

**УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КАК  
ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТА  
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Экономическое содержание инновации.** Современная мировая экономика все более отчетливо предстает не в виде простой совокупности национальных хозяйств, а в виде целостной экономической системы нового качества. Суть нового качества состоит в усилении и укреплении интернационализации и глобализации экономической жизни стран постсоветского пространства, в существовании устойчивой общемировой тенденции к либерализации всех экономических связей. В результате чего возрастает устойчивость мировой экономики, ускоряется научно-технический прогресс.

Важнейшим направлением в развитии глобализации на современном этапе является формирование и укрепление международных инновационных связей, совместное научно-техническое сотрудничество разных стран и их корпораций в интересах не только экономического, но и научно-технического развития всего мирового сообщества. В связи с этим в теории управления частными и государственными структурами особую актуальность приобретает управление субъектами хозяйствования на инновационной основе.

Инновации являются предметом интеграционного сотрудничества ученых, инженеров, предпринимателей, ТНК, государственных и межгосударственных организаций ряда тесно взаимосвязанных стран. Это значительно сокращает сроки и расширяет масштабы освоения, распространения новых инноваций, совершенствования технологической базы, ускоряет процесс формирования постиндустриального технологического способа производства. Вместе с тем, разработка, внедрение и практическое использование инноваций в деятельности субъектов хозяйствования представляется одним из инструментов реализации антикризисной политики субъектов хозяйствования.

В современных условиях инновация является результатом взаимодействия науки, техники, производства и управления, которые существенным образом улучшают структуру и качество производства и (или) социальной сферы. Создание и успешное применение инноваций возможно при условии соединения в комплекс многих научных достижений. Актуальность инновационной составляющей в развитии национальной экономики обусловлена, во-первых, природой рыночных отношений, во-

вторых, необходимостью глубоких качественных преобразований в национальной экономике с целью выхода на траекторию устойчивого роста.

Инновации во все большей мере становятся востребованными не только отдельными хозяйствующими субъектами, но и всем национально-хозяйственным комплексом. Так, формируется целостная национальная инновационная система, призванная закрепить переход национальной экономики на инновационный путь развития и придать ускорение ее развитию в данном направлении.

Инновационное развитие субъектов хозяйствования находит свое выражение в следующих направлениях:

- воспроизведение знаний через проведение фундаментальных и поисковых исследований;
- внедрение полученных результатов в высокотехнологическое промышленное производство;
- производство высокотехнологических импортозамещающих конкурентных на внешних рынках продукции и услуг;
- ускоренная подготовка кадров по управлению в инновационной сфере для организации управления инновационных разработок, их внедрением и продвижением на рынке.

К существенным условиям перехода на инновационный путь развития следует отнести наличие научно-интеллектуального и технологического потенциала, достаточного для запуска и последующего развития инновационного процесса; постоянный рост количества участников инновационной деятельности; развитая система институтов, ориентированных на инновационное развитие, способных обеспечить эффективное взаимодействие всех участников инновационной деятельности; востребованность инноваций большинством хозяйствующих субъектов и физических лиц, объединенных в единой национальной инновационной системе, действенная нормативно-правовая база, регулирующая порядок осуществления инновационной деятельности в государстве.

Разработка и внедрение инноваций в первую очередь выступают продуктом человеческого труда, а качество и эффективность инноваций всецело зависят от образованности, профессионализма, способностей, накопленного запаса знаний и навыков работников. Совершенство рыночных отношений в современных условиях предопределяет необходимость развития не только производственного процесса, но и интеллектуального потенциала предприятия. Данный факт получил выражение в острой необходимости улучшения профессиональной подготовки управленческих кадров, решения которых влияют на успех и финансовое благополучие субъекта хозяйствования.

Вместе с тем, практическая значимость в обеспечении условий экономического роста субъектов хозяйствования отводится интеллектуализации производства. На основании этого существенно возрастает значение человеческого капитала как решающего фактора, предопределяющего успех мероприятий по выведению субъекта хозяйствования из-за черты убыточности и обеспечению условий для дальнейшего его эффективного развития. Поэтому весомым критерием повышения эффективности экономического развития становится увеличение расходов субъектов хозяйствования для накопления человеческого капитала.

Особенно значима роль человеческого капитала в обеспечении роста прибавочного продукта и сверхприбыли, получаемой благодаря производству и реализации на мировом рынке продукции, превосходящей по своим качественным характеристикам и издержкам среднемировой уровень. Сверхприбыль, именуемая в некоторых источниках как инновационная "рента", в свою очередь в большей мере становится источником ускорения экономического роста, а также объектом конкурентной борьбы на национальном и международном уровнях. При этом появляются новые формы накопления капитала, новые оценки и критерии эффективности его накопления и использования.

На основе вышеизложенного следует, что одним из приоритетных векторов политики управления в организации представляется активизация инновационного процесса, поиск и реализация эффективных инноваций. Однако в современных условиях до сих пор отмечается неоднозначность определения экономического содержания понятия «инновация».

Термин «инновация» происходит от англ. «innovation» – нововведение, новшество, новаторство. Рассмотрим некоторые существующие подходы к концептуализации понятия «инновация», приводимые в научной литературе и законодательных актах некоторых стран.

Понятие «инновации» как экономической категории впервые ввел в научный оборот австрийский экономист И. Шумпетер в 30-е годы XX в., трактуя его, как «изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности» [1]. Он отделил изобретение (открытие нового технического знания) от инновации (практическое применение нового знания в производстве).

