**Инновационная политика предприятия**

Реферат выполнил студент гр. ФТ-45 Лонский С.С.

Харьковский политехнический институт

Харьков 2010

**Введение**

Вопросы инновационной деятельности являются ключевыми для большинства индустриально развитых стран мира. Научно-техническая продукция как результат интеллектуальной деятельности требует создания системы охраны промышленной собственности и является обязательным атрибутом развитых стран. Так, технологическая политика США направлена, в том числе на: создание благоприятного климата для развития частного сектора и повышение конкурентоспособности продукции; поощрение развития коммерциализации технологий; инвестирование в создание технологий XXI века. В странах Европейского союза стимулирование инновационной деятельности вышло за национальные рамки и все в большей степени становиться общей задачей. Кооперация в исследованиях и разработках дает возможность европейским компаниям противостоять конкурентам, объединять технологические ресурсы, добиваться экономии средств за счет расширения масштабов и соединения технических и интеллектуальных возможностей. В государствах - участниках СНГ после 1991 года удельный вес организаций, осуществляющих разработку и внедрение нововведений, упал в среднем до 5-6 процентов (ранее составлял 60-70) от общего количества организаций и продолжает снижаться. Открытие рынка государств - участников СНГ для зарубежных товаров и технологий привело к падению спроса на национальную наукоемкую продукцию, вытеснению ее с внутреннего рынка. В этих условиях организации сокращают объемы производства наукоемкой продукции, отдавая приоритет в производстве технически более простой и дешевой. Происходит снижение объемов производства, основу которого составляют электронная промышленность, вычислительная, оптоволоконная техника, роботостроение, телекоммуникации. Вместе с тем в государствах - участниках СНГ еще сохраняется ряд отраслей экономики, конкурентоспособных на мировом рынке. По отдельным направлениям государства - участники СНГ находятся среди мировых лидеров в разработке фундаментальных проблем в области физики, математики, новых материалов, программных продуктов для ЭВМ.

Объектом исследования является инновационная деятельность предприятий.

Целью работы является определение направлений совершенствование инновационной деятельности на предприятиях.

Задачами работы соответственно являются:

рассмотрение теоретических основ инновационной политики;

исследование вопросов выбора стратегии и формирования инновационного потенциала.

1.Инновационная политика

Как самостоятельное направление государственной политики целенаправленное стимулирование нововведений – так называемая "инновационная политика" – сформировалась в конце 60-х-начале 70-х годов прошлого века.

Термин "инновационная политика" был впервые использован в известном "докладе Charpie" ("Технологические нововведения: управление и условия осуществления"), подготовленном Министерством торговли США в 1967 году. [1] На сегодняшний день указанная политика охватывает собой широкую совокупность самых различных мероприятий органов государственной власти (научно-технических, налоговых, производственных, управленческих, юридических, контролирующих и иных), ориентированных на целенаправленное стимулирование инноваций. Инновационная политика предприятия, по сути является частью инновационной политики государства, которому оно принадлежит. Посему прежде рассмотрим внимательно государственную политику в сфере инноваций.

Таким образом, достаточно обоснованным представляется вывод о том, что инновационная политика является более широким понятием, чем научно-техническая, которая традиционно сводится к выбору приоритетов в науке и технике. [2].

Вместе с тем, инновационная политика так или иначе затрагивает науку, технику, экономику, предпринимательство и управление. Она охватывает всю социально-экономическую среду, включая производство, банки, научно-технические кадры, уровень научно-технической грамотности населения страны. Исходя из этого, представляется логичным не согласиться с мнением В. К. Матюшевской, трактующей инновационную политику как часть научно-технической политики страны[3].

Инновационная политика внутренне связана с научно-технической, ориентированной на формирование условий для создания продукта, потенциально способного стать инновацией. В то же время более широкое содержание первой обусловливается тем, что инновационная политика как бы включает в себя научно-техническую, поскольку охватывает сферу не только создания инновационного продукта, но и его возможной коммерциализации, производственного применения.

По мысли В. Ж. Келле, инновационная политика выполняет интегративную функцию, поскольку она направлена на объединение в единый комплекс научно-технической и производственной сфер в деле создания и применения в производстве новых технологий, а также самого инновационного продукта[4].

Инновационная политика государства ориентирована на обеспечение положительного эффекта от реализации инноваций как источника развития, на создание условий для развития страны на их основе.

