

УДК 005.519.6:338.436.33

UDK 005.519.6:338.436.33

**ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
СФЕРЕ НАУЧНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА АПК**

**PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF
INNOVATION ACTIVITY IN SCIENTIFIC
AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX**

Мирончук Вадим Анатольевич
соискатель

Mironchuk Vadim Anatolievich
competitor for degree

Шолин Юрий Алексеевич
аспирант
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Sholin Yuriy Alekseevich
postgraduate student
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

В статье рассмотрено и обосновано использование наиболее предпочтительного принципа организации инновационной деятельности в АПК - разработка отраслевой полеуровневой модели на основе маркетинговой концепции сфер и ее подходов к управлению инновационной деятельностью. Концепция ставит своей целью создание конкурентоспособной научно-технической продукции, востребованной на рынке посредством активного маркетинга научно-технической и инновационной сфер отрасли

The article provides and justifies the most preferred principle of innovative activity in agro-industrial complex - the development of multilevel model based on marketing concept of spheres and its approaches to managing innovation. The concept aims to create a competitive scientific and technical production, demand in the market through active marketing of the scientific-technical and innovation industry

Ключевые слова: ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС, НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ, ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Keywords: INNOVATIVE ACTIVITIES, INNOVATION PROCESS, SCIENCE AND TECHNOLOGY MARKETING, INNOVATIVE MARKETING, ORGANIZATION OF INNOVATIVE MARKETING

Инновационный процесс неразрывно связан с интеграционными процессами. Интеграция науки и производства – процесс взаимопроникновения систем, гармонизация их функций с направленностью на достижение единых целей. Это достаточно сложно осуществимый процесс, так как научная и производственная системы имеют слишком большую дифференциацию в состояниях.

Одним из основных условий развития инновационной деятельности является активное развитие научного предпринимательства как формы деятельности в сфере создания научно-технической продукции и оказания услуг с целью получения возможно большей прибыли.

Рынок научно-технической продукции - сфера научно-технической и инновационной деятельности, обуславливающая процесс овеществления

результатов исследований (научно-технической продукции) в товар - объект купли-продажи, выражающая систему отношений между научными учреждениями и субъектами отраслевого предпринимательства, регулируемую спросом и предложением, стоимостью, ценой, конкуренцией [6].

Таким образом, инновационный процесс в сфере научного предпринимательства – совокупность последовательных действий, имеющих целью разработку научно-технического продукта (результата) и его овеществление в товар, объект купли-продажи и отношений между продавцом и покупателем.

Организация эффективной научно-технической деятельности как единой системы, в которой осуществляется процесс получения и применения новых знаний, сдерживается целым рядом позиций: отсутствием достаточно обоснованной методологической базы, отражающей подходы к организации инновационных процессов; пониманием сущности маркетинговой стратегии научного учреждения как системы организации НИОКР, ориентированной на потребителя, на рынок; отсутствием современного менеджмента в научно-технической сфере [6, 10].

Особенностью инновационного процесса в сфере научного предпринимательства является консолидация новых знаний различных уровней (фундаментальных, приоритетных, прикладных) и областей исследований для последующей их трансформации в реальный социально-экономический эффект. Социально-экономический эффект нововведения применительно к объекту инновационных отношений может быть, в частности, выражен в виде:

- улучшения количественных и качественных показателей технологий и их подсистем;

- новых методов и способов преобразования предмета труда и т.д.

Целями инновационного процесса являются:

- повышение конкурентоспособности (интегрального показателя эффективности) объекта инновационных отношений, т.е. совершенствование его количественных и качественных параметров (модификация, имитация);
- создание принципиально нового (пионерского) объекта инновационных отношений, обладающего превосходными качествами в сравнении с аналогами;
- рост экономической эффективности предпринимательской деятельности в научно-технической и производственной сферах;
- удовлетворение материальных потребностей участников инновационного процесса.