Российский академик и профессор Фатхутдинов Р.А. считает целесообразным разграничить понятия «новшество» и «инновация» [2]. По его мнению, термин «новшество» означает «оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению

ее эффективности (открытие, изобретение, товарный знак или рационализаторское предложение, подтвержденное соответственно дипломом, патентом, свидетельством; документация на новый (или усовершенствованный) продукт, технологию, управленческий или производственный процесс, подлинники которой хранятся в архиве, в центре информации или стандартизации и т.п.)». Следовательно, сущность понятия «инновация», согласно Р.А. Фатхутдинову, заключается в конечном результате внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта. Превратить новшество в форму инновации означает завершить инновационную деятельность, получить положительный результат. Далее продолжается распространение (диффузия) инновации.

В монографии «Предпосылки анализа и формирования инновационной политики» (авторы Д.В. Соколов, А.Б. Титов, М.М. Шабанова) под инновацией (нововведением) понимают «итоговый результат создания и освоения (внедрения) принципиально нового или модифицированного средства (новшества), удовлетворяющий конкретные общественные потребности и дающий ряд эффектов (экономический, научно-технический, социальный, экологический)» [3].

Профессор А.И. Пригожин в монографии «Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики)» считает, что «нововведение сводится к развитию технологии, техники, управления на стадиях их зарождения, освоения, распространения на других объектах» [4]. Новшество, будучи реализованным, становится нововведением (инновацией).

В справочнике, подготовленном более чем 40 ведущими специалистами России под редакцией Г.А. Краюхина и Э.С. Минаева, «инновация» объясняется как «новое научно-техническое достижение, используемое в человеческой деятельности, и одновременно как практическая реализация нового товара» [5].

В современном экономическом словаре приводится толкование термина «инновация» как «нововведение в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, а также использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности».

В научном понимании Йохна М.А., Стадник В.В. понятие «инновации» трактуется как «творческая деятельность, которая охватывает совокупность технических, технологических, производственных, коммерческих, информационных и других мероприятий, направленных на внедрение нововведения с целью достижения экономического, социального, научно-технического эффекта и другой выгоды».

Понятие «инновация» было введено впервые в отечественное законодательство Законом Республики Беларусь от 19.01.1993 г. «Об основах государственной научно-технической политики» [7], в соответствии с которым под инновацией (нововведением) подразумевается «создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, продукции и услуг на рынок». Однако данное определение не содержит четких критериев для отнесения тех или иных объектов к категории результатов инновационной деятельности.

В модельном Законе «Об инновациях», утв. Постановлением межпарламентского комитета Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Российской Федерации от 28 февраля 1998 г., № 5-8 инновация определяется как «конечный результат инновационной деятельности в виде нового или недостающего на рынке товара (услуги) или товара с улучшенными характеристиками» [8].

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам» [9].

Понятие «инновация» было введено в отечественное законодательство Законом Республики Беларусь от 19.01.1993 г. «Об основах государственной научно-технической политики» [2], в соответствии с которым инновации (нововведения) определены как «создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды товарной продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок». Данное определение допускает расширительное толкование и не содержит четких критериев для отнесения тех или иных объектов к категории результатов инновационной деятельности. Термин «инновация» используется в законах «О научной деятельности», «О Национальной академии наук Беларуси», «Об утверждении основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь», а также более чем в 50 иных актах законодательства (постановлениях правительства и ведомственных актах).

Из вышеизложенного вытекают два основных направления понимания инноваций.

**1) Инновация как процесс, а именно:**

– изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производств и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности (И. Шумпетер);

– процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание (Б. Твист);

– успешное производство, внедрение и использование новшеств, обеспечивающих стратегический выигрыш в экономической и социальной сферах (В.Г. Колосов).

**2) Инновация как результат, а именно:**

– конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта (Р.А. Фатхутдинов);

– результат творческой деятельности, направленной на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, внедрение новых организационных форм и т.д. (Словарь «Научно-технический прогресс»);

– создаваемые, осваиваемые новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера (Государственный стандарт Республики Беларусь).

Для выяснения экономического содержания инновации полагаем целесообразным определить соотношения понятий «новшество», «нововведение», «инновация», которые нередко представляются равнозначными, однако между ними существуют различия.

Так, под новшеством стоит подразумевать новый порядок, новый метод, изобретение, новое явление, новую идею. Термин «нововведение» представляется возможным отождествлять с понятием «новация» и следует рассматривать в двух аспектах: как процесс использования новшества в практической деятельности и как результат реализации новшества на практике. Если нововведение получает распространение, результаты конкретного инновационного проекта успешны на рынке и превращаются в востребованную ценность, приносящую дополнительные экономические выгоды от ее использования, то нововведение становится инновацией. В итоге инновация представляется как результат практического освоения нового процесса, продукта или услуги.

Однако аналогичный проект может обеспечить тот же уровень качества инновационного продукта, но полученные потребительские свойства нововведения не привлекают потребителей. В этом случае нововведение не ведет к созданию ценности и не обладает коммерческой жизнеспособностью, а значит, не превращается в инновацию. Однако если нововведение не получило распространение на рынке, не нашло своего потребителя в настоящий момент, это не исключает возможность, что в будущем такое нововведение станет инновацией.

Непременными свойствами инновации являются абсолютная новизна потребительских свойств, производственная полезность и применимость, экономическая эффективность и востребованность. Главный отличительный признак инновации представляется в том, что она позволяет создать дополнительную ценность и обязательно должна практически подтвердить целесообразность ее применения. В рамках данного подхода инновация не является инновацией до того момента, пока она успешно не внедрена и не начала приносить дополнительные экономические выгоды.

В результате синтеза и обобщения вышеизложенного материала нами предлагается следующее определение понятия «инновация»:

**Инновация** – это конечный продукт деятельности, основанной на научных результатах, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного внедренного на рынке продукта либо нового подхода к услугам, технологическим процессам, обладающий новыми качественными преимуществами и обеспечивающий получение дополнительных экономических выгод при его использовании.

