Фирмы и предприятия Инженерные центры Стимулирующие фирмы Поставщики информационных услуг Консультационные фирмы Компании, занимающиеся рекламной деятельностью Банки и другие кредитные организации Инновационные специализированные аудиторские фирмы Научно-технические фирмы Центры обучения и переподготовки Центры сертификации Лизинговые компании Патентно-лицензированные организации Бизнес-инкубаторы Центры передачи технологий Страховые компании	Промышленные университеты и другие сектора народного хозяйства Исследовательские центры Академия наук Библиотеки и наборы данных Экспериментальные лаборатории и центры Поставщики информационных услуг Патентно-лицензированные организации Научные парки Инновационные центры Инновационные производственные комплексы

⁹ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016
Brain C. Twiss Managing Technological Innovations, London, 1974.

Некоторые из этих типов инфраструктуры могут быть совместимыми или совместно используемыми, такими как поставщики информационных услуг, экспериментальные и инженерные центры, финансовые структуры, патентованные лицензированные организации.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Сформулируйте значение государственных реформ в области инноваций?
2. Как вы считаете, что означает инновационная инфраструктура?
3. Перечислите элементы инновационной инфраструктуры?
4. Какие государственные программы разработаны для развития экономического сектора, конкурентоспособности выпускаемой продукции?
5. В чем основные характеристики создания технопарков?
6. Расскажите об инновационной системе Республики Узбекистан?

ГЛАВА 4. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОНСОРЦИУМ И ИННОВАЦИИ

1. Понятие о центре трансфера, технологий, его цель, задачи и функции.

Центр трансфера технологий (ЦТТ) обеспечивает: отбор и экспертизу инновационных проектов, обладающих коммерческим потенциалом; проведение технологического и патентного аудита инновационных разработок; охрана различных видов интеллектуальной собственности; подготовка лицензионных соглашений, контрактов, договоров по управлению интеллектуальной собственностью; оказание консультационных услуг; проведение оценки интеллектуального вклада в создаваемые совместные предприятия; правовая помощь в случаях нарушения прав патентообладателей и недобросовестной конкуренции; управление процессом коммерциализации результатов научных исследований и разработок.

Основной целью ЦТТ является коммерциализация результатов научных исследований и разработок и содействие интеграции науки и бизнеса, оказание помощи в более эффективные использования объектов интеллектуальной собственности.

Основными задачами ЦТТ являются наиболее полное использование научно-технического потенциала университета, а также создание необходимых условий для стимулирования реализации и развития творческих возможностей научных сотрудников, преподавателей и студентов Университета; маркетинг

и коммерциализация инновационной научно-технической продукции, созданной в университете; развитие и укрепление связи науки и производства, организация внедрения результатов научных исследований, инновационных опытно-конструкторских и опытно-технологических разработок в производство, трансфер прогрессивных технологий с квалифицированным техническим сопровождением.

Для решения возложенных на него задач ЦТТ выполняет следующие функции:

- осуществление управления интеллектуальной собственностью посредством сбора и оценки коммерчески перспективных технологий, маркетинга, защиты объектов интеллектуальной собственности, разработки стратегии коммерциализации и трансфера технологий (лицензирования, создания компаний на базе университетских технологий);

- создание банков данных по имеющимся завершённым технологиям, которые могут быть востребованы промышленностью;

- оказание инженерных и консультационных услуг;

- поддержка прогрессивных проектов, диссертационных и дипломных работ;

- привлечение студентов и творческой молодежи к активной научно-исследовательской деятельности;

- сбор, анализ, создание банка данных, подготовка и распространение информации о результатах научно-исследовательской деятельности Университета, пропаганда

передовых достижений университета в области науки и образования;

- участие в организации и проведении научных и научно-практических, в том числе международных, мероприятий (конференций, семинаров, симпозиумов, выставок);

- выполнение работ в целях обеспечения правовой защиты и введения в гражданский оборот инноваций учреждений;

- установление взаимовыгодных контактов между научными сотрудниками Университета и представителями производства и участие в заключении и реализации договоров (контрактов) на внедрение завершенных научных исследований и инновационных технологий ученых вуза на отечественных и зарубежных предприятиях

- осуществление взаимного обмена научно-технической информацией с республиканскими и зарубежными учреждениями и организациями, центрами научно-технической информации и центрами трансфера технологий;

- участие в разработке проектов планов внедрения научно-исследовательских работ и определении приоритетных направлений научно-технической политики университета на основании анализа спроса на разработки и научные услуги;

- способствование выполнению научных исследований и разработок на современном научно-техническом уровне.

2. Значение и виды технологических инноваций

Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. Инновация считается осуществленной в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе.

В промышленности и сфере услуг различают два типа технологических инноваций: продуктовые и процессные (Таб.4.1).

Таблица 4.1.

Основные задачи Центра трансфера технологий¹⁰

Типы технологических инноваций		
	В промышленности	В сфере услуг
Продуктовые инновации	предполагают разработку и внедрение технологически новых или усовершенствованных продуктов. Внедрение нового продукта определяется как радикальная продуктовая инновация, если касается продукта, предполагаемая область применения которого, функциональные характеристики, свойства, конструктивные или	включают разработку и внедрение принципиально новых услуг, совершенствование существующих услуг путем добавления новых функций или характеристик,

¹⁰Salixov S.A. Innovatsion faoliyatni boshqarish. Darslik. – T.: TDIU, 2013. 24-25 b.

	использованные материалы и компоненты существенно отличаются от ранее выпускавшихся продуктов	значительные улучшения в обеспечении услугами (например, с точки зрения их эффективности или скорости).
Процессные инновации	освоение технологически новых или значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов. Инновации такого рода могут быть основаны на использовании нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса или их совокупности, а также на использовании результатов исследований и разработок	охватывают разработку и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных методов производства и представления услуг

3. Влияние технологического консорциума на инновации

Технологические инновации связаны с разработкой и внедрением новых продуктов и процессов юридических лиц, а также значительными улучшениями в продуктах и процессах, новыми и значительно улучшенными технологическими новыми услугами, новыми или значительно улучшенными методами производства (доставки) услуг сохраняется. Технологическими инновациями могут быть продукты, процессы, услуги и методы, разработанные

юридическим лицом в первый раз (даже если они используются другими юридическими лицами).

Существует два типа технологических инноваций. Это: инновации в области инноваций и процессов продукта.

Инновации продукта в промышленном производстве связаны с подготовкой и внедрением новых технологических инноваций. Технологический новый продукт - технологические особенности (функциональные особенности, конструктивный способ, дополнительные операции, а также содержание используемых компонентов и материалов) или цель использования - по существу продукт отличный от продукта нового или аналогичного продукта, ранее выпущенного юридическим лицом. Такие нововведения могут основываться в основном на новых технологиях или использовании доступных технологий, результатах исследований и разработок.

Консорциум — временный союз хозяйственно независимых фирм, целью которого могут быть разные виды их скоординированной предпринимательской деятельности, чаще для совместной борьбы за получение заказов и их совместного исполнения.

Внутри консорциума роли распределяются таким образом, чтобы каждый участник работал в той сфере деятельности, где он достиг наивысшего технического уровня при наименьших издержках производства.

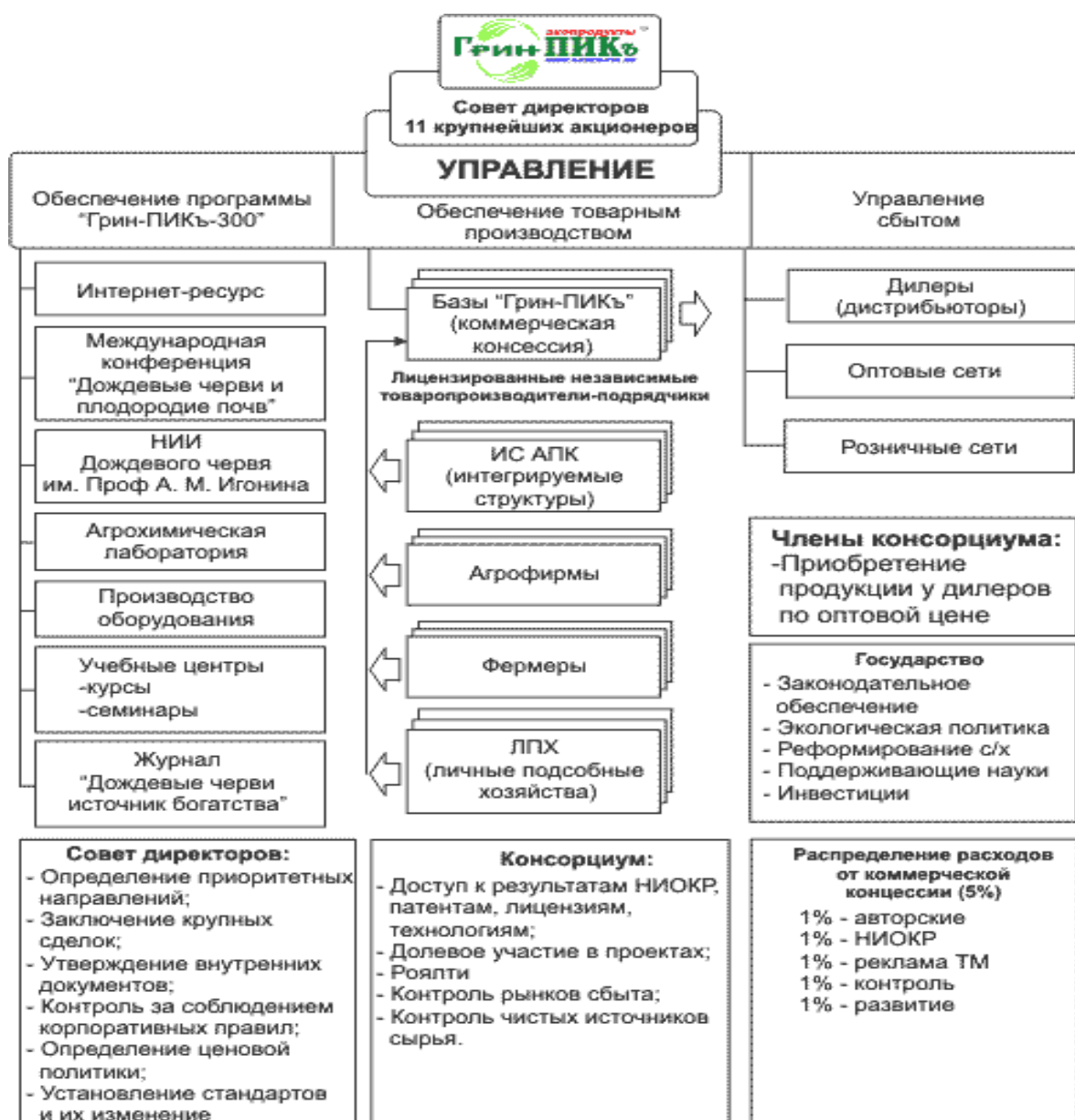


Рис. 4.1. Схема Консорциум "Дождевого червя"

Консорциум создается предприятиями как временное добровольное объединение для решения конкретных задач — реализации крупных целевых программ и проектов, в том числе научно-технических, строительных, природоохранных и др. Консорциум может быть создан для реализации государственной программы силами группы предприятий любой формы собственности.

Целью организации консорциума является обычно реализация крупного инвестиционного проекта. При длительном функционировании консорциум может быть преобразован в более сложную интегрированную макроструктуру.

В качестве особенностей консорциумов можно назвать:

- оформление организации консорциума соглашением;
- создание консорциума с образованием и без образования юридического лица.

Организационно-правовой формой консорциума в виде юридического лица может быть АО или другие хозяйственные общества;

отсутствие в рамках консорциума, как правило, организационных структур, за исключением небольшого аппарата (например, совета директоров консорциума);

- полное сохранение экономической и юридической самостоятельности компаний, входящих в консорциум, за исключением той части деятельности, которая связана с достижением целей консорциума;

- часто консорциумы являются бесприбыльными организациями;

- целью создания консорциумов является объединение усилий для реализации конкретного проекта, обычно в сфере своей основной деятельности, осуществление научно- и капиталоемких проектов, в том числе международных, или совместное проведение крупных финансовых операций по размещению займов, акций;

➤ компании могут одновременно входить в состав нескольких консорциумов, так как могут участвовать в осуществлении нескольких проектов;

➤ для консорциумов характерны не только координация деятельности, долгосрочная стратегия развития, но и единая инвестиционная политика.

Как правило, консорциум создается для высококачественного исполнения срочных и дорогостоящих заказов и проектов, требующих консолидации усилий и средств научно-технических, производственных, обслуживающих и финансовых компаний, способных совместно решить поставленную задачу. Зачастую консорциумы создаются для совместной разработки месторождений.

Основными преимуществами объединений являются:

1. Повышение производительности за счет коалиций.
2. Распределение затрат на инвестиции в основные средства
3. Совместное использование технологий для повышения эффективности.
4. Обмен расходами на инновации посредством ценовой дискриминации »

Технологически продвинутый продукт - это продукт, который улучшает качественные характеристики продукции за счет использования более эффективных компонентов и материалов, частичной замены одного или нескольких технических компонентов (в сложных продуктах).

4. Внедрение инноваций в регионах

Внедрение инноваций на практике где условия требуют всестороннего анализа основных аспектов производственной деятельности, с тем чтобы получить информацию о реальных и потенциальных возможностях, прежде чем выбирать конкретную стратегию инноваций.

Технологические инновации включают разработку или внедрение технологически нового или технологически продвинутого продукта, а также поставку продуктов. Такие нововведения могут основываться на использовании нового производственного оборудования, использовании новых методов организации производственного процесса или их комбинации, а также использовании результатов исследований и разработок. Такие нововведения, как правило, направлены на повышение эффективности производства или доставки существующих продуктов в организации, а также для производства или доставки технически новых или улучшенных продуктов, которые невозможны обычными методами может быть.

Не имеет значения, первоначально ли организация вводила и внедряла инновации в процессы.

Технологические инновации не включают:

- эстетические (цветные, декоративные) изменения в продукте;
- Незначительные изменения технического и внешнего вида,

которые не оказывают существенного влияния на производительность продукта, его компонентов или компонентов,

компонентов или компонентов, которые не изменяют конструктивных функций продукта;

- производство товаров, работ и услуг, которые еще не созданы организацией для удовлетворения временного спроса и доходов организации, но которых достаточно на рынке продуктов, работ и услуг (по другим специальностям умножая их типы взамен. Например, на машиностроительном заводе, используя другие сезонные продукты, т.е. смеси, в летний период с использованием сезонного спроса;

- Увеличьте производственные мощности, установив модели оборудования, даже заменив их последними изменениями;

- продажа инновационных товаров, работ, услуг, произведенных и изготовленных другой организацией;

- организационные и управленческие изменения.

Инновационное развитие региона — это процесс общественно-экономического характера, направленный на формирование инновационной системы в регионе (РИС). РИС включает в себя промышленные предприятия, финансовые организации, образовательные и научно-исследовательские учреждения, особые экономические зоны, консалтинговые, лизинговые инжиниринговые компании, бизнес-инкубаторы и т.п. Такой комплекс способен наращивать научно-технологический потенциал территории и реализовывать его через создание наукоемких, использующих высокие технологии производств.

К решению задач создания и развития РИС каждый регион страны подходит с учетом собственной специфики. Поэтому и

региональная политика в данном направлении будет различной. Выбор модели инновационного развития определяется научно-техническими, экономическими и культурными особенностями территории.



Рис. 4.2. Механизмы инновационного развития региона

Сегодня наибольшее распространение получили следующие способы управления развитием РИС: административно-ведомственный, предполагающий прямое финансирование по законам, обеспечивающим прямую поддержку инноваций; программно-целевой, когда финансируют контрактным методом посредством целевых программ содействия научно-технологическому обновлению; нормативный: принятие нормативных актов различного уровня, направленных на стимулирование новационного роста и создание оптимальной

социально-экономической ситуации для реализации инноваций; создание кластеров; формирование и поддержка крупных производственно-технологических центров; предоставление налоговых льгот для инвестирующих в приоритетные сферы экономики.

Перечисленные способы комбинируются в зависимости от региональных условий.

В процессе перехода к постиндустриальному типу экономики субъекты Республики Узбекистан решают следующие задачи: формирование и развитие инфраструктуры научно-исследовательской, изобретательской и внедренческой деятельности; сосредоточение усилий и ресурсов на внедрении приоритетных новаторских проектов предприятий и организаций района; создание привлекательных условий для инвестирования в инноватику; формирование системы подготовки и повышения квалификации кадров в области научно-технического предпринимательства с целью улучшения активности в области создания и внедрения инноваций, коммерциализации результатов научных исследований. Ход процессов научно-технического роста в регионах чаще всего характеризуют через описание инновационного цикла. Инновационный цикл представляет собой модель, характеризующую путь инновации от освоения знаний до потребления готового продукта. Все этапы тесно взаимодействуют друг с другом и не могут быть исключены из рассмотрения.

Классический цикл инноваций: фундаментальные исследования — прикладные исследования — опытно-

конструкторские разработки — производство. Каждому этапу соответствуют строго заданные организационные структуры, обеспечивающие его функционирование. Позже появляется нелинейная модель инновационного цикла. Она включает следующие этапы: освоение предшествующих идей; создание новации; разработка инновации; реализация разработки в массовом продукте; конечное потребление. Связи между компонентами в нелинейной модели многообразнее и сложнее, чем в линейной. Все элементы взаимно влияют друг на друга, велика роль потребительского фактора: если в классической модели новейшие направления определялись фундаментальными исследованиями, то здесь спрос на новую продукцию и новые технологии определяет направления исследовательской и внедренческой деятельности, что соответствует законам рыночной экономики. Функции организаций, участвующих в инновациях, пересекаются и дополняются. Факторы инновационного развития К факторам, определяющим направление и скорость инновационного роста региона, относят:

- политику региональных властей в области инноваций;
- стратегии хозяйствующих субъектов в отношении проведения исследований и внедрения их результатов;
- политику кредитно-финансовых учреждений региона;
- потребительские предпочтения;
- особенности конкурентных отношений;
- уровень сформированности научно-исследовательской и внедренческой инфраструктуры территории;

➤ возможность привлечения некоторого объема накопленных знаний и научно-технических разработок для повышения уровня социально-экономического развития региона.

Комплекс факторов, определяющих способность региона к социально-экономическому росту на основе новейших научных достижений, составляет его инновационный потенциал.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Дайте понятие и сущности, что означает ЦТТ?
2. Приведите примеры технологических инноваций?
3. В каких сферах они больше всего применяются?
4. Какие типы технологических консорциумов существуют?
5. Каково влияние технологического консорциума на инновации?
6. Перечислите технологические инновации и их типы?
7. Расскажите о процессе внедрения инноваций?
8. Какие механизмы инновационного развития региона вы знаете?

ГЛАВА 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ ИННОВАЦИЙ

1. Сущность инновационного предприятия

Экономическая ценность инновации -

определяется получением в определенный период времени избыточной прибыли за счет использования нововведений, расширением контролируемого сектора рынка и масштабов бизнеса.

Инновационное предприятие является таковым, если его главной целью является доведение новых идей, разработок, инноваций до конкретного потребителя и достижение коммерческого успеха.

Инновационным предприятием является коммерческая организация, которая осуществляет практическую реализацию технологий, содержащих конфиденциальные сведения технического, экономического, административного, финансового или иного характера, и получает наибольшую долю доходов от создания и последующей реализации инновационной продукции или вследствие применения инновационных технико-технологических процессов.

В зависимости от фундаментального характера содержания инновационной деятельности можно выделить виды инновационных предприятий:

Инновационное предприятие, ориентированное на конечный продукт, технологию или процесс, которые являются законченным продуктом.

Технологически-ориентированное инновационное предприятие занимается внедрением технологий, направленных на совершенствование производственных процессов, технических аспектов, технологических процедур в рамках основной деятельности.

Организационно-производственное инновационное предприятие ориентирует свою деятельность на совершенствование производства и комплексные процессы его организации.

Инновационное предприятие, ориентированное на управленческие инновации, занимается соответствующей деятельностью без привязки к конкретным продуктам, процессам и технологиям. Инновационные компании, ориентированные на конечный продукт, в основном сосредоточены на создании принципиально новых товаров, услуг или работ на основе инноваций.

Технологически-ориентированные инновационные предприятия отличаются значительным уровнем эффективности их технологий. Управленческие инновационные компании характеризуются передовыми методами разработки и принятия решений, управления персоналом и т.п.

Наиболее комплексными являются организационно-производственные инновационные предприятия, деятельность которых во многих аспектах является результатом внедрения инноваций.

Инновационное предприятие может существовать на основе одной из трех моделей:

Внутренняя организация – инновация создается внутри компании на основе реализации инновационных проектов различными подразделениями;

- Внешняя контрактная организация – инновация создается на основе контрактов на ее создание и разработку между сторонними организациями;



Рис. 5.1. Характеристика инновационного предприятия¹¹

2. Роль инноваций и инновационной среды в развитии экономики

¹¹ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016

- Внешняя венчурная организация – для реализации инновационных проектов привлекаются дополнительные сторонние средства.

Для создания необходимой инновационной среды, обеспечивающей эффективное функционирование всех звеньев инновационного процесса, следует развить и гармонизировать внутренние и внешние факторы осуществления инноваций.

Важнейшим условием создания и реализации нововведений (бизнес-идей, инновационных проектов) является наличие у субъектов инновационной деятельности (предпринимателя; инновационной команды, создающей компанию; действующей компании) необходимого инновационного потенциала, который характеризуется как совокупность различных ресурсов, включая:

- 1) интеллектуальные ресурсы (технологическая документация, патенты, лицензии, бизнес-планы по освоению новшеств, инновационная программа предприятия);

- 2) материальные (опытно-приборная база, современное технологическое и информационное оборудование, ресурс площадей);

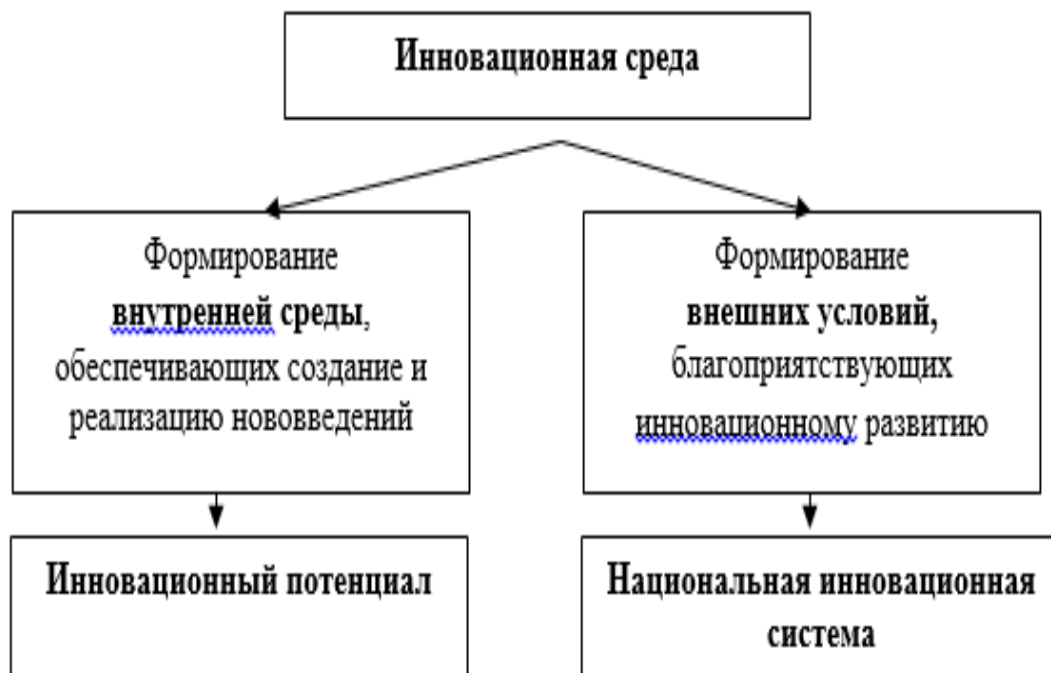
- 3) финансовые (собственные, заемные, гранты);

- 4) кадровые (лидер-новатор; персонал, заинтересованный в инновациях; партнерские и личные связи сотрудников с НИИ и вузами, опыт проведения НИР и ОКР, опыт управления проектами;

- 5) инфраструктурные ресурсы (собственные подразделения НИОКР, отдел маркетинга новой продукции, патентно-правовой отдел, информационный отдел), а также иные ресурсы,

необходимые для осуществления инновационной деятельности.

Инновационная среда является основополагающим условием осуществления эффективной инновационной деятельности



б) Рисунок 5.2. Формирование инновационной среды¹²

Для создания необходимой инновационной среды, обеспечивающей эффективное функционирование всех звеньев инновационного процесса, следует развить и гармонизировать внутренние и внешние факторы осуществления инноваций.

В действующей же компании эффективная реализация инновационных стратегий и проектов также требует необходимого наличия основных компонентов инновационного потенциала. В этом случае перечисленные виды ресурсов являются частью общего ресурсного потенциала компании, который можно

¹² Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016

структурировать как научно-технический потенциал, производственно-технологический потенциал, финансово-экономический потенциал и кадровый потенциал (рис.5.3).



Рисунок 5.3. Инновационный потенциал как часть общего потенциала компании¹³

Таким образом, инновационный потенциал представляет собой часть, ядро общего потенциала компании.

Вместе с тем, понятие потенциала (в том числе и инновационного) не может быть сведено лишь к материальной составляющей, в данном случае – к совокупности ресурсов. Потенциал – это всегда и характеристика внутренних возможностей осуществления целевой задачи. Следовательно, говоря об инновационном потенциале, следует иметь в виду не только наличие необходимых для инновационной деятельности ресурсов, но и наличие возможностей для их эффективного использования. Эти возможности связаны, прежде всего, с формированием в компании соответствующей инновационной

¹³ Business model roadmapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model, M.DeReuver, H.Bouwman, T., Haaker, International Journal of Innovation Management, Feb2013

атмосферы, которая, в свою очередь, во многом зависит от внешней среды, благоприятствующей или противодействующей достижению инновационной цели.

Учитывая экономическое значение инноваций в примерах, несомненно, будет способствовать пониманию истории. Однако роль инноваций в развитии промышленности и экономики страны примечательна в случае Китая, Тайваня, Кореи и Сингапура. Их инновационное развитие намного быстрее, чем в других европейских странах, потому что эти страны работают над улучшением своих технологий для создания инноваций и для его улучшения».

«Глобальный инновационный индекс 2018г.» содержит подробные данные об инновационной деятельности 126 стран и территорий мира. 80 параметров, которые используются для оценки, дают полную картину инновационного развития, включая обзор политической ситуации, положения дел в образовании, уровня развития инфраструктуры и бизнеса. В докладе 2018 г. приводится анализ инновационного ландшафта в энергетике следующего десятилетия и указаны потенциальные области для прорывных разработок в таких сферах, как производство электроэнергии, хранение, распределение и потребление энергии. В нем также рассматриваются пути появления революционных инноваций на низовом уровне и приводится информация о более активном использовании некрупных возобновляемых систем.

Таким образом, инновационное развитие компании (как действующей, так и создаваемой) во многом определяется уровнем

инновационного потенциала и инновационного климата, характеризующих возможности компании по созданию (коммерциализации) инноваций. В последующих главах рассматриваются механизмы использования ключевых факторов инновационного потенциала.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Дайте определение потенциалу инновационного предприятия?
2. Из каких составляющих складывается инновационный потенциал компании?
3. Какие особенности у инновационных предприятий?
4. Что является важнейшим условием создания и реализации нововведений?
5. Число источников финансирования инноваций?
6. Дайте полное определение инновационному потенциалу в компании?

ГЛАВА 6. ВИДЫ ИННОВАЦИОННЫХ ОТРАСЛЕЙ

1. Инновации в сфере услуг

Одна из основных тенденций нашего времени — быстрый темп роста сферы услуг. Текущий уровень развития ведущих стран показывает динамичное развитие услуг различного рода и их рынка, уровень развития сферы услуг выступает критерием общественного прогресса. В современных развитых экономиках в сфере услуг создается до $2/3$ и более совокупного ВВП. Суммарная доля услуг в ВВП ведущих зарубежных стран 70–76 %, количество работников отраслей сферы услуг от общего числа занятых 66–76 %.

На данный момент важнейшее условие для развития сферы услуг в Узбекистане является ее инновационное развитие. Это помогает укрепить положение на международном рынке, повысить конкурентоспособность услуг, способствует диверсификации экономики. Растущие в геометрической прогрессии потребности общества невозможно удовлетворить без инноваций, которые не только развивают сферу услуг, но и создают новые сектора экономики. Очевидно, что устойчивое развитие страны в современном мире напрямую зависит от конкурентоспособности на глобальном рынке, достичь которой нельзя без научно-технического прогресса. Вышесказанное предполагает необходимость непрерывного и увеличивающегося потока технологических инноваций и нововведений.

Инновационное развитие сферы услуг это не что иное, как совокупность административных методов обеспечения внедрения

всех видов новшеств, а также формирование условий, которые стимулируют инновации на предприятиях сферы. Внедрение инноваций в сфере услуг — это изменение технологии и организации оказания услуг, новых организационно-экономических механизмов. Ключевые линии современного технологического развития оказывают большое влияние на внедрение новых банковских услуг. В соответствии с требованиями времени в коммерческих банках появляются абсолютно новые виды услуг. Компьютеризация и информатизация экономики, цифровые технологии революционизировали сферу банковского обслуживания. Развитие информационных технологий кардинально изменяет условия оказания банковских услуг на глобальном уровне. На данный момент с целью повышения результативности новых банковских услуг осуществляется переход от классической модели обслуживания клиентов банка к модели дистанционного банковского обслуживания (далее — ДБО). Из всех типов ДБО наиболее действенным инновационным направлением для предприятий банковской сферы является интернет-банкинг. Данный способ оказания банковских услуг уже оценили во всем мире, ведь он обладает множеством преимуществ, самые важные из которых: - экономия времени; - круглосуточный доступ к банковским услугам; - упрощение процедуры контроля счетов.

В условиях рыночной экономики стимул к нововведениям является движущей силой конкуренции. Именно на основе нововведений удастся использовать современную технологию и организацию производства, повышать качество продукции,

обеспечивать успех и эффективность деятельности предприятия. Решение этих задач требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций.

Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в товарах и услугах. Можно выделить три основные группы изменений, происходящих на предприятиях сферы услуг под воздействием инновационной деятельности:

- эндогенные - вызванные трансформациями во внешней среде;

- экзогенные - связанные с потребностями самого предприятия в процессе его функционирования с сохранением (стабилизирующие изменения) или модификацией его функций (модифицирующие изменения) в сфере услуг;

- рефлекторные - порожденные результатами функционирования предприятия во внешней среде и стимулирующие внутренние преобразования за счет "обратной связи".

В качестве инновации (новшества, нововведения) в сфере услуг выступает результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и др.), который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности.

Различают базисные нововведения, т.е. те новшества в организации сервиса и обслуживании клиентов, которые заметным образом трансформируют всю организацию сервисной деятельности. Кроме этого имеются частичные инновации,

усовершенствующие некоторые звенья и аспекты процесса обслуживания.

Выделим основные типы инноваций в производстве услуг:

- технические, связанные с внедрением новых видов техники, приспособлений, инструментов, а также технико-технологических приемов труда в обслуживании;
- организационно-технологические, связанные с новыми видами услуг, более эффективными формами обслуживания и организационными нормами труда;
- управленческие, ориентированные на совершенствование внутренних и внешних связей организации, использующие методы и формы менеджмента;
- комплексные, охватывающие одновременно разные аспекты и стороны сервисной деятельности.

Управление нововведениями в конкретном коллективе ставит целью увеличить степень инновационной насыщенности процессов обслуживания, а также организации работы персонала с тем, чтобы повысить коммерческий успех, эффективность деятельности предприятия в целом.

Инновационный процесс зарождается на этапе разработки новой идеи активным работником сферы услуг. Далее эта идея углубляется и конкретизируется в ходе создания внедренческого проекта. Вслед за этим инновационный процесс продолжается в деятельности по внедрению нововведения, а так-же в ходе его распространения в сервисной практике.

На многих предприятиях сервиса имеются инновационные менеджеры, т.е. специалисты, профессионально занимающиеся управленческой деятельностью по внедрению инноваций в работу фирмы.

2. Маркетинговые инновации

Экономический кризис вынуждает предприятия пересматривать свою стратегию действия в сторону активизации инновационной деятельности на базе собственного потенциала. Так, А.В. Пилипенко, отмечает, что для стабилизации в период кризиса инновационная активность предприятия является единственным направлением для стабильного, рентабельного развития предприятия и роста конкурентоспособности.

Но при этом следует учитывать, что в кризисной ситуации основной проблемой для технологических инноваций являются ограниченные финансовые средства предприятия.

Альтернатива – маркетинговые инновации, которые могут стать основой в конкурентной борьбе за потребителя товаров и услуг.

Маркетингу инноваций уделяется много внимания со стороны отечественных и зарубежных ученых. Синтез маркетинга и инноваций – это одно из направлений развития теории инноваций. Под маркетинговыми инновациями будем понимать единство стратегий управления предприятием, которое позволяет не только отвечать потребительским предпочтениям, но и обеспечивать длительные отношения за счет предложения потребителям выгод, воспринимаемых ими как новые или более совершенные.

Под маркетинговыми инновациями подразумевается реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий. Они направлены на более полное удовлетворение потребностей потребителей продуктов, открытие новых рынков сбыта, расширение состава потребителей продуктов и услуг с целью повышения объемов продаж.

Маркетинговые инновации направлены на более полное удовлетворение нужд потребителей, расширение их состава, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж. Изменения в дизайне продукта, являющиеся частью новой маркетинговой концепции, относятся к изменениям в форме и внешнем виде продукта, которые не влияют на его функциональные и пользовательские характеристики. Они также включают изменения в упаковке, что для таких продуктов, как, например, продукты питания, напитки, моющие средства, является определяющим для их внешнего вида.

Использование новых методов продаж и презентации продуктов связано с расширением продаж и не включает методы логистики (транспортировки и хранения). Использование новых методов представления и продвижения продуктов (услуг) означает применение соответствующих новых концепций.

Инновации в формировании цен предусматривают использование новых ценовых стратегий для торговли продуктами и услугами фирмы. Сезонные, регулярные или другие текущие изменения в маркетинговых инструментах, как правило, не являются маркетинговыми инновациями. (Рис 6.1)

Следует различать маркетинговые инновации и продуктовые, процессные инновации. Главным критерием разграничения является наличие существенных изменений в функциях или способах использования продукта. Продукты или услуги, функциональные или потребительские характеристики которых существенно улучшены по сравнению с существующими, представляют собой продуктовые инновации.

То есть, маркетинговыми инновациями можно назвать новые реализованные или значительно улучшенные маркетинговые методы, которые охватывают существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, презентации товаров и новом методе продаж, работ и услуг; их представление и продвижение на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий.

Изменение дизайна существующего продукта является маркетинговой, а не продуктовой инновацией, если его функциональные или потребительские характеристики не претерпели значительных изменений. Маркетинговые инновации могут быть новыми для организации, но она не обязательно должна первой внедрять такие инновации. Не имеет значения также, были ли маркетинговые инновации разработаны самой организацией или другими организациями.

В качестве примеров маркетинговых инноваций можно привести следующие: внедрение значительных изменений в дизайн продуктов и услуг (исключая рутинные/сезонные изменения), упаковку; реализация новой маркетинговой стратегии, ориентированной на расширение состава потребителей или рынков сбыта; применение новых приемов продвижения продуктов (новые рекламные концепции, имидж бренда, методы индивидуализации маркетинга и т.п.); использование новых каналов продаж (прямые продажи, интернет-торговля, лицензирование продуктов и услуг); введение новых концепций презентации продуктов в торговле (например, демонстрационные салоны, веб-сайты и др.); использование новых ценовых стратегий при продаже продуктов и услуг.

В качестве примеров маркетинговых инноваций можно привести следующие: внедрение значительных изменений в дизайн продуктов и услуг (исключая рутинные/сезонные изменения), упаковку; реализация новой маркетинговой стратегии, ориентированной на расширение состава потребителей или рынков сбыта; применение новых приемов продвижения продуктов (новые рекламные концепции, имидж бренда, методы индивидуализации маркетинга и т.п.); использование новых каналов продаж (прямые продажи, интернет-торговля, лицензирование продуктов и услуг); введение новых концепций презентации продуктов в торговле (например, демонстрационные салоны, веб-сайты и др.); использование новых ценовых стратегий при продаже продуктов и услуг.