Инновационный процесс имеет несколько составляющих стадий. Их совокупность определяет не только содержание самого процесса, но и основу механизма его организации и осуществления. Стадии процесса являются отображением его функциональной нагрузки.

Основными стадиями инновационного процесса являются [6, 19]:

- соподчинение действий субъектов инновационного процесса единым целям – развитию объекта инновационных отношений;
- получение новых знаний для удовлетворения выявленного или прогнозируемого спроса;
- адаптация новых знаний к специфике субъекта;
- овеществление научно-технического продукта;
- передача наукоемкой продукции (товара) отраслевому субъекту;
- организация и реализация совокупности субъектно-субъектных отношений, т.е. отношений между субъектами научно-технической и инновационной сфер, а также между субъектами инновационной сферы и отраслевого предпринимательства.

Основными функциональными направлениями реализации инновационного процесса являются исследования, научно-технические разработки, подготовка к производству сельскохозяйственной продукции, собственно производство, хранение, переработка и реализация товарной политики [6].

Таким образом, инновационный процесс объединяет и соподчиняет единым целям две сферы деятельности – научную и инновационную, т.е. стадии разработки и овеществления новых знаний и их реализацию в социально-экономическую эффективность.

Эффективность применяемых форм и методов организации предпринимательства субъектами этих сфер зависит от их соответствия принципам организации экономической среды, т.е. принципам рыночной экономики: многообразия форм собственности и организации, свободного предпринимательства, ограниченного вмешательства, взаимовыгодных договорных отношений, рыночного ценообразования [6, 20]. Совокупность этих принципов должна находить формализованное структурное и функциональное отображение в маркетинговой системе сфер (научно-технической и инновационной), ориентирующей всех участников на потребителя, на рынок [4, 5, 6].

Результативность инновационного процесса зависит от того, как выстроены и организованы отношения между субъектами научно-технической и инновационной сфер и субъектами отраслевого предпринимательства, а также насколько научное учреждение способно разрабатывать то, что необходимо реальному сектору экономики и настолько предприятие восприимчиво к новациям. Однако восприимчивость к новациям – это не только платежеспособный спрос предприятия (субъекта), она в немалой степени зависит от правильно выстроенной маркетинговой стратегии, осуществляемой научным учреждением.

Относительно самого инновационного процесса маркетинг является структурной основой механизма получения новых знаний и трансформации результатов исследований. В свою очередь, функциональное отображение стадий инновационного процесса является содержанием маркетинга.

В соответствии с работами Егорова Е. А. [4, 5, 6], маркетинг отраслевых научных субъектов включает в себя две подсистемы: маркетинг научно-технической сферы и маркетинг инновационной сферы. Их понятия, вытекающие из классификации и определения сфер, содержат комплексы функций, которые различны по своим целям и задачам.

Научно-техническая сфера – совокупность научно-технического и производственного потенциала субъектов НТД, а также область их деятельности, направленная на разработку, применение и распространение новых знаний в целях повышения конкурентоспособности отраслевого сектора экономики и удовлетворения материальных интересов участников.

Маркетинг научно-технической сферы – система организации и управления исследовательской и инновационной инфраструктурой, основанная на изучении состояния и перспектив развития субъектов научно-технической деятельности, их воздействия на формируемый рынок отраслевой научно-технической продукции, разработка различных форм кооперации и интеграции в целях ускорения процессов создания и продвижения на рынок завершённой научно-технической продукции (НТП), обеспечения развития отрасли и удовлетворения материальных потребностей участников.

Инновационная сфера – область деятельности производителей и потребителей инновационной продукции (работ, услуг), включающая создание и распространение инноваций.

Маркетинг инновационной сферы – система организации и управления исследовательской и инновационной инфраструктурой,

основанная на изучении состояния и перспектив развития рынков товарной и научно-технической продукции, обеспечивающая целенаправленное формирование спроса на разрабатываемую наукоёмкую продукцию, обеспечение предложений, выработку различных форм экономических отношений с участниками инновационного процесса.