Необходимо отметить следующие формы выражения инноваций, предлагаемых к применению субъектами хозяйствования:

- 1) новое, ранее неизвестное потребителям благо или новое качество того или иного блага;
- 2) новый метод производства, в основе которого лежит новое научное открытие и который может заключаться в новом способе коммерческого использования соответствующего товара;
- 4) новый подход к управлению (например, создание новой организационной структуры на предприятии, новый порядок внутренней или/и внешней реорганизации предприятия).

Сущность инновации раскрывается через ее функции, отражающие назначение инновации в экономической системе государства и ее роль в хозяйственном процессе. Особую роль играют инновации в повышении конкурентоспособности отечественных предприятий. При реализации инновации, предложенной к продаже, происходит обмен «деньги –

инновация». Денежные средства, полученные в результате такого обмена, во-первых, покрывают расходы по созданию и продаже инноваций, во-вторых, приносят прибыль от реализации инноваций, в-третьих, выступают стимулом к созданию новых инноваций, в-четвертых, являются источником финансирования нового инновационного процесса.

Многие ученые предлагают выделять следующие функции инноваций: воспроизводственную; инвестиционную; стимулирующую.

*Воспроизводственная* функция означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Назначение воспроизводственной функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

Прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций. Следовательно, использование прибыли от реализации инновации для инвестирования составляет содержание *инвестиционной* функции инновации.

Получение субъектом хозяйствования прибыли за счет реализации инновации соответствует основной цели любой коммерческой организации. Прибыль служит стимулом для субъекта экономики для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами. Все вместе это составляет содержание *стимулирующей* функции инновации. Деятельность, направленную на создание конечного инновационного продукта и осуществляемую в период времени между появлением новшества и воплощением его в инновацию, предлагается обозначить как инновационная деятельность. По своей сущности инновационная деятельность заключается в целенаправленном организованном поиске изменений и в систематическом анализе тех дополнительных выгод, которые эти изменения способны обеспечить их потребителям.

Помимо вышеназванных функций, отмеченных в работах многих исследователей, важно выделить еще одну значимую функцию, которая, на наш взгляд, свойственна инновациям и должна быть учтена в составе функций инноваций. Так как через инновации происходит воплощение в жизнь и реализация достижений человеческого интеллекта, то нельзя не отметить функцию *интеллектуализации* общества. Так как процесс создания инновации в первую очередь обеспечивается на основе накопленного запаса навыков, знаний, способностей создателей инновации,



то в связи с этим необходимо отметить прямое участие человеческого капитала в формировании инноваций. Через инновации происходит воплощение в жизнь достижений человеческого интеллекта – результат проявления функции интеллектуализации общества.

Причем формирование и накопление человеческого капитала сопровождает процесс создания инновации. Поэтому представляется верным утверждать, что инновации способствуют воспроизведению знаний через проведение фундаментальных и поисковых исследований, проведение прикладных исследований и технологических разработок в государственных научных центрах и научных организациях промышленности, внедрение полученных результатов в высоконаучное промышленное производство, непрерывное восполнение кадрового потенциала в сфере науки и разработок. Это, в конечном итоге, обеспечивает условия для повышения интеллектуального уровня развития общества и увеличения роли интеллектуального капитала в накоплении национального богатства.

В составе инновационной деятельности полагаем выделять творческий процесс (генерация идей и разработка инновационного проекта), инновационный процесс (непосредственно выполнение инновационного проекта), процесс коммерциализации (доведение созданного продукта до потребителя).

Таким образом, инновация по своему экономическому содержанию подразумевает эффективное нововведение, получившее внедрение в практическую деятельность и обеспечивающее дополнительные экономические выгоды от его применения. Вместе с тем, необходимо разработать и предложить такую модель процесса формирования инновации, которая позволит выявить механизм и этапы ее становления, определить порядок формирования затрат на создание инновационного продукта.

**Формирование стоимости инновационного продукта по этапам его становления.** Ожидаемым результатом проводимых инновационных мероприятий является создание новой ценности, воплощенной в инновационном продукте. К числу показателей, необходимых для оценки эффективности инновационной деятельности, относится конечный финансовый результат. В свою очередь, финансовый результат всецело зависит от величины доходных поступлений и понесенных затрат в процессе данной деятельности.

Для достоверной оценки затрат и определения фактической стоимости инновационного продукта необходима такая система учета затрат на инновационные мероприятия, которая позволит формировать стоимость затрат на каждом этапе формирования инновации. Однако

сегодня отсутствует четкое представление об инновационном продукте как о специфическом объекте учета, не определена его учетная характеристика, в то время как нерациональный учет затрат на инновационные мероприятия влечет за собой недостоверную оценку эффективности инноваций. Для упрощения понимания экономического содержания инновации и определения ее места в инновационном процессе целесообразно предложить модель процесса формирования инновации по этапам ее становления. Каждый из этапов представлен комплексом инновационных мероприятий, направленных на достижение определенного результата.

В процессе создания инновации субъект хозяйствования несет определенные затраты, которые накапливаются по этапам становления инновационного продукта и участвуют в формировании его фактической стоимости. Следовательно, порядок учета затрат на создание инновационного продукта должен быть взаимосвязан с этапами становления инновации. Это подчеркивает необходимость увязки этапов формирования инновации и порядка накопления затрат, связанных с созданием инновационного продукта на каждом этапе его становления. Для этого, в первую очередь, важно определить состав затрат, относимых к каждому этапу формирования инновации.

*Затраты на инновации* представляют собой выраженные в денежной форме фактические расходы материальных и нематериальных ресурсов, связанные с созданием инновационного продукта. При осуществлении мероприятий, связанных с формированием инновации, затраты с момента генерации идеи и до момента ее коммерциализации объединяются и трансформируются в инновационном продукте.

Предложим модель становления инновации, позволяющая обеспечить учет затрат на создание инновационного продукта по этапам его формирования.