Рис 6.1. Инновационный маркетинг¹⁴

Основным элементом создания систем инноваций в маркетинговой деятельности является именно разработка стратегии ее внедрения.

В маркетинговых инновациях предусмотрено выделение только одного результата – расширение рынков сбыта. Основная цель стратегического маркетинга инноваций заключается в разработке стратегии проникновения новшеств на рынок. Поэтому в основу стратегии закладывается технология брендинга, позволяющая фирмам проще и дешевле проникать на новые рынки или на старые рынки с новым товаром. Брендинг рассматривается нами как новая основа управления маркетинга в целом.

¹⁴ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

Эффективность данного подхода позволяет на основе принципов брендинга разработать инновационную маркетинговую концепцию и достичь синергетического эффекта в деятельности предприятия в целом.

Как уже было сказано выше, специфика рынка инноваций определяет особенности маркетинга инноваций, что проявляется в следующем:

необходимость поиска и изучения потенциальных потребителей сразу в нескольких отраслях, так как довольно часто результаты научно-технической разработки имеют межотраслевой характер.

продажа инновационных товаров предполагает длительную и последовательную рекламную кампанию, так как покупатель должен «созреть»: ему надо подробно разъяснить смысл и преимущества инновации, иначе он просто не будет покупать данный товар, поскольку с ним не знаком.

инновационные товары должны не только удовлетворять качественно новые потребности или старые потребности качественно новым способом, но и давать дополнительные понятные потребителям преимущества по сравнению с существующими аналогами и субститутами.

при продвижении сложной научно-технической продукции на рынке B2B следует ориентироваться на опытного, так называемого «коллективного» потребителя («закупочный центр», в который могут входить сотрудники из различных подразделений – от закупочных до производственных).

продажа инновационной продукции требует длительных переговоров, так как высокотехнологичные товары, как на производственных рынках, так и на потребительских являются товарами предварительного выбора, и, следовательно, покупка осуществляется через процедуры многократных сравнений и обсуждений с экспертами.

очень часто техническая сложность инновационной продукции предполагает организацию хорошего послепродажного сервиса: другими словами, нет сервиса - нет коммерческого успеха у товаро-новинки. Примером может служить продвижение на рынок гибридных автомобилей, распространение которых сдерживалось не только их

ценой, но и недостаточным развитием на первом этапе инфраструктуры их обслуживания.

на имидж инновационной компании значительное влияние оказывают результаты фундаментальных исследований её сотрудников, поэтому это можно использовать в PR-кампаниях. Кроме того, для инновационного бизнеса в качестве каналов маркетинговых коммуникаций могут служить конференции, научные форумы и другие формы общения в профессиональном сообществе.

сложность инновационного продукта создает особые предпосылки к формированию так называемого «целостного продукта», где все

реальные и потенциальные его преимущества рассматриваются в комплексе.

Все перечисленные выше факторы доказывают значимость маркетингового комплекса для компаний инновационной сферы. Большинство этих компаний следует отнести к группе малых и средний предприятий, поэтому главными их характеристиками являются небольшой размер компании (в том числе, по количеству сотрудников) и ограниченность ресурсов. В этой связи маркетинг имеет, как было сказано выше, свои особенности. Существует много определений маркетинга, однако наиболее подходящим для инновационного бизнеса представляется определение, данное в Руководстве по маркетингу для малого бизнеса¹⁵.

«Маркетинг включает в себя все функции удовлетворения потребностей потребителя посредством продвижения правильного товара от производителя к правильному потребителю по правильно установленной цене в правильно выбранное место, в правильное время и при правильной связи с потребителем».

Маркетинг должен решать следующие задачи:

- обнаруживать реальные потребности реальных потребителей новых товаров и услуг;
- удовлетворять эти потребности, поставляя на рынок правильное изделие, по правильной цене, в правильном месте, в правильное время;
- информировать потребителя относительно нового продукта путем использования правильной рекламной компании, используя правильные каналы информации.

¹⁵ В данном случае имеется в виду «адекватный ситуации» или, как сказано в Толковом словаре В.Даля, «правильный» - это согласный с правилами, на них основанный, им отвечающий, или по правилам сделанный.

Выполнение всех Правил требует от предпринимателя тщательного соблюдения всех условий решения уравнения маркетинга.

Продукт должен соответствовать нуждам потребителя;

Цена должна соответствовать желанию потребителя и способности удовлетворить это желание;

Место должно соответствовать удобствам потребителя в получении продукта;

Время должно соответствовать периоду времени, когда потребитель нуждается в данном продукте;

Каналы коммуникации должны соответствовать возможностям

потребителя видеть, понимать и воспринимать информацию.

Другими словами, комбинация этих шести "правильно" ведет к удовлетворению потребителя и успешному эффективному маркетингу.

Маркетинговые действия обычно сориентированы на конкретный, определенный рынок (целевой рынок), или сегмент, где фирма может обеспечить себе наиболее высокую рентабельность и на который она нацеливает свою деятельность.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Дайте определение инновации в сфере услуг.
1. В чем заключается сущность маркетинговых инноваций?
2. Приведите примеры маркетинговых инноваций.
3. Какие инновации в сфере услуг вы знаете?
4. Расскажите про инструменты комплекса маркетинга.

ГЛАВА 7. ИННОВАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

1. Модели инновационного развития

Современная методология исследования инновационных процессов основывается на трех гипотезах:

гипотеза «технологического толчка» (от науки – к рынку),

гипотеза «давления рыночного спроса» (от потребностей рынка – к науке)

гипотеза «интерактивной модели» (дуальная модель, объединяющая два предыдущих подхода).

Рассмотрим данные три подхода более подробно.

Основные положения **гипотезы «технологического толчка»** состоят в следующем:

- развитие научной мысли относительно независимо от практики (рынка) и выражается в объективно predetermined смене научных парадигм;
- обратная связь между экономической средой (потребностями рынка) и научно-техническим развитием не существенно.

Согласно этой модели разработанная фундаментальная идея воплощается в прикладных исследованиях, которые служат основой для инноваций и последующей коммерциализации. Данная модель устанавливает прямую линейную связь: чем больше фундаментальных исследований, тем больше прикладных, тем больше инноваций и тем больше «внедряется» передовых технологий. Компании, в первую очередь, фокусировались на научных прорывах:

В рамках данной гипотезы инновационный процесс рассматривается как последовательное превращение идеи в коммерческий продукт через этапы фундаментальных, прикладных исследований, опытно-конструкторских и технологических разработок, маркетинга, производства и, наконец, сбыта. Такая



Рис 7.1. Push модель инновационного процесса¹⁶

строгая последовательность этапов реализации научной идеи описывается линейной моделью инновационного процесса (рис. 7.1).

«Чем больше вложений в НИОКР, тем больше появится новых продуктов». Такая стратегия получила прозвище «стратегия надежды»: «Наймите лучших людей, обеспечьте их лучшими из возможных ресурсов и оставьте их одних». Иначе данный подход можно назвать push (англ. «толчок») моделью инновационного процесса (гипотеза: от существующей фундаментальной разработки - к потребности рынка)

Потребности рынка гораздо чаще являются толчком к инновациям. По данным экспертов, источники инноваций следующие: 60% исходят от рынка, т.е. определяются заказчиком; 25% - от технологии; 15% - из неопределенных источников, например, внутрифирменные или от изобретателей.

¹⁶ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

Это предопределяет значимость второй гипотезы, объясняющей причинность инновационного процесса – **модели инновационного процесса в духе «давления рыночного спроса»** (pull, англ. «тянуть», т.е. от потребностей рынка – к науке) (рис.7.2)

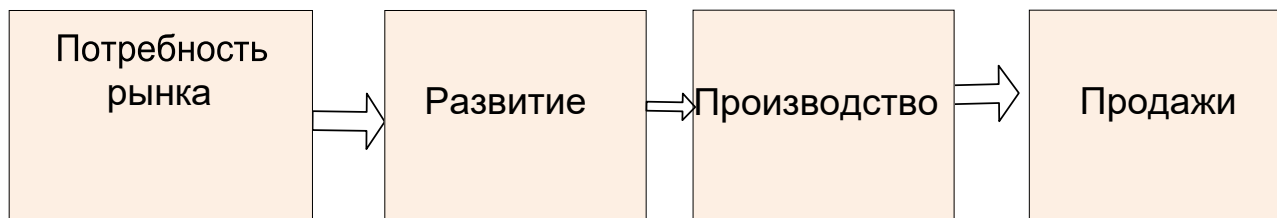


Рисунок 7.2. Модель давление рынка – marketpull¹⁷

Данная гипотеза увязывает рост инновационного потенциала экономики с требованиями рынка. Приоритетом здесь служит наличие определенных рыночных потребностей, связанных с тенденциями экономического развития национальной и мировой экономики. К данным тенденциям могут быть отнесены потребности диверсификации производства, возрастание уровня конкуренции, как следствие, «битва за рыночные доли», большее внимание маркетингу, потребность в сокращении времени вывода нового товара на рынок.

Интерактивная модель инновационного процесса предполагает, что инновационный процесс приобретает все более сложный, нелинейный характер, показывающий, что равнозначными источниками инновационной идеи является как логика технологического развития, так и потенциальный рынок. Это означает, что создание инноваций возможно напрямую, минуя этап научных исследований (рис.7.3).

¹⁷ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

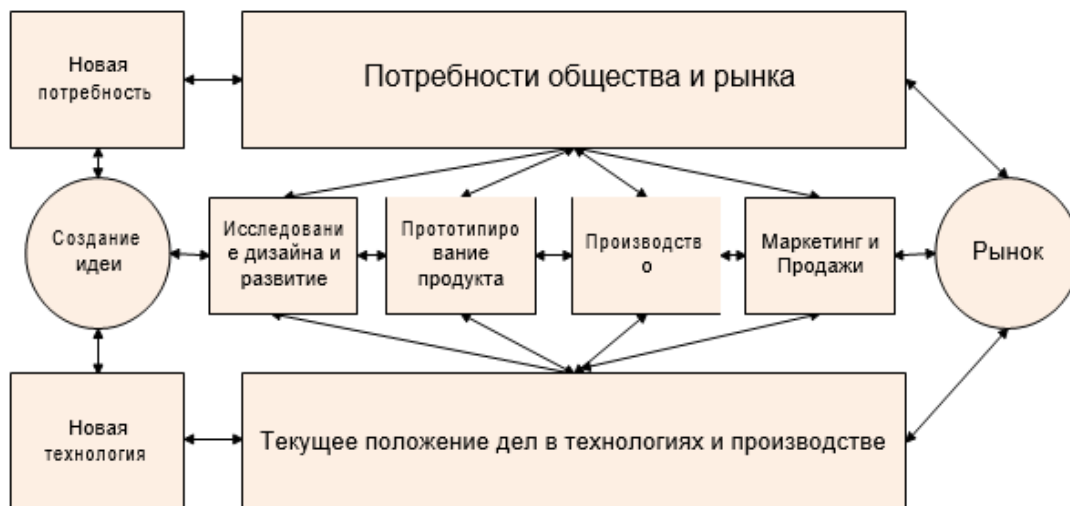


Рис 7.3. Интерактивная модель инновационного процесса¹⁸

2. Модели открытых и закрытых инноваций

Термин «**открытые инновации**» ввел в научный оборот Генри Чесбро в книге «Открытые инновации. Новый путь создания и использования технологий» (2003). Открытые инновации подразумевают использование целевых потоков знаний для ускорения внутренних инновационных процессов, а также для расширения рынков для более эффективного использования инноваций. Теория открытых инноваций определяет процесс исследований и разработок как открытую систему. Компания может привлекать новые идеи и выходить на рынок с новым продуктом не только благодаря собственным внутренним разработкам, но также в сотрудничестве с другими организациями.

Модель открытых инноваций исходит из допущения, что для получения дополнительной ценности внутренние идеи можно

¹⁸ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

выводить на рынок и через внешние каналы, то есть не ограничиваться текущими видами бизнеса компаний (таблица 7.1).

Таблица 7.1.

Сравнение принципов закрытых и открытых инноваций¹⁹

Принципы закрытых инноваций	Принципы открытых инноваций
Талантливые люди, разбирающиеся в этой области, работают на нас.	Далеко не все талантливые люди работают на нас. Мы должны взаимодействовать с талантливыми людьми, действующими как в нашей компании, так и за ее пределами.
Чтобы получить прибыль от НИОКР, мы должны сами совершить открытие, разработать его до уровня продукта и довести до конечного результата.	Значительную ценность могут создавать внешние НИОКР, внутренние НИОКР необходимы, чтобы получить часть этой ценности.
Если мы сделаем открытие сами, то сможем первыми выйти с ним на рынок.	Нам не обязательно самим проводить исследования, чтобы на основе их результатов получить прибыль.
Если мы сами создадим в отрасли лучшую большую часть лучших идей, мы выиграем.	Если мы наилучшим образом воспользуемся внутренними и внешними идеями, мы выиграем.
Мы должны хорошо контролировать нашу интеллектуальную собственность, чтобы наши конкуренты не воспользовались нашими идеями с прибылью для себя.	Мы должны получать прибыль от использования другими нашей интеллектуальной собственности, и мы сами должны покупать интеллектуальную собственность у других компаний всякий раз, когда она соответствует нашей бизнес-модели.

¹⁹ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

Механизмом выхода идей за пределы компании могут быть:

- компании-новички, часто созданные и укомплектованные исследователями из компаний-старожилов,
- лицензирование,
- переманивание работников,
- совместное развитие приоритетных технологий крупными компаниями.

Главные характеристики компаний с закрытыми инновациями:

- в основном собственные идеи,
- низкая мобильность работников,
- небольшой объем венчурного капитала,
- относительно небольшое число слабых компаний-новичков,
- незначительная роль в их деятельности университетов.

Основные характеристики компаний с открытыми инновациями:

- большое число внешних идей,
- высока мобильность работников,
- активное привлечение венчурного капитала,
- большое число компаний-новичков,
- активное взаимодействие с университетами.

Закон об управлении инновациями

Изучение зарубежного опыта показало, что в ряде ведущих стран принято законодательство, регулирующее инновационную деятельность (США, Франция, Казахстан, Украина и др.).

Основными целями законопроекта является создание эффективного механизма апробации, внедрения и промышленного освоения перспективных научных разработок, предоставление дополнительных стимулов и льгот предприятиям, разрабатывающим и внедряющим инновационные проекты, прежде всего в высокотехнологичных отраслях промышленности.

В настоящее время в Узбекистане разработан проект закона «Об инновационной деятельности»²⁰.

Проект закона подготовлен в целях реализации дорожной карты по эффективной реализации Концепции административной реформы Республики Узбекистан для усиления инновационной активности в решении социально-экономических задач страны и обеспечения конкурентоспособности национальной экономики.

Проект Закона содержит восемь глав и 57 статью. Проект включает нормы, содержащие понятийный аппарат, который позволит однозначно трактовать те или иные термины, используемые в сфере инноваций и инновационной деятельности; указываются также виды инновационной деятельности и типы инноваций.

Определяются также субъекты и объекты инновационной деятельности, при этом субъектами инновационной деятельности являются физические и юридические лица и/или их объединения. Законопроектом предусматривается создание инновационных предприятий, специализирующихся на осуществлении инновационной деятельности.

²⁰ Проект закона опубликован [на портале](#) обсуждения нормативно-правовых актов 2018г. (UzDaily.uz)

Развитие таких предприятий, в том числе в форме малых, является одной из конкретных мер, предусмотренных Концепцией, для поощрения разработки и внедрения в производство инноваций. Законопроектом регламентируется порядок передачи разработчикам прав на объекты интеллектуальной собственности и технологий, созданных с привлечением средств государственного бюджета. Такой порядок позволит обеспечить совершенствование механизма апробации и стимулирование внедрения и промышленного освоения перспективных научных разработок.

В целях стимулирования расширения источников финансирования инноваций и инновационной деятельности предусматривается, что финансирование осуществляется как за счет бюджетных, так и внебюджетных средств, в том числе через специальные инновационные и/или венчурные фонды.

Учитывая высоко-рисковый характер инновационной деятельности, возможную вероятность неопределенности и/или получения отрицательного результата, финансовых и иных потерь при создании, использовании, коммерциализации и рыночном сбыте инновационной продукции, предусматривается возможность страхования в сфере инновационной деятельности, на основе договоров страхования. Введение в действие Закона даст возможность сформировать правовое поле в сфере инноваций и инновационной деятельности.

Совокупность норм, регулирующих отношения в области инновационной деятельности, образует необходимую правовую среду

в сфере инновационного предпринимательства и позволит обеспечить эффективное взаимодействие всех его участников.

Проектом предусматривается также ряд иных норм, направленных на более полное регулирование правовых, экономических и организационных отношений в сфере инноваций и инновационной деятельности.

Принятие данного Закона позволит ускорить создание, освоение и коммерциализацию результатов научной, научно-технической и иной инновационной деятельности в гражданском обороте.

Управление инновациями — наука, изучающая механизмы стимулирования и эффективного управления инновационными процессами на макро- и микро уровнях с целью обеспечения развития и усиления конкурентных позиций организаций, стран и регионов путем создания, освоения и коммерциализации инноваций в различных отраслях экономики.

Объектами инновационной деятельности выступают процессы создания, освоения производства и коммерциализации новшеств, распространения и использования новой продукции, новых технологий и услуг.

Экономисты изучили теоретические основы инновационной деятельности. В частности, австрийский ученый Ю. Шумпетер внес изменения в инновации по пяти направлениям: предоставление новых технологий и технологических процессов или производство на новой рыночной основе; создавать новые спецификации продукта; использование нового сырья; Совершенствование организации

производства и предоставление новых инновационных товаров; открытие новых потребительских рынков.

Инновационный процесс имеет более широкий смысл в отношении инновационной деятельности можем рассмотреть в виде модели;

Интерактивная модель инновационного процесса предполагает, что инновационный процесс приобретает все более сложный, нелинейный характер, показывающий, что равнозначными источниками инновационной идеи является как логика технологического развития, так и потенциальный рынок. Это означает, что создание инноваций возможно напрямую, минуя этап научных исследований.

Когда возникает идея, прорабатывается концепция и затем следует непосредственная разработка. Это нисколько не умаляет значимости фундаментальных и прикладных исследований, но к ним обращаются по мере возникновения трудностей на магистральном пути, причем, скорее в обратном порядке: сначала анализируются результаты прикладных исследований, и если они не дают ответа на проблему, тогда проводятся фундаментальные, показана на рисунке (рис 1).

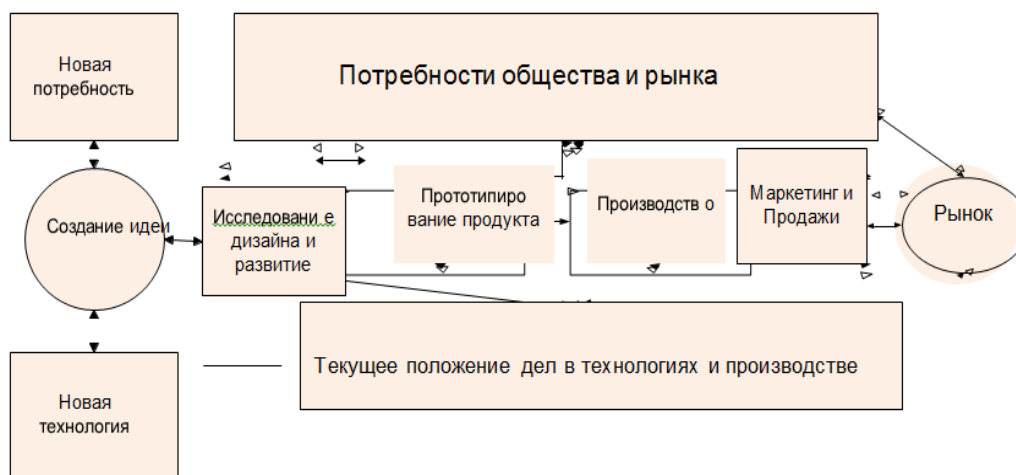


Рис. 7.4. Интерактивная модель инновационного процесса²¹

Тот факт, что не только развитие инноваций в отрасли, но и структурные преобразования и инновации, четко отражено в Интерактивной модуле инновационного процесса.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Как вы считаете, какова суть гипотезы «технологического толчка» модели инновационного процесса, его характеристика.
2. Суть гипотезы «давления рыночного спроса» модели инновационного процесса, его характеристика?
3. Суть гипотезы «интерактивной модели» инновационного процесса, его характеристика?
4. Дайте различие между понятиями «открытых» и «закрытых» инноваций?
5. Дайте определение, что собой представляет интерактивная модель инновационного процесса

²¹ Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. С. 386. научной работе Меткалфа, Доси, Монтобио, Де Брессона и Андерсена.

ГЛАВА 8. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ НАУЧНЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

1. Сущность научных технологий

Технология — совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата; в широком смысле — применение научного знания для решения практических задач. Технология включает в себя способы работы, её режим, последовательность действий.

Технология является сравнительно новым, многогранным термином, точное определение которого ускользает из-за постоянного развития смысла этого понятия, как самого по себе, так и взятого в отношениях с другими, такими же широкими понятиями: культура, общество, политика, религия, природа. К началу XX века термин «технология» охватывал совокупность средств, процессов и идей в дополнение к инструментам и машинам. К середине столетия понятие определялось такими фразами как «средства или деятельность, с помощью которых человек изменяет свою среду обитания и манипулирует ею».

Наиболее новые и прогрессивные технологии современности относят к высоким технологиям (англ. high technology, high-tech). Переход к использованию высоких технологий и соответствующей им техники является важнейшим звеном научно-технической революции (НТР) на современном этапе. К высоким технологиям обычно относят самые наукоёмкие отрасли промышленности: микроэлектроника, вычислительная техника, робототехника, атомная

энергетика, самолётостроение, космическая техника, микробиологическая промышленность.

Научная технология изучает и обобщает опыт создания потребительных стоимостей.

Предмет ее изучения – процессы взаимодействия средств труда, предметов труда и окружающей среды при создании всего многообразия потребительных стоимостей.

Задачи научной технологии:

- изучение закономерностей протекания процессов преобразования предметов труда в продукцию или товары;
- изыскание прогрессивных способов воздействия на предметы труда, их проверка;
- разработка мероприятий по защите природы; выбор и проектирование наиболее эффективной и безопасной практической технологии.

Теоретическая технология изучает диалектику технологии и возможность использования законов развития природы и общества для преобразования материального и духовного мира человека.

Предмет ее исследования – процессы развития познающей и преобразующей деятельности человека.

Задачи теоретической технологии

- о познание законов взаимодействия человека с природой;
- о изучение возможностей и условий практического применения познанных законов или закономерностей;
- о разработка, обоснование и экспериментальная проверка новых технологических процессов.

Технология прочно объединяет естествознание, с которым взаимодействует на низших уровнях (снизу), науку и технику (средние уровни иерархии), экономику, политику и управление (верхние).

В XX в., особенно со второй его половины, произошло появление ряда новых технологий: биотехнология органического синтеза искусственных веществ с заданными свойствами, технология искусственных конструкционных материалов, мембранная технология искусственных кристаллов и сверхчистого вещества, лазерная, ядерная, космическая технологии и, наконец, информационная технология.

Технология — это масштабная совокупность средств (алгоритмов, методов, ресурсов, инструментария), обеспечивающих производство продукта (программного, материального и пр.), отвечающего необходимым потребительским параметрам в минимальное время при минимальных затратах и минимальной сложности.

Техника в смысле нематериальной системы (совокупности приемов и правил выполнения чего-либо) отличается от технологии гораздо меньшей масштабностью.

2. Правовые принципы развития научных технологий и направления инновационной политики.

Нанотехнологии и биотехнологии

Изучая особенности новых продуктов, существуют некоторые ограничения для организации управления невиновными действиями:

- сложность создания универсальной формы научно-технического развития;
- качество инноваций и ежедневного производства
- разница;
- инновационный процесс на разных этапах;
- необходимость в системах управления;
- инновационный, адекватный ответ на потребности рынка
- необходимость создания гибкой системы управления бизнесом.

Таким образом, эффективная организация управления инновациями в экономических системах становится одним из основных условий ее долгосрочного и конкурентного развития. В этой связи было бы целесообразно использовать накопленный мировой опыт в области управления инновациями, адаптированный к национальным атрибутам.

Стратегия «перезагрузки» заключается в смещении существующих зарубежных научно-технических возможностей в их экономику». Эта стратегия была в основном использована в YPPA, которая использовалась в годы после Второй мировой войны в развитых странах, таких как США, Англия, Франция, Россия, и приобрела благоприятные иностранные технологии для производства

новых иностранных продуктов, начиная с будущих проектов и проектов по сбору средств создал свой научно-технический и научно-исламский потенциал, который обеспечивает целый инновационный цикл инноваций, модернизируя их как внутри страны, так и за рубежом.

Стратегия «развития» заключается в том, что, используя часть утраченного научно-технического потенциала, основанную на дешевой рабочей силе, она производит продукцию, произведенную в передовых промышленно развитых странах, в будущем, инженерно-техническое сотрудничество в области производства, будет укреплен научно-технический потенциал, способный выполнять его научно-исследовательскую и экспериментальную работу, обеспечив интенсификацию инновационной деятельности с учетом государственных и рыночных форм »

Нанотехнологии – данный термин в настоящее время не имеет единого, признаваемого всеми определения. Под термином «нанотехнологии» понимает совокупность технологических методов и приемов, используемых при изучении, проектировании и производстве материалов, устройств и систем, включающих целенаправленный контроль и управление строением, химическим составом и взаимодействием составляющих их отдельных наномасштабных элементов (с размерами порядка 100 нм и меньше как минимум по одному из измерений), которые приводят к улучшению, либо появлению дополнительных эксплуатационных или потребительских характеристик и свойств получаемых продуктов.

Международные научно-исследовательские работы и их юридическая защита.²²



и могут быть как непосредственно
низко размерные объекты с характерными для нано диапазона

²² Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 .

размерами как минимум в одном измерении (нано частицы, нано порошки, нано трубки, нано волокна, нано плёнки), так и макроскопические объекты (объемные материалы, отдельные элементы устройств и систем), структура которых контролируемо создается и модифицируется с разрешением на уровне отдельных нано элементов.

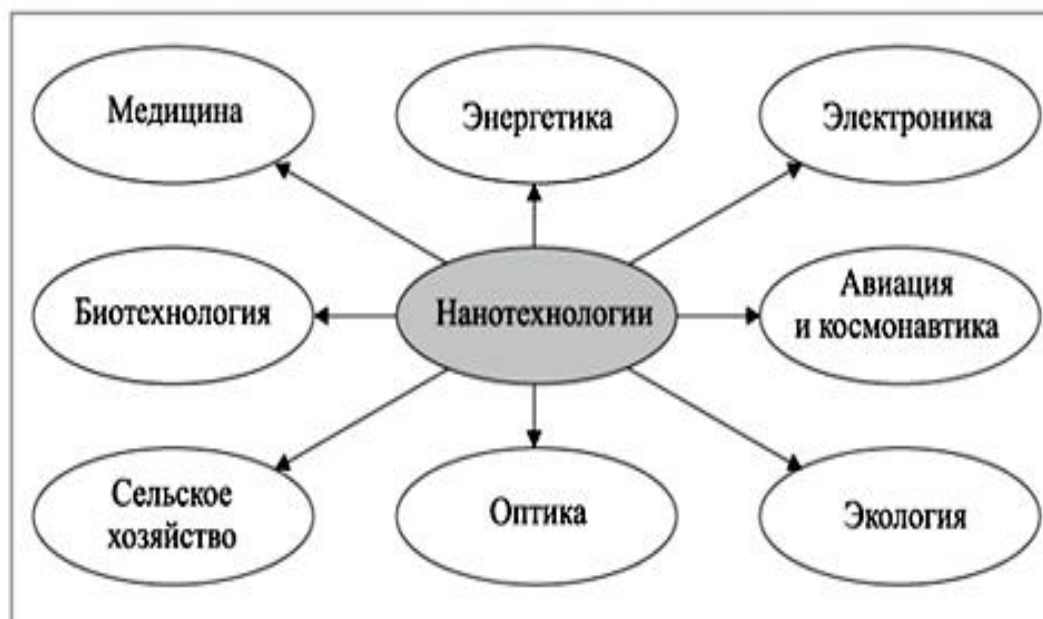


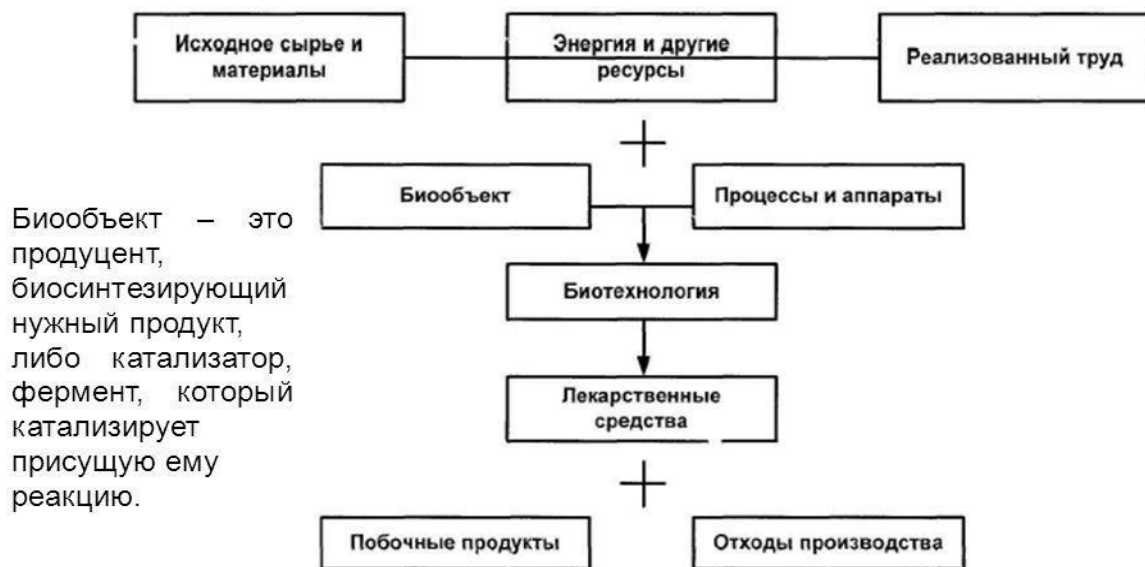
Рис. 8.1. Схема Нанотехнологии

Устройства или системы считаются изготовленными с использованием нано технологий, если как минимум один из их основных компонентов является объектом нано технологий, т. е. существует как минимум одна стадия технологического процесса, результатом которой является объект нано технологий.

Биотехнологией часто называют применение генной инженерии в XX—XXI веках, но термин относится и к более широкому комплексу процессов модификации биологических организмов для обеспечения потребностей человека, начиная с модификации растений и животных путём искусственного отбора и

гибридизации. С помощью современных методов традиционные биотехнологические производства получили возможность улучшить качество пищевых продуктов и увеличить продуктивность живых организмов.

Схема биотехнологического производства



MyShared

Рис. 8.2. Схема Биотехнологического производства

Биотехнология — дисциплина, изучающая возможности использования живых организмов, их систем или продуктов их жизнедеятельности для решения технологических задач, а также возможности создания живых организмов с необходимыми свойствами методом генной инженерии.

3. Международные научно-исследовательские работы и их юридическая защита.

Инвестиции в рыночные условия связаны с высоким риском, и чем дольше доходность инвестиций, тем выше риск

бесхозяйственности. За это время рыночные цены и цены также могут значительно измениться. Такой подход особенно важен для сетей и продуктов с высоким научно-техническим прогрессом, поскольку появление новых технологий или продуктов может подорвать предыдущие инвестиции.

Таким образом, эффективность использования инноваций будет зависеть от результатов и затрат, которые будут рассмотрены. И это определяется соотношением результатов и затрат.

Результаты инновационной деятельности могут иметь определенную форму представления или необычные (например, ноу-хау).

Правовая защита интеллектуальной собственности в Узбекистане гарантируется Конституцией Республики Узбекистан. Существует также ряд законов в области защиты прав интеллектуальной собственности.

Реализация объектов интеллектуальной собственности предприятиями и организациями может принести им пользу. Они включаются в нематериальные активы.

В качестве патентов, защищающих изобретения, патенты, авторские свидетельства могут быть получены.

Патент подтверждает право использования авторских прав, приоритетов и патентов.

Патентная защита изобретений обеспечивает правовую защиту национальных продуктов на международном рынке

лицензий, позволяет развивать лицензирование торговли технической документацией и новыми технологиями.

Национальные и региональные патенты отличаются (например, зарегистрированы в Европейском патентном ведомстве).

Патенты служат источником информации о новых научно-технических достижениях, инновационном менеджере, который знает ситуацию на рынке инновационных продуктов.

Инновационный продукт должен быть индивидуализирован.

Право на использование товарного знака осуществляется путем их регистрации.

Товарные знаки используются во всем мире и защищены.

Торговые марки также играют важную роль как для производителей, так и для продавца и покупателя продукта. Товарный знак указывает, кто несет ответственность за этот товарный знак.

Следует также отметить, что один и тот же продукт может производиться различными производителями и продаваться различными коммерческими организациями. У обоих производителей и трейдеров могут быть свои собственные товарные знаки. Тот же бренд, который служит основой для выбора товара. Если покупатель удовлетворен покупкой, он будет действовать в соответствии с товарным знаком.

Маркировка бренда выполняет следующие функции:

- основание для выбора товара;
- указывает, что товар имеет хорошее качество;

➤ отличает товары от аналогичных товаров других производителей;

➤ указывает происхождение товара, поскольку информация о владельце товарного знака включена в зарегистрированную регистрацию товарного знака в Патентном ведомстве;

➤ рекламирует товары, поскольку это средство продвижения потребителя потребителям;

➤ Распознавание товарных знаков помогает производителю или сбытовой организации занять рыночные позиции.

Товарный знак является частью нематериальных активов, подлежащих лицензионным соглашениям и объектам защиты промышленной собственности (являющихся частью интеллектуальной собственности).

Результатом инноваций является «ноу-хау» («know how»). «Ноу-хау» - это сочетание технической, экономической, административной, финансовой или иной информации, все или часть знаний, опыта и навыков. Право на использование ноу-хау обеспечивает определенные приоритеты и коммерческие выгоды.

«Ноу-хау», проектирование, расчет, производство непатентованных технологических знаний и процессов для производства и производства продуктов, исследований и разработок, практических методов, методов, навыков и возможностей; контент и рецепт материалов, а также дизайн, маркетинг, менеджмент, экономика и финансовая экспертиза.

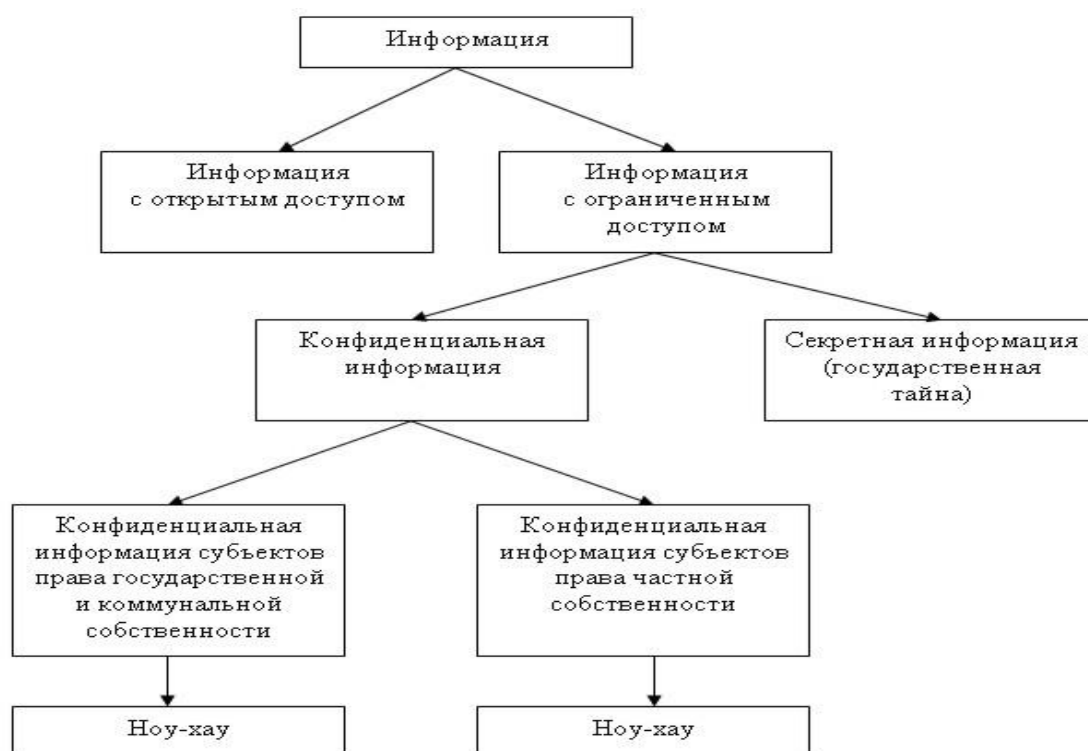


Рис. 8.3. Схема проектирование «Ноу-хау».