Объективно ее реализация направлена на обеспечение более высоких по сравнению с существующими масштабов новаторской активности на территории государства, что способно позитивно сказываться на конкурентоспособности субъектов хозяйствования страны.

Так, продуктовые нововведения ориентированы преимущественным образом на удовлетворение потребностей потенциальных потребителей на более высоком уровне. А это, в свою очередь, предполагает возникновение большего спроса на инновационные продукты и достижение инновационно активными хозяйствующими субъектами более высоких результатов своей производственной деятельности. С другой стороны, реализация процессных, организационных и экономических инноваций акцентирует первоочередное внимание на снижении затрат, имеющих место в ходе производственного процесса.

Таким образом, инновационная деятельность предполагает одновременную ориентацию на повышение результатов производства и снижение возникающих при этом затрат. Исходя из этого, указанная деятельность объективно направлена на увеличение эффективности производства в стране, а стимулирование ее активизации может рассматриваться в качестве фактора повышения конкурентоспособности предприятий страны, придания развитию государства прогрессивного характера.

Инновационная политика осуществляется государственными органами, которые выступают от имени государства, являются носителями его воли. Она включает в себя многообразие мероприятий, предпринимаемых указанными органами, ориентированное, с одной стороны, на стимулирование национальных субъектов хозяйствования разрабатывать и внедрять инновации, а, с другой стороны, на создание условий для прогрессивного технологического развития народного хозяйства страны. При этом важным представляется обратить внимание на то, что создание обозначенных условий предполагает в том числе реализацию и таких мероприятий со стороны государства в лице его соответствующих органов, фактическое осуществление которых имеет место за пределами страны, то есть на территории других государств.

Примерами подобного рода являются, в частности, финансирование со стороны национального государства патентования отечественными предприятиями за рубежом принадлежащих им объектов интеллектуальной собственности, а также разведывательная деятельность в сфере технологий с целью последующего использования полученной в результате ее осуществления информации в интересах развития национальной экономики.

Для адекватного определения термина “инновационная политика” представляется целесообразным выделить наиболее общие признаки, присущие ей.

К таковым могут быть отнесены:

1) осуществление инновационной политики государством в лице его соответствующих органов;

2) одновременная ориентация на обеспечение стимулирующего воздействия на субъектов экономики с целью разработки и внедрения ими инноваций и на создание условий для прогрессивного технологического развития народного хозяйства страны;

3) широкий спектр мероприятий (соответствующее налоговое и амортизационное стимулирование, защита прав на интеллектуальную собственность и т. п.), составляющих содержание указанной политики.

Таким образом, инновационную политику государства следует определить как широкую совокупность мероприятий органов государственной власти, направленных на обеспечение стимулирующего воздействия на субъектов экономики с целью выпуска ими новых конкурентоспособных видов продукции, разработки и внедрения новых прогрессивных технологий, новшеств организационного, экономического, социального и иного характера, а также на создание условий для прогрессивного технологического развития народного хозяйства страны.

2.Выбор инновационной стратегии предприятия

В условиях рыночной экономики руководителю недостаточно иметь хороший продукт, он должен внимательно следить за появлением новых технологий и планировать их внедрение в своей фирме, чтобы не отстать от конкурентов.

Стратегия может быть объединена с процессом принятия решений. В обоих случаях имеются цели (объекты стратегии) и средства, с помощью которых достигаются поставленные цели (принимаются решения).

Четко сформулированная стратегия важна для продвижения новшеств.

Стратегия означает взаимосвязанный комплекс действий во имя укрепления жизнеспособности и мощи данного предприятия (фирмы) по отношению к его конкурентам. Иными словами, стратегия – это детальный всесторонний комплексный план достижения поставленных целей [5]. Политика же предприятия является деятельностью по претворению плана (стратегии) в жизнь. То есть политика полностью определяется стратегией, и в первом приближении их можно считать синонимами [6, 7].

Все большее число фирм признает необходимость стратегического планирования и активно внедряет его. Это обусловлено растущей конкуренцией. Приходится жить не только сегодняшним днем, но предвидеть и планировать возможные изменения, чтобы выжить и выиграть в конкурентной борьбе.

С выбором стратегии связана разработка планов проведения исследований и разработок и других форм инновационной деятельности.