На первом этапе становления инновации предполагается **генерация идей**, которая подразумевает поиск и отбор идей, изучение их качества, исследование возможности и целесообразности их преобразования в проект, и, в конечном счете, в потребительскую ценность. Причем в качестве инициатора новых идей может выступать не только разработчик инноваций, но и заказчик, который обозначает ожидаемые потребительские свойства инновационного продукта или выгоды от его использования в практической деятельности. Здесь важно учесть условия (например, технические характеристики) и требования к качеству создаваемой ценности, необходимые для получения ожидаемых потребительских свойств и принятия заказчиком созданной ценности на практике.

К числу мероприятий на данной стадии целесообразно относить маркетинговые исследования потребностей рынка, выступающих источником формирования новых идей, отбор и изучение качества полученных идей, исследование возможности и целесообразности их практической реализации, оценка приобретаемых дополнительных выгод от их внедрения в практику, поиск потенциальных заказчиков. Представляется, что данный этап должен завершиться созданием *новшества*, т.е. нового порядка, нового метода, изобретения, новой идеи, подлежащего практической реализации и воплощению в инновационном продукте.

На этапе генерации идей в состав расходов данного этапа предлагается включать расходы на маркетинговые исследования потребностей рынка, отбор и изучение качества полученных идей, исследование возможности и целесообразности их практической реализации, оценка приобретаемых дополнительных выгод от их внедрения в практику, поиск потенциальных заказчиков.

После генерации идей и подтверждения целесообразности практической реализации новшества предполагается переход ко второму этапу, связанному с разработкой и утверждением инновационного проекта (**инновационное проектирование**). На данном этапе осуществляются мероприятия, связанные с непосредственной разработкой четкого плана действий, расчетом плановых показателей проекта, бюджетированием и определением сроков выполнения проекта, согласованием его с заказчиком. При необходимости возможно осуществление таких инновационных мероприятий, проведение НИОКР, привлечение услуг внешних консультантов и специалистов для совершенствования проекта, оценки его эффективности и целесообразности. Данный этап завершается *окончательным принятием и утверждением инновационного проекта*.

На этапе инновационного проектирования возникают затраты, связанные с непосредственной разработкой четкого плана действий, расчетом плановых показателей проекта, бюджетированием и определением сроков выполнения проекта, согласованием его с заказчиком. В случае необходимости возможно осуществление таких инновационных мероприятий, как освоение нового производства, проведение НИОКР, привлечение услуг внешних консультантов и специалистов для совершенствования проекта, оценки его эффективности и целесообразности, что также способствует накоплению затрат. Данный этап завершается окончательным принятием и утверждением инновационного проекта, что также свидетельствует об окончании творческого и начале инновационного процесса.

После утверждения проекта важно обеспечить своевременное поступление необходимых материальных и нематериальных ресурсов для его выполнения, что является задачей этапа снабжения проекта. На данном этапе подразумевается проводить приобретение требуемых ресурсов: приобретение, доставка, хранение, доведение до эксплуатационного состояния, подготовка (переподготовка) кадров, освоение нового производства, закупка технологического оборудования, организация и отладка технологических процессов, прочее. Однако процесс снабжения может также процесс выполнения проекта, обеспечивая своевременное поступление необходимых ресурсов по мере возникновения потребностей в них. На данном этапе возможно возникновение затрат по поводу заготовки требуемых ресурсов: их приобретения, доставки, хранения, доведения до эксплуатационного состояния и прочие. Однако процесс снабжения может также сопровождать инновационный процесс, обеспечивая своевременное поступление необходимых ресурсов по мере возникновения потребностей в них.

Четвертый этап становления инновации связан с реализацией мероприятий, предусмотренных в инновационном проекте, т.е. непосредственное выполнение проекта (**инновационное производство**). На данном этапе происходит комбинирование различных факторов производства под воздействием интеллекта, накопленного научного знания и опыта. Завершение данного этапа должно сопровождаться выполнением всех намеченных инновационных мероприятий и получением нововведения в качестве конечного продукта, которому присущи характеристики и свойства, предусмотренные в инновационном проекте. В состав затрат на создание инновации на данном этапе предполагается включить стоимость всех потребленных материальных и нематериальных ресурсов, необходимых для реализации проекта. Завершение данного этапа должно сопровождаться выполнением всех намеченных инновационных мероприятий и получением конечного продукта, которому присущи характеристики и свойства, предусмотренные в инновационном проекте.

Следующим предполагается **этап принятия результата выполнения проекта** – оценка заказчиком практической полезности и целесообразности внедрения в практику созданного продукта. Данный этап может завершиться принятием или непринятием заказчиком результата выполнения проекта. В случае принятия заказчиком результата проекта конечный продукт (нововведение) превращается в инновацию. При непринятии заказчиком конечного продукта у разработчика возникает потребность в поиске других потенциальных покупателей для реализации созданного продукта либо в доработке инновационного

проекта и дополнительном улучшении потребительских свойств ранее созданного продукта с целью полного удовлетворения потребностей заказчика. Во втором случае требуется повторное прохождение разработчиком этапов становления инновации, до тех пор пока не будут удовлетворены требования заказчика либо не найден другой заинтересованный покупатель, что влечет дополнительные затраты на создание инновационного продукта и увеличивает его фактическую стоимость.

В случае, если новый продукт самостоятельно создан разработчиком при отсутствии конкретного заказчика, то предполагается внедрение полученного продукта на рынок и его распространение среди покупателей, которым видится целесообразным его практическое применение (**коммерциализация**). Следовательно, на данном этапе возникают затраты, связанные с доведением созданного продукта до потребителя: расходы на рекламу, маркетинговые услуги, расходы по продвижению и сбыту продукта, прочие коммерческие расходы.

