

**Дастурамал**  
**дар бораи пур кардани шакли ҳисоботи**  
**омории № 1-инноватсия**  
**"Ҳисобот дар бораи фаъолияти инноватсионии корхона (ташкilot)"**

Ҳисобот дар бораи фаъолияти инноватсионии корхона (ташкilot)» аз ҷониби корхонаҳои саноатӣ (ба истиснои субъектҳои соҳибкории хурд) тибқи рӯйхати муқаррарнамудаи мақомоти оморӣ давлатӣ, пешниҳод карда мешавад.

Дар қисми суроғавии шакли оморӣ номи пурраи ташкilotи ҳисоботдиханда мувофиқи ҳуҷҷатҳои тасдиқкунанда, ки бо тартиби муқарраршуда ба қайд гирифта шудаанд, нишон дода шуда, пас дар қавс - номи кӯтоҳоварда мешавад.

Дар сатри "Суроғавӣ почта" номи минтақа, суроғавӣ ҳуқуқӣ бо индекси почта нишон дода мешавад.

Маълумот бо воҳидҳои ченаке, ки дар шакл қайд гардидааст, нишон дода мешаванд.

**Инноватсия** - натиҷаи ниҳии фаъолияти инноватсионӣ дар шакли маҳсулоти нави маҳсулоти дар бозор мавҷуднабуда мебошад, ки дорои сифатҳои беҳтаршуда мебошад.

**Инноватсияи технологӣ** ин фаъолияти як корхона ё ташкilot вобаста ба таҳия ва татбиқи инноватсия (навоариҳо) мебошад. Аз ҷумла, дар соҳаи саноат – маҳсулот ва равандҳои аз ҷиҳати технологӣ нав, инчунин тақмилдиҳии назаррасии технологӣ маҳсулот ва равандҳо; дар соҳаҳои хизматрасонӣ - хизматҳои аз ҷиҳати технологӣ нави ба таври назаррас тақмилёфтаи тарзи истеҳсолотро ифода менамояд. Инноватсияҳои технологӣ метавонанд он маҳсулот, равандҳо, хизматрасониҳо ва услухое бошанд, ки корхона бори аввал таҳия мекунад ё онҳое, ки аз дигар корхонаҳо қабул менамоянд.

**Инноватсияҳои маркетингӣ** - маънои татбиқи услухи нави ба таври назаррас тақмилёфтаи маркетингӣ, ки тағйироти назаррасро дар дизайн ва бастабандии маҳсулотро фаро мегирад, истифодаи услухи нави фуруши маҳсулот (хизматҳо), пешниҳод ва ташвиқ ба бозорҳои фуруш, ташаккули стратегияҳои нави нархгузориро ифода менамоянд. Онҳо ба пурратар қонеъ гардонидани талаботи истеъмолкунандагонӣ маҳсулот, кушодани бозорҳои нави фуруш, васеъ кардани ҳаёти истеъмолкунандагонӣ маҳсулот ва хизматҳо бо мақсади афзоиши фуруш равона карда шудаанд. Тағйирот дар дизайни маҳсулот, ки ҷузъи консепсияи нави маркетинг мебошанд, дар шакл ва намуни зоҳирии маҳсулот тааллуқдоранд, ки ба хусусиятҳои функционалӣ ва қорбарии он таъсир намерасонанд. Ин категорияи тағйирот инчунин тағйиротро дар бастабандии маҳсулот, аз қабилӣ маҳсулоти хӯрокворӣ, нӯшокиҳо, маводи шустушӯ, ки бастабандӣ барои намуни зоҳирии онҳо ҳалкунанда мебошанд, дар бар мегирад. Истифодаи услухи нави муаррифӣ ва таблиғи маҳсулот (хизматҳо) маънои истифодаи мафҳумҳои нави барои таблиғи молҳо ва хизматҳои ташкilotро дорад.

Инноватсия дар ташаккули нархгузорӣ маънои истифодаи стратегияҳои нави нархгузорӣ барои тичорати молҳо ва хизматҳои корхонаро дорад. Тағйироти мавсимӣ, мунтазам ё дигар амалиётҳои маркетинг одатан инноватсияи (навоариҳои) маркетингӣ нестанд, агар онҳо нави набошанд. Инноватсияи маркетингӣ бояд барои корхона нави бошад ва муҳим нест, ки онро шумо ё дигар ташкilotҳо таҳия кардаед. Муҳим нест, ки корхона аз аввалин шуда ин нави нави маркетингиро татбиқкунанда бошад.