Коммерческое использование «Ноу-хау» лицензируется посредством лицензионных соглашений.

В результате инновационной деятельности новые конструкторские решения по внешнему виду продукта могут быть отраслевыми примерами.

Промышленные образцы отражают технические, функциональные и эстетические характеристики продукта, включают нематериальные активы, предмет лицензионных соглашений и объект защиты промышленной собственности.

Права на открытия, товарные знаки и другие результаты инновационной деятельности должны быть официально лицензированы.

Лицензии широко варьируются от характера и степени закона, наличия правовой защиты, методов передачи и условий использования, а также других симптомов.

Быть в форме новых машин, оборудования, устройств и средств автоматизации, которые были созданы и приобретены с использованием материальных результатов инновационной деятельности.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Что такое нано?
2. Кто первым заговорил о нано?
3. По какой схеме осуществляется международные научно-исследовательские работы и их юридическая защита?
4. Что такое научные технологии?
5. Как технологии влияют на развитие жизни?
6. Дайте понятие о промышленных образцах?
7. Что такое «Ноу-хау», какое оно имеет значение в развитие страны ?

ГЛАВА 9. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ, ФОРМИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

1. Понятие и сущность интеллектуальной собственности

Происхождение самого термина интеллектуальная собственность обычно связывается с французским законодательством конца XVIII в., когда большое распространение получила теория естественного права, в соответствии с которой право создателя любого творческого результата, литературного произведения или изобретения рассматривалось как его неотъемлемое, "природное" право, возникающее из самой природы творческой деятельности. Суть этой теории состоит в том, что все произведенное человеком, будь то материальные объекты или результаты творческого труда, признается его собственностью и, таким образом, создатель результатов творческого труда имеет исключительное право распоряжаться ими.

В международные правовые документы понятие "интеллектуальная собственность" было впервые введено в 1967г. Стокгольмской конвенцией, учредившей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС). В соответствии со ст. 2 этой Конвенции понятие интеллектуальной собственности включает в себя все «права, относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях», т.е. права на определенные объекты, в качестве которых

выступают конкретные результаты интеллектуальной деятельности (РИД).

Современное законодательство предусматривает для защиты конкретных РИД определенные режимы охраны, часто называемые различными типами прав (авторское право, патентное право и т.д.), которые определяют порядок владения, пользования и распоряжения разными объектами интеллектуальной собственности.

Объекты интеллектуальной собственности и правовые режимы их защиты²³

Результаты интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий (РИДиСИ), которым предоставляется охрана (интеллектуальная собственность)	<i>Режим охраны соответствующих их объектов интеллектуальной собственности</i>
1. произведения науки, литературы, искусства	<i>Авторское право</i>
2. программы для ЭВМ	
3. базы данных	
4. исполнения	<i>Права, смежные с авторскими</i>
5. фонограммы	
6. сообщения в эфир или по кабелю радио- или	

²³ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

телепередач	
7. изобретения	<i>Патентное право</i>
8. полезные модели	
9. промышленные образцы	
10. селекционные достижения	<i>Особые виды прав на нетрадиционные объекты</i>
11. топологии интегральных микросхем	
12. секреты производства (ноу-хау)	
13. фирменные наименования	<i>Права на средства индивидуализации и</i>
14. товарные знаки и знаки обслуживания	
15. наименования мест происхождения товаров	
16. коммерческие обозначения	

Управлении объектами интеллектуальной собственности высока роль правовых категорий, юридического подхода к возникающим проблемам. Как и собственность на материальное имущество, интеллектуальная собственность подразумевает право владения, пользования и распоряжения. Однако специфика последней заключается в нематериальной сущности объектов защиты, т.е. результатов интеллектуальной деятельности, которым присуща такая особенность, как неисчерпаемость в потреблении. Если Вы получили от собственника материальную вещь, он ее лишился и не может ею пользоваться, но случае Вашего доступа к чужому результату интеллектуальной деятельности Вы становитесь

обладателем знания, Вам не принадлежащего, но само знание от этого не уменьшается, не исчерпывается и даже не меняет первоначального владельца, что в случае с материальным объектом было бы невозможно.

2 Стратегия интеллектуальной собственности Республики Узбекистан

Агентство интеллектуальной собственности разрабатывает Стратегию интеллектуальной собственности Республики Узбекистан в целях развития системы интеллектуальной собственности. Целью настоящего документа является определение дальнейших областей развития органов интеллектуальной собственности и правительственных учреждений заинтересованных сторон, их функций и полномочий, а также определение ключевых вопросов, вызывающих особую озабоченность. Стратегические задачи заключаются в следующем: обеспечение систематического управления и устранения проблемных проблем в области развития интеллектуальной собственности; укрепление сотрудничества между государственными учреждениями, в том числе идентичное толкование законодательства об интеллектуальной собственности; повышение ответственности участвующих сторон; научно-технического творчества и инновационного мышления/создания благоприятных условий для предпринимательства; Формирование чувства уважения к интеллектуальной собственности всеми участвующими сторонами. Для разработки этого документа требуются следующие актуальные проблемы:

- Достижение коллективной работы всех государственных предприятий в области интеллектуальной собственности, защиты интеллектуальной собственности и ее коммерциализации. - Совершенствование правовой грамотности предпринимательства и науки, а также государственных должностных лиц и сотрудников системы управления. - Разработка системы интеллектуальной собственности и ее уважение должны определяться как основа для инновационного развития экономики. - Как правило, идея о том, что интеллектуальная собственность важна для развития государства и благосостояния людей.

Стратегия основана на положениях Парижской конвенции об охране промышленной собственности, Закона об интеллектуальной собственности Республики Узбекистан, Стратегии действий по развитию Республики Узбекистан в 2017–2021 годах, Указов и постановлений Президента Республики Узбекистан, Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан, а также Руководящие принципы для Национальной стратегии развития Всемирной организации интеллектуальной собственности (далее – ВОИС).

Комплексное решение существующих проблем, внедрение эффективных механизмов управления имущественными правами на коллективной основе, обеспечение права авторов и правообладателей выплачивать заслуженные вознаграждения, поощрение создания высоких художественных произведений, проведение государственного контроля над этими процессами и отношениями Государственное агентство интеллектуальной собственности подготовило проект постановления Президента

Республики Узбекистан «О радикальном совершенствовании системы авторского права и смежных прав Республики Узбекистан». Этот проект резолюции предусматривает создание неправительственной некоммерческой организации «Общество узбекских писателей», которая предусматривает эффективную защиту авторских прав, создание механизмов для оплаты авторам и правообладателям и управление имущественными правами на коллективной основе.

В настоящее время проект находится в стадии согласования с соответствующими министерствами и ведомствами. Кроме того, в качестве одной из мер, принятых нашим Президентом Республики Узбекистан Ш.М Мирзиёвым в предвыборных программах, а также для материального и духовного поощрения и всесторонней поддержки талантливой молодежи, входящей в мир культуры, искусства, литературы и печати. Было подчеркнуто, что пересмотр суммы штрафов за литературные, художественные работы, защиту интересов творческой и интеллектуальной собственности. В настоящее время внесены изменения и дополнения в постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 8 от 8 января 2017 года «Об утверждении авторских прав и других процентных ставок», в соответствии с которым, проект нормативного правового акта, предусматривающий увеличение процентных ставок (премий) и финансовых стимулов для создателей. Этот проект резолюции был разработан совместно с соответствующими министерствами и представлен для подписания соответствующими министерствами и ведомствами.

Интеллектуальные права

Институт интеллектуальной собственности предполагает наличие так называемых интеллектуальных прав на ее объекты. Эти права гарантируются законодательно и характеризуются тем, что они

- являются **исключительными** по отношению к третьим лицам
- носят **абсолютный** характер
- ограничены **территорией** страны, на которой охраняются
- ограничены **сроком действия**

Исключительный характер прав на объекты интеллектуальной собственности обеспечивает их собственникам совершение всех разрешенных законом действий с одновременным запретом всем третьим лицам совершения таких действий без согласия собственников, т.е. законную монополию на использование этих объектов.

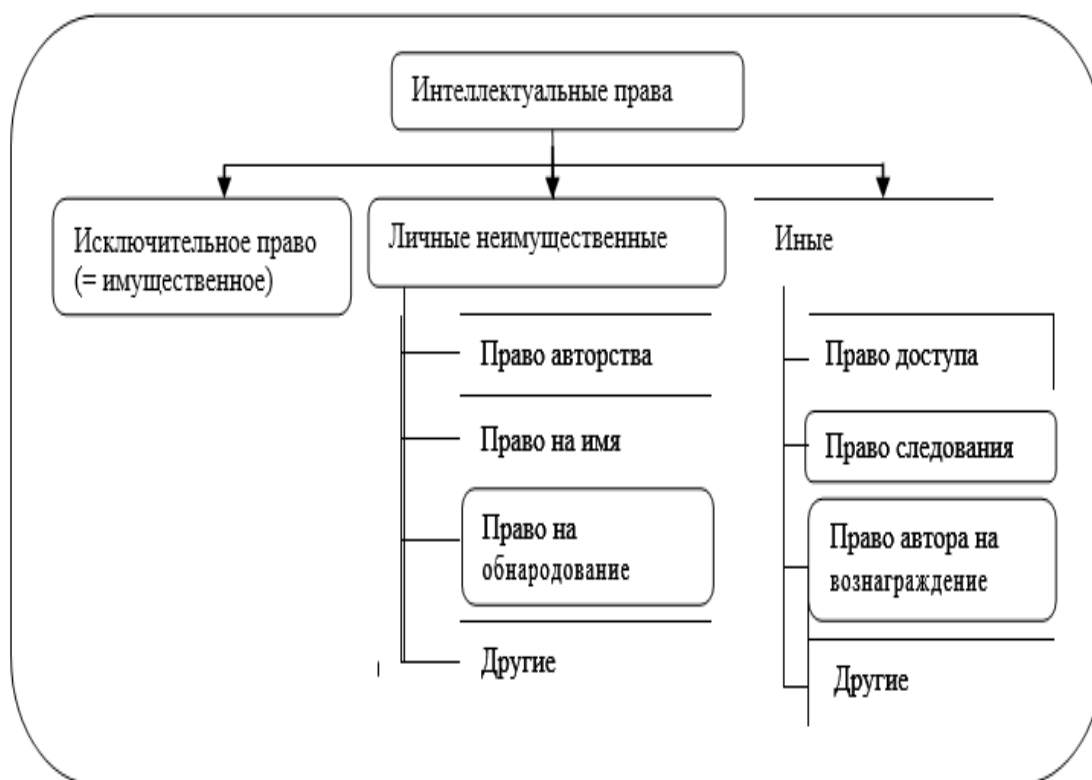


Рис 9.1. Интеллектуальное право²⁴

Абсолютный характер этого права выражается в том, что оно действует против любого лица, которое допустило использование чужого объекта интеллектуальной собственности без разрешения собственника (рис 9.1.).

Исключительное право (дающее возможность извлекать материальную выгоду):

- первоначально возникает у автора результата интеллектуальной деятельности (если это не служебное произведение);
 - возникает у правообладателя в силу закона;
 - охраняется при условии государственной регистрации;
 - позволяет правообладателю использовать результат

²⁴ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

интеллектуальной деятельности любым не противоречащим закону способом и по своему усмотрению разрешать или запрещать использование его другими лицами;

➤ дает возможность правообладателю предоставлять другому лицу право использовать результаты интеллектуальной деятельности по лицензионному договору

Личные неимущественные права всегда остаются у автора, не передаются, не наследуются и охраняются бессрочно. К ним относятся право на авторство, право автора на имя, право на неприкосновенность произведения и т.д.

К **иным** интеллектуальным правам относится право доступа и право следования (имеющие отношение к произведениям изобразительного искусства), право автора на вознаграждение и некоторые другие.

3. Защита интеллектуальной собственности в Узбекистане

Изобретения изобретений, полезных моделей и промышленных образцов в Узбекистане, когда они используются в транспортном средстве другого государства-участника Парижской конвенции, когда транспортное средство временно или случайно находится на территории Республики Узбекистан, должны использоваться только для нужд этого транспортного средства.

Проведение научных исследований или экспериментов на устройствах, содержащих запатентованные объекты.

Использование устройств, которые запатентовали объекты при стихийных бедствиях, авариях, эпидемиях и других чрезвычайных

ситуациях. Кабинет министров принимает решение без согласия патентообладателя на использование запатентованных объектов для интересов национальной безопасности, но в таких случаях оплачивается компенсация за использование объекта.

История развития патентного права

Патентное право. Он был первоначально написан в поздней эволюции феодализма капиталистическим методом экономического освещения на основе феодального общества.

Использование запатентованных объектов, если они включены в законный деловой оборот (например, патентообладатель или лицензия) (рис. 9.2).



Рис 9.2. Национальная схема патентной системы²⁵

Патентное право - сформировалось в результате доминирования капиталистического способа производства и передачи власти.

²⁵ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016. www.search.ebscohost.com.

Патент на изобретение – действует в течение двадцати лет с даты приоритета изобретения, подлежащего предметной экспертизе.

Оригинальный патент на изобретение (октябрь 2002 г.) предоставляется после первоначального изучения и действует в течение пяти лет с даты приоритета. По просьбе заявителя по существу заявитель может быть патентоспособным.

4. Всемирная организация интеллектуальной собственности

История Всемирной организации интеллектуальной собственности началась с принятия Бернской конвенции в 1883 и 1886 годах, Парижской конвенции об охране промышленной собственности и защиты литературных и художественных произведений. Эти конвенции включали создание своих собственных «международных бюро» секретариатов. В 1893 году эти два секретариата были объединены в единый секретариат, получивший название «Объединенные международные интеллектуальные органы» или французский BIRPI, сокращенный.

Нынешняя Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС на английском языке, ВОИС на английском языке и OMRI на испанском языке) была создана в соответствии с Конвенцией об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности, подписанной 14 июля 1967 года. Настоящая Конвенция вступила в силу в 1970 году.

В настоящее время ВОИС состоит из специализированного учреждения системы Организации Объединенных Наций (декабрь

1974 года). По состоянию на 1 января 2001 года организация объединила 175 стран (рис 9.3.)



Рис. 9.3. Организационная структура Всемирной организации интеллектуальной собственности

Основными целями ВОИС, согласно Стокгольмской конвенции 1967 года являются:

1. Содействие охране интеллектуальной собственности во всем мире путем сотрудничества государств и в соответствующих случаях во взаимодействии с любой другой международной организацией;

2. Обеспечение административного сотрудничества Союзов.

Также организация ведет образовательную деятельность. Например, с 1998 года Всемирная Академия ВОИС ведет подготовку людских кадров в области охраны интеллектуальной собственности. При ней существует Центр дистанционного обучения, позволяющий получать необходимые знания посредством сети Интернет. Этому, в частности, содействует проект ВОИС net – глобальная сеть интеллектуальной собственности, связывающая деловые процессы национальных ведомств в режиме онлайн.

В 2000 году ВОИС был учрежден Международный день интеллектуальной собственности (отмечается ежегодно 26 апреля).

В последние годы внутри ВОИС происходит комплексный процесс перестройки, частью которого являются пересмотренные и расширенные стратегические цели организации. Обновленные цели, по мнению руководства организации, помогут ВОИС более эффективно выполнять свой мандат с учетом быстро меняющейся внешней конъюнктуры и настоятельной потребности решения задач в области интеллектуальной собственности в XXI веке

Узбекистан является членом ВОИС с 1991 г. и входит в число стран, соблюдающих условия важнейших международных соглашений.

ВОИС осуществляет методическую и техническую помощь для дальнейшего развития национальной патентной системы, систематически осуществляет повышение квалификации специалистов Агентства интеллектуальной собственности (АИС) Республики Узбекистан, организацию и проведение семинаров,

учебных мероприятий, оснащает АИС техническими средствами, предоставляет патентную и другую документацию.

Целями дальнейшего сотрудничества с ВОИС являются совершенствование национальной законодательной и нормативной базы в области охраны промышленной собственности, гармонизированной с международными патентно-правовыми нормами, присоединение к ряду действующих договоров и соглашений, администрируемых ВОИС, а также осуществление юридического и технического взаимодействия между АИС РУ и ВОИС.

В Республике Узбекистан регулярно проводятся различные международные семинары, конференции по вопросам прав интеллектуальной собственности и охраны традиционных знаний под эгидой ВОИС.

Развивается сотрудничество по повышению осведомленности представителей Узбекистана по вопросам интеллектуальной собственности, которое заключается в участии в следующих мероприятиях: специализированный курс по промышленной собственности, курс дистанционного обучения по основам интеллектуальной собственности и охране сортов растений.

В рамках мероприятий общего направления представители Узбекистана принимают участие:

- в работе Постоянного комитета ВОИС по товарным знакам, промышленным образцам и географическим указаниям;

- в сессиях Межгосударственного комитета по интеллектуальной собственности и генетическим ресурсам, традиционным знаниям и фольклору;
- в заседаниях Ассамблеи ВОИС.

Уровень сотрудничества Республики Узбекистан с ВОИС можно охарактеризовать как достаточно высокий. Существует Соглашение между Узбекистаном и ВОИС по сферам сотрудничества, которое определяет рамочные направления взаимодействия.

Вопросы и задания для закрепления знаний

1. Что понимается под интеллектуальной собственностью?
2. Что такое интеллектуальное право?
3. Перечислите характеристики интеллектуальные собственности?
4. Любой ли результат интеллектуальной деятельности потенциально способен приносить доход своему создателю?
5. Какова роль и значение интеллектуальной собственности в инновационной экономике?
6. Опишите Национальную схему патентной системы?
7. Из каких подразделений состоит организационная структура Всемирной организации интеллектуальной собственности?

ГЛАВА 10. НАЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА УЗБЕКИСТАНА

1. Национальная инновационная система

Узбекистана и ее важность

Согласно Указа Президента Республики Узбекистан в целях ускоренного развития страны на основе современных достижений мировой науки, инновационных идей, разработок и технологий, а также последовательной реализации задач, определенных Стратегией действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017 — 2021 годах²⁶:

Согласно Указа от 21 сентября 2018 года № УП-5544 Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева было утверждено в целях развития национальной инновационной системы Узбекистана.

Стратегия инновационного развития Республики Узбекистан на 2019 — 2021 годы.

«Дорожная карта» реализации Стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019 — 2021 годы, где разработаны целевые показатели инновационного развития Республики Узбекистан до 2030 года.

В условиях рыночной экономики важны не только отечественные, но и зарубежные рынки, спрос на знания и высокотехнологичные продукты. Поэтому рыночная стоимость

²⁶ Указ Президента Республики Узбекистан от 21 сентября 2018 года № УП-5544 «Стратегия инновационного развития Республики Узбекистан на 2019 — 2021 годы» // Народное слово от 22.09.2018г.

новых и передовых технологий растет во всем мире. Узбекистан имеет большой потенциал в этом отношении. Этот потенциал растет из-за того, что глава государства уделяет большое внимание развитию науки. Ежегодно государственные гранты предоставляются для реализации перспективных научных идей и проектов. Фундаментальные и прикладные исследования, проводимые в рамках государственных научно-технических программ, также имеют большое значение для мировой науки. Ученые стремятся решать свои задачи, прежде всего, для решения конкретных задач, стоящих перед социальной и экономической сферами.

«Национальная инновационная система - это совокупность взаимосвязанных организаций (структур), занятых производством и коммерческой реализацией научных знаний и технологий в пределах национальных границ - мелкие и крупные компании, университеты, государственные лаборатории, технопарки и инкубаторы. Их взаимодействие обеспечивается комплексом институтов правового, финансового и социального характера, имеющих прочные национальные корни, традиции, политические и культурные особенности».

В современных условиях широкое использование достижений мировой науки и инновационной деятельности становится важнейшим фактором динамичного и устойчивого развития всех сфер жизнедеятельности общества и государства, построения достойного будущего страны.

За истекший период создана необходимая инфраструктура в сфере развития науки и технологий, сформирован определенный интеллектуальный и технологический потенциал.

Вместе с тем наличие следующих системных проблем, недостаточное использование имеющихся возможностей и потенциала для разработки и внедрения инновационных идей и технологий препятствуют эффективной реализации намеченных реформ и ускоренному инновационному развитию страны, в частности:

первое – отсутствуют должный комплексный анализ и изучение достижений и тенденций развития современной науки и инновационных технологий при разработке государственных программ, в результате чего данные программы зачастую нацелены на устранение последствий проблем и не решают вопросы долгосрочного развития;

второе – текущее состояние организации фундаментальных и прикладных исследований не обеспечивает должные условия для полной реализации и практического внедрения инновационных идей и разработок;

третье – отсутствие единого органа, обеспечивающего стратегическое прогнозирование, сопровождение и внедрение инновационных идей, разработок и технологий, разрозненное функционирование научно-исследовательских и информационно-аналитических учреждений не позволяют в полной мере интегрировать науку, образование и производство, что снижает эффективность проводимых исследований;

четвертое – недостатки в организации деятельности по определению приоритетных сфер и отраслей, требующих первоочередного внедрения высоких технологий, ноу-хау и современных разработок, приводят к технологическому отставанию и ограниченности производства инновационных товаров (работ, услуг);

пятое – преобладание в отдельных случаях узковедомственных интересов при организации научно-исследовательских работ и внедрении инновационных идей и разработок является одной из причин нерационального использования бюджетных средств;

шестое – не уделяется должного внимания применению государственно-частного партнерства в реализации инновационных идей, разработок и технологий, а также совершенствованию инфраструктуры для внедрения инновационных продуктов;

седьмое – сохраняется низкий уровень сотрудничества с зарубежными (международными) организациями, обладающими высоким опытом и потенциалом в сфере разработки и внедрения инновационных продуктов, а также их использования в решении актуальных проблем развития отечественной науки, промышленности и экономики в целом.

Данные обстоятельства требуют коренного совершенствования институциональных и организационно-правовых основ государственного управления в сфере организации разработки и внедрения инновационных идей и технологий²⁷.

²⁷ Указ Президента Республики Узбекистан «Об образовании Министерства инновационного развития Республики Узбекистан» от 29 ноября 2017г.

В то же время НИС - комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационные процессы и имеющих прочные национальные корни, традиции, политические и культурные особенности».

Значение концепции НИС как сильнейшего аналитического инструмента зиждется на трех факторах:

- 1) понимание экономической важности знаний;
- 2) возросшее внимание к системному подходу;
- 3) рост числа институтов, занятых в процессе создания знаний.

2. Общая структура национальной инновационной системы

Национальная инновационная система (НИС) представляет собой совокупность взаимосвязанных хозяйственных субъектов (предприятий, научных учреждений, инвестиционных фондов и др.) и институтов (правовых, законодательных, финансовых, социальных), взаимодействующих в процессе производства, распределения и использования знаний, и конкурентоспособных технологий, направленных на реализацию стратегических целей устойчивого развития экономической системы в пределах национальных границ и способствующих повышению конкурентоспособности на международном уровне ее субъектов (предприятий, регионов, отраслей, страны в целом).

Для НИС как сложно структурированной организационно-экономической подсистемы национальной экономики, отражающей особенности развития ее технологических укладов, институциональных и социально-экономических условий ее функционирования на макро-, мезо- и микроуровнях экономики,

характерны некоторые общие императивы организации и развития, а именно:

о развитие многообразия форм и расширение "поля" интеграции ресурсов науки, образования, производства, рыночной инфраструктуры;

о усиление роли государства и его ресурсов в формировании и развитии НИС по стратегическим направлениям общенационального значения;

о росте уровня инновационной ориентации инвестиционных ресурсов и инвестиционного процесса;

о расширение роли регионов, локальных территориально-хозяйственных систем в ресурсном обеспечении НИС.

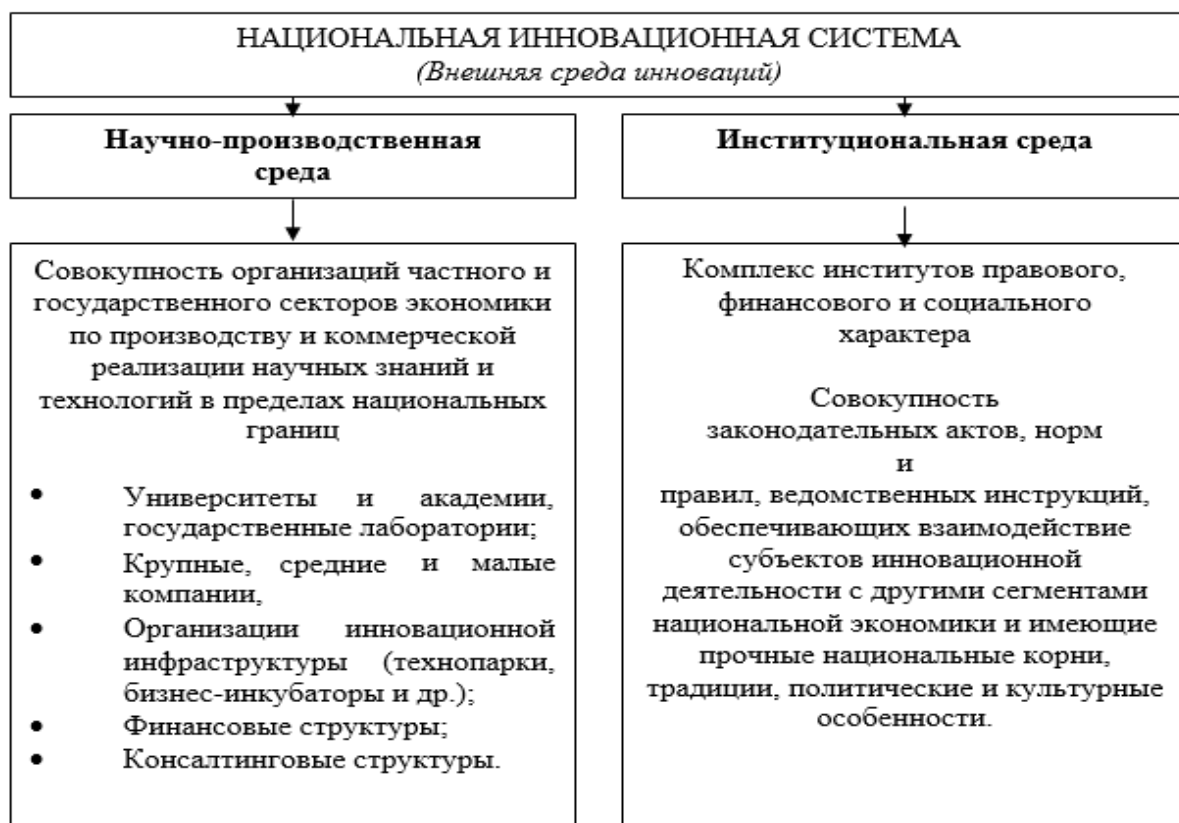


Рис. 10.1. Национальная инновационная система (НИС)²⁸

²⁸ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

Таким образом, основными факторами национальной инновационной системы выступают государство, научно-образовательный инновационный комплекс, система организаций инфраструктурного обслуживания воспроизводства инвестиций, бизнес-структуры, институты рыночной инфраструктуры.

В свою очередь, научно-производственную среду можно структурировать следующим образом:

- 1 наука и образование (источники идей),
- 2 предпринимательский сектор,
- 3 инновационная инфраструктура.

В разных странах сложились различные модели организации НИС.

Государство может поддерживать НИС следующими способами:

- льготное налогообложение
- прямое бюджетирование
- предоставление кредитов
- организация венчурных фондов
- содействие развитию венчурных фондов
- В развитии инновационной компании выделяют следующие этапы:
 - Посев
 - start up
 - начальный рост
 - развитие
 - IPO (характерно для американской модели развития)

3. Концептуальная схема построения национальных инновационных систем²⁹

Институциональная среда обеспечивается деятельностью государства в рамках формирования государственной научно-технической и инновационной политики.

Важнейшими структурными элементами национальных инновационных систем являются наука и образование



Рис. 10.2. Источники идей³⁰

(источники инновационных идей), предпринимательский сектор и разнообразные элементы инновационной инфраструктуры, содействующие коммерциализации научных разработок, идей. (рис 10.2)

²⁹ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр.

³⁰ Экономика инноваций: Учебное пособие. — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, 2016 – 309стр

Ключевым участником в любой эффективной национальной инновационной системе является государство, осуществляющее координацию деятельности всех ее структурных элементов и обеспечивающее создание благоприятной среды для осуществления инноваций.

В системе сложившихся рыночных отношений спектр регулирующих экономическое развитие в инновационной сфере направлений деятельности государства можно свести к трем главным функциям:

- регулирование рынка;
- восполнение недостатков ("провалов") рынка;
- перераспределение ресурсов.

Все три функции государства имеют непосредственное отношение к регулированию инновационной деятельности. В частности, антимонопольные меры государства, регулирующие рыночные отношения, должны снимать барьеры входа на рынок инновационным компаниям, а также создавать условия для распространения инноваций, находящихся в монопольном владении, формировать рыночные институты в пространстве национальной инновационной системы.

Восполнение недостатков рынка ("провалов рынка") осуществляется развитыми государствами на путях поддержки фундаментальных исследований, системы образования, наукоемких секторов промышленности, т. е. там, где бизнес не может получить достаточной рентабельности своих затрат, а положительные внешние эффекты имеют общегосударственное значение.

Перераспределение ВВП, концентрация в бюджетной системе необходимых финансовых средств должны способствовать позитивным структурным изменениям в экономике, созданию с помощью государства инфраструктуры инновационной деятельности.

В Республике Узбекистан складывается многоуровневый комплекс мер прямой и косвенной поддержки инновационных проектов, в которых на паритетных основах участвует государство и бизнес. Их можно сгруппировать следующим образом.

1. Прямое государственное финансирование инноваций, которое осуществляется через поддержку на конкурентной основе отдельных проектов и государственных инвестиционных программ отраслевого и регионального характера.

2. Создание государственных организационно-финансовых структур, деятельность которых направлена на концентрацию финансовых средств, инвестиций, объединения научного и технологического потенциала.

3. Создание в рамках частно-государственного партнерства новых рыночных институтов развития, обеспечивающих финансовую среду поддержки государством и бизнесом инновационного развития.

Перспективным механизмом государственной поддержки инноваций является создание особых экономических зон двух типов - технико-внедренческих и промышленно-производственных, предполагающих таможенные и налоговые преференции для предприятий-резидентов. Кроме того, из государственного бюджета финансируется создание инфраструктуры таких зон.

Традиционным направлением косвенной поддержки инновационной деятельности является предоставление налоговых льгот, прежде всего по налогу на прибыль, что соответствует мировой практике. В процессе государственного регулирования инновационной сферы важно обеспечить неуклонное возрастание роли государства как ключевого системообразующего инновационного инвестора и интегратора.

Это прежде всего обусловлено постоянно повышающейся ресурсоемкостью инновационной деятельности, вследствие чего многие инновационные проекты и программы не могут быть успешно реализованы только силами частного бизнеса и требуют финансовой поддержки государства.

Высокая степень участия государства в стимулировании НТП обусловлена спецификой инновационных процессов (значительная капиталоемкость научных исследований и высокая степень риска, зависимость от степени развития общей научной среды и информационной инфраструктуры, специфика требований к квалификации кадров, необходимость защиты интеллектуальной собственности и т. п.). Государственное управление инновационной деятельностью можно представить в виде комплекса экономических институтов, поддерживающих и стимулирующих инновационные процессы в экономике.

Для понимания глубинной сущности национальных инновационных систем необходимо отметить следующие принципиальные положения, которые являются основой ее формирования во всех развитых странах мира:

1. Наука (главный источник нововведений) не является замкнутой, изолированной системой (университеты и научные центры), а является ключевым звеном каждого крупного сегмента (государственные научные центры, научные центры крупных корпораций, малый наукоемкий бизнес).

2. Предприниматель, фирма, государство рассматриваются не как отдельные элементы инновационного процесса, а как взаимосвязанные звенья сложной системы.

3. Инновационная деятельность обеспечивается наличием эффективной инновационной инфраструктуры и определенным набором институциональных факторов.

4. Технологические и социогенетические инновации

Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. Инновация считается осуществленной в том случае, если она внедрена на рынке или в производственном процессе.

Это основа для всестороннего понимания общества и развития законов природы, понимания цветового разнообразия систем. Это основная функция любой науки. Однако это является практической необходимостью для любого крупномасштабного процесса принятия решений в области экономики, социальной сферы и окружающей среды.

При запуске и оценке результата необходимо учитывать две вещи. Прежде всего, вопреки естественному закону, законы социального развития могут быть изменены вместе с фундаментальными изменениями в обществе. Переход от индустриального к постиндустриальному обществу указывает на необходимость пересмотреть систему понятий, которые присущи друг другу.

Во-вторых, структура социальных законов и правил не является ни одной, они иерархичны и отражают разные уровни знаний. Статический закон отражает структуру и условия, в которых социально-экономические системы функционируют относительно сбалансированным образом в процессе эволюционного развития. Концепции циклической динамики объясняют динамику динамики системы, конвергенцию циклического обмена и циклы развития систем, волну инновационного обновления общества. Это второй шаг в понимании периодической меняющейся реальности. Высшим уровнем знаний является социология генетики, в которой она рассматривается как генеалогия, изменчивость и выбор динамики социально-экономических систем. Социогенетическое законодательство помогает оценить глубину и глубину инновационного обновления системы.

В результате своих исследований Н.Д.Кондратьев определил следующие ключевые моменты:

- определил последовательность фаз обмена в промышленном производстве;
- доказывает величие времен;

- разработал модель больших циклов.

Познакомившись с теорией Н.Д.Кондратьева, Й.Шумпетер высоко оценил концепцию больших циклов конъюнктуры и ввел понятие "Кондратьевские циклы". Соединив свои разработки о роли предпринимателя в процессе экономического развития и теорию долгосрочных колебаний экономической динамики Н.Кондратьева, Й.Шумпетер создал теорию инновационных циклов, в которой длинноволновые колебания определил как одну из форм проявления экономической динамики, порождаемой инновационным процессом.

Это основа и основа для всестороннего понимания законов общества и природы, способности предвидеть пересечение цветов в системах. Это основная функция любой науки. Однако это является практической необходимостью для любого крупномасштабного процесса принятия решений в области экономики, социальной сферы и окружающей среды.

При запуске и оценке результата необходимо учитывать две вещи. Прежде всего, в отличие от естественных законов, законы социального развития могут изменяться вместе с радикальными изменениями в обществе. Переход от индустриального общества к постиндустриальному обществу свидетельствует о необходимости пересмотреть систему концепций, относящихся к будущему.

Во-вторых, структура социальных законов и правил не является ни одной, они иерархичны и представляют собой разные уровни знаний. Статический закон отражает структуру и условия, в которых социально-экономические системы действуют относительно сбалансированным образом в процессе эволюционного развития.

Цистические динамические конфигурации объясняют динамику динамики системы, конвергенцию циклического обмена и циклы развития систем, целостность инновационного обновления общества. Это второй шаг в понимании периодических изменений. Высшим уровнем знаний является социология социогенетики, в которой она рассматривается как генеалогия, вариации и выбор динамики социально-экономических систем. Социогенетические законы помогают оценить глубину и глубину инновационного обновления системы.

С.Кузнец подчёркнул, что инновации являются не только технологическими, но и социальными. Для того, чтобы появилась возможность появления новых технологий, социальные успехи, которые были доминирующими в некоторые из этих исторических периодов, также считались необходимыми, а в 1971 году была введена концепция «Инновации для инноваций» («Эпоха инноваций»). Он сказал, что без корпораций промышленная революция и паровые двигатели были бы невозможны.