Стратегическое планирование преследует две основные цели:

1. Эффективное распределение и использование ресурсов. Это так называемая "внутренняя стратегия". Планируется использование ограниченных ресурсов, таких, как капитал, технологии, люди. Кроме того, осуществляется приобретение предприятий в новых отраслях, выход из нежелательных отраслей, подбор эффективного "портфеля" предприятий.

2. Адаптация к внешней среде. Ставится задача обеспечить эффективное приспособление к изменению внешних факторов (экономические изменения, политические факторы, демографическая ситуация и др.).

Стратегическое планирование основывается на проведении многочисленных исследований, сборе и анализе данных. Это позволяет не потерять контроль за рынком. При этом следует учитывать, что в современном мире обстановка стремительно изменяется. Следовательно, стратегия должна быть разработана так, чтобы при необходимости ее можно было ликвидировать.

Разработка стратегии начинается с формулировки общей цели организации. Она должна быть понятна любому человеку. Постановка цели играет важную роль в связях фирмы с внешней средой, рынком, потребителем.

Общая цель организации должна учитывать [5]:

а) основное направление деятельности фирмы;

б) рабочие принципы во внешней среде (принципы торговли; отношения к потребителю; ведение деловых связей);

в) культура организации, ее традиции, рабочий климат.

При выборе цели нужно учитывать два аспекта: кто является клиентами фирмы, и какие потребности она может удовлетворить.

Чтобы цель могла быть достигнута, нужно исходить из следующих принципов:

1. Четкая и конкретная формулировка цели, выраженная в конкретных измерителях (денежных, натуральных, трудовых).

2. Каждая цель должна быть ограничена во времени, задан срок ее достижения (например, наладить серийный выпуск новой модели мясорубки к концу 3-го квартала). Цели могут быть долгосрочными (до 10 лет), среднесрочными (до 5 лет) и краткосрочными (до 1 года). Цели уточняются с учетом изменений обстановки и результатов контроля.

Цели должны быть достижимыми.

Цели не должны отрицать друг друга.

Стратегическое планирование опирается на тщательный анализ внешней и внутренней среды фирмы:

1) оцениваются изменения, происходящие или могущие произойти в планируемом периоде;

2) выявляются факторы, угрожающие позициям фирмы;

3) исследуются факторы, благоприятные для деятельности фирмы.

Процессы и изменения во внешней среде оказывают жизненно важное влияние на фирму. Основные проблемы, связанные с внешней средой – экономика, политика, рынок, технология, конкуренция.

Стратегия является отправным пунктом теоретических и эмпирических исследований. Организации могут отличаться тем, насколько их руководители, принимающие ключевые решения, связали себя со стратегией использования нововведений. Если высшее руководство поддерживает попытки реализовать нововведение, вероятность того, что новшество будет принято к внедрению в организации, возрастает. По мере вовлечения в процесс принятия решений высшего руководства значение стратегических и финансовых целей возрастает.

Методы выбора инновационной стратегии

Основу выработки инновационной стратегии составляют теория жизненного цикла продукта, рыночная позиция фирмы и проводимая ею научно-техническая политика.

Выделяют следующие типы инновационных стратегий [5]:

1. Наступательная – характерна для фирм, основывающих свою деятельность на принципах предпринимательской конкуренции. Она свойственна малым инновационным фирмам.

2. Оборонительная – направлена на то, чтобы удержать конкурентные позиции фирмы на уже имеющихся рынках. Главная функция такой стратегии – активизировать соотношение "затраты - результат" в инновационном процессе. Такая стратегия требует интенсивных НИОКР.

3. Имитационная – используется фирмами, имеющими сильные рыночные и технологические позиции. Имитационная стратегия применяется фирмами, не являющимися пионерами в выпуске на рынок тех или иных нововведений. При этом копируются основные потребительские свойства (но не обязательно технические особенности) нововведений, выпущенных на рынок малыми инновационными фирмами или фирмами-лидерами.

Инновационная стратегия исходит из принципа "время - деньги".

Выбор инновационной стратегии с учетом жизненного цикла продукта учитывает следующее [5]:

1) Зарождение. Этот переломный момент характеризуется появлением зародыша новой системы в среде старой или исходной, что превращает ее в материнскую и требует перестройки всей жизнедеятельности.

2) Рождение. Здесь перелом состоит в том, что реально появляется новая система, сформировавшаяся в значительной степени по образу и подобию систем, ее породивших.