**Инноватсияи ташкilot** - татбиқи усули нави дар соҳаи тичорат, ташкilotи ҷойҳои қорӣ ё ташкilotи робитаҳои ҳоричӣ дар назар дорад. Ин навоариҳои ба баланд бардоштани самаранокии фаъолияти корхона тавассути кам кардани хароҷоти маъмурӣ, баланд бардоштани қаноатмандии қормандон аз ташкilotи ҷойҳои қорӣ (вақти қорӣ) ва ба ин васила баланд бардоштани ҳосилнокии меҳнат, дастрасӣ ба дороиҳо, ки дар бозор нестанд ва ё кам кардани арзиши таъминот (лавозимот), нигаронида шудааст. Муҳим нест, ки корхона аз аввалин шуда ин нави нави ташкilotро татбиқкунанда бошад. Новобаста аз он, ки навоарӣ аз ҷониби корхона таҳия шудааст ё дигар корхонаҳо. Инноватсияи дар пешбурди тичорат маънои татбиқи услухи нави ташкilotи фаъолияти тичоратиро (соҳибқориро) дорад. Масалан, татбиқи низомӣ идоракунии донишҳо ва қорпоративӣ, татбиқи низомӣ нави таълимие, ки ба рушди қормандон ва қоршиш додани аз қор рафтани (қорори, қордиши) қормандон равона карда шудаанд, татбиқи системаҳои (низомӣ) идоракунии истеҳсолот ва таъминот дар маҷмӯъ, аз ҷумла, низомӣ (системаи) идоракунии занҷираи таъминот, ратсионализатсияи истеҳсолот, ва системаҳои (низомӣ) идоракунии сифат.

Инноватсия дар ташкilotи ҷойҳои қорӣ маънои татбиқи услухи нави тақсмоти масъулият ва салоҳият дар байни қормандон барои иҷрои қор дар доираи фаъолияти инфиродӣ ташкilot ва байни фаъолиятҳо (воҳидҳои сохторӣ), инчунин мафҳумҳои нави сохторсозии фаъолият ба монанди ҳамқоронии самтҳои фаъолиятҳои гуногунро дорад.

Инноватсияи ташкilot ин тағйирот ба усули пешбурди тичорат, ташкilotи ҷор қор ва робитаҳои беруна нест, ки дар асоси амалияҳои ташкilotии дар ин ташкilot амалкунанда асос ёфтаанд. Тартиб додани стратегияҳои идоракунии низ худ аз худ инноватсиянавоарӣ нест. Аммо, тағйироти ташкilotӣ, ки мутобиқи стратегияи нави идоракунии амалӣ карда мешаванд, навоарӣ мебошад, агар онҳо бори аввал дар амалияи ташкilot татбиқ карда шаванд.

**Фасли 1. Хароҷоти инноватсионӣ барои соли ҳисоботӣ**

Дар сатри 101 хароҷоти умумӣ (қорӣ ва асосӣ) барои инноватсияҳои технологӣ, маркетингӣ ва ташкilotӣ нишон дода мешаванд.

Дар сатри 102 хароҷоти умумӣ (қорӣ ва асосӣ) барои инноватсияҳои технологӣ (таҳия ва татбиқи маҳсулот, хизматҳо ё услухи истеҳсоли онҳо (интиқол), аз ҷиҳати технологӣ нави ба таври назаррас тақмилёфта), аз ҷониби корхона ё дигар корхонаҳо хароҷоти пардохти қору хизматрасонӣ дар соҳаи истеҳсолот нишон дода мешаванд. Хароҷоти қорӣ (амалиётӣ), ки асосан аз ҳисоби арзиши аслии маҳсулот (қорҳо, хизматрасониҳо) ба амал бароварда мешаванд, хароҷоти музди меҳнати қормандонро, ки дар таҳия ва татбиқи инноватсияҳои технологӣ, пардохтҳо ба эҳтиётҳои иҷтимоӣ, инчунин дигар хароҷоти марбут, ки ба хароҷоти асосӣ дохил нестанд, дар бар мегирад, ба монанди хароҷот барои хариди ашёи хом, мавод, таҷҳизот ва ғайра, ки барои таъмини фаъолияти инноватсионии ташкilot дар давоми сол заруранд.

