МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Экономический факультет**

**Кафедра мировой экономики и менеджмента**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ОПТИМИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ**



Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент Курс 3

(код, наименование)

Направленность (профиль) Управление малым бизнесом

Научный руководитель

канд. экон. наук, доц.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.Н. Александрин

(подпись, дата)

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доц.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.Н. Александрин

(подпись, дата)

Краснодар

2020

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение……………………………………………………………………….3

1 Теоретические аспекты коммерциализации инноваций

1.1 Понятие коммерциализации в сфере инновационного бизнеса….5

1.2 Механизм и инструменты коммерциализации инноваций……….7

2 Анализ коммерциализации инноваций в РФ и за рубежом

2.1 Анализ динамики производства инновационных товаров и услуг в РФ…………………………………………………………………………………11

2.2 Исследования российского и зарубежного опыта коммерциализации инноваций………………………………………………….13

2.3 Определение сильных и слабых сторон коммерциализации инноваций в России и за рубежом……………………………………………...15

3 Рекомендации по оптимизации механизма и инструментов коммерциализации инноваций…………………………………………………18

Заключение………………………………………………………………………21

Список использованных источников…………………………………………..23

**ВВЕДЕНИЕ**

Сегодня в экономике России и мира отчетливо проявляет себя новая категория — национальные информационные ресурсы, которые являются, наряду с другими, неотъемлемой частью стратегических ресурсов общества и важной частью постиндустриального мира.

Престиж страны, что особенно актуально для развивающихся стран, напрямую зависит от ее уровня умения накапливать и пользоваться информационными ресурсами. Именно поэтому в нашей экономике начинают активно создаваться национально ориентированные бизнесом системы воспроизводства знаний и воплощения инноваций. Уровень и динамика развития передовых технологий, формирование инновационного предпринимательства, его правовая защита. Одним из основных показателей успешности — коммерциализация инноваций, то есть выведение их на рынок.

Цель работы: выявить основные инструменты для оптимизации инструментов коммерциализации инновационного бизнеса.

Задачи работы:

1. Дать определение дефиниции «коммерциализация инноваций», определить основные механизмы ее внедрения и воздействия, проанализировать динамику производства
2. Сравнить отечественный и зарубежный опыт коммерциализации инноваций
3. Определить свод рекомендаций по оптимизации механизма коммерциализации инноваций.

На данный момент инновационный бизнес в России только начинает свое развитие, являясь перспективным направлением коммерциализации. По этой причине мы считаем данную тему актуальной.

Объект исследования: инновационный бизнес в России и за рубежом.

Предмет исследования: организационно-экономические отношения, регулирующие коммерциализацию инноваций на основе законодательных актов и иных документов.

Степень разработанности проблемы: тема коммерциализации бизнеса в целом является в полной мере разработанной. На сегодняшний день в процессе разработки остается тема коммерциализации именно инновационного бизнеса (Данилова Т.Н., Грищенко В.А, Иванов С.Б, Крутик, А.Б, Кучеренко А.И) .

Информационная база курсовой работы: Гражданский Кодекс РФ, Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, интернет-источники и научные статьи в специализированных изданиях, книги и монографии по теме исследования.

Методы исследования: аналитический, сравнительный, метод классификации.

Структура курсовой работы: курсовая работа состоит из следующих частей: введение, три главы, заключение, список использованных источников из 39 наименований

1. **Теоретические аспекты коммерциализации инноваций**
	1. **Понятие коммерциализации в сфере инновационного бизнеса**

В последнее десятилетие этого века инновационная деятельность в России стала, из зарождающейся идеи, развивающейся сферой. Несмотря на это, нельзя с полной уверенностью сказать, что данный термин понятен всем, кто его употребляет. По этой причине, нами принято решение изначально дать определение дефиниции «инновация».

От определений «идея», «изобретение» инновация отличается тем, что обязательно должна быть внедрена в производство, иными словами, говоря об инновации, необходимо учитывать ее значимость для потребителя. Инновация представляет собой готовый продукт, ее результат — товар или услуга. Успешно введенной инновацию считают если соблюдены четыре условия:

1. Значимость. Товар или услуга рассматривается покупателем как ценное приобретение
2. Исключительность. Продукт инновации имеет отличные от иных, присутствующих на рынке, продуктов свойства
3. Выносливость. Продукт устойчив к конкуренции и будет оставаться конкурентоспособным в течении продолжительного периода времени
4. Ликвидность. Продукт выгоден для покупателей в цене и качестве, производитель имеет возможность внедрять новые идеи за счет доступных ресурсов.