Функциями подсистемы «маркетинг научно-технической сферы» являются [7, 14]:

- изучение (анализ) состояния и перспектив развития субъектов НТД (конкуренты и партнёры);
- разработка форм кооперации (внутренней и внешней) и интеграции научно-технического потенциала;
- управление процессами корпоративного создания завершённой НТП и продвижение её на рынок;
- получение социально-экономического эффекта;
- создание и развитие мотивационной основы исследовательского труда.

Функциями подсистемы «маркетинг инновационной сферы» являются:

- изучение рынков товарной (анализ спроса) и научно-технической продукции (анализ предложения);
- развитие форм и методов формирования спроса на разрабатываемую учреждением продукцию;
- постановка задач структурам учреждения (что производить);
- отработка паритетных экономических отношений с партнёрами.

Опираясь на представленный комплекс функций подсистемы и результаты исследований ряда авторов [1, 13, 16, 17], были определены основные цели и задачи этих функций, представленные в таблицах 1 и 2.

Исходя из которых была разработана принципиальная схема полеуровневой организационно-экономической модели инновационной деятельности (Рисунок 1) [10, 11].

Таблица 1 - Задачи реализации функций маркетинга научно-технической сферы

Функции маркетинга научно-технической сферы	Цель по функциям	Задачи по функциям
Анализ научно-технической сферы (конкуренты и партнеры)	Выявление научно-технического результата по поставленным проблемным направлениям	<ul style="list-style-type: none"> - анализ результатов НТД других субъектов научно-технической сферы - анализ патентный - анализ мирового состояния исследований по направлениям - анализ научных публикаций и мероприятий
Разработка форм кооперации и интеграции научно-технического потенциала	Выявленные научно-технического результата довести до научно-технического продукта или объединить усилия и доработать научно-технического продукт	<ul style="list-style-type: none"> - Создание механизмов совместной НТД - разработка форм защиты интеллектуальной собственности - координация научно-технических исследований по направлениям
Управление процессами корпоративного продвижения НТП на рынок	Распространение информации о научно-технического продукте для её продажи	<ul style="list-style-type: none"> - создание информационной системы - обеспечить технологическую и экономическую доступность НТП - решить вопросы интеллектуальной собственности и распространение социально-экономического эффекта
Получение социально-экономического эффекта	Получить и перераспределить результаты социально-экономического эффекта	<ul style="list-style-type: none"> - создание механизма перераспределения социально-экономического эффекта - создание механизма страхования и гарантийного обеспечения получения социально-экономического эффекта
Создание и развитие мотивационной системы исследовательского труда	Повысить заинтересованность научных работников в научно-исследовательской работе	<ul style="list-style-type: none"> - создание экономического механизма поощрения получения социально-экономического эффекта (товара) - создание механизма, стимулирующего научных работников в поиске приоритетных направлений исследования

Таблица 2 - Задачи реализации функций маркетинга инновационной сферы

Функции маркетинга инновационной сферы	Цели по функциям	Задачи по функциям
Изучение рынка товарной продукции (анализ спроса)	Выявление актуальных технико-технологических проблем	<ul style="list-style-type: none"> - мониторинг производственной сферы по наличию технико-технологических проблем - создание баз данных технико-технологических проблем и инновационно восприимчивых предприятий - создание информационной системы
Изучение рынка научно-технической продукции (анализ предложения)	Выявление вариантов законченных НТП по решению технико-технологических проблем	<ul style="list-style-type: none"> - мониторинг законченных научно-технических разработок - создание баз данных завершенных научно-технических разработок - создание информационной системы
Формирование и развитие спроса на НТП	Реализовать НТП на рынке	<ul style="list-style-type: none"> - создание информационной системы - формирование механизмов демонстрации результатов использования НТП и передачи передового опыта - создание доступных финансовых механизмов освоения НТП - создание системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов производственной сферы - создание механизмов экономического стимулирования освоения НТП
Постановка задач структурным подразделениям	Найти или создать НТП и реализовать НТП на рынке	<ul style="list-style-type: none"> - создание системы кооперации и координации деятельности субъектов НТС по решению приоритетных технико-технологических проблем
Паритетные экономические отношения партнерами	Эффективная реализация НТП	<ul style="list-style-type: none"> - создание организационно-экономических механизмов взаимодействия субъектов инновационной деятельности по реализации НТП