Сармоягузориҳои асосӣ (сармоягузориҳои дарозмуддат) хароҷоти солона барои зиёд кардани ҳаҷм ва инчунин хариди дороиҳои истифодаи дарозмӯҳлати ғайримуқаррарӣ (зиёда аз як сол), ки барои фуруш пешбинӣ нашудаанд, вобаста ба таҳия ва татбиқи навоариҳои технологӣ, мебошанд. Онҳо аз хароҷотҳо ба хариди мошинҳо, таҷҳизот ва дигар

воситаҳои асосии зарурӣ барои истифода дар фаъолияти инноватсионӣ, ба даст овардани иншоот, қитъаҳои замин ва объектҳои захираҳои табиӣ барои фаъолияти инноватсионӣ (навоарӣ) иборат мешаванд.

Маълумот дар бораи хароҷот ба инноватсияҳои технологӣ дар соли ҳисоботӣ ба қайд гирифта мешавад. Дар баробари ин, муҳим нест, ки раванди инноватсионӣ (ҷорӣ намудани навоарӣ) дар кадом марҳила аст: дар марҳилаи ниҳой, вақте ки таҷҳизот аллакай кор мекунад, дар истифода аз худ карда мешавад, яъне истеҳсолот ба роҳ монда шудааст ва маҳсулот истеҳсол карда мешаванд, ё дар марҳилаи ибтидоӣ, мобайнӣ, масалан, вақте ки танҳо насбкунии таҷҳизоти нав амалӣ шуда истодааст (идома дорад) ва ё он танҳо он ба кор омода аст, аммо то ҳол кор накардааст, дар истеҳсолот санҷида нашудааст ва ҳангоми баровардани маҳсулот истифода нашудааст.

Тамоми хароҷот барои инноватсияҳои технологӣ, ки дар давоми соли ҳисоботӣ анҷом дода шудаанд, пурра ба ҳисоб гирифта мешаванд. Дар сатрҳои 103 - 109 хароҷоти умумии инноватсияҳои технологӣ аз рӯи намудҳои фаъолияти инноватсионӣ нишон дода мешаванд.

Дар сатри 104 маблағгузори асосӣ, ки ба хариди мошинҳо, таҷҳизот, дастгоҳҳо, аз ҷумла нармафзори интегралӣ (таъминоти барномавӣ) ва дигар воситаҳои асосӣ вобаста ба ҷорӣ намудани инноватсияҳои технологӣ равона карда шудааст, нишон дода мешавад. Дар айни замон, маблағҳои асосӣ барои харидан ва насби намудҳои прогрессивӣ (дар заминаи нави технологӣ) мошинҳо ва таҷҳизот, ки барои ҷорӣ намудани равандҳои нави ё такмилёфтаи технологӣ заруранд, ё мошину таҷҳизоте, ки иқтисодро истифода тиробехтар (такмил) намекунад, аммо барои баровардани маҳсулоти нав, пешниҳоди хизматҳои нав заруранд (масалан, мошинҳои қолаби иловагӣ ва бастабандӣ) ба назар гирифта мешаванд.

Дар сатри 105 хароҷоти ба даст овардани технологияҳои нав, ки барои татбиқи инноватсияҳои технологӣ истифода мешаванд, аз ҷумла хароҷоти ба даст овардани ҳам иҷозатномаҳои (литсензияҳои) патентӣ (ҳуқуқ ба патентҳо, иҷозатномаҳо (литсензияҳо) барои истифодаи ихтироот, намунаҳои саноатӣ, моделҳои фоиданок) ва ҳам иҷозатномаҳои ғайрипатентӣ, “ноу-хау” технологияҳо дар шакли ҷудошуда, инчунин тамғаҳои молӣ, дигар хизматҳои муҳандисӣ, машваратӣ (ба истисноӣ таҳқиқот ва коркардҳо), ки аз корхонаҳо, ташкилотҳо ва шахсонӣ алоҳида вобаста ба татбиқи инноватсияҳои технологӣ ба даст оварда шудаанд. Ба ноу-хау ҳуҷҷатҳои ҳифзшавандаи беҳимоя (масалан патентҳо) ва иттилооти техникӣ, ташкилӣ ё тижоратӣ пурра ва ё қисман нашр нашуда, ки сирри истеҳсолотро ташкил медиҳад ва дорандаи он ҳуқуқи ҳимоя аз истифодаи ғайриқонунӣ ин иттилоотро аз тарафи шахси сеюм дорад, дохил мешавад. Ин метавонад технологияҳои нав, қарорҳои техникӣ ё дигар қарорҳо, дониш, таҷриба, ки дар ҷараёни фаъолияти соҳибкорӣ фоида меорад, бошад.

Дар сатри 106 хароҷоти ба даст овардани нармафзорро (таъминоти барномавӣ), ки бо татбиқи инноватсия алоқамандаст, нишон дода мешавад. Воситаҳои нармафзор (барномавӣ), ба ғайр аз барномаҳои компютерӣ, метавонанд замимаҳои офисӣ, забонҳоро низ дар бар гиранд.