3) Утверждение. Переломом является возникновение сформировавшейся (взрослой) системы, которая начинает на равных конкурировать с созданными ранее, в том числе и родительской. Сформировавшаяся система стремится самоутвердиться и готова к тому, чтобы положить начало появлению новой системы.

4) Стабилизация. Перелом во вступлении системы в такой период, когда она исчерпывает свой потенциал дальнейшего роста и близка к зрелости.

5) Упрощение. Переломный момент, состоящий в начале “увядания” системы, в появлении первых симптомов того, что она прошла “апогей” своего развития: молодость и зрелость уже позади, а впереди старость.

6) Падение. Во многих случаях отмечается снижение большинства значимых показателей жизнедеятельности системы, что и составляет суть перелома.

7) Исход. Этот переломный момент характеризуется завершением снижения большинства значимых показателей жизнедеятельности системы. Она как бы возвращается к своему исходному состоянию и подготавливается к переходу в новое состояние.

8) Деструктуризация. Перелом выражается в остановке всех процессов жизнедеятельности системы и либо в использовании ее в другом качестве, либо в проведении технологии утилизации.

Каждое поколение техники проходит в своем развитии обособленный жизненный цикл. Однако определяющим в формировании конкурентоспособной научно-технической политики предприятия (фирмы) служит то обстоятельство, что средства в развитие и освоение продукта нужно вкладывать значительно раньше, чем будет получен реальный эффект в виде завоеваний прочный позиций на рынке. Поэтому стратегическое планирование научно-технической политики требует достоверного выявления и прогнозирования тенденций развития каждого поколения соответствующей техники на всех стадиях его жизненного цикла. Необходимо знать, в какой момент предлагаемое к освоению поколение техники достигнет максимума развития, когда к этой стадии придет конкурирующий продукт, когда целесообразно начать освоение, когда - расширение, а когда наступит спад производства.

Полный цикл жизни отдельного поколения техники (от первых научных разработок принципа действия до снятия с промышленного производства) в условиях рыночной экономики, как правило, формируется разнонаправленными усилиями множества предприятий и фирм. Он охватывает как минимум три частных цикла: научный, изобретательский и производственный. Названные циклы на протяжении жизни одного поколения техники друг за другом последовательно, но с некоторым взаимным наложением во времени.

Многочисленными исследованиями доказано, что между этими циклами имеется статистическая связь через временной лаг, равный определенному средневероятному промежутку времени. Этот лаг располагается между моментом появления технического решения (либо между моментом оформления, регистрации технической идеи, проекта и т.д., например, получением патента на изобретение) и моментом максимального объема использования этой идеи, проекта и т.д. в промышленности. В связи с этим научно-техническая политика предприятия (фирмы) должна тщательно отслеживать отечественные и мировые тенденции развития науки и техники. Чтобы успешно решить эту задачу, нужно уметь анализировать потоки документов (информации).

Существующий методический аппарат выявления мировых и отечественных тенденций развития науки и техники на базе анализа массивов документов, в конечном счете можно свети к следующим пяти методам:

1) Метод структурно-морфологического анализа. Этот метод предназначен для выявления внутреннего состава предметной области, фиксации появления принципиально новых разработок (идей, технических решений и т.п.), что позволяет обоснованно формировать стратегию НТП на подотраслевом уровне.

2) Метод определения характеристик публикационной активности. Его специфика связана с тем, что поток документов ведет себя как система, подчиняясь циклическому развитию; отслеживая эти циклы, можно определить, на каком этапе жизненного цикла находится предметная область в той или иной стране. Это дает возможность предлагать корректные рекомендации по формированию НТП на отраслевом уровне.

3) Метод, базирующийся на выявлении групп патентных документов с семейством патентов-аналогов большой мощности, или просто метод патентов - аналогов. Его сущность исходит из того, что фирмы патентуют за рубежом только те идеи, которые имеют практическую значимость. Поэтому, выявляя направления, в которых мощность патентов - аналогов растет быстрее, удается тем самым устанавливать направленность деятельности ведущих фирм в развитии производственного потенциала.