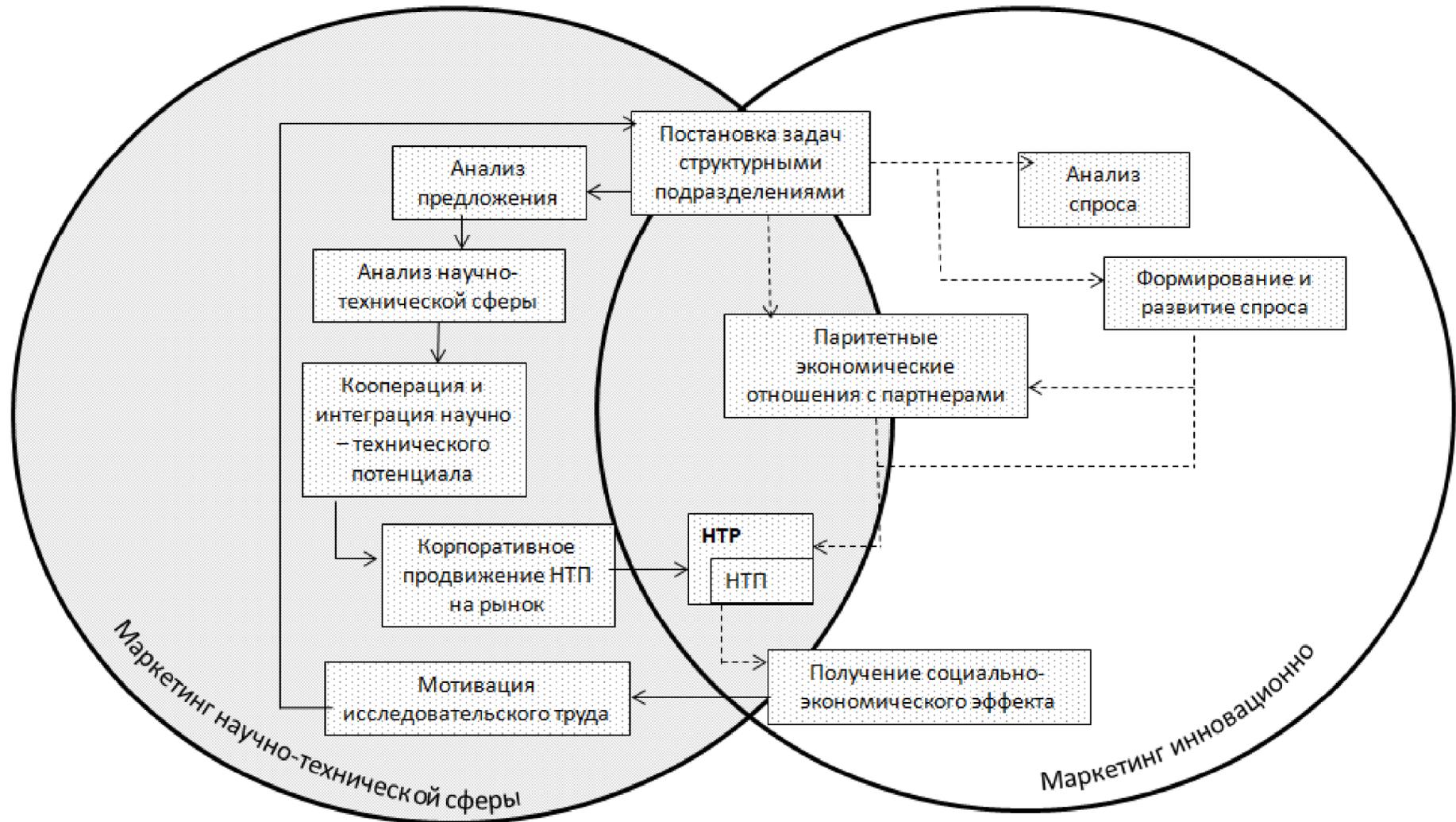


Рисунок 1 - Схема полеуровневой организационно-экономической модели инновационной деятельности