Если нововведение получает распространение, результаты конкретного инновационного проекта успешны на рынке и превращаются в востребованную ценность, приносящую дополнительные экономические выгоды от ее использования, то нововведение становится инновацией. Однако аналогичный проект может обеспечить тот же уровень качества инновационного продукта, но полученные потребительские свойства нововведения не привлекают потребителей. В этом случае нововведение не ведет к созданию ценности и не обладает коммерческой жизнеспособностью, а значит, не превращается в инновацию. Однако если нововведение не получило распространение на рынке, не нашло своего потребителя в настоящий момент, это не исключает возможность, что в будущем времени такое нововведение станет инновацией, что также вносит неопределенность в порядок отнесения и списания затрат по нереализованным нововведениям. Однако очевидно, что повышение эффективности инновационной деятельности напрямую зависит от увеличения доли реализованных инноваций в общем числе созданных нововведений.

Конечным итогом выполнения инновационного проекта выступает созданный продукт, обладающий абсолютной новизной потребительских свойств и выступающий в качестве конечного результата проведенных инновационных мероприятий. Параметры результата выполнения проекта описывают то, чем завершились инновационные мероприятия, и позволяют получить информацию об эффективности инновационной деятельности субъекта хозяйствования. Результаты также описывают качество, количество и временные рамки создания иннова-

ционного продукта, тем самым определяя производительность организации в сфере исследования, эффективность разработок, практическая ценность нововведений.

В зависимости от материальности формы получаемого инновационного продукта процесс становления инновации может быть организован в две или три стадии, объединяющие в себе рассмотренные выше этапы. Первая стадия – создание инновационного продукта как объекта интеллектуальной собственности (результат выполнения этапа генерации идей и инновационного проектирования), вторая стадия – создание инновационного продукта как реального материального объекта (результат осуществления этапов снабжения и инновационного производства), третья стадия – коммерциализация продукта инновационной деятельности (результат выполнения этапа принятия результата).

Так, если продукт инновационной деятельности является нематериальным (например, технология, программное обеспечение, проектная документация и т.д.), то процесс становления инновации будет включать в себя две стадии: создание инновационного продукта как объекта интеллектуальной собственности и коммерциализация продукта. Стадия создания инновационного продукта как реального материального объекта в данном случае неуместна.

Если продукт инновационной деятельности является материальным (например, оборудование, материалы, готовая продукция и т.д.), то процесс становления инновации будет включать в себя все три стадии: создание инновационного продукта как объекта интеллектуальной собственности; создание инновационного продукта как реального материального объекта и коммерциализация продукта.

Все затраты по инновационной деятельности в зависимости от направления инновационных мероприятий целесообразно объединить в следующие группы затрат:

1) *Затраты на маркетинговые исследования.* Затраты на маркетинговые исследования потребностей рынка как источника новых идей, изучение их практической значимости для потенциальных потребителей, поиск заказчиков.

2) *Затраты на научные исследования и разработки.* Данная группа включает затраты, связанные с научным обоснованием и оценкой целесообразности реализации идей, изучением их качества, проведением научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по тематике создания новых и/или усовершенствованных продуктов (процессов).

3) *Затраты на инновационное проектирование.* Данная группа объединяет затраты, связанные с созданием нескольких альтернативных вариантов инновационного проекта, проведением их экспертизы, оценки, выбором оптимального проекта для последующей реализации.

4) *Затраты на инновационное производство.* Включают стоимость всех материальных и нематериальных ресурсов, потребленных в процессе выполнения инновационного проекта.

5) *Затраты по коммерциализации.* Учитываются затраты, связанные с доведением созданного продукта до потребителя: расходы на рекламу, маркетинговые услуги, расходы по продвижению и сбыту продукта, прочие коммерческие расходы.

На основе вышеизложенного приведем порядок формирования фактической стоимости инновационного продукта по стадиям и этапам его формирования в таблице 1.

**Таблица 1 – Формирование стоимости инновационного продукта**

Стадии формирования инновации	Этапы формирования инновации	Группы затрат	Формирование стоимости инновационного продукта	
1. Создание инновационного продукта как объекта интеллектуальной собственности	1. Генерация идей	– Затраты на маркетинговые исследования – Затраты на научные исследования и разработки	А) Фактическая стоимость объекта интеллектуальной собственности	Фактическая стоимость инновационного продукта как нематериального объекта (А+В) Фактическая стоимость инновационного продукта как материального объекта (А+Б+В)
	2. Инновационное проектирование	– Затраты на инновационное проектирование		
2. Создание инновационного продукта как материального объекта	3. Снабжение	– Затраты на инновационное производство	Б) Фактическая стоимость инновационного производства	
	4. Инновационное производство			
3. Коммерциализация продукта инновационной деятельности	5. Принятие результата	– Затраты по коммерциализации	В) Фактическая стоимость доведения продукта до потребителя	
	6. Коммерциализация			

*Источник: собственная разработка.*

Так как этап принятия может привести к непринятию результата выполнения, то в таком случае необходимо повторное прохождение этапов становления инновации с целью доработки продукта, его усовершенствованию, что влечет дополнительное увеличение стоимости конечного продукта инновационной деятельности.

**Классификация инновации, ее взаимосвязь с человеческим капиталом.** Для подробного изучения видового многообразия и способов выражения инноваций рассмотрим их классификацию в разрезе определенных признаков.

В настоящий момент в научной литературе приведено множество способов классификации инноваций в разрезе определенных признаков. Приведенные ниже некоторые существующие признаки классификации свидетельствуют о том, что процессы нововведений многообразны и различны по своему характеру и содержанию.

Так, *по масштабам распространения* инновации могут быть мировыми, национальными, отраслевыми, локальными, связанными с предприятием или его отдельным подразделением.

*По сфере применения* различают инновации в производство, управление, рынок, потребление и пр.