4) Метод терминологического и лексического анализа. Терминологический анализ базируется на предположении о том, что при использовании исследователями идей из других областей знаний происходит смена терминологического аппарата. Это связано с крупными структурными сдвигами, которые первоначально не отслеживаются никакими другими методами. Поэтому метод терминологического анализа позволяет выявить зарождение принципиальных инноваций на ранних этапах и спрогнозировать направленность ожидаемых изменений. Лексический анализ текстов аналогичен терминологическому анализу; различие лишь в том, что рассматриваются не конкретные термины, а словосочетания (лексические единицы).

5) Метод показателей основывается на том, что каждая техническая система описывается набором показателей, которые в меру научно-технического прогресса совершенствуются, что отражается в документах. Изучая динамические характеристики показателей технических систем, можно получить четкое представление о тенденциях, имеющихся в мировой и отечественной практике и научных изысканиях.

Общая последовательность подготовки исходной информации для принятия управленческих решений по формированию научно-технической политики состоит из нескольких блоков. Первый - разработка морфологической классификации предметной области. Такая классификация представляет собой формализованную таблицу, в которой технологическая (техническая), цепочка производства разбита на элементы по определенным аспектам (операция, принцип действия, используемые материалы и т.д.). Причем для каждого элемента формируется перечень возможных альтернативных способов осуществления. В самом упрощенном виде морфологическая классификация представляет собой таблицу, в которой возможны любые сочетания между вариантами аспектов деления.

Второй блок – разработка рубрикатора предметной области, например, в терминах Международной классификации изобретений. Рубрикатор представляет собой набор рубрик, по которым из разных источников производится отбор документов по интересующей проблематике. Соответственно третий, четвертый и пятый блоки - информационный поиск исходной информации; анализ полученных результатов; определение рекомендаций по формированию научно-технической политики предприятий (фирм) для лиц, принимающих решения.

Проведенные исследования и полученные благодаря им результаты позволяют выявить моменты развития и смены поколений техники, определить намечающиеся тенденции, прогнозировать дальнейшие изменения в технике и технологиях с целью оптимизации научно-технической политики. Все это служит основой для выработки рекомендаций относительно инвестиционной политики и планирования вложений ресурсов.

Выбор стратегии осуществляется по каждому направлению, выделенному при постановке цели. Упрощенная модель выбора разработана Бостонской консультативной группой и предназначена для выбора стратегии в зависимости от доли рынка и темпов роста в отрасли. В соответствии с этой моделью фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях (“звезды”), должны выбирать стратегию роста. Фирмы, имеющие высокие доли роста в стабильных отраслях (“дойные коровы”), выбирают стратегию ограниченного роста. Их главная цель - удержание позиций и получение прибыли. Фирмы, имеющие малую долю рынка в медленно растущих отраслях (“собаки”) выбирают стратегию отсечения лишнего.

Для предприятий, слабо закрепившихся в быстрорастущих отраслях, ситуация требует дополнительного анализа, так как ответ неоднозначен.

Выбирая варианты стратегии, фирма может воспользоваться матрицей продукция / рынок:

Принимая ту или иную стратегию, менеджер инновационного предприятия должен учитывать следующие факторы:

Таблица 2.1. Матрица продукция / рынок [5]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Продукция, выпускаемая в настоящее время | Новая продукция, связанная с выпускаемой | Совершенно новая продукция |
| Имеющийся рынок | 90% | 60% | 30% |
| Новый рынок, но связанный с имеющимся | 60% | 40% | 20% |
| Совершенно новый рынок | 30% | 20% | 10% |

А) Риск. Какой уровень риска фирма считает приемлемым для каждого из принимаемых решений?

Б) Знание прошлых стратегий и результатов их применения позволит фирме более успешно разрабатывать новые.

В) Фактор времени. Нередко хорошие идеи терпели неудачу потому, что были предложены к осуществлению в неподходящий момент.

Г) Реакция на владельцев. Стратегический план разрабатывается менеджерами компании, но часто владельцы могут оказывать силовое давление на его изменение. Руководству компании стоит иметь в виду этот фактор.

При этом разработка стратегии может осуществляться тремя путями: сверху вниз, снизу вверх и с помощью консультативной фирмы. В первом случае стратегический план разрабатывается руководством компании и как приказ спускается по все уровням управления. При разработке "снизу вверх" каждое подразделение (служба маркетинга, финансовый отдел, производственные подразделения, служба НИОКР и т.д.) разрабатывает свои рекомендации по составлению стратегического плана в рамках своей компетенции. Затем эти предложения поступают руководству фирмы, которое обобщает их и принимает окончательное решение на обсуждении в коллективе. Это позволяет использовать опыт, накопленный в подразделениях, непосредственно связанных с изучаемыми проблемами и создает у работников впечатление общности всей организации в разработке стратегии.

