МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Экономический факультет**

**Кафедра экономики и управления инновационными системами**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ХАРАКТЕР**

**ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ФИРМ**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.С Науменко

(подпись)

Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

Направленность (профиль) Управление инновационными проектами и трансфер технологий

Научный руководитель

канд. экон. наук, доц. Н.Н. Аведисян

(подпись)

Нормоконтролер

канд. экон. наук, доц. Н.Н. Аведисян

(подпись)

Краснодар

2022

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение3

1. Теоретические аспекты инновационной деятельности5
   1. Понятие и виды инноваций5
   2. Инновационная деятельность современных фирм8
   3. Основные элементы внешней среды инновационной

деятельности фирм10

1. Анализ и оценка влияния внешних факторов на

инновационную деятельность фирм13

* 1. Анализ сред прямого и косвенного воздействия на

инновационную деятельность фирм13

* 1. Степень влияния факторов внешней среды на

инновационную деятельность17

1. Проблемы инновационной деятельности современных фирм и

пути их решения22

Заключение25

Список использованных источников26

**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в нынешних условиях инновации являются важнейшим фактором обеспечения экономического роста, повышения конкурентоспособности страны и повышения уровня жизни населения. А так как именно внешняя среда диктует организациям правила игры, под которые ей нужно подстраиваться и находить пути приспособления с наибольшей выгодой для себя, я решил разобраться в этой теме подробнее.

Цель работы: изучить влияние внешней среды на деятельность фирм как явление, ее характеристики и установить взаимосвязь организации со внешней средой, выявить проблемы инновационной деятельности фирм в РФ и предложить пути их решения, а также дать рекомендации по минимизации влияния внешней среды на инновационную деятельность организаций.

Для достижения поставленных целей были поставлены следующие задачи:

– изучить теоретические аспекты по данной теме;

– овладеть методами работы с источниками;

– проанализировать и систематизировать содержание прочитанного;

– определить степень влияния внешних факторов на инновационную деятельность фирм;

– предложить свои методы минимизации влияния факторов внешней среды на работу фирм.

Объект исследования: внешняя среда организаций.

Предмет исследования: методы решения проблем инновационной деятельности фирм и минимизации влияния факторов внешней среды на их работу.

В работе использовались следующие методы исследования: анализ, классификация, аналогия, конкретизация, дедукция.

Теоретической базой для написания курсовой работы послужили статьи, учебные пособия научных работников, занимающиеся исследованием инновационной деятельности и инновационного менеджмента.

Структура курсовой работы включает в себя введение, 3 главы, заключение и список используемой литературы.

1. **Теоретические аспекты инновационной деятельности**
   1. **Понятие и виды инноваций**

Принято считать, что понятие «нововведение» является русским вариантом английского слова innovatoin. Буквальный перевод с английского означает «введение новаций» или в нашем понимании этого слова «введение новшеств». Под новшеством понимается новый порядок, новый обычай, новый метод, изобретение, новое явление. Русское словосочетание «нововведение» в буквальном смысле «введение нового» означает процесс использования новшества.

Под инновациями в широком смысле понимается прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера.

Период времени от зарождения идеи, создания и распространения новшества и до его использования принято называть жизненным циклом инновации. С учетом последовательности проведения работ жизненный цикл инновации рассматривается как инновационный процесс.

Инновация характеризуется более высоким технологическим уровнем, новыми потребительским качествами товара или услуги по сравнению с предыдущим продуктом.

Необходимо отметить, что понятие «инновация» применяется ко всем новшествам, как в производстве, так и в организационной, финансовой, научно - исследовательской, учебной и других сферах деятельности фирм, а также к любым усовершенствованиям, обеспечивающим экономию затрат или даже создающих условия для экономии.

В общем плане инновации – это обновление основного капитала или производимой продукции на основе внедрения достижений науки, техники, это закономерный, объективный процесс совершенствования общественного производства.

Различают следующие виды инноваций:

По степени новизны:

– базисные инновации, которые реализуют крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники;

– улучшающие инновации, обычно реализующие мелкие и средние изобретения и преобладающие на сказах распространения и стабильного развития научно-технического цикла;

– псевдо инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии.

По характеру применения:

– продуктивные инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов;

– технологические инновации, нацеленные на создание и применение новой технологии:

– социальные, ориентированные на построение и функционирование новых структур;

– комплексные, представляющие единство нескольких видов изменений;

– рыночные, позволяющие реализовать потребности в продуктах, услугах на новых рынках.