*По характеру генерирования и внедрения* различают быстрые, замедленные, затухающие, равномерные, скачкообразные, нарастающие инновации.

В зависимости от *глубины вносимых изменений* выделяют радикальные (базисные) инновации, которые реализуют крупные изобретения и формируют новые направления в развитии техники; улучшающие инновации, которые реализуют мелкие изобретения и преобладают на фазах распространения и стабильного развития научно-технического цикла; модификационные (частные) инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии.

*По характеру связи с предшествующими образцами* инновации могут быть открывающими новые направления в человеческой деятельности (например, самолет); заменяющими (электровоз и тепловоз вместо паровоза); отменяющими (бумага вместо пергамента); возвратными (современные парусные суда, дирижабли); имитирующими, в том числе ретроспективными, возвращающими к исходным идеям, модулям, конструкциям (образцы моды).

*По целям* выделяются следующие виды инноваций: для восстановления и сохранения функций существующей системы и ее основных свойств; для временного приспособления системы к количественным изменениям среды; для коренной перестройки системы и создания ее нового варианта (с изменением всех или большинства первоначальных свойств) при сохранении прежнего функционального принципа, позволяющего приспособить ее к качественным изменениям среды; для создания системы нового вида, что предполагает ее качественные изменения, но при сохранении прежнего принципа функционирования; для создания системы нового рода путем коренного изменения принципа ее функционирования.



По характеру источника (стимула появления) рассматриваются инновации, вызванные развитием науки и техники; вызванные потребностями производства; вызванные потребностями рынка.

По результативности инновации делятся на завершенные и незавершенные, успешные и неуспешные. Нововведение, например, не считается завершенным, если останавливается на какой-либо промежуточной стадии.

По степени новизны (новизна – совокупность свойств, характеризующих радикальность изменений объекта) инновации можно рассматривать как абсолютные (нет аналогов) и относительные. Последние могут быть частичными (отдельные новые элементы) и условными (новое сочетание прежних элементов.)

По характеру применения инновации различают продуктовые и процессные (операционные). Продуктовые инновации включают применение новых материалов, новых полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально новых продуктов. Процессные инновации означают новые методы организации производства (новые технологии).

В условиях многообразия способов выражения инноваций и широкой сферы их применения некоторые авторы предлагают собственные подходы классификации инноваций, что в свою очередь объясняет существование множества классификаторов инноваций.

Среди них такие известные зарубежные специалисты в области экономики и менеджмента, как Й. Шумпетер, И. Ансофф и П. Друкер. В российской литературе по инновациям можно выделить классификации, предложенные А.Н. Цветковым, П.Н. Завлиным и А.В. Васильевым, В.В. Горшковым и Е.А. Кретовой, Э.А. Уткиным, Г.И. Морозовой и Н.И. Морозовой, А. И. Пригожиным и др. Рассмотрим некоторые из них.

**Таблица 2 – Классификация инноваций по П.Н. Завлину и А.В. Васильеву.**

Классификационный признак	Классификационные группировки инноваций
1. Область применения.	Управленческие, организационные, социальные, промышленные и др.
2. Этапы НТП, результатом которых стала инновация.	Научные, технические, технологические, конструкторские, производственные, информационные.
3. Степень интенсивности.	«Бум», равномерная, слабая, массовая.
4. Темпы осуществления инноваций.	Быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные.
5. Масштабы инноваций.	Трансконтинентальные, транснациональные, региональные, крупные, средние, мелкие.
6. Результативность.	Высокая, низкая, средняя.
7. Эффективность инноваций.	Экономическая, социальная, экологическая, интегральная.

Таблица 3 – Классификация инноваций по В.В. Горшкову и Е.А. Кретовой.

Классификационный признак	Вид инновации	Содержание инновации
1. Структурная характеристика инновации.	1.1. Инновации на «входе» в предприятие. 1.2. Инновации на «выходе» из предприятия. 1.3. Инновации структуры организации как системы, т.е. ее отдельных элементов.	1.1. Целевое качественное или количественное изменение в выборе и использовании материалов, сырья, оборудования, информации, работников и других ресурсов. 1.2. Целевые качественные или количественные изменения. 1.3. Целевые изменения производственных, обслуживающих и вспомогательных связей по качеству, количеству, организации и способу обеспечения.
2. Целевые изменения.	2.1. Технологические. 2.2. Производственные. 2.3. Экономические. 2.4. Торговые. 2.5. Социальные. 2.6. Инновации в области управления.	2.1. Создание и освоение новой продукции, технологии, материалов, модернизация оборудования, реконструкция производственных зданий и их оснащения, реализация мероприятий по охране окружающей среды. 2.2. Расширение производственных мощностей, диверсификация производственной деятельности, изменение структуры производства и соотношение мощностей отдельных производственных единиц. 2.3. Изменение методов и способов планирования всех видов производственно-хозяйственной деятельности, снижение производственных затрат и улучшение конечных результатов, рост экономического стимулирования и материальной заинтересованности трудящихся, рационализация системы калькуляции внутрипроизводственных затрат. 2.4. Использование методов ценовой политики во взаимоотношениях с поставщиками и заказчиками, предложение новой продукции и услуг, предоставление или взыскание финансовых ресурсов в форме кредитов, займов, применение новых методов распределения прибыли и других накопленных ресурсов и т.п. 2.5. Улучшение условий и характера труда, социального обеспечения, предоставляемых услуг, психологического климата и характера взаимоотношений на предприятии или между его отдельными организационными подразделениями. 2.6. Улучшение организационной структуры, стиля и методов принятия решений, использование новых средств обработки информации и документации, рационализации канцелярской работы и т.д.