Таким образом, выбор стратегии является залогом успеха инновационной деятельности. Фирма может оказаться в кризисе, если не сумеет предвидеть изменяющиеся обстоятельства и отреагировать на них вовремя. Выбор стратегии является важнейшей составляющей цикла инновационного менеджмента.

3.Формирование потенциала инновационного развития

Инновационный потенциал (государства, региона, отрасли, организации) может быть определен как совокупность различных видов ресурсов (материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических и иных), необходимых для осуществления инновационной деятельности. Указанный потенциал характеризует возможности достижения того или иного уровня новаторской активности [8].

Ресурсная составляющая инновационного потенциала, является своего рода "плацдармом" для его формирования. Она включает в себя следующие основные компоненты, имеющие различное функциональное назначение: материально-технические, информационные, финансовые, человеческие и другие виды ресурсов. Так, материально-технические ресурсы, являясь "вещественной основой, определяют технико-технологическую базу потенциала, которая в последствии будет влиять на масштабы и темпы инновационной деятельности". В свою очередь сами они формируются в отраслях, изготавливающих средства производства, которые путем применения новых технологий закладывают в них потенциальные возможности, реализуемые или нереализуемые впоследствии. Следующая компонента ресурсной составляющей – информационный ресурс (такие ее активные формы как базы знаний, модели, алгоритмы, программы, проекты и т.д.) подобно ферменту переводит материальные факторы из латентного состояния в активное. Данный вид ресурсов, в отличие от прочих, практически неисчерпаем. С развитием общества и активизацией использования знаний, запасы информационного ресурса не уменьшаются, а, напротив, увеличиваются. При этом этот вид ресурсов не самостоятелен и сам по себе имеет лишь потенциальное значение, только объединившись с другими ресурсами – опытом, трудом, квалификацией, техникой, технологией, энергией, сырьём, он появляется в "кинетике" как движущая сила инновационного потенциала. Финансовые ресурсы входят в состав ресурсной составляющей инновационного потенциала как органическое единство наличных ресурсов и неиспользованных возможностей их альтернативного вложения. Таким образом, они характеризуются той совокупностью источников и запасов финансовых возможностей, которые есть в наличии и могут быть использованы для реализации конкретных целей и заданий. При этом объём финансовых ресурсов отображает финансовую мощь, способность системы принимать участие в создании материальных благ и предоставлении услуг. Однако, помимо обеспечивающей функции финансовые ресурсы выполняют и страховую функцию, непосредственным образом дублируя, а также измеряя в денежных единицах материально-технические, информационные, человеческие и другие ресурсы, входящие в состав инновационного потенциала. Таким образом, значение этого ресурса неоднозначно. С одной стороны в силу своей ограниченности он вынуждает искать более экономичный вариант, исходить из того, что есть, интенсифицировать использование имеющихся факторов, т.е. приводит в движение всю систему. С другой – его лимитированный характер может затормозить или погасить формирование и реализацию самого инновационного потенциала. Тем не менее, одно остается несомненным – этот вид ресурсов непосредственным образом (качественно и количественно) влияет на инновационный потенциал. Следующей компонентой ресурсной составляющей инновационного потенциала является человеческий ресурс (капитал, фактор), который не просто выполняет обеспечивающую функцию (как все предыдущие), а выступает главной креативной силой, так как всё рождается именно в головах людей. Следует отметить, что указанная компонента – это не собственно живые люди и не знания сами по себе (хотя в настоящее время последние из основного условия развития производства превратились в его главный и непременный фактор, перейдя в качественно новое состояние). Это совокупность проинвестированных общественно целесообразных производственных и общечеловеческих навыков, знаний, способностей, которыми владеет человек, которые ему принадлежат, не отделимы от него и практически используются в повседневной жизни. Немаловажным является то, что указанная компонента оказывает непосредственное влияние не только на ресурсную составляющую инновационного потенциала, но и на внутреннюю и, особенно, результативную.