По источнику появления: инновации, вызванные развитием наукой и техники: инновации, вызванные потребностями производства; инновации, вызванные потребностями рынка.

По роли в воспроизводственном процессе: инновации потребительские, инвестиционные.

По масштабу: инновации сложные (синтетические) или простые.

Приведенная классификация инноваций позволяет сделать вывод о том, что процессы нововведений многообразны и различны по своему характеру, следовательно, формы их организации, масштабы и способы воздействия на инновационную деятельность также отличаются многообразием.

Побудительным механизмом развития инноваций в первую очередь является рыночная конкуренция. Производителей и потребители в процессе использования устаревшей техники и технологий получают дифференциальный убыток, в результате чего вынуждены сокращать издержки производства на основе инноваций. Предпринимательские фирмы, первыми освоившие эффективные инновации, имеют возможность снижать издержки производства и соответственно стоимость реализуемых товаров (продукции, услуг). В следствии чего укрепляют свои позиции в конкурентной борьбе с фирмами, предлагающими аналогичные товары или услуги.

Также инновации можно разделить на два вида: технические и организационные.

К техническим нововведениям относятся: новые продукты, новые технологии или новые услуги.

Часто успех деятельности компании определяется совместным эффектом, получаемых при внедрении нового продукта, новой технологии или новых услуг. Технические нововведения могут классифицироваться по их наукоёмкости, по сумме капитальных затрат, по срокам окупаемости и по их влиянию на развитие конкретной отрасли.

В этом случае их можно классифицировать как базовые и прикладные нововведения. Наиболее радикальное влияние на успех фирмы и экономики в целом наносят базовые нововведения, связанные с развитием научно - технического прогресса.

Основными объективными предпосылками возникновения технических нововведений являются новые технологические возможности и новые потребности, на которых базируются две известные модели инновационного процесса. Статистика результатов анализа первопричин различных нововведений в различных отраслях и в различных странах указывает на то, что потребность играет более важную роль, чем новые технические возможности в развитии инновационных процессов. В то же время практика показывает, что для достижения успеха необходимо учитывать и использовать обе первопричины и соответствующие инновационные модели.

Таким образом, понятие инноваций в широком смысле слова включает в себя конкретный объект или мероприятие, внедренное в производство по результатам проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличающийся от предшествующего аналога.

**1.2 Инновационная деятельность современных фирм**

В современных рыночных условиях обеспечение конкурентоспособности любой организаций, повышение имиджа предприятий, захват новых рынков и увеличение денежного потока возможно только за счет создания необходимых предпосылок для нововведений. Необходимость инновационной деятельности, способность к нововведениям выступает как законное требование времени.

Организации добиваются конкурентного преимущества благодаря нововведениям, к которым относят: новые технологии, новые способы маркетинга, производства или доставки и улучшения соответствующих услуг; новые или изменившиеся запросы покупателей; появление нового сегмента отрасли; изменение стоимости или появление новых компонентов производства; изменение параметров правительственного регулирования, таких как новые стандарты, ужесточение требований к охране окружающей среды, требования к новым отраслям и др.

Инновационная деятельность является сложной динамической системой действия и взаимодействия различных методов, факторов и органов управления, занимающихся:

– научными исследованиями, созданием новых видов продукции, совершенствованием оборудования и предметов труда;

– планированием, финансированием и координацией научно-технического прогресса;

– совершенствованием экономических рычагов и стимулов;

– разработкой системы мер по регулированию комплекса взаимообусловленных мероприятий, направленных на ускорение интенсивного развития научно-технического прогресса и повышение его социально-экономической эффективности.

Инновационная деятельность направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутренних и зарубежных рынках.

Целями инновационной деятельности организации с позиции его внутренних потребностей являются повышение эффективности производства за счет обновления всех производственных систем, повышение конкурентных преимуществ фирм на базе научного, научно-технического, интеллектуального и экономического потенциалов. В условиях рыночной экономики инновационная деятельность должна способствовать интенсивному развитию экономики, обеспечивать ускорение внедрения последних достижений науки и техники в производство, полнее удовлетворять потребителей в разнообразной высококачественной продукции и услугах, а для этого необходимо формулировать те необходимые задачи, которые готовы в полной мере раскрыть данные проблемы и пути выхода из них.

**1.3 Основные элементы внешней среды инновационной деятельности фирм**

Внешняя среда, окружающая организацию – это комплекс факторов, условий и сил, которые оказывают свое влияние на работу организаций извне, тем самым меняя ситуацию на рынке и поведение организаций. Это те условия, которые не поддаются контролю со стороны фирм.