Первые концептуальные основы национальной инновационной системы были созданы в 80-х годах прошлого века. Лундвал, Фримен и Нельсон описывают свои основные цели. Их выводы заключаются в том, что инновации и научные исследования развития бизнеса являются ключевыми факторами в развитии современной экономики, институциональность - фактор, влияющий на содержание и структуру инновационной деятельности, и что наука играет важную роль в развитии экономики (Таб. 10.1.).

Таблица 10.1.

Изменения показателей эффективности инноваций³¹

Показатели	2014	2015	2016	2017
Темпы роста производительности труда в % к предыдущему году	97,2	99,0	105,6	105,6
Амортизация машин и оборудования, %	52,7	52,4	50,9	50,5
Переоценка основных средств, %	17,1	12,6	18,9	12,9
Период обновления машин и оборудования, в год	7,0	11,0	7,0	9,0
Выходы машин и оборудования, %	1,1	3,2	6,3	2,8

Изменения показателей эффективности инноваций выглядят следующим образом

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Определите национальную инновационную систему. Охарактеризуйте ее основные блоки?
2. Как Вы считаете, в чем заключается суть инновационной среды?
2. В чем сущность национальных инновационных систем?
4. Дайте определение термину «Кондратьевские волны»
5. Что такое технологические инновации?
6. Какие функции выполняет государство в инновационной сфере?
7. Технологические инновации?
8. Социогенетические инновации?
9. Значение и роль создания технопарков?
10. Какую базовую инфраструктуру предоставляет он своим резидентам?
11. На какой стадии развития инновационной компании он готов оказать поддержку?

³¹ www.webofscience.com

ГЛАВА 11. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТОВАРАХ И УСЛУГАХ В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА

1. Современные инновационные маркетинговые стратегии в Республике Узбекистан.

В настоящее время меняется повседневная жизнь и динамика нашей страны, анализируются результаты маркетинговых исследований по обновлению экономики, отбору, планированию и реализации инновационной стратегии в обозримом будущем и долгосрочной стратегии и, таким образом, укреплению имиджа Республики Узбекистан в мировом сообществе а также в повышении его играет большую роль в экономике.

Осуществляемые в Узбекистане радикальные экономические преобразования, увеличение инвестиционных процессов в сферах хозяйственной и производственной деятельности, а также обострение рыночной конкуренции, обусловленная скачком создания новых предприятий интенсивно поддерживаемый государством вызывают глубокий интерес отечественной науки и практики управления активизации человеческого фактора для достижения эффективности и конкурентоспособности организаций

В процессе внедрения инновационных маркетинговых стратегий Кондратьев внедрил концепцию технической революции в качестве движущей силы. Изобретение парового двигателя было первой волной Д.Кондратьева (1818–1842), второй волной изобретения железной дороги (1843–1897), а также электродвигателем и третьим изобретением автомобиля (в 1898

году, 1949) подчеркивает, что это не удивительно, чтобы прибить Й.Шумпетер связывает эти изменения с инновационной деятельностью и быстрым развитием предпринимательства.

Сорокин и Н.Д.Кондратьев создали основу инноваций в социальной и культурной сферах, то есть они являются основателями теории инновационного развития в социальной сфере, идентифицируя несколько типов культуры и общества. По их словам, предпочтение одной из культур и обществ является особенностью общества, страны и культуры.

Циклы Н.Д.Кондратьева (К-циклы или К-волны) — периодические циклы сменяющихся подъёмов и спадов современной мировой экономики продолжительностью 48–55 лет, описанные в 1920-е годы Николаем Кондратьевым.

Концепция активно исследуется и развивается на протяжении всего времени существования, однако широкого консенсуса в сообществе учёных-экономистов на счёт её практической применимости не достигнуто: многие исследователи (особенно в России) широко используют кондратьевские циклы в своих исследованиях, однако значительная часть экономистов их не рассматривает или прямо отвергает существование таких циклов

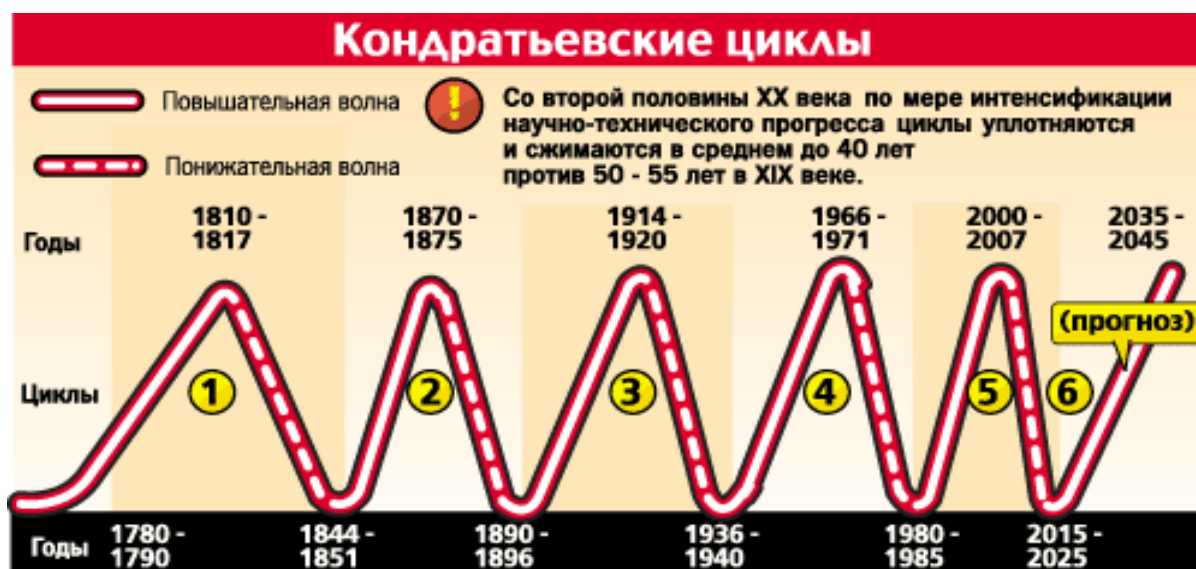


Рис.11.1. Циклы Д.Кондратьева

Особенности выведения на рынок новых товаров связаны как со спецификой самих продуктов, так и с особенностями рынка. При выведении на рынок неудачу терпят:

- 20–25% товаров промышленного назначения;
- 30–35% товаров личного потребления;
- 27% расширения существующего ассортимента;
- 31% нововведений торговых марок;
- 46% собственно новых продуктов.

Как мы видим, рынок потребительских товаров является более рискованным, что объясняется более высоким уровнем конкуренции и спецификой поведения потребителей на данном сегменте, о чем мы будем говорить ниже. Также эти цифры демонстрируют более высокий уровень риска при выведении на рынок принципиально новых товаров, которые, нередко, могут быть отнесены к так называемым прорывным инновациям. Среди причин провала новых продуктов обычно выделяют следующие факторы: недостаточный

анализ рынка, дефекты продукта, недостаток эффективных маркетинговых мероприятий, чрезмерно высокие издержки, действия конкурентов, недостаток поддержки при выведении товара на рынок, производственные проблемы.

Взаимосвязь рисков инновационного бизнеса с уровнем развития маркетинга в компании хорошо видна, если посмотреть на этапы инновационного проекта: 14 этапов напрямую связаны с эффективностью маркетинговых мероприятий, проводимых инноватором/инновационной компанией.

- Поиск новых идей
- Предварительная оценка рынка
- Отбор «правильных» идей
- Предварительная техническая оценка продукта
- Детальное исследование рынка
- Экономический анализ (фин. анализ)
- Разработка концепции нового товара (изготовление прототипа)
- Техническое тестирование продукта
- Тестирование потребителями
- Опытные продажи
- Опытное производство
- Экономический анализ (уточнение финансовых показателей)
- Запуск производства
- Выведение продукта на рынок

Маркетинг — это управление производственно-сбытовой деятельностью организации, которое основано на постоянном

комплексном анализе рынка. Маркетинг включает в себя: ценообразование, товарную политику, прогнозирование и изучение спроса, рекламную деятельность, связи с общественностью, организацию внутрифирменной культуры и т. д. Такие внешние факторы как: поведение потребителей, конкуренция, действие правительства и местных властей, достижение и изменение в технологии изготовления товара, воздействие средств массовой информации, состояние экономики (динамика издержек производства и торговли, уровень инфляции, состояние на рынке труда) формируют конъюнктуру рынка. Свойство маркетинга как системы управления с обратной связью в том, что решения принимаются с учетом информации о фактическом состоянии всей системы.

Предприятие должно вести маркетинговое исследование в двух направлениях: поиск сегмента рынка для определенного к производству товара и оценка возможности его выпуска. Ориентирование на рыночный спрос предполагает решение следующих вопросов:

- Ассортимент товаров, которыми интересуются клиенты,
- Ассортимент товаров, которые предприятие может произвести и реализовать с прибылью,
- Конкретные ситуации при реализации товара,
- Объем потребности рынка в тех или иных товарах,
- Объем ресурсов, необходимый для продажи соответствующего товара.

Несомненно, осуществление инновационных проектов, уровень внедрения инноваций и ценообразование также занимает одно из

главных мест в определение эффективности функционирования предприятий. Но в то же время инновации сами по себе вовсе не всегда приводят к успеху, по крайней мере, в краткосрочной и среднесрочной перспективе это приводит к необходимости разработки механизмов, позволяющие успешно реализовывать инновационные стратегии. Если же говорить о ценообразовании, то тот, кто определяет цену, всегда стоит перед выбором между увеличением ценности товара в глазах клиента (что подразумевает увеличение цены) и предложением более доступной цены (что требует сокращение расходов, а значит, влечет за собой уменьшение ценности товара для клиента).

Реализация стратегических задач маркетинга в повседневной практике субъектов малых форм хозяйствования должна осуществляться по следующим направлениям:

- своевременное накопление максимальной информации об окружающей рыночной среде и правильный ее анализ.
- верный выбор маркетинговых целей и основных путей их достижения.
- оптимальная увязка ресурсов с целями, а целей с запросами потребителей. Формирование номенклатуры и ассортимента продукции, в наибольшей степени удовлетворяющих требованиям рынка.
- работа на рынках посредством создания сбытовой сети, организации рекламы, мероприятий по стимулированию сбыта, поиска торговых посредников (дистрибьюция) с целью нахождения своих покупателей и рыночной ниши.

- работа с общественностью благодаря пропаганде своей предпринимательской деятельности среди имеющихся и потенциальных покупателей, своих работников, чтобы добиться их признания и поддержки.
- текущая управленческая работа по приспособлению системы маркетинга к новым условиям фирмы.

В целях повышения эффективности учета основными структурными подразделениями мнений и пожеланий потребителей нами предлагается решение следующих задач:

-вывить существо проблемы, которая стоит перед Потребителем, и предложить ему приемлемый для него вариант её решения с использованием продукции предприятия;

-проконсультировать Потребителя о потребительских и технических характеристиках продукции, организации сервисного обслуживания;

- дать информацию о наличие продукции на складе, ценах и условиях расчета и поставки её;

-сформировать у Потребителя положительный имидж предприятия;

Создание такой структуры на предприятии положительно скажется не только на росте объёмов продаж, но и будет способствовать более точному учёту мнений Потребителей при разработке новых видов продукции, совершенствовании организации сервисного обслуживания и формированию положительного имиджа предприятия.

Таким образом, формирование грамотной маркетинговой

стратегии для хозяйствующих субъектов позволяет сконцентрировать все творческие силы на наиболее перспективном направлении для того, чтобы нанести точный удар, сразу завоевав целевую аудиторию, и выйти на оперативный простор в качестве безоговорочного лидера в своём сегменте рынка.

2.Основные группы потребителей на рынке инновационных продуктов/услуг

Маркетинговые действия обычно сориентированы на конкретный, определенный рынок (целевой рынок), или сегмент, где фирма может обеспечить себе наиболее высокую рентабельность и на который она нацеливает свою деятельность.

Сегмент рынка - часть определенного товарного рынка, на котором определенная группа покупателей ориентируется на определенную модификацию изделия. Сегментация рынка позволяет обнаружить незаполненные пространства, т.е. ниши рынка, сравнивая текущие предложения рынка с уровнем удовлетворения спроса покупателей. «Правильный» потребитель отличается от других тем, что ему нужен именно этот продукт и у него достаточно денег на его приобретение. Этих потребителей должно быть достаточно много, чтобы обеспечить рост бизнеса. Планируя выход на рынок с инновационным продуктом, фирма должна получить ответы на ряд вопросов (см. рис. 11.1).³²

³² Brain C. Twiss Managing Technological Innovations, London, 1974

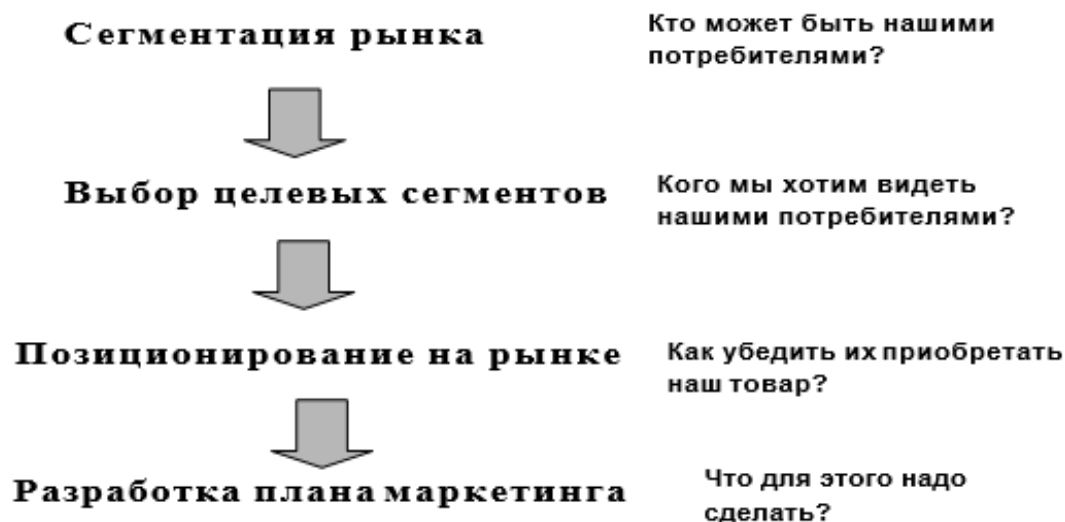


Рис. 11.2. Выведения инновационного продукта на рынок³³

Далее можно принимать решение относительно выбора сегмента рынка. Процесс деления рынка на части (выбор целевого рынка), т.е. **сегментация** происходит по двум направлениям (признакам): а) сегментация по группам потребителей; б) сегментация по параметрам продукции. Другими словами, следует получить ответы на следующие вопросы:

Во-первых, для *каких групп пользователей* предназначено данное изделие, а также в каких отраслях и для каких целей оно может использоваться.

Во-вторых, какие функциональные и технические параметры продукции имеют ключевое значение для повышения ее конкурентоспособности, над какими еще предстоит поработать, чтобы они в наибольшей степени удовлетворяли запросы конкретных потребителей.

³³ «Экономика инновации» учебник для студентов Москва 2016год.

Как ученые, проводящие замечательные исследования на третьем этапе развития теории инноваций, следует отметить следующее:

С.Ю.Глазев является основателем концепции «технологии». По его словам, технология представляет собой поколение, которое взаимосвязано и одно за другим взаимозаменяемо. Хотелось бы сказать, что концепция «технологического знания» была основана на теории «больших волн» русским ученым Д.Кондратьевым. Первый технологический отрыв происходит от первой конкретной волны, второй волны второй волны. В настоящее время постиндустриальные страны находятся на пути к шестому технологическому прорыву.

Американский экономист Б.Твисс рассматривает факторы, которые связаны с инновациями как процесс и успех инноваций. Как он отметил, инновация – это процесс, в котором открытие или идея имеют экономическую сущность.

Кристофер Фримен является основателем концепции «национальных инновационных систем» (MIT)³⁴. Фримен утверждает, что MIT является «сетью частных и государственных учреждений и организаций, функционирование и взаимодействие которых приводит к появлению, импорту, модификации и распространению новых технологий».

На ранних рынках для инновационных компаний характерны завышенные ожидания от продукта при недостатке финансирования, при этом они сталкиваются со следующими основными проблемами: недостаток опыта по продвижению товара на рынок, продажа так

³⁴ www.search.ebscohost.com

называемого «фантомного продукта», необходимость преодолеть «трещину» между энтузиастами и провидцами. На этом этапе развития рынка выделяются следующие две группы клиентов: *Новаторы* (технологические энтузиасты) и *Ранние последователи* (провидцы). Каждая из этих групп имеет свои особенности.

Чтобы преодолеть пропасть между ранним рынком и основным, инновационной компании необходимо сосредоточиться на следующей группе потребителей - раннее большинство (прагматики). Если на раннем рынке главная задача инноватора – не брать на себя завышенных обязательств, то на основном рынке уже важно зарабатывать деньги.

Для этого потребуются решить всего три проблемы:

- преодолеть «пропасть» между провидцами и прагматиками;
- сформировать целостный продукт;
- заняться развитием инфраструктуры.

Таким образом, факторами успеха в битве за основной рынок и преодоления «пропасти» являются:

- целевой покупатель (нишевой рынок),
- готовое решение (целостный продукт),
- партнеры и союзники;
- грамотная система дистрибуции;
- правильное ценообразование;
- эффективное позиционирование.

На рынке инновационных продуктов необходим плавный переход от одного этапа развития рынка к другому, от одной группы потребителей к другой - через преодоление «трещин» и «пропасти».

Другими словами, сначала фокусируемся на новаторах, затем начинаем работать с ранними последователями, позже привлекаем раннее большинство и начинаем ориентироваться на позднее большинство, и в конце обращаем внимание на увальней.

3.Современные инновационные маркетинговые стратегии в Республике Узбекистан

Согласно Указа Президента Республики Узбекистан «Об утверждении стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019 — 2021 годы». Важным условием динамичного развития Республики Узбекистан является ускоренное внедрение современных инновационных технологий в отрасли экономики, социальную и иные сферы с широким применением достижений науки и техники.

Стремительно развивающиеся все сферы общественной и государственной жизни страны требуют тесного сопровождения проводимых реформ на основе современных инновационных идей, разработок и технологий, обеспечивающих быстрый и качественный рывок страны в ряды лидеров мировой цивилизации.

Вместе с тем, проведенный анализ показал недостаточную работу по инновационному развитию процессов модернизации, диверсификации, увеличению объемов производства и расширению товарной номенклатуры конкурентоспособной продукции на внутреннем и внешнем рынках.

В частности, из-за отсутствия многих показателей и неэффективной координации работы в данном направлении наша

страна в последние годы не принимает участие в рейтинге Глобального инновационного индекса, составляемого влиятельными и авторитетными международными структурами.

Низкий уровень взаимодействия отраслей экономики и социальной сферы с научными учреждениями, отсутствие должной координации деятельности министерств и ведомств, а также органов государственной власти на местах в сфере инновационного развития не позволяют обеспечить достижение первоочередных целей и задач в данном направлении.

В целях ускоренного развития страны на основе современных достижений мировой науки, инновационных идей, разработок и технологий, а также последовательной реализации задач, определенных Стратегией действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017 — 2021 годах:

Показатели качества продукции и услуг, выпускаемые в Узбекистане, республиканскими научно-исследовательскими и совместными предприятиями на Республиканской ярмарке инновационных продуктов, технологий и технологий, ярмарки промышленных ярмарок и кооперативов соответствие требованиям международного стандарта ISO/IEC, а также импортно-замещающие и ориентированные на экспорт товары, произведенные в Узбекистане. В настоящее время меняется повседневная жизнь и динамика нашей страны, анализируются результаты маркетинговых исследований по обновлению экономики, отбору, планированию и реализации инновационной стратегии в обозримом будущем и долгосрочной

стратегии и, таким образом, укреплению имиджа Республики Узбекистан в мировом сообществе и в развитии экономики.

Д.Кондратьев создал основу инноваций в социальной и культурной сферах, то есть он является основателем теории инновационного развития в социальной сфере, идентифицируя несколько типов культуры и общества. По его словам, предпочтение одной из культур и обществ является особенностью общества, страны и культуры.

Таким образом, за последние 30 лет были созданы фундаментальные основы инновационного развития.

Следующий шаг в развитии инновационной теории развития

- не имеет фундаментальных свойств (от 40 до 70 лет). Многие ученые считают, что на это повлияла Вторая мировая война и послевоенное вооружение. Все исследования стали практичными. Однако в развитии теории инноваций был достигнут серьезный прогресс.

Основными проблемами этой эпохи выявлены английским ученым Ж.Д. Бернальским в монографии «Наука в истории». В этой монографии он оправдал взаимосвязь между научными, техническими и социальными инновациями. По его мнению, период развития науки обычно происходит в соответствии с экономической деятельностью и периодом технического развития.

В течение этого периода основное внимание уделялось уделению пристального внимания инновациям в экономическом росте. Одним из ученых, внесших значительный вклад в этом отношении, был С. Кузнец, который разработал идеи Шумпетера и Берналя. Он

сформировал экономический рост и в соответствии с которым устойчивый рост национального продукта, техническое развитие, идеологические, институциональные и другие изменения являются признаками экономического роста.

Анализ большого количества данных показывает, что основной движущей силой экономического роста являются научно-технические инновации. В условиях рыночной экономики малый бизнес и предпринимательство играют центральную роль в инновационном процессе, а инновации являются основным конкурентным инструментом в областях плохого технического развития. Она уделила особое внимание учреждениям, поддерживающим техническое развитие и экономическое развитие. Экономист первой половины двадцатого века Йозеф Алоис Шумпетер (1883-1950) представил механизм инноваций и механизм конкуренции, который является основным источником дохода, который выше нормы.

Три основных аспекта влияния Мартеке - перспективная отрасль. Первый - инновационный конкурс. Являясь первой компанией в конкурсе, инновационная компания также является лидером в области производства шатра.

Во-вторых, крупные фирмы стремятся постоянно совершенствовать поиск инноваций на рынке.

В-третьих, Кристенсен (1997) указал, что рыночный спрос является важным фактором в развитии инноваций.

4. Значение инновационных стратегий в инновационном маркетинге

В условиях глобализационных изменений и жесткой конкурентной среды на мировом рынке торговые и инвестиционные потоки создают экономическое пространство и требуется комплекс технологий инновационного маркетинга, таких как интернет-технологий, технологий брендинга и технологий защиты интеллектуальной собственности, которые должны позволить предприятиям успешно конкурировать в современных условиях.

В мировой практике существует четкая, выверенная годами практика утверждения маркетинговой стратегии. В статье мы расскажем о существующей классификации и системе утверждения маркетинговых стратегий, разберем подробно последовательность разработки продвижение товара на рынок и кратко остановимся на каждом виде маркетинговой стратегии предприятия. С помощью предложенной нами иерархии бизнес стратегий вы сможете разработать безошибочный план развития и продвижения компании в отрасли.

В стратегическом маркетинге и менеджменте выделяют 3 основных уровня маркетинговой стратегии: общие (или корпоративные) стратегии маркетинга, деловые и функциональные (или инструментальные) стратегии маркетинга. На рисунке ниже представлена описанная нами система маркетинговых стратегий предприятия в правильном порядке их утверждения.



Дадим краткую характеристику каждому типу маркетинговой стратегии.

Корпоративная маркетинговая стратегия

Корпоративная стратегия маркетинга заключается в разработке миссии, бизнес-целей и ценностей компании. Такая общая стратегия маркетинга определяет вектор развития компании и ассортимента, отражает основные амбиции компании в отрасли и задает правильные приоритеты всей маркетинговой деятельности. В литературе часто раздувается понятие миссии и наполняется избыточной идеологией, но если оставить все «духовности», то миссия может задать нужные рамки для работы.

Деловые стратегии бизнеса

После утверждения миссии и главных целей компании на рынке рекомендуется перейти к разработке деловых маркетинговых стратегии предприятия. Деловые стратегии маркетинга — основа любой маркетинговой деятельности компании. Без них сложно правильно наладить управление и работу отдела маркетинга. Они определяют характер взаимодействия компании с рынком, устанавливают приоритетность распределения ресурсов (персонал, бюджет, сырье, опыт) и акцентируют внимание на увеличении

прибыли компании. Данный тип маркетинговых стратегий позволяет взглянуть глобально на компанию, оценить ее возможности и правильно распределить ограниченные ресурсы для достижения максимальной прибыли. Выделяют 3 направления деловых стратегий:

Результатами сочетания в комплексе технологий инновационных направлений и маркетинговых возможностей в отдельных промышленных секторах страны могли бы стать стимулом всеобщей активности субъектов промышленности и привести к повышению конкурентоспособности отдельных крупных предприятий и отраслей экономики и интенсификации процессов участия российских брендов на мировых товарных рынках.

Усиление конкуренции требует развития бизнеса путем повышения рентабельности производства и расширения ассортимента. Компании, выпуская на рынок новые товары, расширяют свой ассортимент продукции, а также закрепляют за собой новую товарную категорию. Инновационный маркетинг является одним из направлений деятельности предприятия для обеспечения конкурентоспособности на отраслевом рынке.

Инновационный маркетинг как концепция маркетинга направлен на формирование или выявление спроса на рынке нововведений с целью удовлетворения запросов потребителей при использовании новых идей относительно товаров, услуг и технологий.

При правильном использовании инновационных маркетинговых технологий компании получают конкурентное преимущество — возможность прогнозировать поведение потребителей, заказчиков,

партнеров и конкурентов, а также оказывать на него активное воздействие.

Инновационный маркетинг в современном понимании представляет собой единство стратегий, философии бизнеса, функций и процедур управления и методологической основы.

К основным принципам инновационного маркетинга относятся:

- нацеленность на достижение конечного практического результата инновации, ориентация на захват определенной части рынка нововведений в соответствии с долгосрочной целью, которая поставлена перед инновационным проектом;
- интеграция исследовательской, производственной и маркетинговой деятельности в систему управления предприятия; ориентация на долгосрочную перспективу, которая требует проведения маркетинговых исследований, получения на их основе идей относительно инноваций, которые обеспечивают высокоэффективную хозяйственную деятельность;
- применение взаимозависимых и взаимосогласованных стратегий и практики активного приспособления к требованиям потенциальных потребителей инновации с одновременным целенаправленным излиянием на их интересы.

Современный этап теории инновационной стратегии начинается с немецкого ученого Герхарда Менна «Технологическое развитие: инновация за депрессией», посвященная теории больших волн Кондратьева и Шумпетера. Он пытался связать экономический рост и периодичность (в результате основных новостей).

Он считает, что когда основные новости теряют свой потенциал, возникает техническая жалкая ситуация. Результаты его исследования можно резюмировать следующим образом:

- Разработал S-модель инвестиций, описывающих жизненный цикл технического слоя;
- Ввел понятие «Технологический образец», без которого невозможно отказаться от него без инноваций;
- Инновационная разработка будет проходить после фазы депрессии.

Основатель теории конкурентных преимуществ М.Портер признает, что его теоретические взгляды на инновации внесли значительный вклад в развитие теории инноваций. Это нововведения и конкурентоспособности и сравнивает конкурентные преимущества компании с ее инновациями и внедрением.

Как ученые, проводящие замечательные исследования на третьем этапе развития теории инноваций, следует отметить следующее:

С.Глазев - основатель концепции «технологии». По его словам, технология представляет собой поколение, которое взаимосвязано и одно за другим взаимозаменяемо. Было бы правильно сказать, что концепция «технологического знания» была создана теорией Кондратьева «великих волн». Первый технологический прорыв происходит от первой бетонной волны, второй волны второй волны. придет. В настоящее время постиндустриальные страны находятся на пути к шестому технологическому прорыву.

Американский экономист Б.Твисс рассматривает факторы, которые связаны с инновациями как процесс и успех инноваций. Как он отметил, инновация - это процесс, в котором открытие или идея имеет экономическую сущность.

Кристофер Фримен является основателем концепции «национальных инновационных систем» (MIT). Фримен утверждает, что MIT является «сетью частных и государственных учреждений и организаций, функционирование и взаимодействие которых приводит к появлению, импорту, модификации и распространению новых технологий».

Во второй половине XX века типичный пропагандистский ритм на Западе был описан в классической антропологии предсказания, созданной руководителем Российской школы прикладных наук И. В. Бестиевым-Ладой. В десятках фундаментальных работ, которые противоречат интеллектуальным и политическим кругам, перспективы глобального развития доказаны в различных сценариях - от самого высокого цвета до катастрофических состояний. Существует множество глобальных моделей, которые использовались для обоснования некоторых долгосрочных сценариев того или иного прогноза. Этот проект является частью Организации Объединенных Наций, а в его Секретариате есть перспективная и перспективная исследовательская группа. Экспертная группа ООН во главе с лауреатом Нобелевской премии В.В.Леонтьевым разработала прогнозы развития мировой экономики до 2000 года на основе межрегиональной модели межсекторального баланса в 70-х годах прошлого века.

Однако к концу 1980-х годов как Запад, так и бывший Советский Союз стали терять свое господство. Причина этого была простой: от глобального индустриального общества до постиндустриального общества тенденции изменились, и появился глубокий бифуркационный кластер. Предыдущие предсказания и их методологические основы утратили свое влияние в этой среде, и новая методология еще не разработана.

В переходный период траектория социальных и технологических систем радикально меняется. Некоторые из них остаются в прошлом, а новые заменяются и широко распространены во всем мире. Трудность ожидания в этот период объясняется также традиционным революционным парадоксом - различиями между заявленными целями и результатами, достигнутыми на практике. Тем не менее, одна из последних работ 20-го века, одна из последних работ 20-го века, указывает на основы человеческого развития, ликвидацию экологических и цивилизационных кризисов и необходимость разработки долгосрочной стратегии: «Возникновение цивилизации жизненно важно это важно. Его следует координировать с природоохранной стратегией. Это качественное нововведение, которое сопровождается ростом его власти в истории человечества. Ниже приводятся данные об экспорте и импорте научных разработок и технологий (Таблица 11.1).

Таблица 11.1

Экспорт и импорт научных разработок и технологий
(в миллионах долларов США)³⁵

Годы	США		Германия		Южная Корея		Китай	
	экспорт	импорт	экспорт	импорт	экспорт	импорт	экспорт	импорт
2014	123334	36088	10717	73400	4399	7415	743	14706
2015	124439	38660	10262	6377	3903	8617	1044	17749
2016	127927	38999	13114	8425	4328	9837	887	21033
2017	130361	42124	13797	8122	5167	70546	676	22614

У нас не только экологический, но и цивилизационный кризис. По сути, мы находимся на совершенно новом уровне в истории цивилизации, но мы стоим на антропогенном уровне, и у него есть общая цель - разработать ежедневную стратегию для всех народов. Такая стратегия не может быть разработана практически без долгосрочных прогнозов, нет альтернативы развитию природы и общества.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Перечислите основные черты рынка инновационных продуктов и услуг?
2. В чем специфика маркетинга инноваций?
3. Какие стратегии наиболее подходят для вывода

³⁵ www.search.ebscohost.com Международная платформа научных статей.

инновационных товаров на ранние рынки?

4. Что такое сегментация рынка и какие направления она включает?

5. Дайте определение и понятие циклическим волнам Н.Кондратьева?

6. Для чего нужно сегментировать потребителей?

7. Какие этапы включает инновационный проект?

8. Расскажите о маркетинговых стратегиях, применяемых в Узбекистане.

9. Что вы понимаете под инновационной стратегией?

10. Как инновационная стратегия применяется в инновационном маркетинге?

11. Кто ввел понятие технологический образец?

12. Какое имеет значение влияние инновации на развитие общества?

13. Как создать работающую миссию в компании?

14. Каким образом установить цели маркетинга «с нуля»?

ГЛАВА 12. НАУЧНЫЕ ОТКРЫТИЯ, ИЗОБРЕТЕНИЯ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ, ПОИСК ПАТЕНТОВ И ПАТЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИИ

1. Закон Республики Узбекистан «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах»

Закон Республики Узбекистан «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах» был принят 06.05.1994г. и изменен 30.07.2008г. Основной целью настоящего Закона является регулирование отношений в области правовой защиты и использования изобретений, полезных моделей и промышленных образцов в Республике Узбекистан. Законодательство о промышленной собственности и других документах. Государственное патентное ведомство Республики Узбекистан обеспечивает реализацию государственной политики в области правовой охраны промышленной собственности.

Патентное ведомство принимает на рассмотрение заявки на выдачу патента на промышленную собственность, проводит государственную экспертизу, представляет их государству, предоставляет патенты на промышленную собственность, публикует официальный бюллетень, принимает положения и разъясняет и осуществляет иные полномочия в соответствии с Положением о патентном ведомстве, утвержденным Кабинетом Министров Республики Узбекистан (Таблица 12.1).

Узбекистан с 1991 года является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС). Всемирная организация

интеллектуальной собственности на сегодняшний день объединяет в своих рядах более 180 стран мира. Указом Президента Республики Узбекистан «О создании Агентства интеллектуальной собственности Республики Узбекистан» от 24.05.2011 г. на базе Государственного патентного ведомства и Узбекского Республиканского агентства по защите авторского права, действовавших независимо друг от друга в области интеллектуальной собственности, было организовано Агентство интеллектуальной собственности Республики Узбекистан. В результате этого для нашего народа были созданы более благоприятные условия для эффективного пользования свободами научно-технического творчества. Была создана целостная система по осуществлению единой государственной политики в области интеллектуальной собственности, обеспечению единого подхода в проведении в жизнь этой политики, подготовке и внедрению международных договоров в данной области.

Положение об Агентстве по интеллектуальной собственности Республики Узбекистан утвержден постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан №-394 от 24 ноября 2016 года.

Структура Агентства по интеллектуальной собственности Республики Узбекистан утвержден постановлением Президента ПП-2637 "О мерах по совершенствованию деятельности Агентства по интеллектуальной собственности Республики Узбекистан" от 20 октября 2016 года.

На Агентство интеллектуальной собственности Республики Узбекистан было возложено ряд таких важнейших задач в области развития интеллектуальной собственности, как защита изобретений,

промышленных образцов, полезных моделей, товарных знаков и других объектов интеллектуальной собственности, защита обладателей прав на эти объекты интеллектуальной собственности, оказание помощи и поддержки в широком внедрении в производство инновационных технологий и изобретений, научно-технических и промышленных разработок, селекционных достижений, художественно-конструкторских и других видов творческих разработок, а также проведение экспертизы объектов интеллектуальной собственности и их государственная регистрация, разработка единой позиции по вопросам защиты интеллектуальной собственности и защита интересов Республики Узбекистан в данной области на международной арене, обеспечение участия Республики Узбекистан в деятельности международных и региональных организаций. В ходе близкого сотрудничества Агентства по интеллектуальной собственности с международными организациями в области интеллектуальной собственности создаются благоприятные условия для внедрения достижений науки и техники в инновационное предпринимательство. Это, в свою очередь, является важным подспорьем для поддержки экономического роста нашей страны, дальнейшего развития рыночной экономики и подъема интеллектуального престижа нашей страны, улучшения благосостояния нашего народа.

Таблица 12.1

**Изобретение, полезная модель, заявление о
промышленном дизайне³⁶**

№	Заявка на изобретение включает в себя:	Приложение для служебной модели включает в себя следующее:	Заявка на промышленный образец должна включать следующее:
1.	Если автору (соавтору) изобретения и названию патента предлагается сделать это, это лицо, а также место жительства или адрес.	Если автор (соавтор) полезной модели и его / ее назначение должны выдать патент, это лицо, а также место его жительства или места жительства.	Автор (соавтор) промышленного образца и чей титул патент должен предоставить патент для этого лица, а также место их жительства или адрес
2.	Хорошо описательное описание изобретения для его реализации	Если автор (соавтор) полезной модели и его / ее назначение должны выдать патент, это лицо, а также место его жительства.	Покупка продукта, который дает вам полную информацию о внешнем виде товара, представляет собой набор изображений
3.	Формулы, которые представляют суть изобретения и полностью соответствуют её описанию.	Формулы, которые описывают суть полезной модели и полностью соответствуют её описанию	Если необходимо раскрыть сущность промышленного образца, необходимо описать общую схему описания эргономическую схему,

³⁶ Закон Республики Узбекистан "Об инвестиционной деятельности". Ташкент, 9 декабря 2014 г.

			конфиденциальную карту.
4.	Характеристики чертежей и других материалов. Когда необходимо понять содержание полезной модели, описание промышленного обозначения.	Чертежи и другие материалы, если необходимо, чтобы понять суть полезной модели.	Характеристики промышленного образца, отражающие совокупность основных характеристик.

2.Изобретение, товарный знак изобретения.