Другой составляющей инновационного потенциала, не менее важной, чем ресурсная, является результативная составляющая, которая выступает отражением конечного результата реализации имеющихся возможностей (в виде нового продукта, полученного в ходе осуществления инновационного процесса). Таким образом, она – своего рода целевая характеристика инновационного потенциала. Важность этой составляющей и целесообразность обособленного выделения подтверждается тем, что ее увеличение, в свою очередь, способствует развитию остальных составляющих (например, ресурсной). Другими словами результативная составляющая, сама, являясь результатом количественного и качественного изменения, несет в себе потенциальные возможности вывода на новый уровень функционирования, как инновационного потенциала, так и системы в целом.

Третьей составляющей инновационного потенциала, является внутренняя составляющая – так называемый "рычаг", обеспечивающий дееспособность и эффективность функционирования всех предыдущих элементов. В целом, указанная составляющая характеризует возможность целенаправленного осуществления инновационной деятельности, то есть определяет способность системы на принципах коммерческой результативности привлекать ресурсы для инициирования, создания и распространения различного рода новшеств. Таким образом, внутреннюю составляющую можно охарактеризовать через процессы создания и внедрения нового продукта, обеспечения взаимосвязи новатора как с наукой, предоставляющей прогрессивные идеи, так и рынком, потребляющим готовый продукт, а также методы и способы управления инновационным процессом. Указанная составляющая является довольно сложной и важной, и поэтому для детального ее анализа отдельные авторы предлагают использовать структурно-институциональный и функциональный подходы. При этом первый – вычленяет структуру инновационной деятельности с точки зрения системы институциональных субъектов, её осуществляющих, а также экономические связи с внешними для неё сферами – наукой и производством, а второй – выявляет временные закономерности инновационного процесса – производство инновационного продукта, его обмен, распределение, потребление и возобновление цикла инновационного процесса, за которое и отвечает внутренняя составляющая инновационного потенциала [8].

**Заключение**

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Инновационную политику государства следует определить как совокупность мероприятий органов государственной власти, направленных на обеспечение стимулирующего воздействия на субъектов экономики с целью выпуска ими новых конкурентоспособных видов продукции, разработки и внедрения новых прогрессивных технологий, новшеств организационного, экономического, социального и иного характера, а также на создание условий для прогрессивного технологического развития народного хозяйства страны.

2. Выбор стратегии является залогом успеха инновационной деятельности. Фирма может оказаться в кризисе, если не сумеет предвидеть изменяющиеся обстоятельства и отреагировать на них вовремя. Выбор стратегии является важнейшей составляющей цикла инновационного менеджмента.

3. Для того, чтобы предотвратить негативные тенденции в инновационной деятельности, необходима выработка инновационной стратегии. Стратегия должна базироваться на долгосрочных прогнозах, позволяющих выявить перспективные рыночные ниши и оценить интеллектуальные и производственные ресурсы для их заполнения.

4. Риск в инновационном предпринимательстве можно определить как вероятность потерь, возникающих при вложении фирмой средств в производство новых товаров и услуг, в разработку новой техники и технологий, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, а также при вложении средств в разработку управленческих инноваций, которые не принесут ожидаемого эффекта.

5. Инновации играют исключительно важную роль в обеспечении экономического развития государства. В настоящее время именно они определяют уровень конкурентоспособности национальных товаров и всей экономики страны в целом в глобализирующейся мировой системе.

**Список литературы**

1. Белов В. Н. К вопросу о российской инновационной политике. Зарубежный опыт // Инновационная политика и инновационный бизнес в России. Аналитический вестник, № 5 (146), М.: 2001. – С. 16 – 27

2. Ресурсы инноваций: организационный, финансовый, административный: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. И. П. Николаевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 318 с.

3. Инновационная политика государства: Учебное пособие для слушателей постоянно действующего семинара руководящих работников / Под общей редакцией В. К. Матюшевской. – Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004. – 187 с.

4. Келле В. Ж. // Инновационная система России: формирование и функционирование. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 148 с.

5. Организация инвестиционной и инновационной деятельности/ Под ред.

И. Мухарь, К. Янковский – Спб.:Питер, 2001. – 448с.

6. http://ru.wikipedia.org/wiki/Стратегия

7. http://ru.wikipedia.org/wiki/Политика

8. Кравченко С.И., Кладченко И.С.Исследование сущности иновационного потенциала//Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 68. - Донецк, ДонНТУ, 2003. - C. 88-96.