Выделяют следующие основные характеристики внешней среды:

Взаимосвязанность факторов. Этот признак показывает, как факторы, влияя друг на друга, воздействуют и на процесс работы компании.

Сложность. Сложность - число и разнообразие факторов, которые значимым образом влияют на организацию.

Подвижность. Это признак, который показывает быстроту изменений, происходящих во внешней среде. Последние исследования в этой сфере показывают, что скоростной показатель изменений во внешней среде организаций стабильно растёт. Но сегодня существуют организации с сильно подвижной внешней средой. Динамика движения этой среды у одних отделов организации может быть выше, чем у других. Но учитывая сложную структуру организации внешней среды и разный характер движения для отдельных частей, организация должна анализировать внешнюю среду, чтобы осуществлять верные управленческие решения для разумного ведения бизнеса.

Неопределенность. Это характеристика, отражающая объем всей информации, по поводу конкретных факторов внешней среды, а также уровень ее достоверности, которой обладает предприятие. Отсутствие такой информации или её недостоверность и делает внешнюю среду неопределенной. Высокий процент неопределённости приводит к сложности в выборе и принятии решений.

Одной из самых значимых характеристик фирм является ее взаимосвязь с внешней средой. Ни одна организация не может быть «островом в себе». Организации полностью зависимы от окружающего мира – от внешней среды – как в отношении своих ресурсов, так и в отношении потребителей, пользователей их результатами, которых они стремятся достичь.

Термин внешняя среда включает экономические условия, потребителей, профсоюзы, правительственные акты, законодательство, конкурирующие организации, систему ценностей в обществе, общественные взгляды, технику и технологию, и другие составляющие. Эти взаимосвязанные факторы оказывают влияние на все, что происходит внутри организации. Большое значение имеет и тот факт, что, хотя фирмы и зависят полностью от внешней среды, среда эта, как правило, находится вне пределов влияния менеджеров.

Внешняя среда, в которой приходится работать организации, находится в непрерывном движении и подвержена изменениям. Меняются вкусы потребителей, рыночный курс рубля по отношению к другим валютам, вводятся новые законы и налоги, изменяются рыночные структуры, новые технологии революционизируют процессы производства, действуют еще и многие другие факторы. Способность организации реагировать и справляться с этими изменениями внешней среды является одной из наиболее важных составляющих ее успеха. Вместе с тем эта способность является условием осуществления запланированных стратегических изменений.

Внешняя среда организации делится на две части. Первая часть – среда прямого воздействия(микросреда) – непосредственно влияет на организацию, увеличивает или уменьшает эффективность ее работы, приближает или отдаляет достижение ее целей. Организация тесно взаимодействует с этой частью своей среды, а менеджеры пытаются управлять ее параметрами, воздействовать на «ближнее» окружение с целью изменения их в благоприятном для организации направлении.

Вторая часть – среда косвенного воздействия (макросреда) - включает все те факторы, которые могут оказывать косвенное воздействие на организацию. Это, например, макроэкономические факторы, требования законодательства, изменения в государственной или региональной политике, социальные и культурные особенности. Воздействие этих факторов на организацию труднее выявлять и изучать, но нельзя игнорировать, так как именно они часто определяют тенденции, которые со временем будут влиять на «ближнее» организационное окружение. Менеджеры не могут управлять параметрами «дальнего» окружения, но должны отслеживать тенденции их изменения и учитывать их в своих планах.

1. **Анализ и оценка влияния внешних факторов на инновационную деятельность фирм**

**2.1 Анализ сред прямого и косвенного воздействия на инновационную деятельность фирм**

Среда прямого воздействия включает факторы, которые непосредственно влияют на деятельность организации. К ним относят поставщиков, акционеров, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, профсоюзы, потребителей и конкурентов.

Анализ поставщиков направлен на выявление отдельных аспектов в деятельности субъектов, снабжающих фирму различным сырьем, полуфабрикатами, энергетическими и информационными ресурсами, финансами и др., от которых зависят эффективность работы фирмы, себестоимость и качество продукции, производимой фирмой.

Поставщики материалов и комплектующих изделий, если они обладают большой силой, могут поставить фирму в очень сильную зависимость от себя. Поэтому при выборе поставщиков важно глубоко и всесторонне изучить их деятельность и потенциал для того, чтобы суметь построить такие отношения с ними, которые обеспечивали бы фирме максимальный успех при о взаимодействии.