Фактически мы имеем две сферы деятельности – научную и инновационную, объединенных инновационным процессом, который в свою очередь имеет ряд трактовок и моделей функционирования процесса.

Линейно-цепная трактовка инновационного процесса заключается в последовательности: фундаментальные исследования – прикладные исследования – разработки – внедрение новшеств [9].

Линейно-цепная модель нововведения [26] и ее усовершенствованный вариант [3] характеризуется параллельной организацией и осуществлением процесса фундаментальных и прикладных исследований и процесса создания новшества – формирование идеи – разработки – проектирования производства, то есть необходимо формирование полиуровневых моделей [5].

Западные исследователи оперируют понятием кластеры [21, 24, 25]. Кластер – совокупность базисных нововведений (целостной системы новых подходов и технологий), сконцентрированных на определенном отрезке времени и в определенном экономическом пространстве [2]. Понятие кластеры приобретает все более широкое распространение и признание как инструмент для повышения конкурентоспособности регионов и стран в целом за счет региональных усилений по сближению промышленности, научных разработок и образования [22, 23].

Инновационная деятельность в АПК осуществляется посредством формируемой инфраструктуры различных уровней: подотраслевой, отраслевой и межотраслевой, которые в свою очередь имеют организационно-территориальные подуровни: федеральный, региональный, зональный, районный.

Инфраструктура инновационного процесса подотраслевого регионального уровня включает в себя:

- систему информационного обеспечения;
- экспертно-методологическую систему;

- финансово-экономическую систему;
- структуры научного предпринимательства;
- систему сертификации и защиты интеллектуальной собственности;
- систему подготовки и переподготовки кадров [8].

Существует целый ряд других аспектов, решение которых также необходимо. Инновационная деятельность ведет к существенному изменению трудовых отношений. Они выходят за рамки штатной структуры, требуют мобильного привлечения интеллектуального потенциала и различных форм кооперационных отношений [4, 12, 18].

Организация инновационной деятельности на основе маркетинговой концепции сфер и ее подходов к процессу планирования исследований, управлению исследователями инновационной направленности как в рамках научного учреждения, так и в рамках координационной сети, имеющая своей целью создание конкурентоспособной НТП, востребованной на рынке посредством активного маркетинга, не только создают основу обеспечения финансовой самодостаточности субъектов предпринимательства и научно-технической деятельности, но и формируют корпоративную информационную базу, расширяют ареал инновационного процесса, вовлекают в этот процесс интеллектуальный потенциал других НИУ по областям смежных знаний, создают основу экономического развития отрасли [4].

Все это приводит нас к выводу о том, что наиболее эффективным принципом организации инновационной деятельности является построение инновационных процессов на основе маркетинговой концепции сфер и реализуемой в системе полиуровневой организационно-экономической модели инновационной деятельности [15].

Реализацией полиуровневой организационно-экономической модели формирования инновационной системы может стать создание регионального

инновационно-технологического отраслевого агропромышленного комплекса [11].

Инновационно-технологический отраслевой агропромышленный комплекс должен координировать работу всех структур инновационного комплекса, сопровождать инновации от момента их зарождения до момента их внедрения в производство, осуществлять подготовку менеджеров высшей квалификации для управления технологическими инновациями. Организация проблемно ориентированных инновационно-технологических комплексов должна осуществляться на базе отраслевых НИИ, имеющих в своем составе, как правило, опытно-экспериментальные хозяйства или заводы. Это позволяет использовать наряду с высоким научно-техническим потенциалом преимущества интеграции различных наукоемких производств, технологий и поисковых прикладных научно-исследовательских работ и способствует объединению финансовых потоков со всей совокупностью формирующихся отраслевых инвестиционных возможностей в рамках единых программ.