Дар сатри 109 хароҷоти марбут ба маркетинг ё ҷоринамоии бозори инноватсия нишон дода мешавад. (ба бозор баровардани маҳсулоти аз ҷиҳати технологӣ нав ё такмилёфта, хизматҳои нав). Ба инҳо тадқиқоти пешакӣ, санҷиши бозор, мутобиқ кардани маҳсулоти мазкур барои бозорҳои гуногуни фурӯш ва таблиғоти ибтидоӣ, ба истисноӣ хароҷоти ҷойгиркунии шабакаҳои дистрибуторӣ (баровардани маҳсулоти нав, хизматҳо ба бозор) барои инноватсияҳои бозорӣ, дохил мешаванд.

Дар сатри 110 хароҷоти дигаре, ки бо татбиқи инноватсияҳои технологӣ алоқаманданд, масалан, пардохти маслиҳатҳои мутахассисони соҳибхисосӣ ҷалбшуда, дигар қарорҳо, хизматҳои тавсифӣ технологӣ дошта, ки дар боло номбар нашудаанд, нишон дода мешаванд.

Дар сатри 111 маълумот оиди хароҷотҳо ба инноватсияҳои ташкилӣ нишон дода мешаванд.

Хароҷоти навоарӣҳои ташкилӣ одатан бо таҳия ва татбиқи усулҳои нави тижорат, ташкили ҷойҳои корӣ ва ташкили робитаҳои хориҷӣ алоқаманданд. Хароҷоти инноватсионӣ ташкилӣ фаъолиятҳоеро дар бар мегиранд, ки бо таҳия ва банақшагирии усулҳои нави ташкилӣ, инчунин татбиқи онҳо алоқаманданд. Ин хароҷот инчунин хароҷотро барои хариди технологияҳои нав, мошинҳо, таҷҳизот ва дигар воситаҳои асосӣ, таълим ва тарбияи кадрҳои марбут ба инноватсияҳои ташкилӣ дар бар мегирад. Ба ин категорияи хароҷот, хароҷот барои маҳсулот ё равандҳои нав ё ба таври назаррас беҳтаршуда ва хароҷот барои таҳқиқот ва таҳия дохил намешавад. Барои роҳнардан ба ҳисобкунӣ дубораи хароҷоти инноватсионӣ, ки зиёда аз як навъӣ (намуди) инноватсияро фаро мегиранд, онҳо як маротиба нишон дода мешаванд. Масалан, хароҷот ба инноватсияи маркетингӣ, ки ба инноватсияи маҳсулот алоқамандаст, як маротиба ҳамчун як қисми таркиби хароҷот ба инноватсияи маҳсулоти (технологӣ) нишон дода мешавад. Ё ин ки хароҷоти инноватсияҳои ташкилӣ, ки дар робита ба инноватсияи раванд сураг мегиранд, низ инчунин як маротиба ҳамчун қисми хароҷоти инноватсияҳои технологӣ (технологӣ) ба назар гирифта мешаванд.

Хароҷоти инноватсионӣ ташкилӣ, ки вобаста ба навоарӣ раванд ба амал омадаанд, дар ин сатр ба назар гирифта намешаванд.

Дар сатри 112 маълумот дар бораи хароҷот ба инноватсияҳои маркетингӣ пешниҳод карда мешаванд. Хароҷоти навоарӣҳои маркетингӣ, чун қоида, бо таҳия ва татбиқи ҷор намудани асосӣ маркетинг алоқамандаст: тағйирот дар дизайн ва бастабандии маҳсулот, истифодаи усулҳои нави фурӯш ва пешниҳоди маҳсулот, муаррифӣ ва таблиғи маҳсулот (хизматҳо) ба бозорҳои фурӯш ва ташаккули стратегияҳои нави нархгузорӣ. Хароҷотҳо ба инноватсияҳои маркетингӣ фаъолиятҳоеро дар бар мегирад, ки ба таҳия ва татбиқи усулҳои нави маркетинг, ки қаблан аз ҷониби ширкат истифода намешуданд, алоқаманданд. Ин хароҷот инчунин хароҷотро барои хариди технологияҳои нав, мошинҳо, таҷҳизот ва дигар воситаҳои асосӣ, таълим ва таълими кадрҳои марбут ба инноватсияҳои маркетингӣ дар бар мегирад.