Задачей анализа потребителей является составление профиля заказа покупателей научно-технической продукции, реализуемой фирмой. Такое изучение позволяет лучше уяснить следующие проблемы: какой вид продукции пользуется наибольшим спросом у потребителя; на какой объем продаж может рассчитывать фирма; насколько можно расширить круг потенциальных покупателей; что ожидает продукцию в будущем и др.

Исследуя потребителей, фирма также узнает, насколько сильны ее позиции на рынке по сравнению с конкурентами.

Изучение конкурентов, т.е. тех, с кем организации приходится бороться за ресурсы, которые она стремится получить из внешней среды для обеспечения реализации продукции и своего преимущества, занимает особое и важное место в инновационном менеджменте.

К конкурентам относятся:

– внутриотраслевые конкуренты, т.е. фирмы, производящие аналогичную продукцию;

– фирмы, которые производят замещающий продукт;

– фирмы, которые могут войти на рынок (потенциальные конкуренты).

Особое внимание при анализе должно быть уделено потенциальным конкурентам. Игнорирование угроз со стороны выходящих на рынок фирм зачастую является важнейшей причиной проигрыша в конкурентной борьбе. Поэтому анализ должен быть направлен на то, чтобы заранее планировать барьеры, противодействующие вхождению потенциальных конкурентов на рынок. К ним могут относиться: низкие издержки за счет больших объемов выпуска продукции; контроль над каналами распределения продукции; пользование местных особенностей при производстве продукта и т.д. Однако любая из названных мер будет действенной только тогда, когда она является реальным барьером. Поэтому важно знать специфику работы потенциальных конкурентов, чтобы решить вопрос о том, какие барьеры могут помешать конкуренту прорваться на рынок.

Не меньшая опасность таится в деятельности производителей замещающей продукции. Чтобы бороться с конкурентами - производителями замещающей продукции в процессе стратегического планирования, нужно закладывать определенный потенциал, который бы позволил создать новый, более эффективный продукт.

Ни одна фирма не может себе позволить игнорировать любую реакцию своих конкурентов. Чтобы наметить соответствующие мероприятия в стратегическом плане при анализе конкурентов, необходимо ответить на четыре вопроса:

– удовлетворен ли конкурент своим настоящим положением;

– какие шаги в изменении своей стратегии может предпринять конкурент;

– в чем уязвимость конкурента;

– что может спровоцировать наиболее крупные и опасные ответные меры со стороны конкурента.

Анализ правового регулирования инновационной деятельности предполагает изучение законов и других нормативных актов, устанавливающих правовые нормы и рамки отношений. Он дает фирме возможность определить для себя допустимые границы действий во взаимоотношениях с другими субъектами права и приемлемые методы отстаивания своих интересов. Причем анализ правового регулирования не должен сводиться только к изучению содержания правовых актов, важно их постоянное совершенствование и практическая реализация законодательства.

Под средой косвенного воздействия понимают факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на организацию, но сказываются на ее функционировании. Речь идет о таких факторах, как состояние экономики, научно-технический прогресс, социокультурные и политические изменения, влияние групповых интересов и существенные для организации события в других странах.

Анализ экономической составляющей макроокружения позволяет понять, как формируются и распределяются инновационные ресурсы, какова величина валового национального продукта, темп инфляции, уровень безработицы, процентная ставка, производительность труда, нормы налогообложения, платежный баланс, норма накопления и как они влияют на инновационную деятельность фирмы. При изучении экономической сферы важно обращать внимание на такие факторы, как: общий уровень экономического развития, добываемые природные ресурсы, климат, тип и уровень развитости конкурентных отношений, структура населения, уровень образованности рабочей силы и величина заработной платы.

Действие организаций на международном рынке вызывает необходимость отслеживать сферу международного сотрудничества. Угрозы и новые возможности здесь могут возникнуть в результате: облегчения доступа к сырьевым ресурсам иностранных компаний или отечественных за рубежом; деятельности иностранных фирм; создания иностранных картелей; изменения валютного курса; принятия политических решений в странах, выступающих в качестве иностранных инвесторов и т.д. Исследование этих проблем должно быть направлено на укрепление национального рынка, поиск правительственной поддержки и защиты против иностранных конкурентов.

Политическую составляющую макроокружения необходимо знать в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в области инновационной деятельности, с помощью которых государство будет приводить в жизнь свою политику.

Анализ политической компоненты концентрируется на выяснении следующих вопросов:

– какие инновационные программы пытаются провести в жизнь различные общественные структуры;

– какие группы лоббирования существуют в органах государственной власти; каково отношение правительства касательно различных отраслей экономики и регионов страны;

– какие изменения в законодательстве и правовом регулировании возможны в результате принятия новых законов и норм, регулирующих инновационные процессы.