Структура такого комплекса должна включать следующие сегменты (Рисунок 2):

- научно-исследовательские институты и вузы,
- центр менеджмента и трансфера технологий,
- технологические инкубаторы,
- крупные предприятия и хозяйства,
- банки, фирмы с венчурным капиталом,
- информационные сети.

Считается, что предлагаемая структура инновационно-технологического комплекса позволит активизировать инновационный процесс в АПК, ориентировать науку на решение конкретных проблем и внедрение научных разработок в производство, усилить контроль за использованием

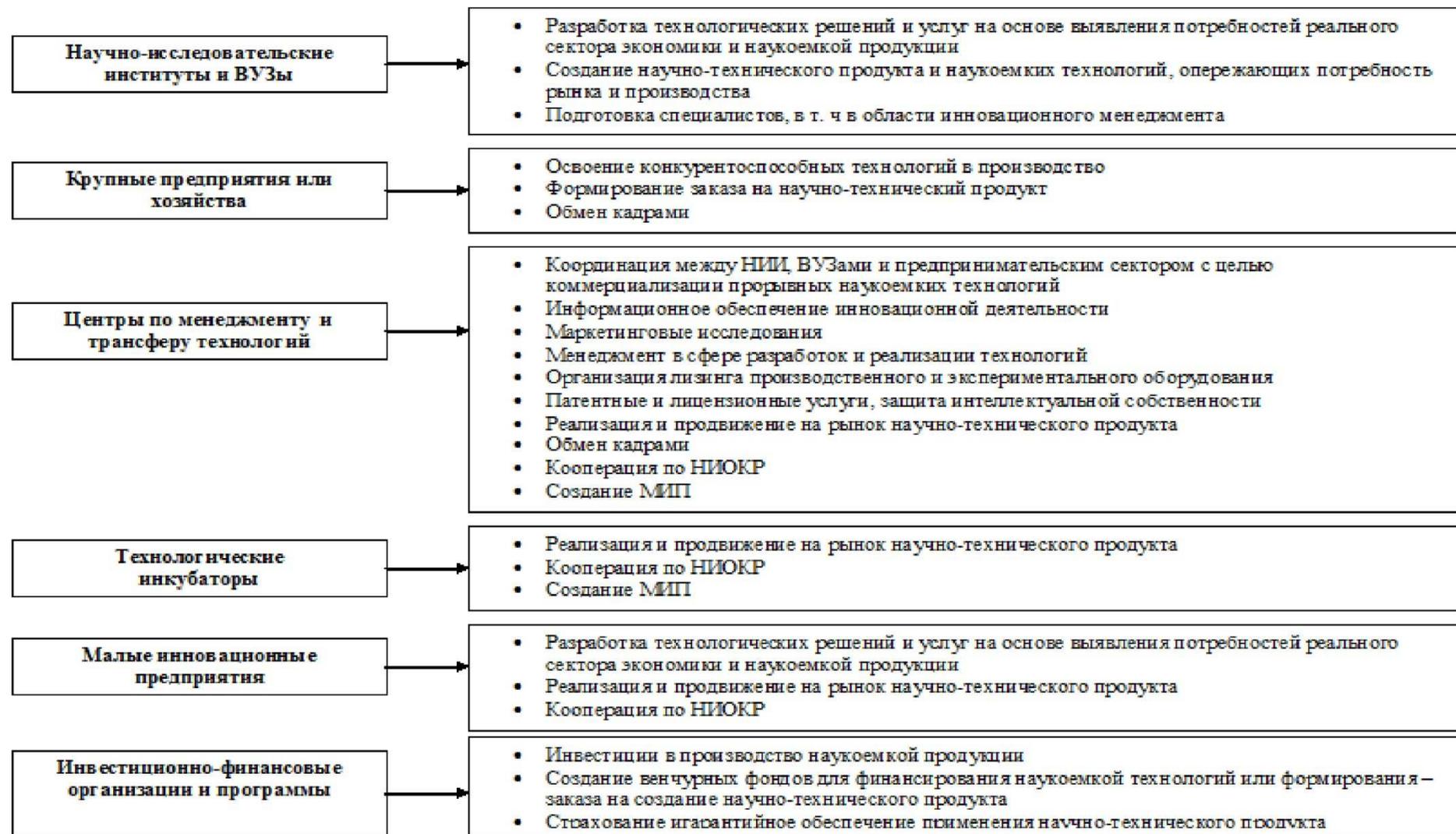


Рисунок 2 – Структура регионального инновационно-технологического отраслевого комплекса

выделяемых на их развитие финансовых средств, стимулировать повышение инновационной активности.

Литература

1. Бурда А.Г., Косников С.Н. Рекомендации по оптимизации плодового потенциала сельскохозяйственного предприятия. – Краснодар: КубГАУ, 2010. – 24 с.
2. Быкова А. А. проблематика формирования инновационных кластеров // Инновации. - 2009. - №8(130). – С. 39-45.
3. Дынкин А. А. Наука и государственная научная политика: теория и практика. – М.: Наук, 1998. – 228 с.
4. Егоров Е. А. Организация и координация инновационных процессов субъектами научно-технической деятельности Северного Кавказа по отрасли виноградарства. // Научные труды Краснодарского регионального института агробизнеса: Сборник научных работ. – Краснодар. – 2001. - Юбилейный выпуск. – С. 37-54.
5. Егоров Е. А. Маркетинг в научном учреждении – основа эффективности научной деятельности. Виноделие и виноградарство.– 2002. - № 5. – С. 7-9
6. Егоров Е. А. Методические аспекты организации научно-технической деятельности в системе формирующихся рыночных отношений. – Краснодар: СКЗНИИСиВ, 2004. – 216 с.