Руководители развитых и развивающихся стран стараются создать все условия для развития инноваций в своем государстве. Ключевым этапом и показателем успеха в развитии инновационного предпринимательства является вывод инновации на рынок. Для этого существует коммерциализация — привлечение инвесторов для финансирования. Для инвестора это выгодно из расчета участия в случае выгоды. Коммерциализацию инноваций принято понимать в нескольких значениях[4]:

1. Коммерциализация инноваций — соединение разработчика и заказчика на стадии опытного производства и массового тиражирования
2. Коммерциализация инноваций — совокупность действий, начиная от задумки до реализации нового товара
3. Коммерческая выгода от распространения технологии и (или) информации о технологии.

Коммерциализация инноваций предполагает получение экономического эффекта от реализации научно-технической разработки. Понятие «технология» может включать в себя как инновацию, так и продукты научно-исследовательской работы (НИР) и опытно-конструкторских работ (ОКР). Важно отметить также, что инновационная продукция, равно как и рыночные могут изначально может иметь потребительскую стоимость, то есть подлежать коммерциализации, но может и не проявлять таких свойств (не быть товаром), но проявить их позже. Таким образом, коммерциализация является конечным итогом инновационного процесса в предпринимательстве.

Процесс выведение инновационной продукции на рынок содержит несколько этапов[8]:

1. Отбор потенциально экономически выгодных проектов в случае, если предприятие имеет несколько наработок. Кроме того, на данном этапе важно просчитать рентабельность, риски, ожидаемый срок окупаемости
2. Формирование финансовых средств. Обычно у разработчика нет достаточных собственных средств, в данном случае привлекаются инвесторы
3. Законодательное закрепление прав и распределение между участниками. Обычно на такой продукт распространяются авторские и аналогичные права оформленные в соответствии с действующими международными, федеральными, корпоративными и другими законодательными и нормативными актами, в том числе частью 4 Гражданского кодекса, вступившего в действие с 01.01.2008 г.
4. Внедрение новшеств в проект с последующей доработкой, если в них есть необходимость

Участниками процесса коммерциализации являются научно-исследовательские институты, ученые, инвесторы, венчурные предприятия («бизнес-ангелы»), торговые компании и иные, заинтересованные в продвижении инновационного продукта.

**1.2 Механизм и инструменты коммерциализации инноваций**

Учреждения, имеющие в своем арсенале современные механизмы реализации и продвижения инноваций обладают неоспоримыми преимуществами перед конкурентами. Международные требования диктуют такой стандарт работы команд по коммерциализации [11]:

1. Наличие штатных специалистов, в число которых входят не только научные сотрудники, но и менеджеры инновационного бизнеса
2. Способность эффективно устанавливать взаимосвязь между клиентом и возможностями ученых, понимать и эффективно сглаживать разность
3. Налаживать контакт со всеми исследовательскими командами в различных институтах
4. Команды должны быт снабжены всеми необходимыми средствами связи с клиентами
5. Работа команды должна оплачиваться, включая премии
6. Часто как необходимость указывается владение членами команды иностранными языками
7. Если месторасположение штаба компании имеет ключевое значение, члены команды должны иметь возможность пригласить специалистов из других стран.

Инновационная деятельность охватывает целый спектр мероприятий по созданию, освоению, распространению и усовершенствованию новых видов товаров и услуг. Ее развитие происходит за счет увеличения значимости технологического фактора для повышения конкурентоспособности. Следует отметить, что использование научно-технических достижений в качестве инструмента повышения конкурентоспособности, рост экономики за счет инновационной продукции определяется рядом технико-технологических, организационно-экономических и институциональных факторов. Система критериев оценки должна охватывать все аспекты и учитывать всю иерархическую цепочку: от идеи до реализации, и кроме того — давать объективную оценку как конкретному предприятию, так и инновационной инфраструктуре региона в целом. Их можно разделить на уровни, образующие единый механизм коммерциализации инноваций на государственном и региональном уровнях [25]:

1. Макроуровень (государство–регион–предприятие создатель инновации)
2. Мезоуровень (регион–предприятие)
3. Микроуровень (предприятие–потребитель).