Проводя изучение различных компонентов макроокружения, нужно учитывать следующее:

Во-первых – это сильное взаимовлияние всех компонентов макроокружения. Изменения в одном из компонентов обязательно приводят к изменениям в остальных. Поэтому их изучение и анализ должны вестись не отдельно, а системно с отслеживанием влияния изменений друг на друга.

Во-вторых – степень воздействия отдельных компонент на различные фирмы. Так, степень влияния проявляется по-разному в зависимости от размера фирмы, ее отраслевой принадлежности, территориального расположения и других факторов.

**2.2 Степень влияния факторов внешней среды на инновационную деятельность**

Первоочередным для организации является взаимодействие с потребителем. Главным условием существования и выживания любой организации в условиях рынка является способность находить потребителя своих товаров, услуг и других результатов деятельности.

Процесс изучения включает в себя анализ факторов, характеризующих потребителя:

отношение к товару, который производится организацией, географическое месторасположение, национальные традиции, обычаи, вкусы.

Спрос непосредственно воздействует на инновационную стратегию экономической системы. Конечной целью инновационных отношений является создание новшеств, которые становятся товарами на конкретном рынке. Перед любой экономической системой стоит задача прогнозирования потребительского спроса на будущее новшество. При этом в случае, когда новшество реализуется внутри организации или по государственному заказу, прогноз разрабатывается сравнительно легко, поскольку требования потребителя определяются при постановке цели инновационного проекта. Сложности возникают при прогнозировании спроса на революционные нововведения. В этом случае перед экономической системой возникает задача самой сформировать спрос на новшество на основе изучения еще неосознанных потребителями потребностей.

Поведение потребителей является наименее предсказуемым фактором внешнего воздействия на инновационную деятельность в рыночной экономической системе. Но оценка ими полезности новшеств в конечном счете определяет характер и структуру рынка инноваций, монополию организаций на научно-техническое новшество в случае успеха у потребителей или потерю средств в случае неудачи.

Работа поставщиков и выполнение ими своих обязанностей оказывает прямое воздействие на ритмичность производственного процесса, объём выпуска продукции, прибыль и улучшение позиции в конкурентной борьбе. Именно поэтому взаимодействие организации с поставщиками уделяется пристальное внимание со стороны руководства.

Руководитель должен уметь правильно выбрать поставщика и установить с ним хорошие взаимоотношения.

Между конкуренцией и инновационными отношениями - самая тесная связь. В определенном смысле инновационные отношения являются порождением конкуренции, а результаты таких отношений являются орудием в конкурентной борьбе. Причем в зависимости от того, насколько продукт инновационный, конкуренция может проявляться и в форме монополии, или олигополии.

Олигополия предполагает производство идентичной продукции несколькими компаниями. Рынок такой продукции определяется небольшим числом продавцов. Соответственно инновации, осуществляемые фирмами-конкурентами, нацелены, прежде всего, на совершенствование отдельных свойств товара, дизайна, сервиса с расчетом на определенную группу покупателей или сегмент рынка, на снижение себестоимости продукции за счет внедрения новых технологий, позволяющих создать «ценовой барьер» на пути новых конкурентов. Фиксированное число компаний при олигополии позволяет относительно мирно делить рынок, что также в некоторой степени уменьшает их инновационную активность.

В рыночной экономике практически любая экономическая система действует в условиях несовершенной конкуренции. Но каждый конкретный тип конкуренции обусловливает структурные характеристики рынка, на котором складываются и инновационные отношения. Структурные характеристики рынка через воздействие объективных экономических факторов определяют и инновационную стратегию фирм. В то же время для оценки степени воздействия конкуренции на инновационную активность важно учитывать и степень интенсивности конкурентной борьбы, зависимость между интенсивностью конкурентной борьбы и восприимчивостью к нововведениям. Умеренная конкуренция способствует ускорению процесса внедрения новшеств. Но с усилением конкурентной борьбы денежные ресурсы истощаются, инновационный процесс или замедляется, или прекращается совсем. Критерием созидательной конкурентной борьбы является как раз инновационная деятельность.

Так же высока и степень влияния экономического развития, так как изменения этого фактора приводят к изменениям условий для развития инновационной деятельности. Одним из показателей здорового экономического роста является высокий уровень конкуренции, и как следствие этого потребность предприятий в инновациях в целях выживания на рынке.