Хароҷотҳо ба инноватсияи маркетингӣ танҳо фаъолиятҳоеро дар бар мегиранд, ки ба таҳия ва татбиқи усулҳои нави маркетинг алоқаманданд, на ин хароҷоти истифодаи ин усулҳо дар тижорат дар речаи ҳамарӯза (масалан, хароҷоти маъракаи таблиғотӣ, маркетинги тасодуфӣ, сарпарастӣ дар робита бо усулҳои нав ҷорӣ намудани маркетинг). Ин категория хароҷотро барои маҳсулот ё равандҳои нав ё ба таври назаррас такмилёфта, барои омодаасозии бозор ба маҳсулот ё равандҳои нав ё ба таври назаррас беҳтаршударо дар бар намегирад.

Дар ин сатр харочоти инноватсияҳои маркетингӣ, ки дар доираи инноватсияҳои технологӣ татбиқ карда мешаванд, нишон дода намешаванд.

**Фасли 2. Ҳаҷми маҳсулоти инноватсионӣ фиристода дар соли ҳисоботӣ**

Дар сатри 201 ҳаҷми маҳсулоти фиристодашуда дар ҷумҳурият, ки дар тӯли се соли охир наваҷорӣ карда шудаанд (ба таври кулӣ наваҷорӣ) ё тағйироти назарраси технологӣ ба амал омадаанд. Барои ин маҳсулот соҳаи истифодабарӣ (истифода), хусусиятҳои истифодашавӣ, хусусиятҳо, иҷронамоии тарроҳӣ, инчунин таркиби мавод ва ҷузъҳои истифодашуда нисбат ба маҳсулоти қаблан истеҳсолшуда (дар ҷаҳон) наваҷорӣ ба кулӣ фарқ мекунад.

Чунин маҳсулот, чун қоида, ба технологияҳои принципан наваҷорӣ ба ҳам пайвастанӣ наваҷорӣ наваҷорӣ ба истифодаи технологияҳои мавҷуда асос ёфтаанд. Мисоли инноватсияҳои наваҷорӣ радикалӣ (ба таври кулӣ наваҷорӣ) - микропроцессорҳо ва видеомагнитофонҳо метавонанд бошанд. Аввалин плеери кассетаи сайёр, ки принципҳои мавҷудаи магнитофон ва баландгӯяҳои миниатюриро ғуширо наваҷорӣ кард, инноватсияи наваҷорӣ буд. Дар ҳарду ҳолат, қаблан ягон маҳсулоти тайёр истеҳсол карда нашудааст.

Дар сатри 202 дигар маҳсулоти инноватсионӣ (фиристодашуда) дар асоси ҷорӣ намудани усулҳои нави истеҳсолӣ ё ба таври назаррас тақмилифтаи истеҳсолот, ки истифодаи таҷҳизоти нави истеҳсолӣ, усулҳои нави истеҳсолот ё омезиши онҳо дар бар мегирад, нишон дода мешавад. Чун қоида, ин ба маҳсулоти дар ташкилот аллақай истеҳсолшуда дахл дорад. Муайянкунии (таърифи) ин маҳсулот ба инноватсияи раванд, ки дар боло дар муқаррароти умумии ин дастурамали мазкур пешниҳод шудааст, мувофиқат мекунад. Ғайр аз он, маҳсулоте, ки ба таҷрибаҳои беҳтарини қарзӣ асос ёфтааст (литсензияҳои ғайри патентӣ, ноу-хау ва ғ.) ба ин гурӯҳ дохил мешаванд.

Дар сатри 203, маҳсулоти инноватсионӣ марбут ба нанотехнология ва дар сатри 204, маҳсулоти инноватсионӣ, ки бо дастгирии давлатӣ истеҳсол карда мешаванд, нишон дода шудаанд.

**Фасли 3. Маълумот оиди шумораи лоиҳаҳои инноватсионӣ ва намудҳои маҳсулоти наваҷорӣ дар соли ҳисоботӣ**

Дар сатри 301 шумораи лоиҳаҳои инноватсионӣ ва дар сатри 302-304 инноватсияҳои технологӣ, маркетингӣ ва ташкилӣ нишон дода мешаванд.

Дар сатри 305 намудҳои умумии маҳсулоти наваҷорӣ барои соли ҳисоботӣ ва дар сатри 306-309 намудҳои маҳсулоти наваҷорӣ нишон дода мешаванд.

**Фасли 4. Маълумот дар бораи натиҷаҳои татбиқи фаъолияти инноватсионӣ дар соли ҳисоботӣ**

Дар сатри 401-409 маълумот дар бораи натиҷаҳои татбиқи фаъолияти инноватсионӣ дар соли ҳисоботӣ нишон дода мешавад.