На каждом из уровней необходима финансовая, маркетинговая, организационная поддержка, мотивация для участников. В составе инструментария регионального развития следует выделить две группы:

1. Нормативно-правовые. Законодательные акты, характеризующие уровень инновационной активности в регионе
2. Организационно-методические. Они определяют модели инновационного развития, программы, процедуры, устанавливают иерархию и распределяют полномочия.

Ключевая предпосылка эффективности инноваций — благоприятная инновационная инфраструктура в регионе. Инновационная инфраструктура — это комплекс взаимосвязанных структур, обеспечивающий реализацию инновационной деятельности. По опыту зарубежных стран, в зависимости от инновационной инфраструктуры, возрастает доля высокотехнологичной продукции, поставляемой на зарубежные рынки, тем самым повышает престиж государства.

Еще одним обязательным инструментом, которому в Российской Федерации необходимо развитие — это механизм лицензирования. Лицензия — это разрешение для компаний или отдельных лиц пользоваться результатами деятельности того или иного предприятия — ноу-хау, технологиями, технологическими и конструкторскими секретами, товарным знаком и так далее. Лицензионные соглашения бывают самостоятельными и сопутствующими. Самостоятельные предусматривают то, что технология или технологические знания передаются независимо от места и условий их предстоящего использования. Сопутствующие — одновременно с подачей лицензии заключается соглашение на строительство и поставку оборудования, комплектующих узлов и инжиниринг. Коммерческая составляющая данной процедуры заключается в вознаграждении для продавца (лицензиара) от покупателя (лицензиата) за предоставление прав. Платежи устанавливаются в каждом конкретном случае и представлять собой как периодические отчисления, так и единовременный платеж. В зависимости от этого они подразделяются на [25]:

1. Роялти — периодические отчисления в указанный период. Их сумма определяется в зависимости от экономических результатов пользования лицензией
2. Паушальный платеж — единовременная выплата
3. Гонорар — денежное вознаграждение лицензиару в заранее оговоренной сумме.

К иным инструментам финансового блока относятся государственное кредитование и предоставление государственных гарантий. Помимо этого, для инновационных предприятий предоставляются налоговые и таможенные льготы. В некоторых случаях инновационные компании могут освобождаться от налога.

Одним из самых современных и перспективных инструментов развития коммерциализации инноваций выступает краудфандинг. Это современный экономический феномен, сутью которого является привлечение средств среди широкой аудитории, главным образом посредством сети интернет. Главным преимуществом краудфандинга является широкий охват аудитории, площадки для привлечения обычно посещают миллионы пользователей. Одними из самых популярных краудфандинговых площадок являются платформы «Kickstarter» (1,5 миллиона пользователей в день) и «Indiegogo» (3,5 миллиона пользователей в день)[14].

**2 Анализ коммерциализации инноваций в РФ и за рубежом**

**2.1 Анализ динамики производства инновационных товаров и услуг в РФ**

Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации предоставляет следующие данные по динамике производства инновационной продукции за прошедший, 2019 год[30]:

1. Всего в России на данный период функционировали 3 822 предприятия, выполнявшие научные исследования и предоставляющие разработки
2. На данные исследования было потрачено 553 066 172 рублей с внутренними затратами в 461 683 977 рублей (без амортизации — 440 792 904 рубля), из которых на заработную плату сотрудников было потрачено 228 059 542 рубля
3. Внешние затраты на научные исследования и разработки составили 91 382 195 рублей

При это на данных предприятиях было задействовано 589 402 сотрудника, включавших в себя лиц, проводящих научные исследования и лиц, работающих согласно договору гражданско-правового характера, в том числе обсуживающий персонал. В данную статистику были включены государственный сектор экономики (1437 предприятий), предпринимательский сектор (1305 предприятий), сектор высшего образования (952 предприятия) и сектор некоммерческих организаций (128 предприятий).