Лицензирование.

Изобретение – является техническим решением, относящееся к продукту (устройству, веществу, штампу, культуре клеток и.т.д.) или способу (процессу осуществления действий над материальным объектом с помощью материальных средств)

Полезная модель – охраняется техническое решение, относящееся к устройству (под устройством понимается деталь, узел или их взаимосвязанная совокупность). Полезная модель часто именуется малым изобретением.

В управлении инновационными процессами все большее значение приобретают вопросы защиты таких объектов интеллектуальной собственности, как средства индивидуализации: товарных знаков и знаков обслуживания, фирменных наименований, наименований мест происхождения, коммерческих обозначений, которые способствуют формированию имиджа и хорошей репутации

компании, благоприятного мнения потребителей о качестве и других достоинствах ее продукции.

Любое средство индивидуализации, используемое компанией, не только способствует узнаваемости ее продукции, но и является ценным нематериальным активом, который имеет балансовую и рыночную стоимость. Поэтому одной из задач управления интеллектуальной собственностью является защита прав на средства индивидуализации, которая лишает производителей подделок инновационных товаров возможности получать конкурентное преимущество.

Товарным знаком является обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, а знаком обслуживания – для индивидуализации выполняемых ими работ или оказываемых услуг. На практике это обозначение помогает владельцу товарного знака закреплять за собой определенный рыночный сегмент или его нишу, что дает ему преимущество в бизнесе.

Бросающийся в глаза, отличный от других товарный знак может быть неотъемлемой частью маркетинговой стратегии инновационного предприятия, поэтому профессиональная разработка товарного знака может представлять собой надежные инвестиции в будущее. На товарный знак и знак обслуживания признается исключительное право, обладателем которого может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель.

Правовая охрана исключительного права на товарный знак возникает только в силу его регистрации и только на территории той

страны, в которой он зарегистрирован. На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство, которое удостоверяет приоритет товарного знака, исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Право на фирменное наименование относится к числу имущественных прав, оно не может быть отделено от предприятия, а значит невозможно лицензирование фирменного наименования или его продажа без продажи предприятия.

Лицензирование

Целью инновационной деятельности организаций может быть не только выход на рынок с новыми продуктами и услугами, усовершенствование уже освоенной продукции, повышение эффективности применяемых технологий, но и получение прибыли от продажи самих инноваций. Лицензирование является одним из широко используемых способов коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности

Лицензия (от латинского "licentia" - позволение, право) - это юридический документ, на основании которого одно физическое или юридическое лицо (лицензиар), обладающее исключительным правом на объект интеллектуальной собственности (патентом на изобретение, полезную модель или промышленный образец), передает другому лицу (лицензиату) на определенных условиях право на использование этого охраняемого объекта. Лицензии выдаются на условиях, оговоренных сторонами в лицензионном договоре, который заключается в письменной форме и подлежит государственной регистрации.

Роялти – это периодические отчисления от дохода покупателя в течение периода действия лицензионного соглашения, сумма которых определяется в зависимости от экономических результатов использования предмета лицензии (процент от полученной лицензиатом прибыли или объема продаж инновационной продукции и т.п.). Экономический смысл роялти заключается в распределении полученной от использования лицензии прибыли правообладателя между ним и лицензиаром в согласованной пропорции, путем установления определенного процента от цены произведенной и реализованной продукции в пользу правообладателя. Поэтому можно говорить о том, что цена лицензии – это функция будущих продаж. В случае роялти вознаграждение правообладателю ИС полностью зависит от результатов использования инновации правополучателем (лицензиатом). Роялти используется для расчетов с лицензиаром в 80 - 90 % случаев заключения лицензионных соглашений.

Паушальный платеж - единовременный платеж, т.е. единовременная выплата твердой, заранее рассчитанной суммы. В этом случае размер вознаграждения правообладателю полностью не зависит от результатов использования интеллектуальной собственности лицензиатом.

В соответствии с постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 12 мая 2001 года № 222-II «О Перечне видов деятельности, на осуществление которых требуются лицензии» виды деятельности по воспроизведению, реализации, прокату аудиовизуальных произведений, фонограмм и программ для ЭВМ, а

также изготовлению фонограмм являются лицензируемыми видами деятельности.

Правоотношения вышеуказанных лицензируемых видов деятельности регулируется в соответствии с «Положением о лицензировании видов деятельности по воспроизведению, реализации, прокату аудиовизуальных произведений, фонограмм и программ для ЭВМ, а также изготовлению фонограмм», утвержденное приложением №1 к постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан от 15.03.2012 года №72 (далее – Положение).

Согласно пункту 3 Положения подлежат лицензированию следующие виды деятельности:

- воспроизведение аудиовизуальных произведений, фонограмм и программ для ЭВМ;
- изготовление фонограмм.

На право осуществления видов деятельности по воспроизведению, реализации, прокату аудиовизуальных произведений, фонограмм и программ для ЭВМ, а также изготовлению фонограмм выдаются типовые (простые) лицензии.

В соответствии с пунктом 5 Положения виды деятельности по воспроизведению, реализации, прокату аудиовизуальных произведений, фонограмм и программ для ЭВМ, а также изготовлению фонограмм осуществляются юридическими лицами.

Решения о выдаче лицензий, приостановлении или прекращении действия лицензии, а также ее аннулировании и переоформлении

принимаются Агентством по интеллектуальной собственности Республики Узбекистан (лицензирующий орган).

Этапы выявления открытий³⁷

Этапы идентификации изобретения	Работы, которые необходимо выполнить
1-этап	Исследование должно быть отделено от научных и практических инженерных исследований. Объект исследования может быть естественным или техническим и должен систематически реализовываться.
2-этап	Прогнозирование феномена явления, явления легитимности.
3-этап	Согласно открытию, предмет открытия формируется строго.
4-этап	Научные принципы обсуждаются общественностью.

2) Объекты промышленной собственности

Объектами промышленной собственности в соответствии со ст. 1(2) Парижской конвенции по охране промышленной собственности являются изобретения, полезные модели, промышленные образцы. Изобретение и полезную модель можно определить как техническое решение задачи, возникшей в сфере практической деятельности человека и обусловленной определенной

³⁷ Салихов С.А. Инновационный менеджмент. Учебник. Т.: ТГЭУ, 2013

общественной потребностью. Термин "техническое решение" употребляется в широком смысле именно как практическое средство удовлетворения конкретных потребностей. При этом следует иметь в виду, что не любое техническое решение может быть признано охраноспособным, а только то, которое соответствует требованиям и критериям, установленным соответствующими правовыми нормами.

Изобретение. Объект изобретения:

- устройство (например, машина, прибор, инструмент, деталь и др.)
- вещество (сплав, смесь, раствор, химическое соединение и др.)
- биотехнологический продукт (штамм микроорганизма и др.)
- применение устройства, способа, вещества, биотехнологического продукта по определенному (новому) назначению.

Объекты (технические решения) признаются изобретениями, если удовлетворяют следующим 3-м критериям:

- новизны,
- изобретательского уровня
- промышленной применимости.

Изобретение признается новым, если оно не является частью уровня техники.

Изобретение имеет изобретательский уровень, если оно для специалиста явным образом не следует из уровня техники.

Уровень техники включает любые сведения, ставшие общедоступными в мире до даты приоритета изобретения (мировая новизна).

Изобретение является промышленно применимым, если оно может быть использовано в промышленности, сельском хозяйстве, здравоохранении и других сферах деятельности.

Право на изобретение удостоверяется патентом. Заявка проходит формальную и патентную экспертизы. Патент действует в течение 20 лет с возможностью продления не более чем на 5 лет (если для применения средства, в котором использовано изобретение, требуется получение разрешения уполномоченного органа).

Штамм (strain, line, variety) - культура генетически однородных микроорганизмов, вирусов, опухолевых клеток и т.д. с одинаковыми морфологическими и биологическими свойствами.

Полезная модель

- Техническое решение, относящееся к устройствам и удовлетворяющее критериям новизны и промышленной применимости. Критерии аналогичны критериям изобретения. Требование изобретательского уровня к полезной модели не применяется.

- Право на полезную модель удостоверяется патентом. Заявка проходит формальную экспертизу. Патент действует в течение 5 лет с возможным продлением этого срока не более чем на 3 года.

Промышленный образец. Художественное или художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его

внешний вид. При этом под изделием понимается предмет как промышленного, так и кустарного производства.

Критерии:

- Новизна;
- Оригинальность.

Промышленный образец признается новым, если совокупность его существенных признаков не известна из сведений, ставших общедоступными в мире до даты приоритета.

Промышленный образец признается оригинальным, если его существенные признаки обуславливают творческий характер особенностей изделия. К существенным признакам относятся признаки, определяющие эстетические и (или) эргономические особенности внешнего вида изделия, его формы, конфигурации, орнамента и сочетания цветов.

Право на промышленный образец охраняется государством и удостоверяется патентом. Срок действия патента - 10 лет с возможностью продления на срок до 5 лет.

4.Субъекты промышленной собственности

Автор предмета промышленной собственности. Естественным человеком, создавшим объект промышленной собственности с его творческими усилиями, признается автором этого объекта.

Если предмет промышленной собственности создается на основе совместной творческой деятельности нескольких физических лиц, если иное не предусмотрено договором, заключенным между

ними, все они должны быть признаны равными соавторами одного и того же объекта.

Авторские права являются личными непередаваемыми и непередаваемыми правами.

Владелец патента. Одной из наиболее распространенных коммерчески значимых форм правовой охраны является патент, который обеспечивает патентообладателю исключительное (монопольное) право на использование объекта промышленной собственности и запрещает всем третьим лицам их использование в коммерческих целях без разрешения патентообладателя. Являясь одновременно правовым, техническим и информационным документом, патент выступает не только в качестве формы правовой охраны от несанкционированного использования, но и своеобразным экономическим стимулом для инвестиций в научные исследования и промышленность.

Права на объекты ИС ограничены территорией государства, выдавшего охранной документ или регламентировавшего другие формы охраны, и носят срочный характер. Патент на объект промышленной собственности предоставляется:

- изобретателя (изобретателя) или его (их) наследника (ов) предмета промышленной собственности;
- юридические и (или) физические лица, указанные в заявлении об изменении заявителя, поданного в Агентство до регистрации объекта промышленной собственности автором или его преемником (если они согласны);

- работодателю в случаях, предусмотренных настоящей статьей.

Право на патент на объект промышленной собственности, созданный сотрудником в связи с его служебными обязанностями или с конкретной работы, полученной от работодателя, принадлежит работодателю при условии, что это предусмотрено договором, заключенным между ними.

В случае, если работодатель сохраняет секретный предмет промышленной собственности, автор (совместные создатели) должен выплатить вознаграждение пропорционально размеру вознаграждения, указанному в договоре.

Автор (совместные изобретатели) предмета промышленной собственности, который не является патентообладателем, созданный в связи с выполнением его обязанностей или от конкретного поручения работодателя, имеет право на получение вознаграждения за использование соответствующего объекта промышленной собственности или продажу соответствующей лицензии. Размер вознаграждения, выплачиваемого создателю (совместным предпринимателям) за использование предмета промышленной собственности или продаже соответствующей лицензии, определяется соглашением между автором (совместными создателями) и работодателем.

Право владельца патента на использование объекта промышленной собственности. Если несанкционированное использование предмета промышленной собственности не нарушает права других владельцев патентов, в том числе права других на

использование объекта, использование такого использования приписывается патентообладателю, за исключением случаев, когда использование прав патентообладателя в соответствии с настоящим Законом не нарушается.

Использование предмета промышленной собственности, принадлежащего нескольким владельцам патентов, регулируется соглашением между ними. В отсутствие такого соглашения каждый владелец патента может использовать объект защищенной промышленной собственности по своему усмотрению, но без согласия других владельцев патентов предоставлять исключительную лицензию или передавать патент другому лицу.

Если владельцы патентов не используют или недостаточно используют предмет промышленной собственности в течение трех лет со дня регистрации патента, любое лицо, которое желает использовать и желает использовать объект охраняемой промышленной собственности, патентообладатель, по его отказу заключить лицензионное соглашение, может подать ходатайство.

5.Рассмотрение заявки на выдачу патента.

Агентство интеллектуальной собственности проводит официальное рассмотрение заявки на патентную заявку, а также включая официальное рассмотрение заявки на полезную модель и научно-техническую экспертизу существа заявки на изобретение или промышленный образец.

В течение двух месяцев со дня подачи заявки на выдачу патента заявитель имеет право вносить в него исправления, разъяснения или дополнения, без изменения содержания предмета

промышленной собственности, указанного в заявке. Поправки, разъяснения или дополнительные материалы в отношении заявки на выдачу патента могут быть поданы после истечения срока действия патента, но до тех пор, пока Патентное ведомство не примет решение о выдаче патента.

В случае нарушения установленных требований для подачи заявки на выдачу патента, заявителю предлагается представить исправление или недостающие материалы в течение трех месяцев с даты такого запроса. Если заявитель не представит заявку на продление запрашиваемых материалов или крайний срок, заявка на выдачу патента считается отозванной. Крайний срок может быть продлен не более чем через двенадцать месяцев после истечения срока действия, по просьбе заявителя.

По заявлению о выдаче патента на нарушение требований предмета промышленной собственности заявителю предлагается известить об этом заявителя в течение трех месяцев с даты составления запроса и указать разъяснение соответствующих документов. Другие предметы, включенные в оригинальные материалы заявки, могут быть разделены на отдельные приложения. Если заявитель не сообщает, какой из объектов, подлежащих рассмотрению, и не представляет проясненные материалы, объект изобретения, полезная модель или промышленный образец подлежат государственной экспертизе.

Крайний срок подачи заявителем материалов запроса на публичную экспертизу может быть урегулирован Агентством в случае, если причины, порождающие неизбежность продления

установленного срока и уплаты патентной пошлины. Запрос на продление пропущенных сроков может быть подан заявителем в течение двенадцати месяцев с даты истечения пропущенного срока.

Заявитель может отозвать заявку на выдачу патента на любом этапе государственной экспертизы до государственной регистрации объекта промышленной собственности в Государственном реестре.

Информация о патентных заявках должна быть конфиденциальной и не должна раскрываться без согласия заявителя или владельца патента. Раскрытие информации в материалах заявки до официального опубликования информации о заявке на изобретение или полезной модели или промышленного образца влечет за собой ответственность в соответствии с законом.

Формальное обследование. Официальное рассмотрение должно проводиться Агентством в течение двух месяцев с даты подачи заявки на выдачу патента. По просьбе заявителя формальная экспертиза может начинаться по истечении установленного срока. В этом случае заявитель лишается права вносить дополнения, исправления и разъяснения в материалы заявки по своей инициативе без уплаты дополнительных патентных сборов.

Степень, в которой предложение, представленное во время формальной экспертизы, соответствует предмету промышленной собственности, подлежащему правовой защите. Решение Агентства об итогах официальной экспертизы сообщается заявителю.

Заявитель может подать апелляцию в Апелляционный совет в течение трех месяцев с даты принятия решения. Апелляционный

совет должен рассмотреть апелляцию в течение двух месяцев со дня ее получения.

Рассмотрение заявки на полезную модель. В случае уплаты патентной пошлины Агентство рассматривает заявку на полезную модель. Патентный сбор может быть уплачен в течение трех месяцев с даты получения заявления о формальной экспертизе заявки на прием заявки на рассмотрение. В случае пропущенного срока заявка считается отозванной.

Если выясняется, что в результате экспертизы заявка не связана с объектами, защищенными полезными моделями, Агентство решает отказаться от выдачи патента, и заявитель должен быть уведомлен.

Если выясняется, что материалы заявки на полезную модель в результате экспертизы заявки соответствуют требованиям, Агентство принимает решение о выдаче патента на полезную модель, и заявитель уведомляется.

Патентное ведомство принимает на экспертизу заявки на выдачу патента на промышленную собственность, проводит государственную экспертизу, представляет их государству, предоставляет патенты на промышленную собственность, публикует официальный бюллетень, принимает правила и дает разъяснения по применению законодательства Республики Узбекистан и осуществляет иные полномочия в соответствии с Положением о патентном ведомстве, утвержденным Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

6. Научные открытия. Объекты исследования.

Определение открытий

Техническое изменение технологии производства или нового процесса может быть использовано для описания технических изобретений и открытий. Эти открытия могут изменить производство и затраты на уровне фирм и отраслей. Технологическое развитие в неоклассической модели роста дыхания было прекращено в результате открытий. Детали технологического процесса имеют несколько разделов.

Научное открытие – раскрытие и научное обоснование существующих закономерностей, сил и связей между явлениями, до этого неизвестных человечеству. Научное открытие далеко не всегда обладает элементом, необходимым для изобретения, а именно – промышленной осуществимостью. Если этот элемент имеет место в научном открытии., то налицо будет одновременно и научное открытие. и изобретение. Часто научное открытие лежит в основе изобретения, которое без научного открытия не могло бы иметь места. Пример: открытие электрической индукции и создание на основании этого открытия динамо-машины.

Цель открытия:

- подтвердить достоверность научного контента;
- Установление авторства и верховенства страны;

Признание характеристик изобретателя и предоставление ему привилегий;

- Содействовать решению научных проблем, связанных с открытием;
- Принятие и отчетность открытий, используемых в науке и технике для общественного использования (Таблица 2).

Закон Республики Узбекистан «О правовой защите программного обеспечения и баз данных для электронных вычислительных машин» был принят 06.05.1994 и изменен 05.04.2002 и 30.08.2002. Настоящий Закон регулирует отношения в Республике Узбекистан с созданием, защитой и использованием программ а также программных обеспечений для ЭВМ.

Правовая охрана компьютерных программ и баз данных в Республике Каракалпакстан также регулируется законодательством Республики Каракалпакстан.

Международные соглашения или договоры Республики Узбекистан устанавливают правила международного договора или соглашения, если существуют иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом.

Независимо от его функций и преимуществ авторские права на любое программное обеспечение и базу данных, созданные создателем (создателем), которые выражаются в творческих, печатных и непечатаемых, являются результатом творческой деятельности. Авторское право на компьютерную программу или базу данных останется неизменным до тех пор, пока не будет доказано обратное.

1. Сущность патентов, товарных знаков и лицензий

Одним из ключевых компонентов развития науки и техники является инновационная деятельность, факторы, способствующие этому направлению экономического развития, а также особенности организационных структур, поддерживающих и регулирующих инновационные процессы.

Таким образом, можно сказать, что условия, при которых инвестиционная деятельность в настоящее время реализуется в стране, описываются следующим образом:

- установление национальных целей и конкретных механизмов достижения целей, установленных законодательством в отношении ближних, средних и долгосрочных результатов;
- результаты государственных учреждений, на которые возложены задачи макроэкономической стабильности, не всегда соответствуют целям поддержки технологического развития и инноваций, а в некоторых случаях и противоречат им;
- необходимость государственной поддержки инновационной деятельности как средства обеспечения национальной безопасности, экономической стабильности и развития страны на современном политическом уровне.

Проведение инновационной политики, способствующей достижению национальных целей страны, можно резюмировать следующим образом:

- обеспечение национальной безопасности;

- достижение экономической стабильности, расширение возможностей экономики и увеличение общей мощности;
- технологическое переоснащение промышленности, повышение конкурентоспособности отечественных товаров и услуг на мировом рынке;
- сохранение и рациональное использование природных ресурсов, решение экологических проблем;
- создание возможностей для решения социальных проблем населения, обеспечения достойного уровня жизни, соблюдения налогового законодательства и образования;
- Обеспечение национальных потребностей в продовольствии, сырье, материалах и энергии.

Из опыта других стран компоненты инновационного процесса могут быть отражены следующим образом:

- ученые и сети, учреждения, университеты и фирмы несут ответственность за свои проекты исследований и разработок, которые финансируются или иным образом поддерживаются государством. Вышеупомянутые организации занимаются производством интеллектуальной продукции в виде отчетов, различных документов, изобретений, научных статей и подготовки научных кадров;
- технические и производственно-технические организации - они обладают инновационными ноу-хау, работают над первоначальными проектами, участвуют в создании и тестировании тестовых образцов, подготовке технических спецификаций, патентов, стандартов и правил. Эти структуры должны иметь мощные производственные

мощности, профессиональные и технологические центры для отбора проб;

- образовательные и учебные структуры для квалифицированного персонала, необходимые для решения текущих проблем инновационной деятельности, а также технических и научных кадров;

- организации, которые координируют исследования и реализацию проектов, а также их отношения в промышленном секторе;

- консалтинговые организации, занимающиеся изучением спроса на продукцию и услуги и их производство;

- научно-технические информационные услуги - они собирают, готовят и распространяют информацию о потенциальных проектах;

- Структуры рынка, объединяющие профессионалов и специалистов по продажам.

Патентование означает набор всех иностранных товарных знаков и патентов для организаций, предприятий и отдельных граждан Республики Узбекистан с целью получения изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, а также товарных знаков.

«Сущность патентов, товарных знаков и лицензий может быть объяснена законами теоремы Куза. По словам Куза, процесс патентования должен охватывать не только экономический эффект, но и проблему экологической чистоты и безопасности. Предоставить патентообладателю патент при подаче патента

рекомендации по загрязнению и отдельный подход, применяемый системой налогообложения, могут предоставляться как долг или долг ».

В то же время он выполняет обязанность получения патента для граждан и организаций Республики Узбекистан и помогает заявителю в регистрации документов (актов, сертификатов и т. д.) Из юридических описаний. отправляет заявку за границу, контакты с иностранным патентным ведомством (через уполномоченных представителей патентного ведомства в иностранном патентном ведомстве), решения Патентного ведомства, запрос и перевод представителей патентного ведомства, уполномоченных на получение патентов; а также оказание помощи странам в области промышленной собственности в патентных, административных, административных и других ведомствах.

Патент подтверждает право на использование авторского права, приоритетов и патентов в течение определенного периода времени.

Патентная защита изобретений обеспечивает правовую защиту национальных продуктов на международном рынке лицензий, предусматривает разработку лицензионной торговли технической документацией и новыми технологиями.

Национальные и региональные патенты отличаются (например, зарегистрированы в Европейском патентном ведомстве).

Патенты служат источником информации о новых научно-технических достижениях для менеджера инноваций, которым необходимо знать о ситуации на рынке инновационных продуктов.

2. Патентное распространение.

Концепция лицензионного соглашения

Порядок регистрации патента в Cheetlee.

Если патентообладатель принимает решение о патентовании промышленной собственности за рубежом, он должен подготовить описание промышленной собственности (ее описание), если оно не будет исключено или не требуется в соответствии с обычной приоритетной заявкой или другими обстоятельствами. Патентное право страны, предназначенное для патентирования промышленной собственности, характеризуется растущим спросом на узбекском и иностранном языках. Это описание должно быть воспроизведено в достаточных экземплярах, и Патентное ведомство Республики Узбекистан утверждает описание и дизайн промышленной собственности с помощью патентной службы за рубежом.

«По словам Куза, в странах, где патентная система тесно связана с правами собственности, должен существовать другой подход к конкурентным или непатентованным продуктам, а именно: патенты должны определять конкурентоспособность типа продукта комитетом по имуществу. Вот почему такие заявления имеют экономическое значение».

Патент направляет материалы патентной заявки в Патентное ведомство для утверждения, которое в течение одного месяца обеспечивает согласование материалов заявки с авторами или возвращает их комментарии в Патентное ведомство. Если в течение установленного срока нет информации, доступной в организации,

Патентное ведомство считает, что материал должен быть согласован. В любом случае дела, связанные с скоординированными материалами заявки, не должны приводить к потере условности.

В течение одного месяца со дня получения решения о патентах на промышленную собственность патентная организация объявляет о патентовании всей информации об авторах, заявителей в Патентное ведомство Республики Узбекистан в области патентования патента на изобретение и регистрацию, Республика Узбекистан направляет в Патентное ведомство Республики Узбекистан заявку на иностранные патентные ведомства на патентование промышленной собственности и осуществляет переписку с ними.

Порядок патентоспособности технических средств и чистота патентов.

Помимо патентов промышленной собственности, развитие экономических, научно-технических отношений Республики Узбекистан с иностранными государствами также создает другие проблемы патентного характера. Одним из них является определение чистоты технологической промышленности в Турции, а также промышленных продуктов (машин, оборудования). Необходимость сохранения чистоты патента на продукцию, производимую предприятиями Республики Узбекистан, возникает в связи с экспортом оборудования страны. Также необходимо техническое сотрудничество в строительстве иностранных компаний и растущее число патентов, выданных иностранными компаниями и организациями в Республику Узбекистан. Патентная чистота - концепция, связанная с правовым статусом патентообладателя.

Нарушение прав патентообладателя приводит к аресту, штрафам, а иногда и к коллективизации товаров в ряде стран. Владелец патента может потребовать возместить ущерб, причиненный таким нарушением.

Патент в этой стране считается чистым, если устройства, машины, методы производства или другие объекты не противоречат патенту, действующему в стране.

Понятие патентной чистоты не следует путать с понятием патентоспособности. Разница заключается в том, что термин «чистота патентов» относится к материальным объектам (машинам, устройствам и т. д.), А термин «патентоспособный» относится к техническому решению. Чистота патентов означает, что конкретный продукт не подвергается нарушению патентного права.

Патентная чистота не отличается от патентов, доступных в других странах, поэтому ни один другой патентный владелец не утверждает. Если патент на техническое решение доступен, решение будет запатентовано.

Очевидность и патентоспособность патентов могут возникать одновременно, но их сущность различна. Точно так же патентоспособность является законной собственностью технологического объекта и является возможностью того, что доступ к патентам в этих странах свободен от угрозы третьей стороны. Чистота патентов может относиться к конкретной стране или нескольким странам. Согласно территориальному описанию права на промышленную собственность, патент может быть предметом патента на конкретный объект, такой как патент, выданный в

Соединенных Штатах, и может иметь патентоспособность Индии. Разрешение на патент также зависит от срока действия патента, предоставленного в этой стране.

10. Подача заявки на патент, лицензию и сертификат

29 августа 2002 года был принят Закон Республики Узбекистан №397-II «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах». Данный определяет правовые, экономические, организационные основы и порядок охраны и использования изобретений, полезных моделей и промышленных образцов.

Данный Закон регулирует отношения, возникающие в связи с созданием правовой охраной и использованием изобретений, полезных моделей и промышленных образцов (объектов промышленной собственности).

Государственное патентное ведомство Республики Узбекистан в соответствии с этим Законом осуществляет единую государственную политику в области охраны объектов промышленной собственности.

Патентное ведомство принимает к рассмотрению заявки на объекты промышленной собственности, проводит по ним государственную научно-техническую экспертизу, государственную регистрацию, выдает охранные документы, издает официальный бюллетень, правила и разъяснения по применению Закона «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах».

Источниками финансирования деятельности Патентного ведомства являются средства государственного бюджета, патентные

пошлины, а также плата за услуги и материалы, предоставляемые Патентным ведомством.

Право на объект промышленной собственности принадлежит автору (авторам) или его (их) правопреемнику (правопреемникам) и удостоверяется патентом, предварительным патентом.

Если несколько лиц создали объект промышленной собственности независимо друг от друга, то право на патент или предварительный патент принадлежит тому, кто первым подал заявку в Патентное ведомство.

Автор, на объект промышленной собственности которого в результате противоправного заимствования подана заявка либо получен патент или предварительный патент, имеет право подать протест против выдачи патента или предварительного патента либо потребовать передачи ему как владельцу права на патент или предварительного патента в судебном порядке.

Предварительный патент выдается после проведения предварительной экспертизы, а патент — после проведения экспертизы по существу.

Патент на изобретение удостоверяет новизну, изобретательский уровень, его действительность и исключительное право патентовладельца на владение, распоряжение и использование изобретения.

Патент на промышленный образец удостоверяет новизну и оригинальность промышленного образца, его действительность и исключительное право патентовладельца на владение, распоряжение и использование промышленного образца.

Патент на полезную модель удостоверяет новизну, действительность и на исключительное право патентовладельца на владение, распоряжение и использование полезной модели.

Обязанность доказывания недействительности патента в полном объеме правовой охраны или только части ее лежит на стороне, утверждающей его недействительность, и осуществляется в судебном порядке.

Предварительный патент удостоверяет исключительное право патентовладельца на владение, распоряжение и использование объекта промышленной собственности.

Исключительное право патентовладельца считается действующим с даты публикации сведений о патенте или предварительном патенте в официальном бюллетене Патентного ведомства.

Патент на изобретение действует в течение двадцати лет, патент на промышленный образец — в течение десяти лет, патент на полезную модель — в течение пяти лет, считая с даты приоритета или другой даты, устанавливаемой в соответствии с положением статьи 18 настоящего Закона.

Предварительный патент действует в течение пяти лет, считая с даты его приобретения.

Действие патента на промышленный образец и патента на полезную модель может быть продлено Патентным ведомством по ходатайству патентовладельца на пять лет и три года соответственно.

На объект промышленной собственности, защищенный предварительным патентом, может быть выдан патент после

проведения экспертизы по существу, ходатайство о проведении которой пода

Информация о патентных заявках должна быть конфиденциальной и не должна раскрываться без согласия заявителя или владельца патента. Раскрытие информации в материалах заявки до официального опубликования информации о заявке на изобретение или полезной модели или промышленного образца влечет ответственность по закону рис. (12.2).



Рис. 12.2. Виды лицензии по классификационным признакам

Если заявка на изобретение содержит информацию, составляющую государственную тайну в документах заявки, подача

заявки в соответствии с настоящей заявкой осуществляется в порядке, установленном законом.

Заявки на выдачу патента на рассмотрение Агентства не возвращаются заявителям.

Агентство проводит государственную экспертизу заявки на выдачу патента, официальное рассмотрение заявки на полезную модель и научно-техническую экспертизу существа заявки на изобретение или промышленный образец.

В случае нарушения установленных требований для подачи заявки на выдачу патента, заявителю предлагается представить исправление или недостающие материалы в течение трех месяцев с даты такого запроса. Если заявитель не представит заявку на продление запрашиваемых материалов или крайний срок, заявка на выдачу патента считается отозванной. Крайний срок может быть продлен не более чем через двенадцать месяцев после истечения срока действия, по просьбе заявителя.

По заявлению о выдаче патента на нарушение требований предмета промышленной собственности заявитель обязан в течение трех месяцев с даты получения запроса заявителю уведомить, какие из этих объектов следует рассмотреть, и разъяснить соответствующие документы рекомендуется. Крайний срок подачи заявителем материалов запроса на публичную экспертизу может быть урегулирован Агентством в случае, если причины, порождающие неизбежность продления установленного срока и уплаты патентной пошлины. Запрос на продление пропущенных сроков может быть

подан заявителем в течение двенадцати месяцев с даты истечения пропущенного срока.

Формальное обследование. Официальное рассмотрение должно проводиться Агентством в течение двух месяцев с даты подачи заявки на выдачу патента. По просьбе заявителя формальная экспертиза может начинаться по истечении установленного срока. В этом случае заявитель лишается права вносить дополнения, исправления и разъяснения в материалы заявки по своей инициативе без уплаты дополнительных патентных сборов.

Заявитель может подать апелляцию в Апелляционный совет в течение трех месяцев с даты принятия решения. Апелляционный совет должен рассмотреть апелляцию в течение двух месяцев со дня ее получения.

Заявитель может подать апелляцию в Апелляционный совет в течение трех месяцев с даты принятия решения. Апелляционный совет должен рассмотреть апелляцию в течение двух месяцев со дня ее получения.

Решение Апелляционного совета может быть обжаловано в суд в течение шести месяцев с даты принятия решения.

Агентство рассматривает заявку на полезную модель в случае уплаты патентной пошлины. Патентный сбор может быть уплачен в течение трех месяцев с даты получения заявления о формальной экспертизе заявки на прием заявки на рассмотрение. В случае пропущенного срока заявка считается отозванной.

Если выясняется, что в результате экспертизы заявка не связана с объектами, защищенными полезными моделями, Агентство решает отказаться от выдачи патента, и заявитель должен быть уведомлен.

Заявитель может подать апелляцию в Апелляционный совет в течение трех месяцев с даты принятия решения. Апелляционный совет должен рассмотреть апелляцию в течение двух месяцев со дня ее получения. Решение Апелляционного совета может быть обжаловано в суд в течение шести месяцев с даты принятия решения.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Какие Вы знаете законы Республики Узбекистан о научных открытиях, перечислите их?
2. Как Вы считаете, в чем сущность патентов?
3. Назовите, какие бывают виды лицензирования.
4. Как Вы думаете какова роль научных открытий в развитии экономики Республики Узбекистан?
5. Дайте понятие о видах лицензий?
6. Что такое сертификат в каких случаях его выдают?
7. Опишите каким образом осуществляется подача заявки на патент?
8. Какие существуют виды лицензии по классификационным признакам?
9. Основные разделы Концепция лицензионного соглашения?

ГЛАВА 13. ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ И СЕЛЕКЦИОННЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

1. Закон Республики Узбекистан «О селекционных достижениях» и его значение

Закон Республики Узбекистан «О селекционных достижениях» был принят 30.08.1996. Целью настоящего Закона является регулирование отношений в области создания, правовой защиты и использования селекционных достижений.

В законе используются следующие основные понятия:

Закон определяет сорт как группу растений, которая независимо от патентоспособности определяется признаками, характеризующими данный генотип или комбинацию генотипов, и отличается от других групп растений того же ботанического таксона хотя бы одним признаком. Сорт может быть представлен несколькими растениями, одним растением либо одной или несколькими частями растения при условии, что такая часть или части могут быть использованы для воспроизводства целых растений сорта.

Сорту предоставляется правовая охрана, если он обладает новизной, отличимостью, однородностью и стабильностью.

Сорт считается новым, если на дату подачи заявки на выдачу патента на сорт посадочный или плодовой материал этого сорта не продавался либо не передавался иным образом селекционером или его правопреемником или с их разрешения другими лицами для использования на территории Республики Узбекистан ранее, чем за один год до даты подачи заявки, а на территории любого иного

государства - ранее, чем за четыре года до даты подачи заявки. Указанная льгота по новизне для иностранных граждан и юридических лиц в отношении древесных культур и винограда устанавливается на срок в шесть лет до даты подачи заявки.

Сорт считается отличимым, если он явно отличается от любого другого сорта, существование которого к моменту подачи заявки является общеизвестным.

Сорт считается однородным, если с учетом особенностей его размножения растения этого сорта достаточно однородны по своим признакам.

Сорт считается стабильным, если его основные признаки остаются неизменными после неоднократного размножения или в конце каждого цикла размножения (в случае особого цикла размножения). Право на сорт удостоверяется патентом.

“Сорт”- представляет собой группу растений, которая определяется критериями, которые отличают ген от рода до гена, комбинацию генотипов или генотипов, а одна ботаническая таксономия отличается от одной или нескольких других групп растений. Клоны, линии, гибриды первого поколения, охраняемые виды;

Патент действует в течение 25 лет с даты регистрации сорта в Реестре охраняемых сортов. Семя представляет собой группу животных (включая домашнюю птицу, насекомых, шелкопряда) или их гибридов, генетически взаимосвязанных с их биологическими и морфологическими характеристиками и симптомами, а некоторые из этих характеристик и симптомов специфичны для этой группы и

отличных от других животных. Порода - порода, внутренний (зональный) тип, заводской тип, заводская линия, семейство породы, партеноклоны, линии, виды, защищенные гибридами;

Работодатель - юридическое или физическое лицо, которое поручило создать селекционное достижение и финансирует выполнение задания; Лицензиат является патентообладателем, который предоставляет лицензиату право использовать селекционное достижение на основании лицензионного соглашения;

Лицензиат - юридическое или физическое лицо, получившее право использовать селекционное достижение у лицензианта на основании лицензионного соглашения;

Патентный владелец - владелец патента, предоставленного для селекционного достижения;

Выборочное достижение - новая порода растений, новая порода животных;

Испытания селекционного достижения, указанные в заявке, проверяются на соответствие критериям дифференциации, единообразия и стабильности. Испытания селекционного достижения в заявке должны проводиться в соответствии с процедурами и условиями, установленными специализированными организациями, на государственных навигационных станциях, областями государственной экспертизы и другими организациями, утвержденными Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

Иностранные юридические и физические лица пользуются правами, предусмотренными настоящим Законом, наравне с

юридическими и физическими лицами Республики Узбекистан или принципами урегулирования.

2. Отборные достижения. Типы и разновидности растений, породы животных и их требования

Технологические новинки являются результатом конкретной целевой деятельности человека, такой как создание нового вида растения или нового типа животных посредством творческой работы.