**Таблица 4 – Классификация инноваций по Э.А. Уткину,  
Г. И. Морозовой, Н. И. Морозовой.**

Классификационный признак	Вид инновации	Содержание инновации
1. Причина возникновения	1.1. Реактивные. 1.2. Стратегические.	1.1. Обеспечивают выживание фирмы или банка, как реакция на новые преобразования, осуществляемые конкурентом, чтобы быть в состоянии вести борьбу на рынке. 1.2. Внедрение их носит упреждающий характер с целью получения решающих конкурентных преимуществ в перспективе.
2. Предмет и сфера приложения.	2.1. Продуктовые. 2.2. Рыночные. 2.3. Инновационные процессы.	2.1. Новые продукты и услуги. 2.2. Открытие новых сфер применения продукта, а также позволяющих реализовать услугу на новых рынках. 2.3. Технология, организация производства и управленческие процессы.
3. Характер удовлетворяемых потребностей.	3.1. Ориентирование на существующие потребности. 3.2. Ориентирование на формирование новых потребностей.	3.1. Действующие сегодня потребности, которые не удовлетворены полностью или частично. 3.2. Потребности на перспективу, которые могут появиться под влиянием факторов, изменяющих вкусы и интересы людей, их запросы и т.п.

**Таблица 5 – Классификация инноваций по А.И. Пригожину.**

Классификационный признак	Вид инновации
1. По распространенности.	Единичные и диффузные.
2. По месту в производственном цикле.	Сырьевые, обеспечивающие, продуктовые.
3. По преемственности.	Заменяющие, отменяющие, возвратные, открывающие, ретровведения.
4. По охвату ожидаемой доли рынка.	Локальные, системные, стратегические.
5. По инновационному потенциалу и степени новизны.	Радикальные, комбинаторные, совершенствующие.

Несмотря на значительное множество классификационных признаков и подходов классификации инноваций, существует определенная тесная взаимосвязь и взаимозависимость любой инновации и человеческого капитала.

Процесс создания инновации, в первую очередь, обеспечивается на основе накопленного запаса навыков, знаний, способностей создателей инновации. В связи с этим необходимо отметить прямое участие человеческого капитала в формировании инноваций. Причем формирование человеческого капитала организации сопровождает процесс формирования инновации.

Рассмотрим в таблице 6 основные виды деятельности в сфере человеческого капитала, предложенные Фитц-енцем: приобретение, содержание, развитие и сохранения работников [2].

Так, на стадии «приобретения» работников осуществляются расходы на рекламу, перемещение, плата агента и т.д.; на стадии «содержание» – расходы на оборудование рабочего места, заработная плата, социальное обеспечение; на стадии «развитие» – это, прежде всего, обучение и повышение квалификации; на стадии «сохранение» – дополнительное поощрение в виде премий и т.д.

**Таблица 6 – Основные виды деятельности в сфере человеческого капитала**

	Основные виды деятельности в сфере человеческого капитала (ЧК)			
	Приобретение	Содержание	Развитие	Сохранение
Мероприятия по формированию человеческого капитала	1. Реклама 2. Перемещение /замещение сотрудников 3. Создание и заполнение рабочих мест	1. Оборудование рабочих мест 2. Оплата труда 3. Социальное обеспечение	1. Обучение сотрудников 2. Повышение квалификации	1. Дополнительное поощрение
Расходы как инвестиции в человеческий капитал	1. Расходы на наем	1. Расходы на оплату труда и социальное обеспечение 2. Расходы на оборудование рабочих мест	1. Расходы на обучение	1. Расходы на выплату премий

Соотношение суммы заработанной прибыли на конкретного работника к величине инвестиций в этого работника определяет рентабельность осуществленных инвестиций.

Заметим, что приобретение человеческого капитала происходит до момента генерации идей, необходимых для создания инноваций. На

этапах генерации идей и создания инновационного проекта, его выполнения наблюдается прямое участие человеческого капитала в форме использования накопленных и получения новых знаний, умений и навыков, поэтому на данном этапе формирования инновации должно обеспечиваться содержание и развития человеческого капитала. На стадии снабжения возможно дополнительное приобретение человеческого капитала в привлечении необходимых работников-специалистов, повышении квалификации существующих работников, что может стать важным для эффективного выполнения инновационного проекта.

На этапе принятия результата проекта и в случае внедрения полученного продукта на рынок либо возникновении необходимости его доработки, усовершенствования важно обеспечить сохранение человеческого капитала, так как выполнение каждого инновационного проекта способствует увеличению запасов знаний, умений и навыков работников, накоплению человеческого капитала, росту его стоимости. Текущая кадров негativamente сказывается на доходности человеческого капитала, так как существующая постоянная потребность инвестирования в профессиональное развитие вновь принятых работников влечет к росту затрат на содержание и развитие человеческого капитала и дает экономический эффект в долгосрочной перспективе. В случае ухода работника организация теряет накопленный запас профессиональных знаний, умений и навыков, способности, присущие данному работнику и приобретенные им в данной организации в результате творческого и трудового процесса.

Следовательно, очевидна тесная взаимосвязь инноваций и человеческого капитала, которую можно характеризовать следующим образом:

- человеческий капитал – это актив предприятия, который участвует в увеличении доходов организации от использования навыков и профессионализма работников;

- доходность человеческого капитала определяется способностью отдельного работника приносить доход организации путем увеличения производительности труда, разработки инноваций, улучшения качества обслуживания клиентов;

- чем выше стоимость человеческого капитала, тем выше качество и эффективность разработанных инноваций;

- степень эффективности инновации и величина ожидаемого прироста экономических выгод от ее использования зависят от качества Управления человеческим капиталом, его способности создавать добавочную стоимость, а значит – от доходности данного капитала.

Так как инновация по своему содержанию подразумевает эффективное нововведение, получившее внедрение в практическую деятельность и обеспечивающее увеличение экономических выгод от его применения, то фактическая разработка работниками и внедрение инноваций будут выступать одним из факторов роста рентабельности осуществленных инвестиций в данных работников. Следовательно, инновации могут выступать одним из критериев оценки доходности человеческого капитала организации.