По данным института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ в 2017 году инновационную деятельность на территории России осуществляли 3 231 организация, что не существенно, но меньше, чем в 2019 году. Это 9,6% от общего числа предприятий. Данный процент в 2015 году составлял 9,5% и 9,2% в 2016 году, что может свидетельствовать о низком инновационном потенциале[30].

Анализ динамики инновационной деятельность в Российской Федерации показывает, что государство продолжает играть решающую роль в финансировании инвестиционной деятельности. Из года в год растет доля расходов бюджета на внутренние затраты по отношению к ВВП и затраты на исследования и разработки по отношению к ВВП.

Несмотря на это, уровень инновационной деятельности остается низким, нет особого роста по подаче патентных заявок, в структуре предприятий растет доля иностранных заявителей по сравнению с отечественными. В результате этого в РФ происходит сокращение научного потенциала, в то время, как другие страны его быстро наращивают. По итогам 2019 года в Глобальном инновационном индексе Россия занимает 46-е место, равно как и в 2018 году.

Решающим фактом в данной динамике остается спрос на инновационные товары и услуги. Низкий спрос обусловлен высокой конкуренцией с импортной продукцией, недостаточной информированностью о перспективах рынка инноваций и недостаточной платежеспособностью предприятий. На этом фоне происходит сокращение ученых и инженеров.

В целом, с учетом фактических данных за период 2014-2019 гг становится понятно, что динамика инновационной деятельности за эти годы остается практически прежней, с незначительными подвижками. Основными факторами его экономического развития по С.Ю Глазьеву являются борьба за спрос потребителей и инвестиционные факторы — спираль, ведущая к развитию экономики, то есть повышение спроса, конкурентоспособности, увеличение рынка собственных товаров, привлечение инвестиций[6].

**2.2 Исследования российского и зарубежного опыта коммерциализации инноваций**

Правительство РФ поставило целью развития инновационной системы страны в 2005 году. Она заключалась в выведении на рынок конкурентоспособной инновационной продукции, экономически выгодной для страны. Одним из самых приоритетных направлений стала коммерциализация инноваций[29].

До сегодняшнего дня такое внимание государства к вопросам инноваций и их коммерциализации очевидно по нескольким причинам:

– малые суммы инвестиций в инновации

– к себе инновационные продукты не привлекаются

– слабо внедряются инновационные технологии

На российском рынке регулярно появляются инновации, проблема состоит в том, чтобы они дошли до конечного потребителя. При этом, зарубежные компании замечают инновации российских ученых и регулярно приобретают их для нужд в своей стране. Именно поэтому ученым-экономистам главной проблемой мыслится отсутствие связи между учеными и компаниями. Не последнюю роль играет так называемая «утечка мозгов», эмиграция научных деятелей за рубеж. По статистике, большинство российских ученых возрастом от 30 до 40 лет живут и работают в зарубежных странах[30].

Это связано с низкой коммерциализацией, а следовательно — низкой заработной платой даже у ценных персоналов. В России существует тенденция сохранять ориентацию на реальное развитие науки, а не развитие спроса и как следствие коммерциализации при создании наукоемких проектов. Кроме того, могут возникать трудности с коммерческой оценкой технологий, назначением оптимальной цены. В российской коммерциализации можно выделить следующих ключевых участников процесса[20]:

1. Промышленность. Это связано с большой конкуренцией на этом рынке и нежелании отставать от конкурентов
2. Международная промышленность. Зарубежные компании могут играть две основные роли в процессе коммерциализации:

– доля в структуре импорта

– доля в структуре экспорта

1. Конечные потребители
2. Государство. Может выступать в роли заказчика инновационного продукта
3. Университеты и исследовательские организации. Университеты сегодня осуществляют предпринимательскую деятельность, направленную на нужды рынка
4. Посредники, занимающиеся продвижением разработок. К ним относятся структуры, которые занимаются маркетингом, консалтингом, патентованием и лицензированием инноваций

На данный момент в России слабо развит институт посредничества. Как правило такие компании занимаются консалтингом, не отвечая за конечный результат.

К положительным условиям для коммерциализации инноваций в России относятся[36]:

1. Большой научный потенциал
2. Распространение ранее засекреченных разработок
3. Невысокий, относительно некоторых других стран, уровень стоимости интеллектуальной собственности

Одной из основных форм коммерциализации инноваций в РФ являются малые инновационные предприятия. Эта форма позволяет получать дивиденды и спонсорскую помощь от успешных компаний.