Порода представляет собой группу растений, которая определяется критериями, которые отличают ген от рода до гена, комбинацию генотипов или генотипов, а одна ботаническая таксономия отличается от одной или нескольких других групп растений. Клоны, линии, гибриды первого поколения, охраняемые виды. (Таблица 13.1)

Таблица 13.1.

Документы, прилагаемые к заявке на патентную заявку

№	Заявка на выдачу патента должна включать следующее:
1.	Создатель (совместные создатели) и патент, на имя которого запрашивается патент, лицо (лица), а также их место жительства или адрес;
2.	Название селекционного достижения;
3.	Описание селекционного достижения (технический осмотр);
4.	Фотография образцов селекционных достижений;

5.	Документы об испытаниях селекционных достижений, выданные заявителем;
6.	Заявление заявителя о неприменении селекционного достижения, его неторговании, передаче другому лицу и его соответствии требованиям новизны;
7.	Документ, подтверждающий приоритет селекционного достижения (при необходимости);
8.	Обязательство представить материал для проверки селекционного достижения заявителя в специализированную организацию в установленный срок;
9.	Доверенность, предоставленная им патентным поверенным или уполномоченным агентом;
10.	патентный сбор должен быть уплачен в установленной сумме или освобожден от уплаты патентной пошлины, а также документ, подтверждающий основания для его уменьшения.

Промышленный образец - это реализация направления человеческой творческой деятельности, имеет четкую цель и круг потребителей. Согласно определению, промышленные образцы включают художественные (дизайнерские) решения по появлению объекта. Промышленные образцы могут быть объемными (модели), плоскими (изображениями) или их комбинацией.

Каждое приложение содержит следующее:

- 
- заявление о выдаче патента или свидетельства в установленном порядке;
 - предложение об обозначении селекционного достижения;
 - Виды, характеристики породы (технический профиль);
 - фотографии образцов;
 - документы о результатах теста или породы, проверенные заявителем;
 - а также получает специальную декларацию о неприменении и неисполнении селекционного достижения заявителя и соответствии его требованиям к новизне.

3.Промышленные образцы. Промышленная применимость патентоспособности

Правовая охрана может быть предоставлена объекту, в случае если он соответствует критериям патентоспособности, установленным законом. Критерии патентоспособности применяются к таким объектам интеллектуальной собственности: изобретение, полезная модель и промышленный образец.

В соответствии с законодательством Республики Узбекистан новизна промышленного образца, его уникальность и его применение в промышленности - это требования к патентоспособности.

Промышленному образцу предоставляется правовая охрана, если он является новым и оригинальным. Промышленный образец является новым, если совокупность его существенных признаков, нашедших отражение на изображениях внешнего вида изделия, не известна из сведений, ставших общедоступными в мире до даты

приоритета промышленного образца. Промышленный образец признается оригинальным, если его существенные признаки обусловлены творческим характером особенностей изделия, в частности если из сведений, ставших общедоступными в мире до даты приоритета промышленного образца, неизвестно решение внешнего вида изделия сходного назначения, производящее на информированного потребителя такое же общее впечатление, какое производит промышленный образец, нашедший отражение на изображениях внешнего вида изделия.

Набор важных знаков промышленного дизайна, который определяет эстетические и (или) эргономические свойства продукта, признается новым, если он не является общедоступным через его престижные источники информации во всем мире. Набор существенных особенностей промышленного дизайна уникально признан художественной природой продукта. Промышленные образцы часто признаются промышленно применимыми, что позволяет проводить множественную переработку.

«Сегодня патенты на промышленные образцы являются наиболее рискованными. Именно по этой причине у нас так много «ошибок» на мировом рынке много раз. В чем заключается проблема? Чтобы узнать, компании должны ответить на ключевые вопросы, относительно которых, что и зачем нужны инновации ».

Виды промышленных образцов:

Промышленные образцы классифицируют на объёмные и плоскостные. Объёмные промышленные образцы имеют трёхмерную структуру, а плоскостные – двухмерную структуру.

Существенные признаки промышленного образца:

К таким признакам относят особенности внешнего вида промышленного образца, а именно сочетания линий, цветов, орнамент, текстура, фактура, конфигурация, форма изделия. Технические признаки изделия при патентовании ПО не рассматриваются.

НЕ подлежат патентованию в качестве промышленного образца:

- решения, у которых все признаки включают только технические функции изделия;
- решения, признаки и внешний вид которых идентичен ранее зарегистрированным решениям и может ввести потребителя изделия в заблуждение;
- объекты, имитирующие или воспроизводящие официальные наименования и символы, или включающие их узнаваемые отличительные части (гербы, флаги, ордена, клейма, печати и т.п.).

Промышленный образец может включать в себя вышеуказанные элементы с согласия соответствующего уполномоченного государственного органа, но правовая охрана на них распространяться не будет.

4. Шаблоны процедуры подачи патента и патентования

Заявка на выдачу патента в Республике Узбекистан для промышленного образца должна содержать:

- Заявка на патент или предварительный патентный грант в форме, предписанной лицом (лицами) промышленного образца, чья личность (ы) запрашивается патентообладателем (ами), а заявитель а также необходимую информацию.

- Коллекция фотографий, иллюстрирующих элемент, модель или изображение, в котором содержится подробное представление о внешнем виде продукта, позволяющее продукту определить набор основных функций, определяющих сферу правовой защиты.

- Схема внешнего вида продукта, эргономичная диаграмма, конфиденциальная карточка, если требуется для раскрытия промышленного образца.

- Описание промышленного образца должно включать внешний вид предмета, отображаемого на фотографии, с помощью слов и набора его основных характеристик.

- Заявление должно сопровождаться документом, подтверждающим уплату таможенного сбора.

В соответствии с законом каждая заявка может принадлежать одному промышленному образцу и может включать в себя варианты этой модели (требования промышленного блока проектирования). Примером единого промышленного дизайна является художественное дизайнерское решение одного предмета, общий набор задач (например, мебель, обслуживание и т.д.).

Когда предмет является продуктом, он понимается как универсальная утилита (например, автомобиль) и ее часть (например, бамперы, фары и т.д.).

Термин «промышленный дизайн» означает решение художественного дизайна, дифференцированное набором существенных признаков, которые определяют одни и те же эстетические и (или) эргономические особенности одного продукта (набора, набора).

5. Типы промышленных марок и приложений для них

Он содержит основные требования к документам приложения.

1. Пакет, модель, сбор изображений.

Фотографии, отражающие внешний вид устройства, являются основным документом, содержащим иллюстративную информацию о промышленном дизайне.

Описание промышленного образца должно быть следующим:

- Название промышленного образца.
- Функция и область действия.
- Отраслевые шаблоны.
- Список фотографий и других материалов, описывающих промышленный дизайн.
- Суть промышленного образца.
- Возможность многократно воспроизводить промышленный образец.
- Перечень основных признаков (симптомов) промышленного дизайна.

Обзор общей конструкции промышленного образца предоставляется, когда необходимо раскрывать суть образца и определять его размеры, пропорциональные пропорции.

«Типы промышленных брендов и тот факт, что многие из них пишут свои заявки, как правило, «эгоистичны» в рыночной экономике. Настоящим мы отмечаем, что в определении права на товарные знаки происходят изменения во введении товарных знаков на основе результатов АИС».

Эргономичная схема этого продукта также предусмотрена, если заявленная промышленная конструкция эргономична для рециркуляции.

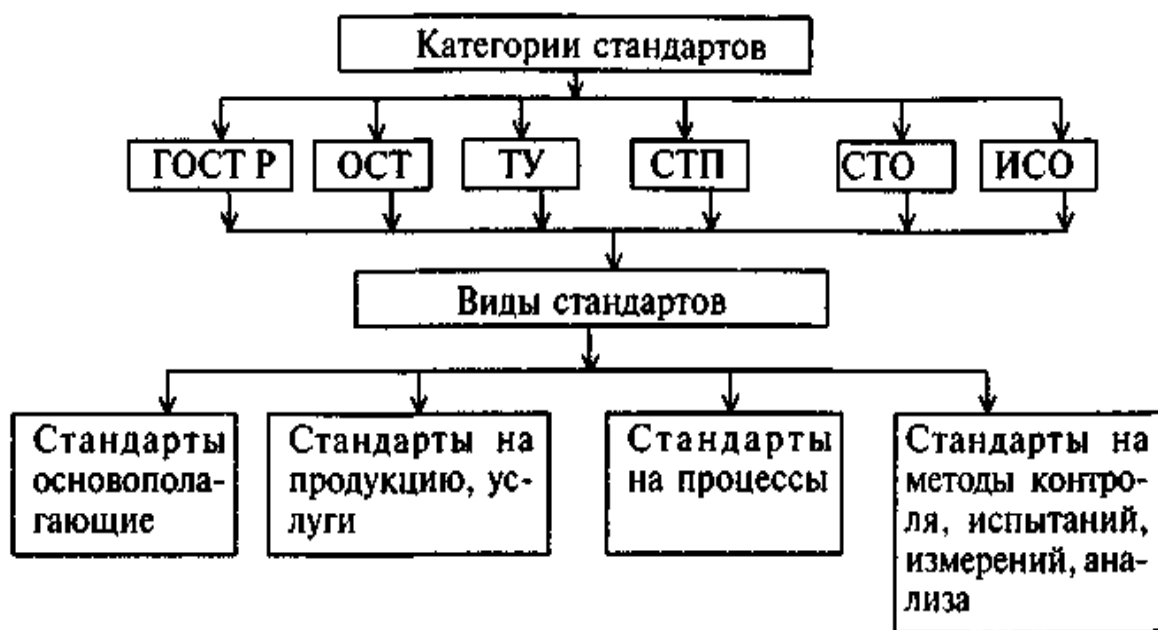


Рис. 13.2. Структура категории стандартов

Невозможно установить культурные отношения без правовой защиты товарных знаков. Характеристика товарного знака как интеллектуальной собственности объясняется его ролью на рынке товаров и услуг.

Товарный знак (или знак обслуживания) является знаком участников государственной службы и их продуктов (работ, услуг), которые служат для отражения отдельных признаков (индивидуализации) в соответствии категории стандартов.

Товарный знак (или знак обслуживания) является знаком участников государственной службы и их продуктов (работ, услуг), которые служат для отражения отдельных признаков (индивидуализации) в соответствии категории стандартов.

Отношения, связанные с товарными знаками в Узбекистане, регулируются Законом о товарных знаках и знаках обслуживания. Правовая охрана товарного знака (знак обслуживания) возникает в результате регистрации этого товарного знака.

В соответствии с законом в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы следующие товарные знаки:

- символы, выраженные комбинацией слов или букв;
- состав линии изображения в виде теней в виде фигур любой формы;
- объемные символы - в виде трехмерного пространства (линий) или их композитов;
- комбинация визуальных, лексических, элементов и т. д.

Товарный знак может быть зарегистрирован в любой цветовой или цветовой единице.

Какими основными принципами должен следовать заявитель в производстве своего товарного знака? Как правило, у бренда должны быть следующие функции:

Выражение и особенность, то есть бренд должен иметь отличительную отличительную особенность, легко копироваться (для выражения торговой марки);

- короткий и точный, то есть короткий для бренда (для символов слова) и переполненный элемент изображения (для иллюстрации);

- Эстетическое, то есть современное понимание восприятия товарных знаков;

- устойчивость (долгосрочная), т.е. “Бренд” должен быть доступен в течение длительного времени, даже когда ассортимент продукции изменяется;

- Представьте себе, что товарный знак должен представлять потребителю представление о товаре или каких-либо его характеристиках.

Более того, хотя он новичок в бренде, он также считается атрибутом, который создает мелодию и акцент.

Следует отметить, что гармония разных цветов для знаменитого бренда увеличивает его уникальность, привлекательность и разнообразные возможности. Вместе с цветными словами это также важно для размера и совместного брендинга.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Как вы считаете, в чем сущность определения термина «научное открытие»?
2. Приведите примеры изобретениям и научным открытиям?
3. Как Вы думаете, в чем разница «изобретения» и «полезной

модели»?

4. Какие особенности закреплены в законе «Об изобретениях, полезных моделях и промышленных образцах»?

5. Назовите какие бывают виды лицензирования?

6. Как Вы считаете, какова роль научных открытий в развитии экономики Республики Узбекистан?

7. Как Вы считаете, чем отличается открытие от изобретения?

8. Дайте понятие, что означает лицензирование?

9. Как Вы думаете, в чем заключается разница инноваций-продуктов и инноваций-процессов?

11. Как вы считаете какими свойствами обладают промышленные образцы?

12. Дайте определение термину “селекционное изобретение”?

13. Перечислите ряд документов необходимых для подачи заявки на патент на промышленные образцы?

15. Типы промышленных марок и приложений для них?

16. Типы и разновидности растений, породы животных и их требования?

ГЛАВА 14. СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ

1. Современные инновационные стратегии и инновации

В настоящее время для усиления конкурентных преимуществ предприятия разрабатывают и внедряют стратегии инновационного развития. При этом под стратегией чаще всего понимается совокупность принципов, методов, средств и путей действий, используемых для принятия решений, направленных на достижение поставленных целей.

Под инновационной стратегией развития инновационной сферы и понимается часть общей социальноэкономической стратегии. Более конкретно предлагается определить инновационную стратегию как систему концептуальных установок, вытекающих из долгосрочных целей, определяющих характер распределения ресурсов между траекториями инновационного развития системы, а также их перераспределения при изменении внутренних и внешних условий ее функционирования.

Ученый А.М.Мухамедьяров выделяет особенности стратегий развития: процесс выбора заканчивается установлением общих направлений, обеспечивающих укрепление позиций предприятия; она оказывает помощь в выявлении эффективных путей и возможностей развития; для ее формирования используется обобщенная и не всегда точная информация. Принципы стратегии, которыми предприятия руководствуются в своей инновационной деятельности, охватывают многие ее стороны и используются:

1) при оценке результатов деятельности в настоящем и будущем;

2) определении отношений организации с внешней средой, когда обосновываются конкретные инновационные разработки, место их реализации и пути достижения превосходства над конкурентами;

3) установлении отношений внутри организации (например, отношения между службами НИОКР и маркетинга) и осуществлении оперативной деятельности.

Окатов Ю.Э. при анализе различных подходов к формированию инновационных стратегий развития приходит к выводу, что в зависимости от того, на каком этапе жизненного цикла находится промышленное предприятие, оно может реализовать революционную, эволюционную или инерционную стратегию развития.

Отмечено, что революционная стратегия развития промышленного предприятия предполагает реализацию комплекса мер, направленных на кардинальное изменение производственно-хозяйственной деятельности предприятия, включающее в себя смену технологии производства, а также значительное изменение качества выпускаемой продукции.

Указано, что содержание эволюционной стратегии развития промышленного предприятия исходит из определения эволюции и эволюционной теории предприятия. Ее реализация предполагает постоянную работу над совершенствованием технологии производства и качества выпускаемой продукции, модернизацию производственных мощностей, активную маркетинговую политику

по удержанию текущих рынков и выход на новые рынки сбыта, сокращение программ повышения квалификации сотрудников и их ориентация на поддержание текущего уровня знаний.

Наступательная инновационная стратегия характеризуется высоким уровнем риска и эффективностью. При наступательной стратегии необходима ориентация на исследования (во многих случаях даже на фундаментальные) в сочетании с применением новейших технологий. Этот вид стратегии требует высокой квалификации при разработке нововведений, умения быстро реализовать новшества и способности предвидеть рыночные потребности. Она характерна для крупных объединений и компаний, когда в отрасли доминируют несколько компаний при наличии слабого лидера.

Защитная (оборонительная) стратегия характеризуется невысоким уровнем риска, достаточно высоким уровнем технических (проектноконструкторских и технологических) разработок и определенной завоеванной долей рынка. При защитной стратегии предприятия отличаются высоким уровнем техники и технологии производства, качеством выпускаемой продукции, относительно низкими издержками производства и пытаются удержать свои рыночные позиции.

Промежуточная стратегия характеризуется использованием слабых сторон конкурентов и сильных сторон предприятия, а также отсутствием (на первых этапах) прямой конфронтации с конкурентами. При промежуточной инновационной стратегии предприятия (в основном небольшие) заполняют пробелы в

специализации других предприятий, включая доминирующих в своей отрасли.

Поглощающая стратегия (лицензирование) предполагает использование инновационных разработок, выполненных другими организациями. Инновации настолько разнообразны по степени сложности и новизны, что даже крупные объединения (компании), имеющие мощные подразделения по инновационным разработкам (службы НИОКР), не могут осуществлять работы по всему спектру эффективных нововведений. Поэтому многие из них инновационную политику проводят не только на основе использования нововведений, полученных собственными силами, но и с учетом возможностей использовать инновации, разработанные другими. Это означает, что они применяют поглощающую инновационную стратегию наряду с другой (например, с наступательной).

Имитационная стратегия характерна тем, что предприятия при этом используют выпущенные на рынок новшества (продуктовые, технологические, управленческие) других организаций с некоторыми усовершенствованиями и модернизацией. Эти предприятия обладают высокой культурой производства, организационно-технологическим потенциалом, хорошо знают требования рынка, а порой имеют достаточно сильные рыночные позиции. При определенных условиях имитационная стратегия становится очень прибыльной.

Разбойничья стратегия может быть использована в тех случаях, когда принципиальные новшества оказывают влияние на техникоэксплуатационные параметры изделий (например, повышение срока службы, их надежности), выпускавшихся ранее.

Распространение принципиальных новшеств приводит к уменьшению размеров рынка последних. Этой стратегией пользуются обычно малые инновационные организации из другой области, но имеющие новые технологии, принципиально новые технические решения по производству уже выпускаемых изделий. Такую стратегию могут выбрать и предприятия из той же области со слабыми до сих пор рыночными позициями, если у них на определенном этапе появляются технологии прорыва. Разбойничья стратегия эффективна лишь на начальных этапах распространения и реализации новшеств.

Кроме этих видов стратегии инновационная стратегия предприятий может быть направлена на создание совершенно нового рынка для реализации принципиально нового продукта (технологии), привлечение специалистов конкурирующих организаций и слияние (иногда поглощение, приобретение) с другими организациями, обладающими высоким научно-техническим потенциалом и инновационным духом. В практической инновационной деятельности имеет место сочетание этих видов стратегии, поэтому важно определение пропорций, на основе которых распределяются ресурсы между этими стратегиями.

Инновационное развитие, основанное на лучших конкурентных преимуществах (новые исследования, технологии, инновационная монополия) способны создать сильные стратегические возможности для организации активной агрессии в отраслях и на новых рынках. Эти стратегические варианты в свою очередь могут создать качественно новый потенциал для экономического роста. Варианты

комплексных стратегий развития компании показаны на рисунке (14.1.).

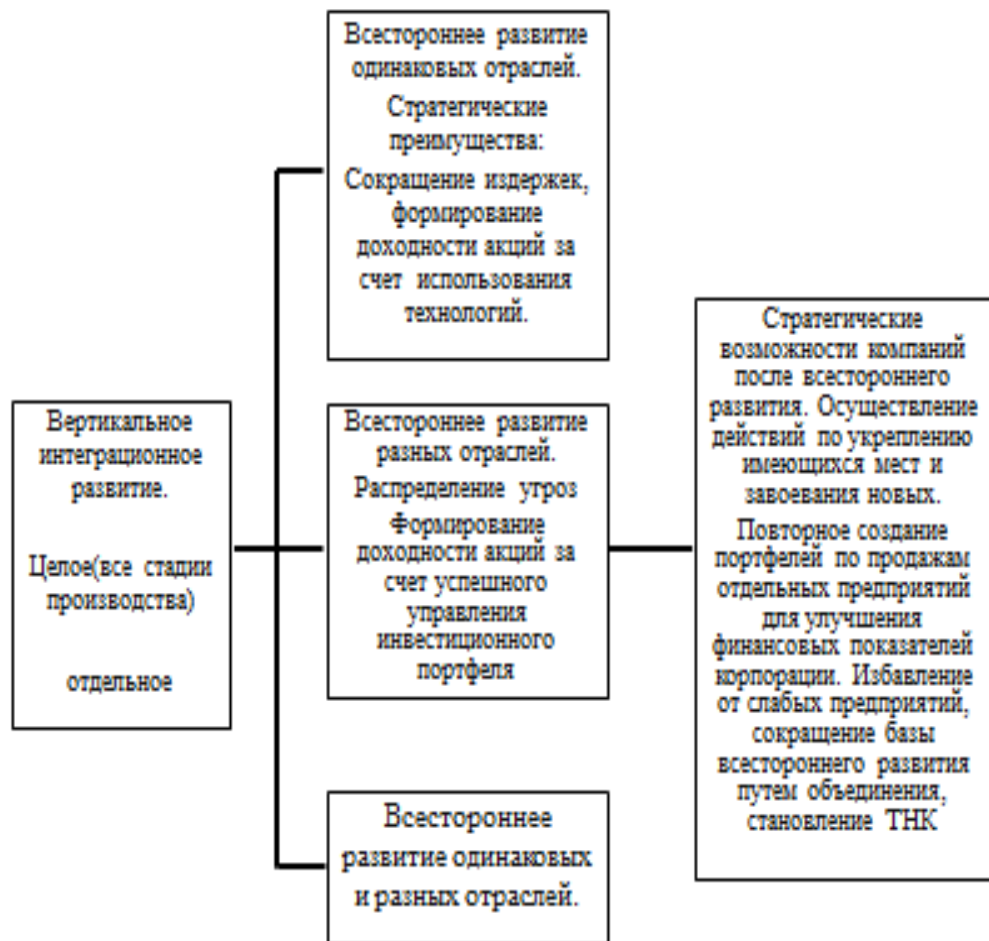


Рис. 14.1. Различные варианты стратегий развития.

Как мы видим, что шесть стратегий развития имеют наибольшее значение для организации:

1. Ввод нового поля на основе ассоциаций, качелей или новых и совместных предприятий.
2. Комплексное развитие в прилегающих районах.
3. Комплексное развитие в неравномерном районе.
4. Сбор и ремонт продукции.

5. Смешанная разработка и реконструкция.

6. Несколько многогранных разработок.

Если новый бизнес, новая компания или стратегия совместного предприятия используются полноправной компанией для использования мощных и полезных конкурентных позиций, восстановление производства и ликвидации магистральных сетей и развитие транснационального разнообразия и стратегия реструктуризации и комплексной стратегии развития, как правило, разрабатывается в сильных и широких передовых корпорациях.

2. Концептуальные основы формирования инновационного маркетинга

В настоящее время инновационные предприятия стоят перед необходимостью обновления техно-логической базы производства, улучшения качества выпускаемой продукции, расширения рынков сбыта, в том числе наращивания экспортного потенциала. Решение этих задач неизбежно включает проведение активной инновационной политики и введение маркетинга на предприятии инновационной сферы. **Маркетинг** – «деятельность по изучению рынка, управлению и регулированию производства и сбыта товаров и услуг на основе информации о конъюнктуре рынка».

В современном понимании маркетинг существует как единство трех аспектов:

- особая философия бизнеса;

- комплекс инструментов (методов, методик, приемов и т.д.), позволяющих оценить ситуацию на рынке и воздействовать на него;
- функция управления, в рамках которой осуществляется рыночная стратегия инновационного предприятия.

Понятие инновационного маркетинга гораздо шире, чем понятие маркетинг инноваций. Инновационный маркетинг включает в себя миссию организации, философию мышления, область научных исследований, стиль управления и поведения, то есть это особый тип отношений и полное принятие риска.

Инновационный маркетинг представляет собой концепцию классического маркетинга, следуя которой компания должна непрерывно совершенствовать свои продукты, формы и методы их продвижения и сбыта.

Инновационный маркетинг имеет социальную ориентацию. Наиболее важными его видами являются стратегическая и оперативная (тактическая) составляющие. Начальный этап поиска инновации заключается в исследовании рынка, динамики спроса, наличия конкуренции, потребительских предпочтений и ожиданий. Далее следует разработка новации и стратегии проникновения нового товара на рынок, оперативный инновационный маркетинг, оценка результатов и корректировка стратегии. Инновационный маркетинг ориентирован на то, что процесс восприятия новинки целевой аудиторией состоит из нескольких этапов, протекает длительное время и степени восприимчивости нового товара, так как каждая категория потребителей обладает разной степенью восприимчивости,

при этом важное значение имеют дизайн и потребительские свойства, а также цена нового продукта.

Принципиальная новизна товара, технология его производства обуславливают инновационную монополию компании на начальных стадиях жизненного цикла новинки, начиная со стадии инвестирования в инновационный проект. Вторая стадия стратегического инновационного маркетинга заключается в проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и исследования рынка. На третьей стадии происходит реализация НИОКР и запуск новинки в производство. Затем компания-новатор выходит со своей новинкой на рынок, а так как конкуренты некоторое время отсутствуют, получает максимальную прибыль, реализуя новинку по наивысшей цене.

Заключительный этап инновационного маркетинга – это оперативный инновационный маркетинг, тесно связанный со стадиями жизненного цикла нового продукта. На первой стадии реорганизуются и создаются новые каналы сбыта, а оперативный инновационный маркетинг обеспечивает позиционирование нового продукта на рынке. На стадии роста инновационный маркетинг стимулирует спрос посредством агрессивной рекламы, а на стадии зрелости уже готовится к выходу модификация товара или еще один новый продукт. Инновационный маркетинг нацелен не только на завоевание новых покупателей, но и на оптимальное использование конкурентных преимуществ компании, увеличение и расширение сфер влияния, экспансию на новые рынки.

Инновационные изменения мира во второй и третьей декадах XXI века характеризуются формированием постиндустриального экономического метода производства. Хотя этот процесс является долгосрочным и противоречивым, его основные функции уже устарели.

Прежде всего, это интегральная экономическая система. Это частный, всесторонне конкурентный. Рыночная экономика с индивидуальными инициативами и инновационной деятельностью предпринимателей направлена на обеспечение достойного уровня жизни для нынешнего и будущих поколений, реализацию государственных стратегических маркетинговых функций, государственное регулирование рыночной экономики и перепроизводство человеческого капитала и природных ресурсов. сектор с высоким уровнем развития.

Во-вторых, это мультидисциплинарная экономика, где каждый экономический класс занимает определенное место и не доминирует и не подчиняется другим законам. Здесь речь идет об оптимальной интеграции и сотрудничестве между различными разделами:

- Крупный бизнес, который занимается технологическим развитием, который имеет сильный контроль над антимонопольным контролем и фокусируется на изменении структуры производства в промышленном производстве централизованно.

Малый и средний бизнес, который предоставляет широкий спектр возможностей для инициатив предпринимательства миллионов людей, который характеризуется высокой инновационной

деятельностью, свободной от крупномасштабного производства и занятости на рынке труда.

- государство, которое закрепились в стратегически важных секторах и секторах и обеспечивает стратегические инновационные функции государства,

- муниципальный регистр, обеспечивающий условия жизни (жилищно-коммунальное хозяйство и охрана окружающей среды), использование традиционных репродуктивных объектов (школ, учреждений культуры и т. д.);

- это естественный закон, который характеризуется важнейшими функциями человеческой деятельности и воспроизводства, представленными семейным и семейным хозяйством.

Важно, чтобы каждая подразделение, а также выполнение его конкретных функций была наиболее эффективной, поскольку она зависит от экономического роста и социально-экономической эффективности.

3. Целевой анализ рынка при разработке стратегии коммерциализации исследований, разработок и технологий

Каждый, кто принимает участие в экономическом взаимодействии, обязательно функционирует на каком-либо рынке. Понятие рынка весьма значимо, в том числе и в области маркетинга. Часто уровень маркетинга фирмы не отвечает общепризнанным требованиям. Обычно именно это служит причиной малых продаж.

Поэтому необходимо вести аналитическую работу и исследовать маркетинговый рынок.

Путем процедур, связанных с маркетинговым исследованием продукции, выявляются рыночные потребности в новых типах товаров/услуг. Также уточняются характеристики (функциональные и технические), которые стоит модифицировать в уже представленной на рынке продукции. В ходе маркетинговых исследований определяются параметры товаров, которые больше всего соответствуют потребностям и желаниям клиентов. Подобная аналитическая работа, с одной стороны, демонстрирует начальству компании, что хочет получить покупатель, какие именно свойства товара для него значимы. С другой стороны, в ходе маркетингового анализа можно понять, как именно преподнести потенциальным клиентам новую продукцию. Возможно, на отдельных характеристиках имеет смысл сосредоточить свои силы при улучшении товара и продвижении его на рынке. Маркетинговые исследования рынка продуктов и услуг дают сведения о том, какие новые перспективы для покупателя предоставляют новые товары либо изменения в уже существующих.

Значимость рекламы и продуктивность рекламной кампании оцениваются по итоговым показателям экономической деятельности компании. В первую очередь это видно по увеличению объемов продаж. В то же время отдельные типы рекламы направлены на долгосрочную перспективу. Их нельзя оценить по количественным параметрам.

С первых же дней XXI века мир стал свидетелем новых качественных изменений во всех сферах глобального развития - экономики, политики, социальных процессов, демографии, геополитических и геоэкономических процессов. Эти плодородные, сбалансированные и стабильные балансы прошлого еще не известны, когда время современной науки подходит к концу.

Это становится все более очевидным, и страны, которые эффективно использовали геостратегическую ситуацию, достижения в области науки и техники, людские ресурсы и научный потенциал, а также природные ресурсы, намного опережают их развитие. Эти страны сформировали новую систему внутренних экономических, политических и международных отношений, повысив уровень жизни людей. Эта социальная система может быть проиллюстрирована рядом стран в Соединенных Штатах и Западной Европе, а на востоке - в Епано.

Страны, которые не имеют доступа к современной науке, технологиям и технологиям, смогли адаптироваться к условиям, с которыми они столкнулись. Эта тенденция не нова. Это было в 20 За перспективой следовали исследователи. На пороге Третьего тысячелетия эта тенденция усилилась, и под влиянием ее влияния страны, не имеющие экономического развития, отстранены от активных международных экономических и политических отношений. Эти страны не могут быть равными партнерами в глобализированной, очень сложной системе отношений. Они не могут стать агентами глобальных социальных процессов, а в лучшем из них - роль наблюдателей.

4. Стратегия внедрения новых продуктов и технологий

В современных условиях важнейшей характеристикой экономики является состояние науки, передовые технологии, технологические базы, что, в свою очередь, определяет уровень конкурентоспособности продукции, производимой в стране.

Организации, придерживающиеся стратегии внедрения новшеств, сосредоточивают усилия на поиске принципиально новых, эффективных технологий, проектировании необходимых, но не-известных до сих пор видов продукции, методов организации производства, приемов стимулирования сбыта и т.п. Главная задача — опередить конкурентов и занять рыночную нишу, где конкуренция отсутствует или ничтожно мала.

Нередко это является источником больших объемов продаж, но в 80 из 100 случаях заканчивается банкротством из-за неготовности рынка воспринять новшества, технической или технологической недоработанности нового изделия, занятости каналов распределения, отсутствия опыта тиражирования нововведения и других причин. Большой риск следования данной стратегии, объясняемый высокой степенью неопределенности ее результатов, удерживает многие фирмы от специализации в этом бизнесе. И тем не менее перспективы быть лидером на рынке не останавливают многие организации в финансировании и материальной поддержке проектов такого рода.

Организации, реализующие данную стратегию, нацелены на максимально быстрое удовлетворение возникающих потребностей в различных областях бизнеса. Основной принцип поведения — выбор и реализация бизнес-проектов, наиболее рентабельных в текущих

рыночных условиях. К таким организациям относятся, как правило, торговые фирмы, «не обремененные» производством. Они готовы к немедленному перепрофилированию своего бизнеса, изменению его масштабов с целью получения максимальной прибыли в короткий промежуток времени, несмотря на высокие удельные издержки, связанные с отсутствием специализации.

Компании и предприятия, придерживающиеся стратегии внедрения новшеств (инновации), сосредотачивают усилия на поиске принципиально новых, эффективных технологий, проектировании необходимых, но неизвестных до сих пор видов продукции, методов организации производства, приемов стимулирования сбыта и т.п. Главная задача — опередить конкурентов и занять рыночную нишу, где конкуренция отсутствует или ничтожно имеет малую форму.

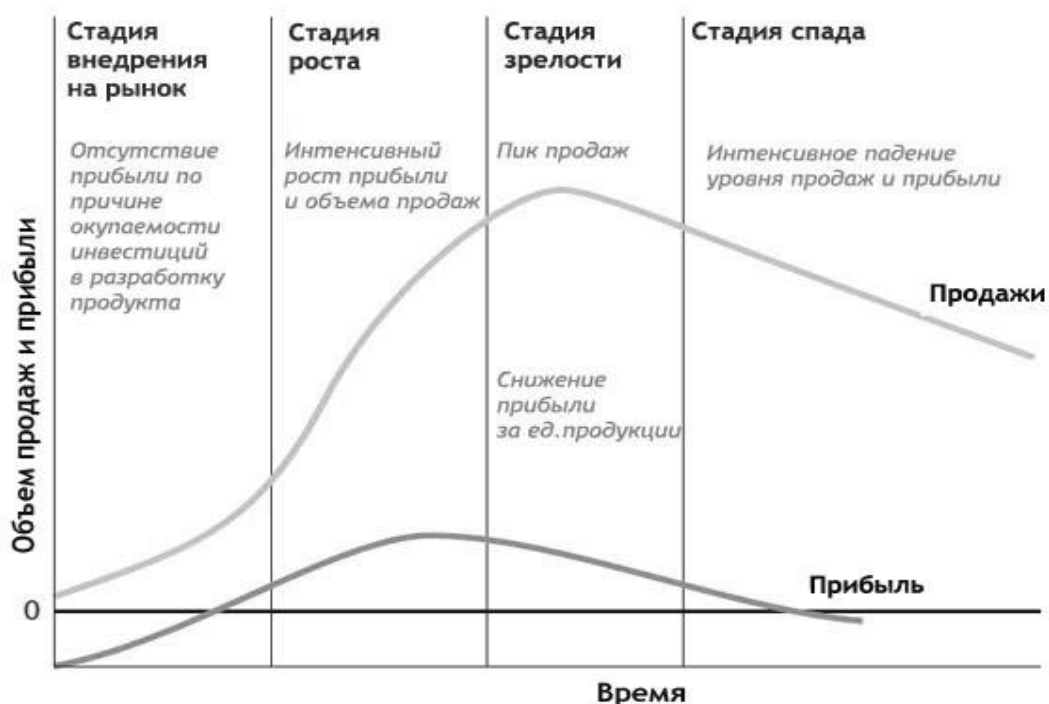


Рис. 14.2. Стадия жизненного цикла товара

Большинство современных компаний, имеющих широкую номенклатуру выпускаемой продукции и (или) различные сферы бизнеса, одновременно используют несколько стратегий для различных групп товаров, рыночных сегментов или периодов своего развития. В качестве главного критерия выбора базовых стратегий используется оценка сильных и слабых сторон каждой стратегии и реальных возможностей организации по ее использованию в условиях сложившейся конъюнктуры рынка.

Важно использовать технологические достижения развитых стран, в первую очередь, сотрудничать со странами СНГ, стремиться к максимальному использованию международного разделения труда и сотрудничества. Такие процессы происходят во всем мире. Было отмечено, что технологически развитые страны создали единое технологическое пространство, и наша страна должна стать равным партнером, и в некоторых областях она должна бороться за лидерство, и в то же время она должна быть на национальном уровне.

В связи с этим первый президент нашей страны И.А.Каримов уделил особое внимание вопросу разработки программы на долгосрочную перспективу, то есть 2009-2014гг. Программа будет включать целевые проекты по обновлению и модернизации ключевых секторов нашей экономики, внедрению современных инновационных технологий, которые придадут мощный импульс новым горизонтам нашей страны и обеспечат конкурентоспособность на мировом рынке.

В последние годы страна серьезно готовилась к этой крупномасштабной программе. Глобальный экономический кризис подталкивает к ускорению этого процесса и требует всестороннего ускорения.

Организации, реализующие данную стратегию, нацелены на максимально быстрое удовлетворение возникающих потребностей в различных областях бизнеса. Основной принцип поведения — выбор и реализация бизнес-проектов, наиболее рентабельных в текущих рыночных условиях. К таким организациям относятся, как правило, торговые фирмы, «не обремененные» производством. Они готовы к немедленному перепрофилированию своего бизнеса, изменению его масштабов с целью получения максимальной при-были в короткий промежуток времени, несмотря на высокие удель-ные издержки, связанные с отсутствием специализации.