**Фасли 5. Маълумот дар бораи мавҷудияти бахшҳои илмӣ, лоиҳакашӣ ва муҳандисӣ дар ташкилот**

Дар сатри 501 миқдори сохторҳои (шӯъбаҳои) илмӣ ва таҷқиқотии ташкилотҳо дар давраи ҳисоботӣ нишон дода мешавад.

Дар сатри 502 шумораи кормандони рӯйхатии шӯъбаҳои (сохторҳои, воҳидҳои) илмӣ-таҷқиқотӣ, лоиҳакашӣ ва конструкторӣ дар охири соли ҳисоботӣ нишон дода мешавад.

**Инструкция  
по заполнению государственного  
статистического форма № 1-инновация  
«Отчёт об инновационной деятельности предприятия (организации)»**

Отчет об инновационной деятельности предприятия (организации) представляется промышленными предприятиями (кроме субъектов малого предпринимательства) по перечню, установленному органами государственной статистики.

В адресной части формы указывается полное наименование отчитывающейся организации в соответствии с учредительными документами, зарегистрированными в установленном порядке, а затем в скобках – краткое наименование.

По строке «Почтовый адрес» указывается наименование территории, юридический адрес с почтовым индексом.

Данные приводятся в тех единицах измерения, которые указаны в форме.

**Инновация** – конечный результат инновационной деятельности в виде нового или недостающего на рынке товара (услуги) или товара (услуги) с улучшенными качествами.

Под **технологическими инновациями** - подразумевается деятельность организации, связанная как с разработкой, так и с внедрением инноваций. В частности, в промышленности – технологически новых продуктов и процессов, а также значительных технологических усовершенствований в продуктах и процессах; в отраслях сферы услуг – технологически новых или значительно усовершенствованных услуг и новых или значительно усовершенствованных способов производства (передачи) услуг. Технологическими инновациями могут быть как те продукты, процессы, услуги и методы, которые организация разрабатывает впервые, так и те, которые перенимаются у других организаций.

Под **маркетинговыми инновациями** - подразумеваются реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий. Они направлены на более полное удовлетворение потребностей потребителей продуктов, открытие новых рынков сбыта, расширение состава потребителей продуктов и услуг с целью повышения объемов продаж. Изменения в дизайне продукта, являющиеся частью новой маркетинговой концепции, относятся к изменениям в форме и внешнем виде продукта, которые не влияют на его функциональные и пользовательские характеристики. К этой категории изменений относятся также изменения в упаковке таких продуктов, как продукты питания, напитки, моющие средства, для которых упаковка является определяющей для внешнего вида. Использование новых методов представления и продвижения продуктов (услуг) означает использование новых концепций для продвижения товаров и услуг организации. Инновации в формировании цен означают использование новых ценовых стратегий для торговли товарами и услугами фирмы. Сезонные, регулярные или другие текущие изменения в маркетинговых инструментах, как правило, не являются маркетинговыми инновациями, если не несут в себе новизны. Маркетинговые инновации должны быть новыми для вашей организации, и не имеет значения, были ли они разработаны вами или другими организациями. Организация не обязательно должна быть первой внедрившей эти маркетинговые инновации.

Под **организационные инновации** - подразумеваются реализация нового метода в ведении бизнеса, организации рабочих мест или организации внешних связей. Данные инновации направлены на повышение эффективности деятельности организации путем снижения административных издержек, путем повышения удовлетворенности работников организацией рабочих мест (рабочего времени) и тем самым повышения производительности труда, путем получения доступа к отсутствующим на рынке активам или снижения стоимости поставок. Организация не обязательно должна быть первой внедрившей эти организационные инновации. Не имеет значения, были инновации разработаны вашей организацией или другими организациями. Инновации в ведении бизнеса означают реализацию новых организационных методов предпринимательской деятельности. Они включают, например, внедрение корпоративных систем управления знаниями, реализацию систем обучения, нацеленных на развитие сотрудников и снижение текучести кадров, внедрение систем управления производством и поставками в целом, в частности, систем управления цепочками поставок, рационализацией производства, а также систем управления качеством.

Инновации в организации рабочих мест означают реализацию новых методов распределения ответственности и полномочий среди сотрудников по выполнению работы в рамках отдельных видов деятельности организации и между видами деятельности (структурными подразделениями), а также новых концепций структурирования деятельности, таких как интеграция различных направлений деятельности.