За рубежом инновационная деятельность успешно развивается в рамках кластерного подхода. Экономические кластеры — это сконцентрированная на некоторой территории группа однотипных организаций, усиливающих способности друг друга, он имеет высокую конкурентоспособность на национальном и глобальном рынках.

По уровню инновационных технологий ведущее место в мире занимает США (в первом подпункте данной главы нашей курсовой работы указано, что Россия занимает 46-е место по данным за 2019 год[30]). Основной задачей государство ставит усиление развития науки и техники. Так, на данный момент в Соединенных Штатах Америки функционирует около 380 кластеров в сфере высоких технологий, производства потребительских товаров и индустрии сервиса. Как показывает практика, это является выгодным вложением, поскольку именно на территории США расположены такие инновационные компании-гиганты, как Facebook, Apple, Amazon и другие. Кроме того, инновационные предприятия, начиная от малых (в том числе студенческих проектов) и заканчивая крупными получают большое количество государственных премий и грантов.

Бизнес-культура США значительно отличается от других стран, особенно в части коммерциализации инноваций. Предпринимательская инициатива и юридическая поддержка создает на территории государства благоприятную среду для развития инноваций. Для опыта предпринимателей страны считает нормальной ситуация, когда тот начинает новый бизнес, разоряется и пробует еще раз[18].

В Германии такие кластеры обычно формируются из предприятий тяжелой промышленности, химических производств и тому подобное[18]. На территории географического соседа России, Финляндии сформировано 9 ведущих кластеров. Такой опыт в зарубежных странах показывает, что образование кластеров стимулирует экономический рост региона, уровень технологий, помогает в привлечении инвестиций и, что самое важное — увеличивает уровень внутреннего валового продукта (ВВП).

**2.3 Определение сильных и слабых сторон коммерциализации инноваций в России и за рубежом**

Чтобы определить сильные и слабые стороны, необходимо провести сравнительный анализ инновационной деятельности (с таким естественным конечным результатом, как коммерциализация) в России и за рубежом.

Факторы, способствующие росту инноваций и коммерциализации в зарубежных странах[14]:

– социальная сплоченность (особенно актуально для европейских стран — Дании, Швеции);

– высокое финансирование научной деятельности в развитых странах (Германии, Японии, Финляндия и т.д.);

– географическое положение и полезные ископаемые (Германия, Сингапур);

– активное взаимодействие с зарубежными странами;

– создание кластеров;

– качественное образование (Германия, Норвегия);

– участие в крупных транснациональных корпорациях (Швеция, Индия, Япония).

Возможные факторы, препятствующие успешной коммерциализации:

– слабое вовлечение бизнеса в НИОКР;

– «утечка мозгов» и быстрое старение населения, в том числе научных деятелей;

– бюрократия;

Анализ ученых-экономистов показывает, что усилия зарубежных стран сейчас направлены на устранение слабых мест в системе «фундаментальные исследования – прикладные разработки – выпуск высокотехнологичной продукции». За счет помощи стартапам обеспечивается успех самого важного во всем процессе — коммерциализации посредством наращивания госзакупок. Наиболее популярными за рубежом инструментами государственной поддержки являются государственные НИИ, создание совместных предприятий бизнесом и научными институтами, создание организаций-посредником между бизнесом и инноваторами, поддержка технопарков, инвестиционная поддержка.

Сегодня по всей России существует множество Высших учебных заведений, подготавливающих квалифицированные научные кадры (так, одно из них расположено на территории единственного в стране технопарка Иннополиса), тем не менее, многие ученые по окончанию своего обучения предпочитают трудиться за границей.

Это может быть обусловлено тем, что в российской действительности существует миф о том, что продвижением своего исследования должен заниматься сам инноватор. На самом деле, развитием стартапа должен заниматься человек со специальными знаниями, то есть не ученый, а предприниматель, инновационный менеджер. Таким образом, цепочка успешного развития НИОКР прерывается на получении инноватором качественного высшего образования.