Так же, если рассмотреть инновационную деятельность с другой стороны, то прибыль может явиться толчком для внедрения нововведений именно в условиях нестабильности экономического развития или экономического кризиса. Этот толчок появляется в силу невозможности извлечь прибыль более легким способом, когда простое улучшение не приносит желаемых результатов, а структурный кризис, кризис перепроизводства могут быть решены путем радикальных изменений.

Но все же наибольшее влияние оказывает инновационная политика государства. Она определяет систему целей и задач, которые государство ставит перед собой в рамках регулирования отношений в инновационной сфере. Меры воздействия государства в области инноваций можно разделить на прямые и косвенные. Их соотношение определяется экономической ситуацией в стране и избранной концепцией государственного регулирования, акцентом либо на силу рынка, либо на силу власти. При этом целесообразно преобладание прямых, властных методов воздействия в периоды экономического спада, а на стадиях подъема экономики – косвенных, рыночных методов.

Прямые методы также подразумевают госзаказы фирмам, которые выступают в качестве инновационных подрядчиков. Это означает прямое дотационное финансирование, осуществляемое в соответствии со специальными законами, принимаемыми для содействия инновациям. В силу ограниченности средств государственного бюджета при этом неизбежны жесткая избирательность поддержки инновационных проектов, жесткая конкуренция между организациями за получение необходимых средств. Результатом такого соперничества является, как правило, относительно рациональный выбор приоритетных инновационных идей.

Интенсивность конкурентной борьбы на государственном рынке нововведений вызывается конкретными преимуществами государственного контракта по сравнению с другими формами деловых соглашений.

Во-первых, государственный контракт обеспечивает получение необходимой финансовой, материальной, информационной, законодательной поддержки в процессе реализации инновационного проекта, что дает организации возможность быть на уровне современных достижений НТП, удерживать лидерство в отрасли.

Во-вторых, государство обеспечивает спрос на создаваемое новшество, позволяя тем самым свести к минимуму коммерческий риск, связанный с неопределенностью потребительского поведения.

В-третьих, государство является самым надежным заказчиком новшества.

В-четвертых, государственный заказ способствует рекламе фирмы и его продукции.

Косвенные методы, используемые в государственной инновационной политике, предполагают стимулирование инновационных процессов преимущественно путем создания благоприятного климата для новаторской деятельности. Решающую роль в этой связи играет политика либерализации налогового и амортизационного процессов, их законодательного регулирования.

Особое значение в системе косвенных мер государственной инновационной политики имеет и законодательство по интеллектуальной собственности. Четкое правовое регулирование интеллектуальной собственности создает экономическую заинтересованность и в создании инновационной идеи, и в реализации новшества, что благоприятно сказывается и на активности научной работы в стране и инновационном использовании ее результатов.

Создание социальной инфраструктуры также способствует созданию благоприятных внешних условий для развития инновационных отношений, обмена информацией, быстрой оборачиваемости рискового капитала.

Многообразие форм воздействия внешних факторов на инновационные отношения предопределяет комплексный характер такого воздействия в целом. Косвенный эффект при этом обеспечивается в случае создания условий для реализации нововведений, а комплексный характер внешнего воздействия - взаимовлиянием разнообразных факторов во внешней среде.

1. **Проблемы инновационной деятельности современных фирм и пути их решения**

Инновации в современном мире играют важную роль. Но, несмотря на это, инновационная деятельность в России очень слабо развита. Ни государственный, ни частный сектор не проявляют достаточной заинтересованности по внедрению инноваций. Уровень инновационной активности отечественных предприятий заметно уступает показателям стран-лидеров в этой сфере. К проблемам почему так происходит можно отнести:

– сокращение численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками. С каждым годом численность ученных только уменьшается. Так по данным на 2000 год количество ученных было 888 тыс.чел, но на 2020 год насчитывается 679 тыс.чел.;

– отток кадров. Более 80% уехавших из России специалистов являются высококвалифицированными и талантливыми кадрами. Стоит отметить, что и притока специалистов из более развитых стран не было;

– низкая финансовая активность в коммерческом секторе, направленном на получение новых знаний и их применение в практике. В отличие от многих стран, где расходы на НИОКР в основном финансируются предприниматели, в России частный сектор экономики не заинтересован в технологиях, которые имеют рискованный характер и большие затраты;

– слабая защита прав интеллектуальной собственности. В рейтинге стран по защите прав интеллектуальной собственности в 2021 году Россия заняла 81-ое место, уступая Америке и большинству стран Европы и Азии, и находясь при этом на одном уровне с Тунисом, Филиппинами и Доминиканой;

– отсутствие у российских предприятий современной базы для внедрения разработок по причине износа или отсутствия необходимого оборудования. Многие промышленные организации характеризуются высокой ресурсоемкостью и энергоемкостью производства, что усугубляется высоким уровнем износа производственного аппарата. В силу отсталости основного капитала предприятий экономика в целом оказывается невосприимчивой к вложениям в исследования и разработки.