Организационными инновациями не являются изменения в ведении бизнеса, организации рабочих мест или внешних связей, которые основаны на организационных методах, уже применяемых в организации. Формулирование управленческих стратегий также само по себе не является инновацией. Однако организационные изменения, которые реализуются в соответствии с новой управленческой стратегией, являются инновациями, если они применяются впервые в практике организации.

## Раздел 1. Затраты на инновации за отчетный год

По строке 101 показываются общие затраты (текущие и капитальные) на технологические, маркетинговые и организационные инновации

По строке 102 показываются общие затраты (текущие и капитальные) на технологические инновации (разработка и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных продуктов, услуг или методов их производства (передачи), технологически новых или значительно усовершенствованных производственных методов), как выполненные собственными силами организации, так и затраты на оплату работ, услуг сторонних организаций. Текущие затраты, осуществляемые главным образом за счет себестоимости продукции (работ, услуг), включают в себя затраты на оплату труда работников, занятых разработкой и внедрением технологических инноваций, отчисления на социальные нужды, а также другие расходы, не относящиеся к капитальным затратам, такие как затраты на приобретение сырья, материалов, оборудования и пр., необходимых для обеспечения инновационной деятельности, выполняемой организацией в течение года.

Капитальные вложения (долгосрочные инвестиции) представляют собой ежегодные затраты на создание, увеличение размеров, а также приобретение внеоборотных активов длительного пользования (свыше одного года), не предназначенных для продажи, осуществляемые в связи с разработкой и внедрением технологических инноваций. Они

состоят из затрат на приобретение машин, оборудования, прочих основных средств, необходимых для использования в инновационной деятельности, на приобретение сооружений, земельных участков и объектов природопользования для проведения инновационной деятельности.

Данные о затратах на технологические инновации представляются за отчетный год. При этом не имеет значения на какой стадии находится инновационный процесс (внедрение нововведения): на завершающей, когда оборудование уже работает, освоено в эксплуатации, то есть налажено производство и выпускается продукция, или на начальной, промежуточной стадии, например, когда еще лишь осуществляется монтаж нового оборудования или оно только готово к эксплуатации, но еще не работало, не испытано в производстве и не использовалось при выпуске продукции.

Все затраты на технологические инновации, осуществленные за отчетный год, учитываются полностью. По строкам 103-109 общие затраты на технологические инновации распределяются по видам инновационной деятельности.

По строке 104 указываются капитальные вложения, направленные на приобретение машин, оборудования, установок, включая интегрированное программное обеспечение, прочих основных фондов, в связи с внедрением технологических инноваций. При этом учитываются капитальные вложения на приобретение и установку прогрессивных видов (на новой технологической основе) машин и оборудования, необходимых для внедрения новых или усовершенствованных технологических процессов, либо машин и оборудования, не совершенствующих производственные мощности, но необходимых для выпуска новой продукции, оказания новых услуг (например, дополнительных формочных и упаковочных машин).

По строке 105 приводятся затраты на приобретение новых технологий, используемых для реализации технологических инноваций, включая затраты на приобретение как патентных лицензий (прав на патенты, лицензий на использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей), так и беспатентных лицензий, "ноу-хау", новых технологий в разукрупненном виде, а также товарных знаков, других инжиниринговых, консалтинговых услуг (исключая исследования и разработки), приобретенных от сторонних предприятий, организаций, частных лиц, относящиеся к выполнению технологических инноваций. Ноу-хау относится не защищенная охранными документами (например, патентами) и не опубликованная полностью или частично техническая, организационная или коммерческая информация, составляющая секрет производства, обладатель которой имеет право на защиту от незаконного использования этой информации третьими лицами. Это могут быть новые технологии, технические или иные решения, знания, опыт, приносящие выгоду в процессе хозяйственной деятельности.

По строке 106 показываются затраты на приобретение программных средств, связанных с осуществлением инноваций. Программные средства, помимо программ для ЭВМ, могут включать офисные приложения, языки

По строке 109 указываются затраты, связанные с маркетингом или рыночным внедрением инноваций (выпуском на рынок технологически новых или усовершенствованных продуктов, новых услуг). Они включают предварительное исследование, зондирование рынка, адаптацию данного изделия для различных рынков сбыта и начальную рекламу, но исключая расходы на развертывание дистрибьюторских сетей (выпуск новых товаров, услуг на рынок) для рыночных инноваций.

По строке 110 показываются прочие затраты связанные с внедрением технологических инноваций, например, оплату консультаций привлеченных квалифицированных специалистов, другие работы, услуги технологического содержания, не перечисленные выше.

По строке 111 приводятся данные о затратах на организационные инновации.