**3 Рекомендации по оптимизации механизма и инструментов коммерциализации инноваций**

Создание инновации — это только половина ее будущей успешности. Вторая половина лежит на грамотном процессе коммерциализации, то есть получения прибыли. В России на сегодня слабо развит рынок инноваций, для его развития необходим путь оптимизации как для непосредственно для инноваторов, так для структур, обеспечивающих коммерциализацию.

В данной курсовой работе мы предложим вариант оптимизации процесса коммерциализации инноваций для всех его участников. Каждый из участников ставит свои цели. Участниками являются:

– Бизнес сообщества, которые в данном процессе надеются на получение нового инновационного продукта или усовершенствованной версии старого для повышения конкурентоспособности.

– Частные инвесторы и сообщества ожидают новые проекты для высокомаржинальных инвестиций.

– Государство, для которого инвестиции являются гарантией экономической стабильности и способом роста.

– Инноваторы, для которых их изобретения являются способом заработка.

Еще одним участником коммерциализации становятся потребители инноваций, для которых процесс не менее важен. За счет них остальные участники и имеют возможность коммерциализировать деятельность.

Первой гарантией успешной коммерциализации нам представляется выбор способа коммерциализации. Изначально инноватор должен верно определить свою роль в данном проекте и принять решение, продолжать ли свою деятельность. Нами было выявлено три способа коммерциализации инноваций[2]:

1. Самостоятельное использование — наиболее полная форма реализации потенциала инновации. Предполагает

– организацию производства и сбыта готовой продукции;

– производство и сдача оборудования в лизинг;

– оказание услуг по инжинирингу.

1. Переуступка части интеллектуальных прав:

– продажа лицензии;

– франчайзинг;

– подряд;

– передача секретов производства.

1. Полная передача интеллектуальных прав

При масштабном проникновении на рынке первые два способа не исключают друг друга.

Очень важной на данном этапе процедурой является защита прав на интеллектуальную собственность. Положения об авторском и патентном праве, защите интеллектуальной собственности защищаются частью 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ)[8]. Согласно ней «автору результата интеллектуальной деятельности принадлежит право авторства».

Эффективной мерой оптимизации мы считаем проведение сравнительных финансовых расчетов на выявление выгодности того или иного способа коммерциализации на рынке. Для этого необходим рациональный подход включающий в себя:

– определение критериев выбора;

– понимание достоинств и недостатков каждого способа;

– оценке инвестиционных проектов и финансовой выгоды от каждого;

– изучение условий рынка

Прокомментируем статьи затрат, связанные с первым и вторым способами, наиболее актуальными на территории РФ. Как уже было сказано выше, эти два способа обычно идут в совокупности. Для успешного развиия инноваций необходимо знать примерное количество потенциальных покупателей, что известно на развитых рынках. Из-за небольшой популярности инноваций в России можно выделить единицы потенциальных покупателей. Помимо этого, в отличии от развитых стран, в РФ может не быть потенциальных лицензиатов, согласных на развитие новой технологии. Поэтому возникающие затраты всегда сравнивают с альтернативными, то есть затратами на поиск капитала и его обслуживание.

Еще одной важной составляющей оптимизации является определение верного экономического критерия. Критерий проявляется в согласовании всеми участниками инновационной деятельности и измеряется чаще всего в деньгах. Для этого необходима количественная оценка способов коммерциализации, для чего необходимы NPV, внутренняя норма доходности IRR и дисконтированный период окупаемости DPP.

Следующий важный шаг в развитии коммерциализации — управление портфелем инноваций. Согласно «Стратеги инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»[29], регулирующей данную меру, задекларировано планомерное повышение доли затрат на НИОКР в ВВП в 2020 году и к концу года она должна составлять не менее 3%[30]. Особое внимание мы предлагаем заострить на источниках финансирования НИОКР. На данный момент в России на долю государства приходится примерно 65% от всех средств инноваций, а доля самих предприятий — немногим больше 20%[30].

Еще одной проблемой коммерциализации является недостаточная интеграция инноваций посредством ВУЗов. Для успешной оптимизации необходимо финансирование с помощью грунтов — поиск новых идей по теории. Затем должно идти освоение, имеющее результатом научную статью.

