

**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 связях, 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 в 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 и

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 и 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 формовочных 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. К 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 дистрибуторских 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, указывают 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 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 подвергнувшейся 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 видеомagnetофоны. Первый портативный кассетный плеер, сочетавший в себе существующие принципы построения магнитофонов 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 о количестве 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.