Большинство современных компаний, имеющих широкую но-менклатуру выпускаемой продукции и (или) различные сферы бизнеса, одновременно используют несколько стратегий для раз-личных групп товаров, рыночных сегментов или периодов своего развития. В качестве главного критерия выбора базовых стратегий используется оценка сильных и слабых сторон каждой стратегии и реальных возможностей организации по ее использованию в усло-виях сложившейся конъюнктуры рынка.

4.Маркетинговые особенности высокотехнологичной продукции

Современная ситуация на рынке требует постоянной работы компаний над созданием новых товаров. Усиление конкуренции вынуждает всех участников рынка применять использовать новые технологии производства и продвижения собственной продукции, чтобы занять на рынке достойное место. Кроме того, сами потребители становятся более требовательными к выбору товаров и услуг. Именно поэтому стратегии продвижения своей продукции должны быть направлены на опережение конкурентов, так как только такой подход может способствовать успеху деятельности в любой сфере. Отличным решением для компаний может стать выпуск товаров новейших технологий. Они помогают привлечь потребителей, которые хотят покупать новые и усовершенствованные товары. Вместе с тем, технологии постоянно меняются, и в течение непродолжительного времени могут устареть и стать стандартным товаром. В связи с этим для эффективной продажи товаров новейшей технологии необходим тщательно спланированный маркетинговый комплекс, способствующий их быстрому проникновению на рынок, в чем и заключается актуальность выбранной темы.

Одним из основных компонентов развития науки и техники является инновационная деятельность, изучение и использование факторов, способствующих этому направлению экономического развития, а также организационных структур, поддерживающих и регулирующих инновационные процессы.

Исходя из вышеизложенного международного опыта в области государственного регулирования и стимулирования инновационной деятельности, внедрение инновационной стратегии роста в нашей стране является приоритетной задачей, и по многим причинам она не может быть достигнута сегодня.

Не вызывает сомнений тот факт, что использование стандартных маркетинговых подходов на мировом рынке сложной высокотехнологичной продукции имеет серьезные ограничения. Прежде всего, это обусловлено специфическим назначением товарной продукции и весьма высоким уровнем риска, связанным с его закупкой. Такие факторы как важность товара, его техническая сложность, высокая закупочная цена являются неотъемлемыми составляющими риска и проявляются в зависимости от каждой конкретной ситуации. Это оказывает существенное влияние на использование маркетингового инструментария и обуславливает ряд специфических особенностей, связанных с маркетинговой стратегией реализации высокотехнологичной продукции.

Во-первых, число покупателей сложной высокотехнологичной продукции, как правило, ограничено. Отсюда, значимость индивидуальной работы с каждым из потенциальных импортеров трудно переоценить.

Во-вторых, успешность маркетинга высокотехнологичной продукции на мировом рынке в значительной мере зависит от воспринимаемого заказчиком риска предстоящей сделки. Его основными компонентами являются:

политический риск;

- функциональный риск (эксплуатационные характеристики не совпадут с ожиданиями или представлениями заказчика, товар или его агрегаты окажутся неисправными, ограниченно пригодными и т.п.);

- финансовый риск;

- потеря времени, потраченного на устранение неисправностей, жалобы, повторные обращения к экспортеру;

- психологический риск (неудовлетворенность от неудачной сделки).

От совокупного воспринимаемого риска зависит решение заказчика изменить, отложить или отклонить закупку. Естественно, чем выше риски, связанные с поставкой высокотехнологичной продукции, тем дольше принимается соответствующее решение, тем продолжительнее согласовываются условия его выполнения.

В-третьих, как правило, подготовка подписания контракта на поставку указанной продукции осуществляется с участием широкого круга специалистов. В рамках теории менеджмента подобных ключевых фигур относят к лицам, принимающим решения. В нашем случае более корректно говорить о лицах, принимающих участие в выработке решений, которые оценивают предложения на поставку высокотехнологичной продукции в соответствии с различными критериями выбора. Это предполагает проведение длительных, многоступенчатых переговоров.

В-четвертых, необходимо учитывать, что существуют и эмоциональные аспекты маркетинга сложной высокотехнологичной продукции, которые нельзя полностью исключить из поля зрения.

Тем не менее, следует отметить, что они, как представляется, все же не оказывают существенного влияния на менеджеров, принимающих решения.

В-пятых, программы маркетинга высокотехнологичного товара традиционно реализуются на нескольких уровнях: конкретной продукции, отдельно взятого предприятия, а также фирм, осуществляющих посреднические услуги. В большинстве случаев цели и интересы вышеперечисленных субъектов будут одинаковыми. Тем не менее, избежать конфликтов удастся не всегда, и это также необходимо учитывать в процессе подготовки сделки.

В-шестых, маркетинг высокотехнологичной продукции гипотетически мог бы быть средством предупреждения и смягчения последствий экономических кризисов, хозяйственных процессов циклического характера. По логике вещей маркетинговые кампании необходимо активизировать накануне и в период спада деловой активности. И, наоборот, в период динамичного развития объективная потребность в них существенно ниже, соответственно, ниже может оказаться и их эффективность. Однако большинство производителей определяют бюджеты расходов на маркетинг в качестве фиксированной доли от уровня продаж.



Рис. 14.3. Матрица Бостонской консалдинговой группы

Получается, что маркетинговые кампании не только не компенсируют циклический характер экономического развития, но и усугубляют его, внося еще больший дисбаланс.

В данном случае, как представляется, несмотря на то, что расходы на маркетинг непосредственно связаны с определенной фазой экономического цикла, однако потенциал их влияния не является значимым, поскольку экономическую природу последних определяют другие, более мощные факторы, например, направления инвестиционной активности, объемы товарных запасов и т.д.

Чтобы добиться успеха, предприятия в стране должны конкурировать с партнерами. По этой причине необходимо четко

указать, почему иностранные фирмы наступают на стратегический альянс и сотрудничество.

Маркетинг высокотехнологичной продукции должен рассматриваться обособленно: «Маркетинговое продвижение высокотехнологичной продукции значительно более сложная задача, нежели, продвижение продукции, скажем, повседневного спроса. Потенциальные клиенты должны быть уверены, что производитель имеет технологические возможности для создания качественного продукта, который будет работоспособен и конкурентоспособен на протяжении длительного периода времени, поскольку высокотехнологичная продукция зачастую используется на протяжении определенного периода времени. Поэтому, маркетинговая деятельность важна на всех этапах - как при проведении исследований о целесообразности создания продукта, так и на этапе продвижения уже готового продукта. Важную роль здесь играют сжатые сроки реализации, поскольку многочисленные конкуренты то и дело выпускают новые продукты, которые по каким-то параметрам лучше, чем их аналоги, ввиду чего процесс маркетинговой деятельности и применяемых инструментов динамичен.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Перечислите основные черты рынка инновационных продуктов и услуг.
2. В чем специфика маркетинга инноваций?

3. Какие основные группы потребителей выделяет Дж.Мур на рынке инновационных товаров/ услуг?
4. Какие сложности могут возникнуть при оценке рынка инновационного продукта? Как их можно преодолеть?
5. Какие стратегии наиболее подходят для выведения инновационных товаров на ранние рынки?
6. Приведите примеры технологических инноваций?
7. В каких сферах технологические инновации больше всего применяются?
 - а. Какие типы стратегий развития существуют?
8. Какие стратегии развития имеют наибольшее значение для организации?
9. Создайте матрицу БКГ крупных предприятий в вашей стране.
10. В чем заключается специфика маркетинга высокотехнологичной продукции?

ГЛАВА 15. СИСТЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

1. Значение финансирования инновационных проектов

Финансы инновационных вновь созданных компаний (стартапов) принципиально отличаются от финансов крупного и среднего бизнеса, которые в большинстве случаев являются объектом изучения теории и практики современных корпоративных финансов.

Одна из основных целей инновационного проекта - доказать конкурентам, что компания имеет возможность производить продукцию самого высокого качества. Источники и схемы финансирования инновационного проекта зависят от ряда его характеристик, конкретного этапа его выполнения, инициатора проекта.

Инновационные проекты могут осуществляться физическими или юридическими лицами; являться случайно возникшими стартапами или результатом постоянной инновационной деятельности предприятия, элементом портфеля инновационных проектов; оказывать серьезное влияние на технологическую инфраструктуру предприятия; оказывать или не оказывать существенное влияние на финансовую устойчивость предприятия; быть частично обеспеченными собственными средствами инициатора проекта и т.п.

Основными схемами финансирования являются долговое и акционерное финансирование.

Концепцию «инновационного проекта» можно рассматривать с нескольких точек зрения:

- как сумма мероприятий, которые помогают достичь инновационных целей;
- как процесс инновационной деятельности;
- как пакет документов и подтверждающих документов.

Эти три аспекта демонстрируют важность инновационного проекта как способа организации инновационной деятельности и целенаправленного управления.

Таким образом, инновационный проект представляет собой набор целей (целей, целей и задач) в приоритетах развития науки и техники, которые являются взаимодополняющими и взаимозависимыми с точки зрения ресурсов,) представляет собой сложную систему процессов для достижения.

Важно финансировать и инвестировать в инновационные проекты. В то же время необходимо дифференцировать инновационные проекты с отличительными особенностями в плане проектного финансирования:

- а) крупные инвестиционные проекты, такие как строительство новых промышленных объектов (энергетика, транспорт, связь и т. д.);
- б) научно-технические (инновационные) - передовые технологии, новости, продукты и услуги.

Существуют значительные различия между этими двумя типами проектов:

1. Текущая финансовая информация о капитальных вложениях в промышленные объекты еще более надежна, чем простейшие научно-технические проекты, особенно на ранних этапах;

2. Хотя инновационные научно-технические проекты имеют высокий уровень аномалий, у них есть такое преимущество, что их можно остановить за счет меньших финансовых потерь на ранней стадии развития;

3. В научно-технических проектах информация является более ограниченной и неполной, чем инвестиционные проекты. Это затрудняет сопоставление мнений независимых экспертов по оценке проектов;

4. Инновационные проекты отличаются по качеству и качеству, но также и по обеспечению качества.

Наряду с понятием «проект» есть идея «инновационного программного обеспечения». Эти понятия тесно переплетаются. Хотя программа является одной из форм проекта, а программирование (дизайн программы) является одним из этапов жизненного цикла проектов, их функции сильно различаются, и программа добавляет новые функции.

Экономическую эффективность внедрения инновационных технологий в национальную экономику можно оценить следующим образом:

Для внедрения новых технологий и технологий необходимо определить его экономическую и социальную эффективность. Поэтому необходимо выяснить, какие из технических мер для достижения высоких показателей эффективности на основе внедрения новых технологий и технологий.

Метод расчета экономической эффективности научно-технических разработок описан в методических рекомендациях.

К ним относятся:

- примерная методология определения рентабельности капитальных вложений;
- Методы определения экономической эффективности использования новых технологий в национальной экономике, изобретательских и радио-нализных характеристик;
- методология расчета экономической эффективности автоматизированной системы предприятий и бизнес-ассоциаций;
- эффективность автоматизированной системы управления;
- научная организация труда, то есть метод определения экономической эффективности мер, проводимых Массачусетским технологическим институтом;
- своевременная методология определения экономического эффекта от стоимости реализации природоохранных мер.

Кроме того, сетевые задачи, исследовательские институты, проектные организации и высшие учебные заведения могут также предоставлять методологические материалы.

Как это определяется? Экономическая эффективность новых разработок определяется на основе документов, описывающих результаты предыдущих лет во всех производственных секторах, научно-исследовательских институтах и проектах. Различные показатели эффективности, основанные на многолетнем опыте в научно-технической деятельности, включая машины и оборудование, а также ежегодную экономическую эффективность, достигаемую посредством их использования, следующие:

$$E = [3_1 \cdot a - 3_2 \cdot P] \cdot A_2 - S$$

Здесь : Z_1 и Z_2 - стоимость производства единиц продукции с использованием существующего и нового оборудования;

a - коэффициент качества, относительное преимущество новых технических средств:

$$a = \frac{Q_2 P_1 + E_H}{Q_1 P_2 + E_H} \text{ вычисляется.}$$

В то же время: Q_1 и Q_2 - объем продукции, произведенной в течение года с использованием новой единицы технического оборудования;

P_1 и P_2 - существующие и новые технические средства для их сокращения;

P - эффективность, достигаемая при использовании новых приборов. Он определяется следующей формулой:

$$P = \frac{[U_1^1 - U_2^1] - E_H [K_2^1 - \frac{K_1^1}{a}]}{P_2 + E_H}$$

На данный момент: U_1^1 и U_2^1 - текущие и текущие затраты на новые приборы;

K_2^1 и K_1^1 - капитальные вложения, связанные с существующими и новыми приборами;

E - коэффициент достаточности капитала на нормальном уровне;

A_2 - объем производства с помощью внедрения нового оборудования;

C - затраты на проектирование нового оборудования.

Расчет эффективности новых методов основан на принципах сравнительной эффективности. метод определения рентабельности использования нового оборудования.

Согласно этому заявлению, экономический эффект выражается в следующем виде:

$$S = (X_1 - X_2) \times A_2$$

На данный момент: S - годовой экономический эффект, суммы; X_1 и X_2 - затраты, понесенные для единицы продукта на основе новейших технологий ($T + E_n \times K$);

A_2 — годовой объем производства продукции, произведенной в отчетном году с использованием нового оборудования.

При планировании и прогнозировании экономической эффективности новых технологий и технологий он имеет ряд ключевых технических и экономических показателей, включая повышение рентабельности, производительность труда, сокращение рабочей силы, материальных и капитальных возможностей и сокращение затрат учитываются. Например, увеличение плановой прибыли за счет производства новых продуктов определяется по следующей формуле:

$$\Delta F_t [(B_t - T_t) * A_t - (B_l - T_l) * A_l]$$

Здесь: ΔF_t — Увеличение прибыли в предстоящем периоде (UZS Отчет);

B_t и T_t — оптовая цена предприятия и себестоимость нового продукта;

B_l и T_l — оптовая цена предприятия и стоимость замещающего продукта до введения нового оборудования (в сум);

A_t и A_l — объем импортируемой продукции (в суммах) до внедрения нового продукта и новых технологий, которые будут выпущены в предстоящий период.

2. Инновационное программное обеспечение

Инновационное программное обеспечение представляет собой сложное сочетание проектов (проектов и проектов), которое сильно отличается от проектов или проектов, которые плохо связаны между собой организацией или ее руководителями. Программа может быть сформирована и внедрена большой ассоциацией организаций, таких как FPG (финансовые группы по санкциям), крупные консорциумы корпораций, регион или мегаполис, федеральные агентства и т. Д. Существует множество примеров того, как разрабатывать и внедрять инновационное программное обеспечение.

Выполняется поэтапная реализация портфеля инновационного портфеля проектов:

1. Первоначальный отбор инновационных проектов.

Цель этапа - обобщить и оценить представленные инновационные проекты. Этот этап включает в себя следующие этапы:

- а) определение ключевых областей, в которых инновационные решения могут решать ключевые вопросы организации;
- б) распределение проектных проектов для рассматриваемых районов;
- с) разработка рабочего метода экспертизы;

d) организация работы групп экспертов (с привлечением специалистов из НИО или отдела маркетинга из других подразделений);

d) предварительная оценка результатов расчетов и экспертизы;

е) Исключение нежелательных проектов.

На этом этапе проект будет выбран на основе одного из наиболее важных критериев, таких как критерий экономической эффективности, с простым правилом удаления проектов с низким рейтингом.

2. Формирование портфеля по приоритетным (стартовым) маршрутам.

Цель этапов - тщательно проанализировать и распределить проекты по приоритетам. Вот шаги, которые необходимо предпринять:

a) анализ инновационных проектов по нескольким критериям (от 3 до 5);

b) определение приоритетов проектов;

c) распределение проектов по приоритетности.

Все проекты будут оцениваться в соответствующем масштабе, например, «Низкий», «Низкий и Средний», «Высокий» и «Более высокий».

Проекты, которые не имеют «высоких» или «высоких» отметок, исключаются из начальной стадии отбора и считаются отклоненными.

Остальные проекты распределяются в соответствии с их уровнем приоритета (классом):

а) Приоритетные проекты - это общие проекты (результаты / затраты), которые не могут быть менее 70 - 80%;

б) 20-30% приоритетных проектов являются чрезвычайно приоритетными проектами.

Приоритезация проектов необходима для распределения ресурсов между проектами.

3. Распределение финансовых и других ресурсов в рамках инновационного портфеля.

Используется принцип принятия решений на основе схемы «экономическая эффективность»: в первую очередь, денежные потоки распределяются на проект с максимальной степенью экономической эффективности (уровень приоритета).

Анализ «экономической эффективности» в мировой практике является обязательным процессом для всех механизмов финансового распределения. Это можно объяснить тем, что применять этот принцип нелегко, что обеспечивает портфель проектов, которые помогут:

- максимально возможная эффективность в пределах ограниченных средств;
- Минимальные затраты на требуемые результаты и эффективность.

Компания может столкнуться с недостатком инновационных средств для внедрения инновационных проектов.

В этом случае необходимо будет найти дополнительных инвесторов и частные финансовые ресурсы или изменить существующий портфель инновационных проектов.

1. Определение портфеля проектов - привлечение части проектов в пользу большего количества проектов и сокращение объема инвестиционных фондов.

Современное (инновационное) прикладное программное обеспечение создается специально для выполнения конкретных пользовательских задач. К примеру, создание музыки, обработка текстовой и графической информации, создание картинок или таблиц и т.д. Этот вид ПО включает в себя самые разнообразные программы, которые также выпускаются различными производителями. Крупные компании и корпорации, у которых есть собственные ИТ отделы, располагают интеллектуальными ресурсами для написания индивидуальных программ, которые будут выполнять специфические функции для определенного предприятия.

Наиболее распространенные прикладные программы:

- Табличные процессоры;
- Системы управления базами данных;
- Графические редакторы;
- Системы деловой и научной графики;
- Бухгалтерские программы;
- Программы автоматического проектирования.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Как вы считаете, какова суть финансирования инновационных проектов?

2. Что собой представляет программное обеспечение проекта?

3. Расскажите о методе расчета экономической эффективности.

4. Что включает в себя инновационный портфель проектов?

5. Что вы знаете о прикладных программах?

6. Укажите этапы жизненного цикла инновационной компании и назовите оптимальные источники финансирования инновационной деятельности на каждом из них.

7. Перечислите общие и различные черты между бизнес-ангельским и венчурным финансированием инновационной деятельности.

8. Охарактеризуйте место венчурного финансирования в структуре финансовых ресурсов компании.

ГЛАВА 16. МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ

1. Сущность и типы стратегий управления персоналом

Говоря о государственной инновационной политике, важно иметь в виду подготовку специалистов для инновационной экономики. Если правило в традиционных секторах экономики правильное, во многих случаях правило будет во много раз более важным в экономически востребованных секторах экономики.

В экономике, основанной на знаниях, информация является одним из главных и наиболее важных активов. В результате они не только обладают достаточными знаниями, но и способностью применять их на практике, обучая высококвалифицированных специалистов, которые постоянно обновляют их знаниями.

Традиционно, высшие учебные заведения (ВОУ) занимаются подготовкой специалистов. Однако в последние годы международный опыт показал, что Великобритания может более эффективно решать эту проблему при поддержке региональных и федеральных правительств, а также крупных предприятий.

В XXI веке экономический рост стран во многом обеспечивается интеллектуальным и научно-инновационным развитием всех отраслей. В развитых странах 70-85% роста ВВП приходится на новые технологии, оборудование, новые знания или решения. Достижения науки и техники (ФТТ) все шире и широко приобретаются в различных секторах экономики. Содействие инновационным процессам станет ключевым элементом

интенсивного социально-экономического развития регионов и всей страны посредством синергетического эффекта интеграции науки, образования и производства.

Говоря о роли экспертов в развитии экономики, Тюксбери, Крандалл и Крейн изучили эффективность 20 наиболее известных инноваций, в среднем 27% , а доля социальных пособий - 99%. Это, в свою очередь, означает в четыре раза больше ».

В соответствии с Законом об образовании система образования регулируется Кабинетом Министров Республики Узбекистан, компетентными государственными органами и местными органами власти. В целом, государственное управление учебными заведениями (рис.16.1.) выглядит следующим образом:

Кабинет Министров Республики Узбекистан			
Уполномоченные государственные органы		Местные власти	
Образовательные учреждения			

Рис. 16.1. Государственное управление образовательных учреждений Республики Узбекистан.

Целью Национальной программы является определение Стратегических целей и задач программы которые будут постепенно реализовываться:

Согласно Закона Республики Узбекистан от 2 июля 1992 года "Об образовании" О порядке введения в действие Закона Республики Узбекистан "Об образовании" - 29 августа 1997 г. Широкую возможность овладения достижениями технического прогресса, мировой культуры открывает Национальная программа, по подготовке кадров, принятая на IX сессии Олий Мажлиса Республики Узбекистан в августе 1997 г. Она предусматривает поэтапность осуществления реформ в сфере образования.

Первый этап (1997—2001 гг.) является переходным, в этот период необходимо сохранить потенциал, системы подготовки кадров, создать для его развития правовые, научно—методические, финансово-материальные условия.

На втором этапе (2001— 2005 гг.) необходимо добиться полного осуществления Национальной программы, состоящей из четырех основных компонентов - личность, непрерывное образование, наука и производство.

Третий этап (с 2005 и в последующие годы) предполагает усовершенствование и дальнейшее развитие системы подготовки кадров на основе анализа и обобщения накопленного опыта, а также с перспективами социально-экономического развития республики.

2. Система подготовки и переподготовки квалифицированного персонала

Практическая часть обучения по низкотехнологичным специальностям, не связанная с экономикой знаний, часто связана с фактической реализацией любого проекта в текущем производстве.

Подобно обучению высокотехнологичных специалистов по инновационному управлению проектами, практическая часть обучения должна быть связана с реализацией инновационных проектов.

Обучение и подготовка - две стороны одного процесса. Обучение связано с развитием общего интеллекта у человека, а подготовка - с приобретением знаний, относящихся непосредственно к выполняемой работе. Профессиональная подготовка представляет целевое обучение, конечная цель которого - обеспечение предприятия достаточным количеством работников, чьи профессиональные качества в полной мере соответствуют производственно-коммерческим целям организации. Программы обучения должны быть составлены с учетом конкретных особенностей структуры персонала и актуальных задач развития каждой организации (или ее подразделений и филиалов).

Подготовка квалифицированных кадров представляет собой совокупность мероприятий, которые направлены на систематическое получение и повышение квалификации, отвечающей текущим и перспективным целям фирмы и обеспечивающей соответствие требований, предъявляемых рабочим местом к способностям работника. (Первый случай в истории подготовки кадров относится еще к XVIII в., когда фирма "Boulton and Watt" ввела специальную систему отбора и обучения своих работников (1795г.). Но по меньшей мере столетие потребовалось на то, чтобы подготовка персонала стала массовой и систематической.). Подготовка кадров тесно связана с другими направлениями планирования персонала, но является

относительно самостоятельной сферой кадровой политики. С экономической точки зрения подготовка квалифицированных кадров является эффективной в том случае, если связанные с ней издержки ниже издержек организации на повышение производительности труда за счет этого фактора. Следует заметить, что определение конкретных результатов, достигнутых с помощью подготовки квалифицированных кадров, - достаточно сложная методическая задача. Несомненно очевидно, что активизируя уже имеющийся потенциал работников, подготовка квалифицированного персонала может свести на нет необходимость привлечения рабочей силы со стороны и предотвратить его (персонала) сокращение путем устранения дефицита рабочей силы.

Подготовка персонала требуется в тех случаях, когда работник приходит на предприятие; когда работника назначают на новую должность или поручают ему новую работу; когда у работника не хватает навыков для выполнения своей работы, а также когда происходят серьезные изменения в экономике организации или во внешней среде.

Современная государственная политика в области профессиональной подготовки призвана обеспечить решение двух взаимосвязанных задач социально-экономического характера:

1. Обеспечение потребности производства рабочей силой требуемой квалификации,
2. Борьба с безработицей путем переподготовки безработных.

Подготовка квалифицированных кадров затрагивает множество компонентов социальной эффективности. Повышение профессионального мастерства положительно отражается на:

- гарантии (сохранении) рабочего места; возможностях профессионального роста на производстве; доходах работника;
- чувстве собственного достоинства и возможностях самореализации.

Проблемы сточки зрения социальной эффективности могут проявиться в том случае, если повышению квалификации не будет противопоставлена никакая соответствующая этой квалификации деятельность. В результате этого не будет условий роста, а задачи будут выполняться и без применения полученных квалификаций.

Подготовка и повышение квалификации высококвалифицированных кадров остается в значительной степени прерогативой крупных предприятий. Следует отметить, однако, что в рамках политики поддержки среднего и мелкого бизнеса правительство старается стимулировать предпринимателей в активизации их усилий в этой области путем преференциального налогообложения, различного рода субсидий и поощрений государственных учебных заведений к совместной работе.

Такая политика должна приносить свои позитивные результаты в виде создания консорциумов малых и средних предприятий по профессиональной подготовке с участием местных органов самоуправления и государственных учебных заведений.

При подготовке должны быть точно определены задачи, строго соответствующие целям организации в целом. Следовательно, подготовка персонала является важным элементом в системе управления как на коллективном, так и на индивидуальном уровне. На коллективном уровне подготовка является неотъемлемой частью развития организации, на индивидуальном - развития карьеры.



В настоящее время высшие учебные заведения Узбекистана характеризуются спецификой системы обучения персонала, объявленной в рамках инновационной экономики. Центром работы является процесс подготовки высококвалифицированных специалистов на рынке труда. Основными участниками этого процесса являются учебное заведение и студенты. В XIII веке, с начала первоначальных технических факультетов, традиционная модель образовательного процесса, необходимая и необходимая для производства высококвалифицированных специалистов в данной области, является достаточным условием.

К середине двадцатого века работодатели были добавлены в учебный процесс как активный элемент. Самой острой формой такого

рода активности является образовательное учреждение, которое готовит выпускников для нужд конкретной коммерческой фирмы (корпорации).

В целом, введение работодателей в качестве активного элемента позволяет выпускникам сосредоточить свое внимание на навыках и высокой квалификации в областях, где высокий спрос на рынке труда, не уделяя приоритетное внимание высокому спросу на эти специализации дал.

Обсуждение сотрудничества высших учебных заведений с региональными и местными органами исполнительной власти в области обучения инновационной экономике началось в середине 1990-х и начале 2000-х годов. В рамках этой модели функции органов власти заключаются в следующем: создать работодателей (прежде всего - малый и средний бизнес) с целью создания спроса на специалистов в области высшего образования, а также потребовать выпускников соответствующего рынка труда - Содействие развитию высокотехнологичных бизнес-направлений.

Стратегии подготовки и переподготовки квалифицированного персонала:

Стратегия ориентации на свои силы - предполагает, что организация, ее избравшая, прочно обосновалась на рынке и ориентируется в предстоящих изменениях на ближайшие 5–7 лет, планирует смену своих стратегических ориентиров с учетом изменений на рынке. В предстоящий период организация планирует сформировать команду специалистов, готовых производить и реализовывать будущие новые продукты (изделия).

Успех этого вида стратегии определяется рядом параметров:

- степенью привлекательности на рынке труда;
- количеством молодых специалистов уже имеющихся в организации и количеством, которое может быть принято;
- существующим общим уровнем квалификации персонала организации;
- наличием перспектив роста в будущем для молодых специалистов.

Область применения стратегии – крупные предприятия.

Стратегия приобретения готовых специалистов. Выбор только данной стратегии управления персоналом сложно реализуем из-за высоких затрат и трудностей в совместной деятельности специалистов в работе в группах и командах.

Стратегия приема небольшого количества высококвалифицированных специалистов (выполнение всей работы небольшим количеством высококвалифицированных специалистов).

Данный вариант стратегии управления персоналом реализуется на практике небольшими организациями консалтингового или внедренческого типа, при котором основными критериями становятся: качественно и быстро реализовать научную, внедренческую или другую нестандартную задачу.

Данный вид стратегии управления персоналом применяется при стратегии управления организациями типа «динамического роста», «Предпринимательства». При смене стратегии, например, при переходе к стратегии «прибыльности», во-первых, необходимость в высококвалифицированных специалистах может уменьшиться, а во-

вторых, самим этим специалистам становится неинтересно заниматься рутинными задачами в пределах или за пределами данной организации. В значительной степени этим можно объяснить смену команды многих малых предприятий после 2 – 3 лет деятельности.

Стратегия приема специалистов средней квалификации, но в достаточном количестве – стратегии предполагает, что организация находится в стадии зрелости (стратегия «прибыльности»), либо у ее руководителя преобладает высокий уровень авторитаризма и специалистами средней квалификации, при прочих равных условиях, легче и экономичнее управлять.

Преимущество данного вида стратегии возможно за счет экономии средств на оплату труда специалистов и времени на повышение их квалификации, существования значительной зависимости специалистов от первого руководителя (или линейных руководителей, подобранных таким же образом). Ограниченность применения данной стратегии связана со сложностью решаемых задач и видами деятельности организации.

Стратегия ориентации на индивидуальную работу. В организациях, выбравших данный вид стратегии для достижения общей цели, не требуется интенсивного общения специалистов между собой, работа каждого зависит только от него самого, команда не создается.

Стратегия ориентации на работу в команде. При данном виде стратегии управления персоналом организация создает из своих сотрудников единый коллектив, работающий на общую всеми

разделяемую цель: «фирма – семья». Данный подход наиболее характерен для японских организаций.

Рассмотрев основные виды стратегий управления персоналом, сформулируем основные факторы, определяющие выбор конкретного ее вида. К ним можно отнести:

- стратегия управления организацией;
- существующая организационная структура;
- статус организации;
- численный состав работающих;
- период, на который составляется прогноз;
- уровень квалификации руководителей организации в целом и служб
- управления персоналом.

Следует отметить, что успешная практическая реализация стратегии управления персоналом во многом зависит от следующих факторов:

- знание предстоящих изменений в деятельности всей организации;
- частота смены общей стратегии управления;
- подбор соответствующего типа управляющего (для службы УП всего предприятия);
- готовность службы управления персоналом к реализации новых стратегий управления.

На практике, как правило, происходит совмещение нескольких вариантов стратегий управления персоналом при доминировании определенного. Кроме того, в процессе деятельности организации, достижения ею общей цели, замене вида корпоративной стратегии, смене

жизненного цикла изделия меняется и вариант стратегии управления персоналом.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Дайте определение термину “человеческие ресурсы”?
2. Из каких составляющих складывается стратегия управления персоналом компании?
3. Какие особенности у системы подготовки и переподготовки квалифицированного персонала?
4. Что является важнейшим условием управления персоналом?
5. Опишите виды стратегий управления персоналом?
6. Стратегия приема небольшого количества высококвалифицированных специалистов?
7. Какое значение имеет подготовка квалифицированных кадров для развития инновации?
8. В чем заключается стратегия ориентации на свои силы?
9. Каким образом разрабатывается стратегия ориентации на работу в команде?

ГЛАВА 17. НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНЫХ МЕТОДОВ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ, ПРОЦЕССОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

1. Важность использования кластерных технологий при внедрении инновационных технологий

Кластерный метод служит необходимым условием и прочной основой для вступления страны в мир экономики и промышленности. Наука Республики Узбекистан играет важную роль в создании новых инновационных технологий для производства конкурентоспособных товаров, соответствующих международным стандартам в разных секторах национальной экономики, для выполнения этих задач на должном уровне.

Большая вовлеченность в инновационную деятельность кластерных компаний подтверждается статистическими исследованиями. Показательны результаты проведенных в ЕС исследований роли кластеров в развитии инноваций (рисунок): инновационная активность кластерных компаний около 60%, в то время как вне кластеров - 40-45%.

Действительно, считается, что кластеры обладают большей способностью к нововведениям в следствие следующих причин:

* фирмы – участники кластера способны более адекватно и быстрее реагировать на потребности покупателей прежде всего за счет более широкой потребительской сети, чем у единичного производителя

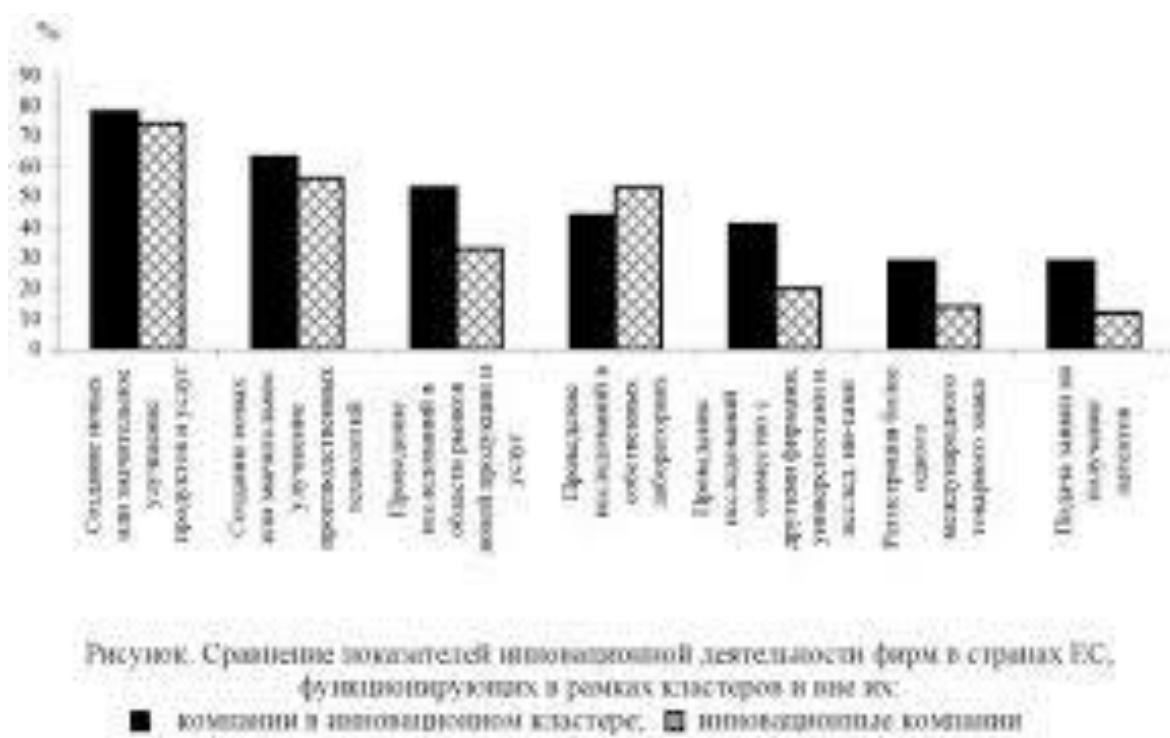


Рис. 17.1. Роль кластеров в развитии инноваций

- * участникам кластера облегчается доступ к новым технологиям, используемым на различных направлениях хозяйственной деятельности;
- * в инновационный процесс включаются поставщики и потребители, а также предприятия других отраслей;
- * в результате межфирменной кооперации уменьшаются издержки на НИОКР;
- * фирмы в кластере находятся под интенсивным конкурентным давлением, которое усугубляется постоянным сравнением собственной хозяйственной деятельности с работой аналогичных компаний.

Кластерные стратегии развиваются в странах с высоким производственным потенциалом за последние десятилетия. Это большой урок в создании новых идей и тенденций в мировой науке. На сегодняшний день разработаны новые методы и инструменты для

повышения точности и скорости современных нанотехнологий, оборудования и лабораторий для улучшения качества выпускаемой в настоящее время продукции. Кластеры в основном сосредоточены в высшем образовании, отвечающие критериям конкурентоспособности. В настоящее время многие требования к кластерам соблюдаются в экономически развитых странах. Кластер несет основную ответственность за быстрое развертывание товаров или услуг в новом ассортименте, полученном с помощью технологий и методов, которые могут быть использованы с продвижением новых научных достижений науки и рыночной «глубины» рынка, вам необходимо поставлять конкурентоспособные продукты с целью получения целевых преимуществ. Это подтверждено научными показателями, которые соответствуют современным требованиям, и желательно, чтобы такие предприятия управлялись на малых предприятиях.

В центре кластерной политики, сосредоточив внимание на сквозных обязательствах, приверженность и приверженность участников друг другу быстро и эффективно служить друг другу. Горизонтальная связь между малыми и крупными производственными предприятиями в кластерной системе обеспечит соответствие товаров на рынке современным требованиям группы товаров. Современные кластеры часто являются частью целенаправленной сети фирм, принадлежащих к этой отрасли, в нескольких производственных единицах, обычно ориентированных друг на друга, и постоянно ищут конкретный продукт.