Таким образом, совокупность негативных факторов приводит к общему дисбалансу всей системе коммерциализации. На данный момент научные работы по созданию инноваций ведутся в достаточном объеме, мы считаем, что оптимизация необходима выводу новой продукции на рынок, о чем сказано в заключении данной курсовой работы

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Коммерциализация инноваций — сложный, охватывающий множество участников процесс. На данный момент в Российской Федерации слабо развит инновационный процесс в целом. Это связано с отсутствием мотивации для финансирование инновационного предприятия, малым количеством конкурентоспособных инновационных предприятий, недостаточным развитием ранка интеллектуальной собственности, отсутствием государственной политики, относительная закрытость ранка инноваций Российской Федерации, отсутствие крупного отраслевого оператора и низкой ответственностью ВУЗов.

В данной курсовой работе мы проанализировали сущность коммерциализации инноваций, определили ее виды и обозначили законодательную базу. В третьей главе данной курсовой работы мы предложили рекомендации по оптимизации коммерциализации. Основные из них:

1. Совершенствование государственной политики, усиление законодательной базы, регулирующей процесс инновационной политики и авторского права.
2. Изменение порядка финансирования НИОКР. Сбалансирование финансирования как НИР, так и ОКР, детально проработанная система финансирования приоритетных проектов.
3. Построение эффективной модели управление, тщательный и эффективный поиск способа коммерциализации, сочетание нескольких способов для самого успешного результата.
4. Построение эффективной модели управления инноваций, делегирование задач между областями.
5. Формирование базы для развития ОКР. Прежде всего это высшие учебные заведения, являющиеся отправной точкой для развития инновации