Затраты на организационные инновации связаны, как правило, с разработкой и внедрением новых методов ведения бизнеса, организации рабочих мест и организации внешних связей. Затраты на организационные инновации включают виды деятельности, связанные с разработкой и планированием новых организационных методов, а также их реализацией. Данные затраты включают также расходы на приобретение новых технологий, машин, оборудования и других основных средств, обучение и подготовку персонала, связанные с организационными инновациями. Не включаются в данную категорию затраты на новые или значительно улучшенные продукты или процессы и затраты на исследования и разработки. Во избежание двойного счета затраты на инновации, охватывающие более одного типа инноваций, указываются один раз. Например, затраты на маркетинговую инновацию, которая связана с продуктовой инновацией, учитываются один раз в составе затрат на продуктовую (технологическую) инновацию. Или затраты на организационную инновацию, осуществляемую в связи с процессной инновацией, учитываются также один раз в составе затрат на процессную (технологическую) инновацию.

Затраты на организационные инновации, осуществляемые в связи с процессными инновациями, по данной строке не учитываются.

По строке 112 приводятся данные о затратах на маркетинговые инновации. Затраты на маркетинговые инновации связаны, как правило, с разработкой и внедрением четырех основных видов маркетинга: изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов, представления и продвижения продуктов (услуг) на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий. Затраты на маркетинговые инновации включают виды деятельности, связанные с разработкой и реализацией новых маркетинговых методов, ранее фирмой не использовавшихся. Данные затраты включают также расходы на приобретение новых технологий, машин, оборудования и других основных средств, обучение и подготовку персонала, связанные с маркетинговыми инновациями.

Затраты на маркетинговые инновации включают только виды деятельности, связанные с разработкой и внедрением новых маркетинговых методов, а не расходы по использованию этих методов в бизнесе в ежедневном режиме (например, расходы на рекламные кампании, случайный маркетинг, спонсорство в связи с вновь внедренными маркетинговыми методами). Не включаются в данную категорию затраты на новые или значительно улучшенные продукты или процессы, на рыночную подготовку разработанных и внедренных новых или значительно улучшенных продуктов или процессов.

Затраты на маркетинговые инновации, осуществленные в рамках технологических инноваций, по данной строке не приводятся.

## **Раздел 2. Объем отгруженной инновационной продукции за отчетный год**

. По строке 201 отражается объем отгруженной продукции, вновь внедренной (принципиально новой) или подвергавшейся значительным технологическим изменениям в течение последних трех лет. Для данной продукции область применения (использования), эксплуатационные характеристики, признаки, конструктивное выполнение, а также состав применяемых материалов и компонентов новые или в значительной степени, отличающиеся в сравнении с ранее выпускавшейся (в мире) продукцией.

Такая продукция, как правило, основана на принципиально новых технологиях либо на сочетании новых с применением существующих технологий. Примером инноваций радикального типа (принципиально новых) могут служить микропроцессоры и кассетные видеомэганитофоны. Первый портативный кассетный плеер, сочетавший в себе существующие принципы построения мэганитофонов и миниатюрных ушных громкоговорителей, являлся инновацией второго типа. В обоих случаях ни одно готовое изделие не выпускалось ранее.

. По строке 202 указывается прочая инновационная продукция (отгруженная), основанная на внедрении новых или значительно улучшенных производственных методов, предполагающих применение нового производственного оборудования, новых методов организации производства или их совокупности. Как правило, это относится к уже выпускаемой в организации продукции. Определение данной продукции соответствует понятию процессных инноваций, представленному выше в общих положениях настоящей инструкции. Кроме того, в данную категорию попадает продукция, основанная на заимствованном передовом опыте (беспатентных лицензиях, ноу-хау и т.п.).

. По строке 203 указывается инновационная продукция, связанная с нанотехнологиями а в строке 204 инновационная продукция произведенная с государственной поддержкой.

## **Раздел 3. Сведения количество инновационных проектов и видов новой продукции за отчетный год**

По строке 301 указывается количество инновационных проектов, а по строке 302-304 технологические, маркетинговые и организационные инновации.

По строке 305 указывается всего видов новой продукции за отчетный год и по строке 306-309 видов новой продукции.

## **Раздел 4. Сведения о результатах от осуществления инновационной деятельности за отчетный год**

По строке 401-409 указывается сведения о результатах от осуществления инновационной деятельности за отчетный год.

## **Раздел 5. Сведения о наличии научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделений в организации**

По строке 501 указывается количество научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений в организации за отчетный период

По строке 502 указывается списочная численность работников в научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделениях на конец отчетного года.