Безусловно, если страна хочет выйти на передовой уровень, то необходимо решать проблемы, препятствующие развитию успешной инновационной деятельности.

Во-первых, следует привлекать частных инвесторов к бизнесу, основным направлением которого является инновационная деятельность. Во всем мире бюджетированием инвестиционной деятельности, в основном, занимается частный сектор экономики. В России же большую часть расходов на НИОКР берет государство. Для того чтобы привлечь инвесторов и спонсоров, можно, к примеру, снизить налоги для компаний, которые занимаются разработкой инноваций, и увеличить их для тех фирм, которые оставляют без внимания различные исследования.

Во-вторых, следуют увеличить заработную плату научным работникам и разработчикам, а также повысить престижность данной сферы деятельности. Из-за низкой оплаты труда в данной сфере происходит утечка кадров за границу, ведь там труд людей, занятых научными разработками, оценивается в разы выше. Также происходит «эмиграция» без выезда за пределы страны, то есть кадры, работая в иностранных компаниях в России, создают инновации, проводят научные исследования для иностранных заказчиков, и, следовательно, результаты этих работ становятся собственностью работодателя другой страны. А без квалифицированных сотрудников России не удастся выйти на более высокий уровень и получить возможность конкурировать с ведущими державами.

В-третьих, нужно задуматься о проблеме, связанной с интеллектуальной собственностью. Необходимо, чтобы знание принадлежало его создателю, то есть самому разработчику, инженеру, ученому и т.д. В настоящее время у них нет стимула для того, чтобы создавать знания, так как все права на знания достаются работодателю. В том случае, если разработка будет принадлежать самому создателю, и у него появится возможность запатентовать её как собственное научное открытие, то тогда и появится стимул к созданию чего-то сверхнового и новаторского.

В-четвертых, российским ВУЗам нужно больше уделять внимание научной деятельности студентов, развивать навыки в области технологий. Например, можно увеличить количество бюджетных мест на инженерные специальности, проводить различные научно-практические мероприятия.

Немаловажной является поддержка со стороны государства. Ему следует увеличить финансирование науки в несколько раз. В конце концов, самому государству выгодно вкладывать в развитие инноваций, так как оно сможет применять инновационные разработки в различных сферах и конкурировать с ведущими державами. Также немаловажным будет формирование и создание различных технопарков и технополисов, которые оснащены всеми необходимыми материалами и технологиями и обладают инфраструктурой, позволяющей проводить различные научные исследования.

Завершив свою работу, я могу с уверенностью сказать, что задача по изучению данной темы была выполнена.

А так же, анализируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что организация инновационной деятельности сейчас является весьма актуальной проблемой для нашей страны. Но приняв во внимание предложения по решению проблем, мы в будущем можем выйти на уровень успешной конкуренции с развитыми странами Европы, Азии и Америки.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

На основании выполненной работы можно сделать вывод, что внешняя среда оказывает серьезное влияние на деятельность абсолютно каждой фирмы.

Проводя анализ внешней среды современные компании получают информацию о факторах, представляющих опасность и открывающих перспективные возможности. Управленцам компаний необходимо оценить: имеются ли у фирмы силы, чтобы использовать предоставляемые возможности, и какие существуют слабые стороны внутри компании, которые могут осложнить возможные будущие проблемы, которые связаны с опасностями извне.

Также важным моментом является регулярность проведения таких исследований, необходимость системного подхода к внешним факторам влияния на современные фирмы. Ведь если периодически проводить такие анализы и выполнять оценку воздействия внешних факторов, составлять на основе проведенного анализа ряд определенных мероприятий, а затем эти мероприятия проводить, то степень слабых сторон будет снижаться, а фирмы будут идти вперед и развиваться.

В первой части работы были рассмотрены такие понятия, как виды инноваций, инновационная деятельность современных фирм, а также основные элементы внешней среды инновационной деятельности фирм.