Затраты на формирование, развитие, содержание и сохранение человеческого капитала предлагаем включать в состав затрат на создание инновации, которые участвуют в формировании фактической себестоимости инновационного продукта. Поэтому для обеспечения объективной оценки стоимости инновации необходимо определить достоверную стоимость человеческого капитала и учитывать ее как одну из необходимых статей затрат при формировании фактической стоимости инновационного продукта.

Рассмотрим место и роль человеческого капитала в формировании инновации графически на рис. 1.



Рисунок 1 – Место и роль человеческого капитала в формировании инновации

Взаимосвязь инноваций и человеческого капитала предлагается рассматривать в следующих аспектах:

1. Человеческий капитал – это актив предприятия, который участвует в увеличении доходов организации от использования навыков и профессионализма работников;

2. Доходность человеческого капитала определяется способностью отдельного работника приносить доход организации путем увеличения производительности труда, разработки инноваций, улучшения качества обслуживания клиентов;

3. Чем выше стоимость человеческого капитала, тем выше качество и эффективность разработанных инноваций;

4. Степень эффективности инновации и величина ожидаемого прироста экономических выгод от ее использования зависят от качества управления человеческим капиталом, его способности создавать добавочную стоимость, а значит – от доходности данного капитала.

На основании вышеприведенных аспектов взаимосвязи инновации и человеческого капитала представляется верным утверждение: рентабельность инноваций – один из критериев оценки доходности человеческого капитала организации.



**Рисунок 2 – Отражение взаимосвязи и взаимозависимости между инновацией и человеческим капиталом**

В связи с вышесказанным, одним из условий повышения эффективности инновационной деятельности в государстве является обеспечение условий роста доходности человеческого капитала специализированных на-

учных организаций и учреждений организаций, занятых разработкой и распространением инноваций как на коммерческой, так и некоммерческой основе. Это связано с тем, что эффективность инновационной деятельности подобных организаций во многом определяется рентабельностью инвестиций в человеческие ресурсы. Несомненно, рентабельность инвестиций, и как следствие, доходность человеческого капитала всецело зависят от качества фактически полученных инновации и дополнительных экономических выгод от их распространения в практической деятельности.

Полагаем, что степень эффективности нововведения и величина ожидаемого прироста экономических выгод зависят от уровня управления человеческим капиталом, его способности создавать добавочную стоимость, а значит – от доходности данного капитала. Поэтому эффективность полученных инноваций и дополнительные доходы от их распространения в практической деятельности определяют доходность человеческого капитала, а качественный уровень человеческих ресурсов во многом определяет рыночную стоимость организации.

На основе изучения существующих подходов классификации инноваций и выявления тесной взаимосвязи инноваций и человеческого капитала представляется важным предложить новый классификационный признак, не учтенный ни в одном из рассмотренных подходов, такой как **персонал-зависимость** процесса создания инновации. Так, предлагается рассматривать капиталоемкие и человекоемкие инновации. Приведем ниже обоснование целесообразности применения данного признака.

Очевидно, что эффективность инновационной деятельности организаций в большей степени определяется доходностью человеческого капитала. Однако при оценке эффективности деятельности подобных организаций не всегда учитываются специфические особенности их функционирования, важнейшим активом которых является персонал. Так, эффективность инновационной деятельности в большей степени зависит от способностей каждого сотрудника и усилий конкретного человека или группы. Человеческий ресурс (капитал) – самый ценный ресурс, используемый в инновационной деятельности и определяющий качество и эффективность созданного инновационного продукта. В организациях, которые предлагается относить к категории «человекоемкого», или «персонал-зависимого» производства, наблюдаются, как правило, высокие общие издержки на персонал, причем издержки на персонал значительно превышают капитальные издержки.

Таким образом, важнейший ресурс большинства организаций в условиях формирования инновационной экономики – уже не капитал (то есть активы, которыми организация владеет и которые используются ей с максимальной эффективностью), а сотрудники, которые имеют



непосредственное отношение к результативности хозяйственной деятельности. Тот факт, что организация не «владеет» своими сотрудниками (в отличие от капитальных активов), объясняет сложность оценки и отражения стоимости человеческого капитала в бухгалтерской отчетности. На наш взгляд, затраты на подбор, мотивацию, развитие и содержание персонала – это своего рода капитальные затраты в человеческий ресурс. Рентабельность инноваций – один из критериев оценки доходности человеческого капитала организации, потому как рентабельность инвестиций в работников, доходность человеческого капитала всецело зависят от качества фактически полученных инновации и дополнительных экономических выгод от их распространения в практической деятельности.

### **Список цитированных источников**

1. Международные стандарты финансовой отчетности 2006. – М.: Аскери-АССА, 2006. – 1060 с.
2. О модельном законе "об инновациях". Постановление межпарламентского комитета Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Российской Федерации от 28 февраля 1998 г., N 5-8.
3. Об утверждении Основных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006 – 2015 годы: утв. Постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 4 ноября 2006 г., № 1475.
4. Пригожин А.И. Нововведение: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики). – Политиздат, 1989. – 271 с.
5. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития: пер. с венгер. / Б. Санто– М.: Прогресс, 1990. – 376 с.
6. Стефанович, И.В. Методологический аспект категории «Человеческий капитал» / И.В. Стефанович: Научные труды академии управления при Президенте РБ. Выпуск 1. – Мн.: Академия управления при Президенте РБ, 2001. – 616 с.
7. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций: пер. с англ. В. Ноздриной / А. Стюарт Томас – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
8. Фитц-енц. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала. – Вершина, 2006. – 320 с.
9. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер – М.: Прогресс, 1982. – 454 с.