Современная наука и техника все чаще привлекаются к конкурентной борьбе на рынке. Фундаментальные знания и их конечный результат становятся важным фактором реализации геополитических интересов государств в условиях научно-технического продукта - глобализации экономики.

Рост благосостояния населения, темпы экономического роста, развитие образования, науки и культуры, обороноспособность зависят от структурной и технологической реструктуризации высокотехнологичного комплекса. Важную роль играет потенциал высококвалифицированных исследователей, исследователей и инженеров в этой области.

1. Управление инновациями в управлении кластерами

Основываясь на вышеупомянутых тезисах о государственном регулировании и стимулах инновационной деятельности, внедрение инновационной стратегии роста в нашей стране является приоритетной задачей, и по ряду причин она не может быть реализована сегодня.

Таким образом, можно сказать, что условия, при которых инвестиционная деятельность в настоящее время реализуется в стране, описываются следующим образом:

- создание четких национальных и национальных целей и конкретных механизмов для достижения целей ближней, среднесрочной и долгосрочной перспективы;
- результаты деятельности государственных органов, подчиненных задачам макроэкономической стабильности, не всегда

соответствуют целям технологического развития и инноваций, а в некоторых случаях и противоречат им;

- необходимость государственной поддержки инновационной деятельности как средства обеспечения интересов национальной безопасности, экономической стабильности и развития страны на современном политическом уровне.



Рис. 17.2. Эффективность кластеров

Внедрение кластеров в инновационной политики, способствующей достижению национальных целей страны, можно резюмировать следующим образом:

- национальная безопасность;
- достижение экономической стабильности, расширение возможностей экономики и увеличение общей мощности;

- технологическое переоснащение промышленности, повышение конкурентоспособности отечественных товаров и услуг на мировом рынке;

- сохранение и рациональное использование природных ресурсов, решение экологических проблем;

- решение социальных проблем населения, обеспечение достойного уровня жизни, создание возможностей для здоровья и образования;

- Гарантированные национальные потребности в продовольствии, сырье, материалах и энергии.

Основываясь на опыте других стран, компоненты инновационного процесса можно описать следующим образом:

- научные исследования ученых и сетей, институтов, университетов и фирм

подразделения отвечают за фундаментальные проекты исследований и разработок, поддерживаемые правительством или поддерживаемые иным образом. Вышеупомянутые организации разрабатывают интеллектуальные продукты и готовят научный персонал в виде отчетов, различных документов, изобретений, научных статей;

- технические и производственно-технические организации - они имеют инновационные ноу-хау, работают над первоначальными проектами, разрабатывают тестовые образцы и тестируют их, готовят технические спецификации, патенты, стандарты и правила. Эти структуры должны иметь мощные производственные мощности, профессиональные и технологические центры для отбора проб;

- образовательные и учебные структуры для квалифицированного персонала, которые обязаны решать текущие проблемы инновационной деятельности, а также технический персонал науки и техники;

- организации, которые координируют исследования и реализацию проектов и координируют их отношения с промышленным сектором;

- консалтинговые организации, занимающиеся спросом на продукцию и услуги и их распределение;

- научно-технические информационные услуги - они собирают, готовят и распространяют информацию о перспективных проектах;

- Структуры рынка, объединяющие профессионалов и специалистов по продажам.

Схема взаимоотношений между перечисленными структурными единицами сложна, с прямыми ссылками, посредниками и распределительными сетями.

2. Инновационная среда кластера

В современных условиях развития и становления инновационной экономики в Республике Узбекистан особая роль отводится региональным инновационным системам. Вследствие имеющихся институциональных, экономических, отраслевых особенностей инновационное развитие регионов, формирование инфраструктурного обеспечения происходит различными темпами и зависит от состояния инновационной среды.

Инновационная среда позволяет создать условия для максимального использования инновационного потенциала при создании принципиально новых видов продукции на основе применения новых технологий производства с последующим внедрением и реализацией на рынке, характеризующимся высокой инновационной восприимчивостью.

Инновационный потенциал, инновационный климат фиксируют наличие ресурсов и условий реализации инноваций определенной экономической системы, а инновационная активность и инновационная инфраструктура характеризуют состояние инновационной системы, инновационная интегрированная структура (инновационный кластер) определяет форму взаимодействия участников в процессе создания и реализации инноваций, результативность инновационной деятельности является интегральным показателем реализации инновационного процесса на уровне региона и кластера. Взаимосвязь понятий представлена в (таблице 17.1).

Таблица 17.1.

**Аппарат для формирования определения
инновационной среды кластера**

Понятие	Определение
Инновационная система	совокупность национальных, частных и общественных организаций и механизмов их взаимодействия, в рамках которых осуществляется деятельность по созданию, хранению и распространению новых знаний и

	технологий
Инновационная активность	комплексная характеристика инновационной деятельности, включающая степень интенсивности осуществляемых действий и их своевременность, способность мобилизовать потенциал необходимого количества и качества, в том числе его скрытые стороны, способность обеспечить обоснованность методов, уровень технологии инновационного процесса по составу и последовательности операций.
Инновационная инфраструктура	это комплекс организационно-экономических институтов, непосредственно обеспечивающих условия реализации инновационных процессов хозяйствующими субъектами (в том числе специализированными инновационными организациями) на основе принципов экономической эффективности как национальной экономики в целом, так и ее экономических субъектов в условиях конъюнктурных колебаний рынка.
Инновационный климат	интегральная оценка состояния компонентов внешней инновационной среды.
Инновационный потенциал	интегральная оценка состояния элементов инновационной системы. Ресурсная база, мобилизованная для реализации инновационной стратегии и на достижение ее целей, включает: 1) предложения по формированию портфеля продукции и услуг;

	2) состояние функционально-производственного (делового) блока с его жизненными циклами продуктов и услуг, жизненными циклами инноваций, инновационными системами (механизмами, мультипликаторами и рычагами); 3) материально-техническую ресурсную базу; 4) настройку организационного обеспечения; 5) возможности системы управления.
Инновационный кластер	Инновационный кластер является гибкой и подвижной структурой, благодаря разнообразию экономических интересов взаимодействующих субъектов кластера. Важным элементом кластера является инновационная инфраструктура как совокупность экономических субъектов и механизмов, обеспечивающая эффективное взаимодействие производителей и потребителей инновационной продукции
Инновационный рычаг	существенное качественное повышение какого-либо фактора, связанного с увеличением инновационного потенциала, которое в результате вызовет усиление инновационной активности и появление (частный мультипликационный эффект) потока инноваций. Такими рычагами могут быть: низкие затраты, быстрый рост, высокие прибыли, сильные торговые марки, повышение гибкости и усиление совместных усилий.

Инновационная активность стимулирующая инновационную деятельность как со стороны государства, так и посредством реализации кластерных инициатив является ключевым элементом инновационной среды. Государственные органы активизируют инновационную деятельность, оказывая со своей стороны различные формы поддержки формирования инновационной среды.

3. Инновационная среда

Ключевым фактором роста темпов инновационного развития является инновационная среда и интеграция интересов государства, общества, науки в рамках единой структуры, инновационного кластера. При определении перспективных направлений развития инновационных интегрированных структур выделены основные положения формирования инновационной среды на макро- и микроэкономическом уровне (рисунок).

Инновационная среда - сложившаяся определенная социально - экономическая, организационно - правовая и политическая среда, обеспечивающая или тормозящая развитие ин деятельности. Делится на:

1. *внешняя среда* – совокупность хозяйствующих объектов и движущих сил, оказывающих влияние на ин деятельность через элементы макросреды.

2. *внутренняя среда* – совокупность активных субъектов и сил, действующих на возможности фирмы устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами отношения успешного сотрудничества.

Все факторы внешней среды можно объединить в 2 группы:

1. непосредственно влияющие на работу предприятия (поставщики, потребители, конкуренты и различные посредники).
2. косвенно воздействуют на работу предприятия (состояние экономики, НТП, политические, демографические, природные и др.).

Анализируя перечисленные компоненты внешней среды нужно иметь ввиду:

1. сильное взаимовлияние всех компонентов, поэтому их анализ должен производиться системно с отслеживанием влияния изменений друг на друга.
2. степень воздействия отдельных составляющих на различные фирмы т.к. степень влияния может проявляться по разному, в зависимости от размеров фирмы, ее отраслевой принадлежности и территориального расположения.

Анализ потребителей позволяет лучше уяснить, какой вид продукции больше пользуется спросом, на какой объем продаж может рассчитывать фирма, что ожидает продукцию в будущем и на сколько м. рассчитывать круг потенциальных покупателей.

Анализ поставщиков направлен на выявление аспектов в деятельности субъектов снабжающих фирму различным сырьем, энергией, инфо и т.д..

Изучение конкурентов: при проведении анализа инновационной среды может использоваться метод SWOT- анализа, модель Макензи и другие методы.

Проблемы, возникающие в процессе управления внешней средой:

1. сложность – число факторов, на которые предприятие обязано реагировать в целях своего выживания и уровень вариаций каждого фактора.

2. подвижность (динамичность) – скорость с которой происходят изменения в среде.

3. неопределенность – зависит от количества и точности информации, которой располагает предприятие по поводу конкретного фактора внешней среды.

4. взаимосвязанность – уровень силы, с которой изменения одного фактора воздействует на другие факторы внешней среды.

Основные требования, предъявляемые изменчивой внешней средой к предприятию:

1. уменьшение размеров.
2. реорганизация.
3. постоянное отслеживание ситуации во внешней среде.
4. немедленная реакция на изменение произошедшего во внешней среде.

Внутренние факторы, влияющие на инновационную деятельность предприятия:

1. наукоемкость производства и наличие исследовательских опытно конструкторских подразделений и экспериментных производств.
2. степень глубины переработки первичного сырья.
3. уровень получаемой добавленной стоимости.
4. длительность производственного цикла.
5. длительность обращения.

6. наличие непрерывных производств.
7. тип производства на отдельно взятом предприятии отрасли (массовое, крупносерийное и т.д.).
8. влияние факторов сезонности на производственную активность отрасли.
9. энергоемкость производства.
10. фондо-емкость.
11. технический уровень производства.
12. уровень качества продукции.
13. наличие экологически – вредных производств.
14. износ оборудования и основных фондов.
15. уровень диверсификации производства в отрасли.
16. уровень квалификации работников.
17. приближенность к потребительскому рынку.

Инновационная среда кластера позволяет реализовать концепцию «тройной спирали» и «формирование территорий опережающего развития» одновременно.

Для достижения этой цели необходимо определить коммуникационную составляющую инновационной среды, как важнейший связующий элемент участников «тройной спирали», представителей территории и конкретизировать инструменты, позволяющие реализовать взаимосвязи инновационного цикла для достижения результатов.

Основные факторы инновационной среды, влияющие на деятельность интегрированной инновационной структуры в регионе целесообразно рассматривать в части формирования внешней

макроэкономической инновационной среды с использованием модели конкурентных преимуществ М.Портера «Diamond».

В части формирования внешней микроэкономической инновационной среды – модель проектирования Э.Мэтчетта, а в части формирования внутренней микроэкономической инновационной среды целесообразно использовать модель системы сбалансированных показателей Д.Нортон и Р.Каплана.

Актуальность внедрения кластера инноваций многократно возрастает в периоды, когда конкурентная ситуация быстро меняется, как например в периоды интенсивной инновационной деятельности или быстрой интернационализации (международное развитие) или кризиса, когда внедрение новых технологий является единственным способом минимизации издержек, а, следовательно, сохранения своей доли на «падающем» рынке.

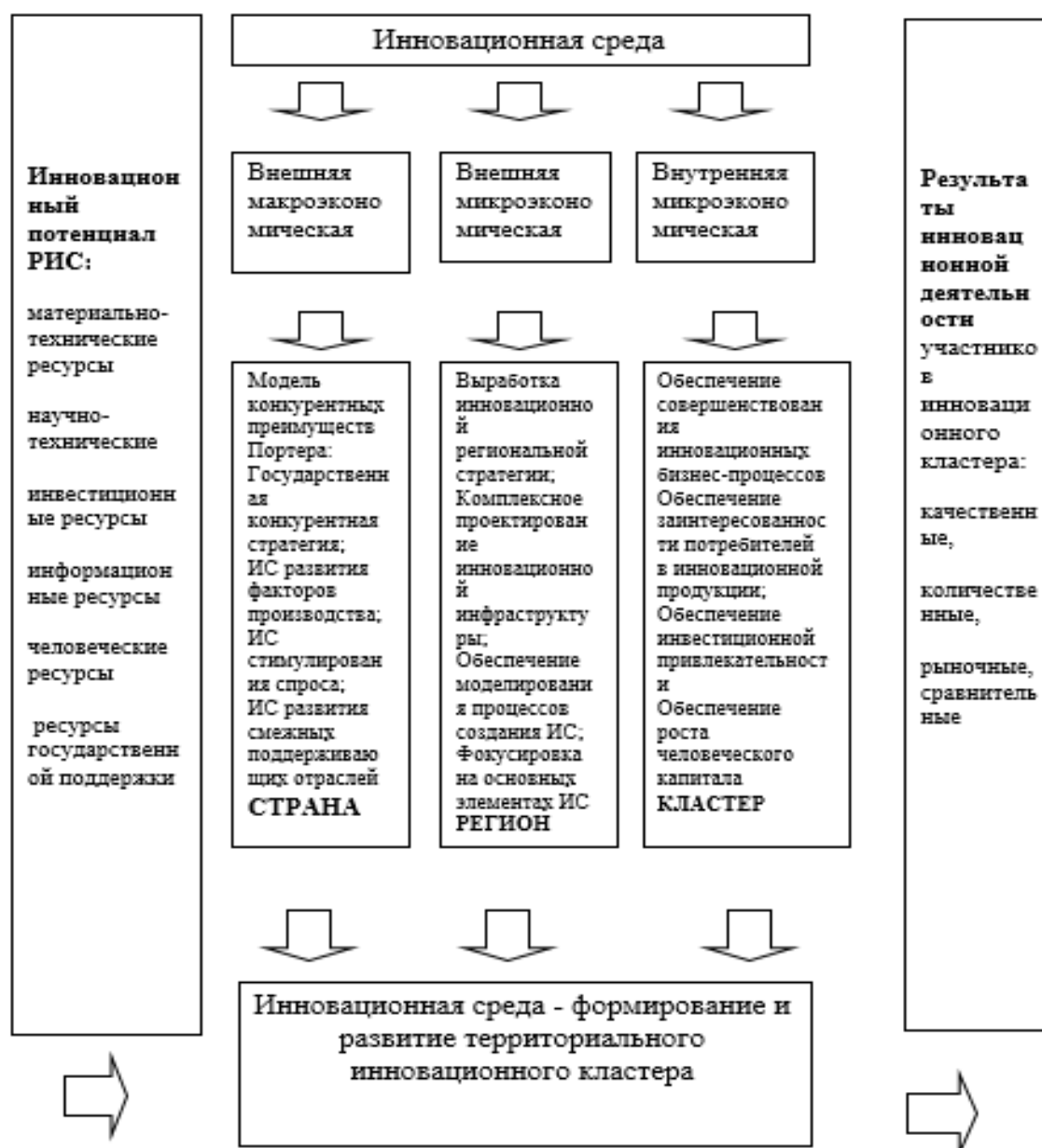


Рис. 17.3. Инновационная среда

С учетом разработанных критериев оценки эффективности использования инновационного потенциала и инновационной инфраструктуры как важнейшего условия осуществления эффективных инноваций в инновационных интегрированных структурах возникает необходимость в определении инструментов формирования и развития инновационной среды кластера.

Вопросы для контроля и закрепления знаний

1. Дайте определение кластерной технологии.
2. В чем заключается сущность кластерного метода в инновационном процессе?
3. Дайте определение развитию инновационной инфраструктуры региона?
4. Приведите примеры управления кластерами.
5. Что представляет собой инновационная среда?
6. Расскажите как кластерные технологии применяются в инновационной среде.
7. В чём заключается эффективность кластера?
8. Дайте определение инновационной среды кластера?
9. Какие регионы включает в себя инновационная среда?
10. Перечисленные компоненты внешней среды?
11. Какой метод может использоваться в проведении анализа инновационной среды?

ГЛОССАРИЙ

Название термина на русском языке	Название термина на английском языке	Название термина на узбекском языке	Значение термина
Инновация		Innovatsiya	Это введение некоторых новых или значительно улучшенных продуктов (товаров, услуг) или процессов, новый метод маркетинга в деловой практике, создание рабочих мест или введение нового организационного подхода к внешним связям.
Инновационная активность		Innovatsion faoliyat	все научные, технологические, организационные, финансовые, коммерческие и маркетинговые усилия, которые приводят к инновациям или для этой цели. Инновационная деятельность также включает исследования и разработки, которые напрямую не связаны с каким-либо конкретным развитием инноваций.
Технологические новинки	Technological innovations	Texnologik innovatsiyalar	производство и внедрение этих новых продуктов и процессов, а также значительное улучшение продуктов и процессов; технологически новые или улучшенные услуги, производство и внедрение

			новых или улучшенных улучшенных услуг.
Инновация продукта		Mahsulot innovatsiyasi	это введение новых или значительно улучшенных продуктов и услуг. Например, технические характеристики оборудования, компоненты и принадлежности, встроенное программное обеспечение, удобство для пользователя или другие функциональные возможности.
Инновационный процесс	Process innovation	Jarayon innovatsiyasi	внедрить новые или значительно улучшенные методы производства или доставки, технические процессы, оборудование и / или изменения программного обеспечения.
	Маркетинговые инновации	Marketing innovatsiyasi	введение нового маркетингового метода (дизайн продукта и упаковка, размещение, ценообразование, выпуск на рынок), если фирма впервые используется фирмой.
Организационная инновация	Organizational innovation	Tashkiliy innovatsiya	внедрение нового организационного подхода к деловой практике фирмы.
Ноу-хау	Know-how	Nou-xau	представляет собой техническую, организационную или коммерческую информацию, которая является коммерческой тайной, которую

			собственник имеет право защищать эту информацию от несанкционированного использования третьей стороной (например, патентов), которые не полностью или частично опубликованы.
Товарный знак		Tovar belgisi	это сочетание оригинальных графических изображений, цифр, букв или слов, предназначенных для различения продуктов и услуг производителя аналогичных продуктов и услуг от другого производителя.
Изобретение	ion	Ixtiro	Это техническое решение для различных продуктов (особенно устройств, веществ, микроорганизмов, клеток растений и животных) или метода (процесс перемещения по материальным объектам с использованием материала).
Полезная модель		Foydali model	техническое решение для этого устройства. Структурные компоненты производственных объектов и расходных материалов и их компонентов являются частью полезной модели.
Технологическое новинки		Seleksion yutuqlar	является результатом конкретной целевой деятельности человека, такой как создание нового

			вида растения или нового типа животных посредством творческой работы.
Жизненный цикл инновационного проекта	Life Cycle of the Innovative Project	Innovatsion loyiha hayot tsikllari	период времени от предпроектных исследований до прекращения инновационного проекта.
Жизненный цикл научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ	The life cycle of research and development	Tadqiqot va rivojlantirish ishlari hayot tsikllari	период времени от предпроектных исследований до прекращения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.
Инновационная система		Innovatsion tizim	совокупность субъектов и объектов инновационной деятельности, взаимодействующих в процессе создания и реализации инновационной продукции и осуществляющих свою деятельность в рамках проводимой государством политики в области развития инновационной системы.
Инновационно-технологические центры		Innovatsion texnologik markazlar	юридические лица, создаваемые в форме некоммерческих организаций для оказания субъектам инновационной деятельности содействия в разработке и реализации инновационных проектов, развитии их инновационной деятельности, защите и

			представлении их интересов в органах власти и управления, федеральных и иных фондах и их представительствах, охране интеллектуальной собственности.
Инновационный рейтинг		Innovatsion reyting	это интегральный показатель, определяемый ранжированием исследуемых объектов (продукции, технологий, изобретений и т.п.), обладающих свойством замещения в зависимости от параметров качества и потребительских свойств, а также веса этих параметров.
Инфраструктура инновационной системы	Infrastructure of the innovative system	Innovatsion tizimning infratuzilmasi	совокупность субъектов инновационной деятельности, способствующих осуществлению инновационной деятельности, включая предоставление услуг по созданию и реализации инновационной продукции. К инфраструктуре инновационной системы относятся центры трансфера технологий, инновационно-технологические центры, технопарки, бизнес-инкубаторы, центры подготовки кадров для инновационной

			деятельности, венчурные фонды и др.
Научно-исследовательская работа		Ilmiy-tadqiqot ishlari	комплекс теоретических и (или) экспериментальных исследований, проводимых с целью получения обоснованных исходных данных, изыскания принципов и путей для создания (модернизации) продукции и технологий.
Научно-техническая деятельность		Ilmiy va texnik faoliyat	деятельность, направленная на получение, применение новых знаний для решения технологических, инженерных, экономических, социальных, гуманитарных и иных проблем, обеспечения функционирования науки, техники и производства как единой системы.
Научно-техническая продукция		Ilmiy-texnik mahsulotlar	научный и (или) научно-технический результат, в том числе результат интеллектуальной деятельности, предназначенный для реализации.
Научный парк		Ilmiy Park	элемент инфраструктуры, необходимый для продвижения результатов научно-исследовательской деятельности на региональном уровне. Научные парки привлекают многонациональные

			корпорации, местные компании и научные институты своей предпринимательской атмосферой и наличием услуг по поддержке бизнеса. В зависимости от количества научных направлений различают междисциплинарные, монодисциплинарные научные парки.
Опытно-конструкторская работа		Eksperiment al dizayn ishi	комплекс работ, выполняемых для разработки конструкторской документации на изделие, включая изготовление и приемочные испытания опытных образцов (опытных партий), документации, регламентирующей их применение в технологических процессах, а также для разработки технической документации на вещества, материалы и т.п., включая их испытания.
Патентная стратегия		Patent strategiyasi	составная часть научно-технической и инновационной политики, представляющая собой совокупность осуществляемых компанией мер, направленных на формирование условий для создания конкурентоспособных инновационной продукции

			и услуг и на оптимальное использование ресурса интеллектуальных прав.
Приток денежных средств от реализации инновационного проекта	The inflow of cash from the implementation of an innovative project	Innovatsion loyihani amalga oshirishda pul mablag'lari oqimi	общая сумма поступлений денежных средств от использования результатов научно-технической работы.
Технопарк			компактно расположенный комплекс, функционирование которого основано на коммерциализации научно-технической деятельности и ускорении продвижения новшеств в сферу материального производства. Отличительные черты технопарка: комплексность входящих в технологический парк юридически самостоятельных организаций по научно-производственному циклу создания новшеств (научные учреждения, вузы, промышленные предприятия, службы сервиса и т.д.).
Технополис			специально созданный комплекс в одном регионе, около центра научных идей (небольшом городе с развитой инфраструктурой),

		Texnopolis	включающий организации и учреждения, охватывающие полный инновационный цикл. В отличие от технопарка, технополис создается (строится) специально и обязательно включает весь комплекс работ инновационного процесса.
Эффективность использования результатов научно-технической работы	Efficiency of using the results of scientific and technical work	Ilmiy-texnik ishlar natijalarida n foydalanish samaradorligi	категория, отражающая соответствие научно-технической работы целям и интересам компании, характеризующая рациональность использования производственных ресурсов и свидетельствующая о целесообразности ее реализации.
Реинвестиции	reinvestments	reinvestitsiya	вложения прибыли (дохода), полученной в результате деятельности инвестора
Капитальные инвестиции	capital investment	sarmoyainvestitsiyalar	инвестиции, вкладываемые в создание и воспроизводство основных фондов, а также в развитие иных форм материального производства
Инновационные инвестиции	innovative investment	innovatsion investitsiya	инвестиции, вкладываемые в разработку и освоение нового поколения техники и технологий
Иностранные инвестиции	foreign investment	xorijiy investitsiyalar	осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и

			государствами
Совместные инвестиции	jointinvestments	qo'shmainvestitsiyalar	вложения, осуществляемые субъектами данной страны и иностранных государств
Инвестиционный климат	investmentclimate	investitsiyamuhiti	условия в стране, влияющие на приток капитала, складываются из широкого комплекса факторов
Базисные инновации		Bazisinnovatsiyalari	это продукты, процессы или услуги, обладающие либо невиданными ранее свойствами, либо известными, но значительно улучшенными по производительности или по цене свойствами.
Улучшающие инновации		Yaxshilashinnovatsiyalari	направлены на развитие и модификацию базисных инноваций, они намного многочисленнее их, но отличаются значительно меньшей новизной и более коротким жизненным циклом. Улучшающие инновации представляют собой незначительные, не революционные изменения, во многом предсказуемые и predetermined существующими знаниями, продуктами, технологиями.
Продуктовые инновации		Mahsulotinnovatsiyalari	охватывают внедрение технологически новых или усовершенствованных

		ari	продуктов.
Технологическ и новый продукт		Texnologik jihatdan yangi mahsulot	это продукт, чьи технологические характеристики (функциональные признаки, конструктивное выполнение, а также состав используемых материалов и компонентов) или предполагаемое использование являются <i>принципиально новыми</i> либо <i>существенно отличаются</i> от аналогичных ранее производимых продуктов.
Технологическ и усовершенствованный продукт		Texnologik jihatdan rivojlangan mahsulot	это существующий продукт, качественные или стоимостные характеристики которого были <i>заметно улучшены</i> за счет использования <i>более эффективных компонентов</i> и <i>материалов</i> , частичного изменения одной или ряда технических подсистем (для комплексной продукции)
Процессные инновации		Prosess innovatsiyal ari	включают разработку и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных <i>производственных процессов (методов)</i>
Эндогенный экономический рост		Endogen iqtisodiy	это экономический рост, темпы которого на длительную перспективу определяются

		o'sish	функционированием самой системы.
Инновационное предприятие		Innovatsion korxona	коммерческая организация, которая осуществляет практическую реализацию технологий, содержащих конфиденциальные сведения технического, экономического, административного, финансового или иного характера, и получает наибольшую долю доходов от создания и последующей реализации инновационной продукции или вследствие применения инновационных технико-технологических процессов.
Нанотехнологии и		Nanotexnologiya	совокупность технологических методов и приемов, используемых при изучении, проектировании и производстве материалов, устройств и систем, включающих целенаправленный контроль и управление строением, химическим составом и взаимодействием составляющих их отдельных нано масштабных элементов которые приводят к улучшению, либо появлению

			дополнительных эксплуатационных и потребительских характеристик.
Биотехнология		Biotechnologia	дисциплина, изучающая возможности использования живых организмов, их систем или продуктов их жизнедеятельности для решения технологических задач, а также возможности создания живых организмов с необходимыми свойствами методом генной инженерии.
Новаторы		Innovator	генераторы знаний и создатели объектов интеллектуальной собственности (изобретатели, исследовательские организации, заинтересованные в получении дохода от изобретательской деятельности)
Интеллектуальная собствен-ность		Intellectual mulk	закрепленные законом исключительные права на результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации.
Торговая марка		Savdo belgisi	обозначение, способное отличать товары одних юридических или индивидуальных предпринимателей от однородных товаров

			других юридических или индивидуальных предпринимателей
Изобретение		Ixtiro	принципиально новое техническое решение существующей производственной проблемы, дающее положительный эффект для области народного хозяйства

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Республики Узбекистан – Т.: Узбекистан 2016.
2. Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 7 февраля 2017 года № УП-4947 Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах.
3. Указ Президента Республики Узбекистан 29.11.2017 г. № УП-5264 об образовании министерства инновационного развития Республики Узбекистан // Народное слово Г. 30.11.2017г.
4. Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева о внесении изменений и дополнений в некоторые решения правительства Республики Узбекистан (Указ Президента Республики Узбекистан от 11 апреля 2018 года № УП-5409 «о мерах по дальнейшему сокращению и упрощению лицензионных и разрешительных процедур в сфере предпринимательской деятельности, а также улучшению условий ведения бизнеса»).
5. Указ Президента Республики Узбекистан от 21 сентября 2018 года № УП-5544 «об утверждении стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019-2021 годы».
6. Постановление Президента Республики Узбекистан от 08.05.2018 «о дополнительных мерах по совершенствованию механизмов внедрения инноваций в отрасли и сферы экономики».
7. Мирзиёев Ш.М. Критический анализ, строгая дисциплинарная дисциплина и личная ответственность – должны быть ежедневным правилом деятельности каждого лидера. Выступление Президента Республики Узбекистан на заседании Кабинета Министров Республики Узбекистан, посвященное итогам 2016 года и перспективам на 2017 год. // «Народное слово». 16 января 2017 года, №11.
8. Послание Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева Олий Мажлису Республики Узбекистан от 28 декабря 2018года. // «Народное слово» 29 декабря 2018года.

9. Мирзиёев Ш.М. Верховенство закона и интересы человека являются основой развития страны и благосостояния народа. - Ташкент: «Узбекистан», 2017.
10. Мирзиёев Ш.М. Мы будем строить наше великое будущее вместе с нашими храбрыми и благородными людьми. - Ташкент: «Узбекистан», 2017.
11. Мирзиёев Ш.М. 19 сентября 2017 года Выступление на 72-й сессии Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций. // Народное слово, 20 сентября 2017 года.
12. Постановление Президента Республики Узбекистан № УП-3775 от 5 июня 2018 года «О дополнительных мерах по повышению качества образования в высших учебных заведениях и обеспечению их активного участия в комплексных реформах в стране». // Народное слова, 6 июнь 2018г.
13. Mc Connell, Brue. Economics. Mcgraw-hill/Irwin, USA, 2013.
14. Tirole, Jean (Tir) The Theory of Industrial Organization. MIT Press, 1992.
15. Church J., and R.Ware. (CW) Industrial Organization. A Strategic Approach. Irwin. 2000.
16. Symeonidis, George. Industrial Economics. University of London Study Guide (SG), 1999 and Examiners' reports (ER), various years.
17. Laffont J.J. and Tirole J. Theory of incentives for procurement and regulation. MIT Press, 1999.
18. Перегудов Л.В., Саидов М.Х. Олий таълим менежменти ва иқтисодиёти. Т: Молия, 2002.
19. Мазур Н.З. Инновационная экономика: инновационные системы. Интеллектуальная собственность – Самара: Издательство СНИЦ РАН», 2001;
20. Инновационный тип развития экономики: учебник / [Архангельский В. В. и др.] ; под общ. ред.А. Н. Фоломьева, Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. Изд. 2-е, доп. и перераб. –М.: Изд-во РАГС, 2010.
21. Милькина И.В. Теоретические основы формирования стратегии инновационного развития территорий / И. В. Милькина // Инновации. 2017.

22. Попова Е. Проблемные вопросы развития национальной инновационной системы в РФ Текст. /Е. Попова // Общество и экономика. 2007.
23. Тебекин А. В. Инновационное развитие экономики А. В. Тебекин. – М.: Моск. гос. акад. делового администрирования, 2015.
24. Фатхутдинов, Р.Ф. Инновационный менеджмент / Р.Ф. Фатхутдинов. –М., 2016.;
25. Nelson R. National Innovation Systems: A Comparative Analysis. Oxford: Oxford University Press, 2003.; Radosevic S. Region Innovation Systems in Central and Eastern Europe: Determinants, Organizers and Alignments. –Brighton: University of Sussex, 2012.;
26. Rosenberg N., Birdzell L.E. How the West Grew Rich: The Economic Transformation of the Industrial World. –N.Y.: Basic Books, 2006
27. Зайнутдинов Ш.Н. Инновационный менеджмент. –Т.: Академия, 2006.
28. Зайнутдинов Ш.Н. Теория пять «И» или новая система факторов процветания государства. LAP LAMBERT Academic Publishing RU, 2018.
29. Расулев А.Ф., Алимов Р. Стимулирование инновационной активности в экономике // Общество и экономика. –М.: 2007. –№ 5-6;
30. Кадыров А.М. Формирование национальной инновационной системы в условиях углубления экономических реформ. Актуальные проблемы развития инновационной деятельности. Сборник научных трудов международной конференции. –Т.: 2008.
31. Нуримбетов Р.И., Калмуратов Б. Инновацион бошқариш стратегиясининг аҳамияти // Jamiyat va boshqaruv. –Т.: 2010 йил, № 2, –Б. 73-75., Оценка эффективности управления экономикой. Под ред. Ш.Н.Зайнутдинова, Э.Х.Махмудова. –Т.: ТГЭУ, 2008
32. Эргашев Ф., Раҳимова Д., Сагдуллаев А., Парпиев О. Инновацион менежмент. Дарслик. –Т.: Академия, 2005.
33. Г.Константинов, С.Филонович. Интеллектуальное предпринимательство или принципы обретения конкурентного преимущества в новой экономике. (Электрон. ресурс: http://mba.hse.ru/knowledge/files/intellektualnoe_predprinimatelstvo.pdf)
34. В.А.Подсорин Экономика инновации учебное пособие для магистрантов по направлению «Экономика». – М.: МИИТ, 2012. – 123 с.

22. Экономика инноваций Учебное пособие. Под редакцией Н.П.Иващенко — Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, М.: 2016.

35. Волков А.Е., Реморенко И.М., Кузьминов Я.И., Рудник Б.Л., Фрумин И.Д., Якобсон Л.И., Андрущак Г.В., Юдкевич М.М. Российское образование — 2020: Модель образования для экономики, основанной на знаниях: к IX Международной научной конференции «Модернизация экономики и глобализация», Москва, 1-3 апреля 2018 г. Москва: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2018. 39 с. (Электрон ресурс: <http://www.hse.ru/sci/publications/11010575.html>)

36. Business model innovation and competitive imitation: The case of sponsor-based business models, R. Casadesus-Massanell, R. Zhu, Feng, Strategic Managent, April 2013, Vol. 34, Issue 4, pp.464-482.

37. Business model and Performance of Firms, J.Sahut, L. Hikkerova, M., Khalfallah, International Business Research, February 2013, Vol. 6, Issue 2, pp.64-76.

38. Business model roadmapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model, M.DeReuver, H.Bouwman, T., Haaker, International Journal of Innovation Management, Feb2013, Vol. 17, Issue 1.

39. How to design a winning business model, J.E.Ricart, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.100-107.

40. New business models in emerging markets, M.J.Eyring, M.W.Johnson, H.Nair, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.89-95.

41. Reinventing Your Business Model, M. Johnson, C. Christensen, H. Kagermann, Harvard Business Review, December 2008, pp. 50-59.

42. The CEO's role in business model reinvention, V.Govindarajan, C. Trimble, Harvard Business Review, Jenuary-February, 2011, pp.109-114.

43. The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies, H. Chesbroug, R.S. Rosenbloom, ICC Association, 2002.

44. www.mineconomy.uz (Министерство экономики и промышленности Республики Узбекистан)

45. www.mehnat.uz (Министерство труда и социальной защиты Республики Узбекистан)
46. www.mf.uz (Министерство финансов Республики Узбекистан)
47. www.stat.uz (Государственный комитет статистики Республики Узбекистан)
48. www.ima.uz (Агентство интеллектуальной собственности Республики Узбекистан)
49. www.academy.uz (Академия наук)
50. <http://www.nber.com>-веб-сайт Национального бюро экономических исследований.
51. <http://www.webofscience.com> - международная платформа научных статей.
52. <http://www.scopus.com> - Международная платформа научных статей.
53. <http://www.elibrary.ru> - индекс российских научных статей.
54. International Journal of Business Forecasting and innovation. www.inderscience.com
55. Ansoff matrix. www.free-management-ebooks.com
56. Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. Илмий-электрон журнал. www.iqtisodiyot.uz
57. Экономическое обозрение. www.cer.uz
58. Journal of Innovation. www.ama.org
59. http:// prezentacii.com/po_ekonomike/5339-prezentaciya-po-biznes-planirovaniyu.html
60. http:// prezentacii.com/po_ekonomike/10618-biznes-plan-osnovnye-razdely-biznes-plana.html
61. http:// vvsu.ru/ebook/presentation/details/material/16972/prezentaciya_po_kursu_biznes
62. Business Plan Format Guide | Entrepreneur <https://www.entrepreneurmag.co.za/.../business-plans/busine..>
63. Business Plan Template for a Startup Business - Score <https://www.score.org/.../business-plan-template-startup-busi..>
64. International Journal of Business Forecasting and innovation. www.inderscience.com

- 65. Journal of Innovation. www.ama.org
- 66. Journal of Marketing Research. www.ama.org
- 67. For Business Model Innovation

С.С.КАСЫМОВ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Ташкент: Экономика, 2019 йил, 290 стр.