Во второй части был проведен анализ сред прямого и косвенного воздействия на инновационную деятельность фирм и рассмотрена степень влияния факторов внешней среды на инновационную деятельность, а также найдены проблемы инновационной деятельности современных фирм и пути их решения

В третьей части были даны рекомендации фирмам по минимизации влияния факторов внешней среды на их работу.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учебное пособие / Под ред. П.Н. Завлина [и др.] — Москва: ОАО «НПО «Издательство «Экономика», — 2000. — 474 с. — ISBN 5-282-01961-2.
2. Баранчеев, В. П. Управление инновациями: учебник для вузов / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022 — 711 с. — (Высшее образование). — URL: https://urait.ru/bcode/488625 (дата обращения 26.03.2022г.). — ISBN 978-5-534-11705-9.
3. Маркетинговые исследования. Теория и практика. / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. — Москва: Издательство Юрайт, 2014. — 320 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3285-0.
4. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. / Ф. П. Половцева— Москва: ИНФРА-М, 2014. — 224 с. —ISBN 978-5-16-002274-1
5. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. — Москва: Дашков и К, 2015. — 640 с. — ISBN 5-94798-511-2.
6. Спиридонова*,* *Е.*А Основы инновационной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования/ Е.А. Спиридонова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 298с. — (Профессиональное образование). URL: https://urait.ru/bcode/496184 (дата обращения 24.03.2022г.) — ISBN978-5-534-12097-4.
7. Гончаренко Л. П. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2022 — 229 с. — (Высшее образование). — URL: https://urait.ru/bcode/489083 (дата обращения 24.03.2022г.). — ISBN 978-5-9916-7709-7.
8. Брусакова И. А. Теоретическая инноватика: учебник и практикум для вузов под редакцией И. А. Брусаковой. — Москва: Юрайт, 2022 — 333 с. — (Высшее образование). — URL: https://urait.ru/bcode/492977 (дата обращения 24.05.2022г.). — ISBN 978- 5-534-04909-1.
9. Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки (по типам организаций; по секторам деятельности) (с 2000 г.): официальный сайт —­ URL: https://rosstat.gov.ru/folder/154849 (дата обращения 24.04.2022г.).
10. Лукьянова, А. Ю. Проблемы инновационного развития России / А. Ю. Лукьянова, Л. В. Погосян. — Текст: непосредственный // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2019 г.). — Москва: РИОР, 2019. — С. 36-38. — URL: https://moluch.ru/conf/econ/archive/9/515/ (дата обращения: 13.04.2022).
11. Влияние факторов внешней и внутренней среды на успешность инновационной деятельности. Полосков С.С — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44047826 (дата обращения: 13.06.2022). — ISSN 2312-6647
12. Влияние факторов внешней и внутренней среды на результативность инновационной деятельности Российских предприятий. Издательство Воронежский экономико-правовой институт. — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=25082331 (дата обращения: 13.04.2022).
13. Проект Федерального закона N 97090719-2 "Об инновационной деятельности в Российской Федерации": внесен депутатом Государственной Думы М.К. Глубоковским, членом Совета Федерации В.М. Крессом.
14. Проект «Инновационная Россия (Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». Минэкономразвития России. Москва.
15. Василевская, И. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие И. В. Василевская. – 3-e изд. — Москва : РИОР, 2019. — 129 с. ISBN — 978-5-369-00332-9
16. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 380 с. ISBN — 978-5-9558-0311-1
17. Инновационный менеджмент как объект управления / Ю. И. Минина, К. Д. Шляпин, Д. А. Евдокимова, А. И. Горбачева // Вестник современных исследований. – 2020. – № 7-7(37). – С. 52-58. ISSN: 2541-8300
18. Малыхина, М. Е. Организация и планирование инновационной деятельности на предприятии / М. Е. Малыхина // Результаты современных научных исследований и разработок: сборник статей IX Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 15 апреля 2020 года. – Пенза: «Наука и Просвещение», 2020. – С. 38-41.
19. Черняков, М. К. Управление инновационной деятельностью / М. К. Черняков, К. Ч. Акберов, Е. Н. Сарычева; Под редакцией М.К. Чернякова. – Курск: Закрытое акционерное общество «Универ, 2020. – 104 с. ISBN: 978-5-907311-29-9
20. Филобокова, Л. Ю. Инновационные подходы к управлению конкурентоспособностью малого предпринимательства / Л. Ю. Филобокова, О. В. Григорьева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 52-57. ISSN: 1028-5857
21. Проект федерального закона № 344994-5 «Об инновационной деятельности в Российской Федерации». Отклонен Государственной думой Федерального собрания Российской Федерации 5 октября 2010 г. (постановление № 4192-5 ГД).