По нашему мнению, данные меры помогут устранить существующие проблемы в области коммерциализации инноваций, а также сделают эффективнее цепочку «цель – источник – потребитель». Зарубежная практика показывает, что данные меры эффективны и способствуют развитию инновационного бизнеса, что способствует интенсивному росту экономики и укреплению России на международном рынке инновации.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. [Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/)
2. Амосенко Э.П., Бажанов В.А. Интегральная оценка инновационного потенциала регионов России // Регион: Экономика и Социология. 2006, 450 с.
3. Бабкин, А.В. Модель национальной инновационной системы на основе экономики знаний [Текст] / А.В. Бабкин, Т.Ю. Хватова // Экономика и управление. — 2010. — № 12 (62). — С. 170— 176.
4. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика: учеб. пособи. М.: Эксмо, 2008. 432 с.
5. Волынкина М.В. Правовая модель регулирования инновационных отношений / М.В. Волынкина // Инновации. - 2010. - №6. - С.43.
6. Глазьев С.Ю. Новый мирохозяйственный уклад. Модель для сборки // Научные труды Вольного экономического общества России. 2018. Т. 210. №2. С. 240–246.
7. Глазьев С.Ю. Новый мирохозяйственный уклад. Модель для сборки // Научные труды Вольного экономического общества России. 2018. Т. 210. №2. С. 240–246.
8. Гражданский Кодекс Российской Федерации.
9. Данилова Т.Н., Грищенко В.А. (2007) Подходы к оценке инновационного потенциала региона // Региональная экономика: теория и практика. №5 2007. С.78-80.
10. Дорошенко Ю.А., Малыхина И.О., Оспищев П.И. Интеллектуальный капитал как фактор успешного формирования инновационной структуры вуза // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2015. №2. С.192-195.
11. Егорова М.В. Метод Инновационного позиционирования региона // Региональная экономика: теория и практика. №5 2007. С. 80-86.
12. Загидуллина Г.М., Зайнуллина Д.Р. Оценка экономической эффективности инновационных проектов в сфере услуг // Известия КГАСУ, 2013, № 4 (26). - С. 291-295.
13. Зайнуллина Д.Р. Оценка эффективности инновационных проектов. // Известия КГАСУ, 2013, № 4 (22). - С. 444-451.
14. Иванов, В.В. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России [Текст] / В.В. Иванов, С. Клесова, О.П. Лукша и др. — М.: ЦИПРАН РАН, 2006.
15. Иванов С.Б. Актуальные меры государственной политики по совершенствованию национальной инновационной системы / С.Б. Иванов // Инновации. - 2010. - №5. - С.2.
16. Карибский, А.В. Финансово-экономический анализ и оценка эффективности инвестиционных проектов и программ. Ч. 2 [Текст] / А.В. Карибский, Ю.Р. Шишорин, С.С. Юрченко // Автоматика и телемеханика. — 2003. — № 8. — С. 23—28.
17. Криворотов, Д.С. Источники финансирования и продвижение инновационной деятельности [Текст] / Д. С. Криворотов // Продвижение научных инновационных разработок в сфере экологии и природопользования : матер. конф. — СПб., 2011. — 242 с.
18. Крутик, А.Б. Реалии современной отечественной экономической науки [Текст] / А.Б. Кру-тик // Теория и практика сервиса. — 2010. — № 4. — С. 48—55.
19. Кучеренко А.И. Методы оценки инновационного потенциала и инновационной активности предприятия//НИР. Экономика фирмы. 2012. №1(1) С 4-13 с.
20. Ляшин А. Стратегии коммерциализации инноваций - мост между инноватором и бизнесом [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. 2011. №36. 356 с.
21. Маховникова Г.А., Ефимова Н.Ф. Инновационный менеджмент М.:ЭКСМО, 2010, 208 с.
22. Мединский В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник.М.:НИЦ Инфра-М.2013, 295с.
23. Минакова И.В., Быковская Е.И., Харланова В.Н., Реутова Ю.И. Государственное управление современным социально-экономическим развитием: мифы и реальность // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №2. С. 124–129.
24. Минакова И.В. Социально-экономическое состояние России и возможности ее перехода к инновационной высокотехнологичной модели // Modern Economy Success. 2017. №6. С. 24–27.
25. Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности. М.: Магистр, 2010. 511с.
26. Попова Е.В. Главная цель инновационного законодательства - стимулирование внедрения научных разработок в производство / Е.В. Попова // Инновации. - 2010. - №5. - С.45.
27. Румянцев А.А. О роли стратегических инноваций в технологическом подъеме экономики / А.А. Румянцев // Инновации. - 2010. - №4. - С.40.
28. Сиразетдинов Р.М. Необходимость формирования инновационной стратегии развития экономики // Креативная экономика, 2010, № 10. - С. 45-48.
29. Старикова М.С. Развитие инновационного сектора Российской экономики// Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2014. №6 С. 122.
30. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года
31. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс] URL: https://www.gks.ru/ (дата обращения: 08.05.2020).
32. Федорков В.Ф., Турко Т.И., Одинцова Н.Н., Фахурдинов О.В., Тимохин А.А. Анализ результатов мониторинга деятельности малых инновационных предприятий, созданных в сфере образования и науки России // Инноватика и экспертиза: научные труды. 2019. №2 (27). С. 36–48.
33. Фоломьев А.Н. Инновационный тип развития экономики Росси. - М.: Изд-во РАГС, 2005.
34. Цацулин, А.Н. Экономический анализ комплексной инновационной активности: сущность и подходы [Текст] / А.Н. Цацулин, А.В. Бабкин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия «Экономические науки». — 2012. — № 4 (151). — С. 132—144.
35. Черешнев В.А. Институциональные и организационно-правовые условия формирования инновационной среды для модернизации экономики / В.А. Черешнев // Инновации. - 2010. -№5. - С.37.
36. Шаров А.В. Развитие малого и среднего инновационного предпринимательства - необходимое условие модернизации экономики России / А.В. Шаров // Инновации. - 2010. - №5. -С.21.
37. Язданифард Р., Надража Р Социальные медиа - маркетинг: преимущества и недостатки//ResearchGate.-сентябрь 2013. 1-11 с.Комитет Государственной Думы по науке и наукоемким технологиям. [электронный ресурс]URL: http:// www.komitet2-8.km.duma.gov.ru/site.xp/051048055.html (дата обращения: 11.05.2020).
38. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. [электронный ресурс] URL: <http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/586> (дата обращения: 10.05.2020)
39. Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Научно -исследовательский институт - Республиканский исследовательский научно-консультационный центр экспертизы». Анализ уровня и тенденций развития новых производственных технологий. [электронный ресурс] URL: http://www.csrs.ru/ analytic/new\_pt.php (дата обращения: 09.05.2020).
40. OECD Science, Technology and Industry Outlook 2014. [электронный ресурс] URL: http: //www .keepeek.com/ Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/oecd-science-technology-and-industry-outlook-2014\_sti\_outlook-2014-en#page412