7. Егоров Е. А. Организационно-экономический механизм формируемых инновационных систем / Егоров Е. А., Ильина И. А., Заремук Р. Ш. // Наука Кубани. – 2005. - № 5. – С. 109-113.
8. Егоров Е.А. Разработка механизмов формирования предложений научно-технических программ агропромышленного комплекса на основе анализа инновационной восприимчивости производственных субъектов / Егоров Е.А., Ильина И.А., Заремук Р.Ш., Мирончук В.А. // Наука Кубани. - 2007. - № 5. - С. 62-68.
9. Еременко Г. А., Корепанов Е. Н. Эффективность государственной инновационной политики России: инструментальные проблемы: Аналитический обзор. – М.: ВНИИЦ, 2001. - 74 с.
10. Ильина И.А. О проблемах создания инновационной системы агропромышленного комплекса региона / Ильина И.А., Егоров Е.А., Заремук Р.Ш., Миранчук В.А., Миронова О.П. // Наука Кубани. - 2004. - № 3-2. - С. 57-61.
11. Ильина И.А. Разработка методических подходов и определение уровня инновационной восприимчивости производственных субъектов АПК / Ильина И.А., Егоров Е.А., Миранчук В.А., Миронова О.П. // Инновации - 2005. - № 10. - С. 59-62.
12. Косников С.Н. Состояние и экономическая эффективность использования плодового потенциала Краснодарского края // Труды Кубанского государственного аграрного университета. - 2008. - № 13. – С. 37-40.
13. Косников С.Н. Экономическая оценка формирования и использования плодового потенциала (на примере сельскохозяйственных предприятий Краснодарского края): автореф. дисс. ... канд. экон. наук / Косников С.Н. Краснодар: КубГАУ, 2009. – 24 с.
14. Лапицкая Л. В. Зобов П. В. Теория инновационного менеджмента: анализ и уточнение понятийного аппарата. // Инновации. - 2008. - №8(118).– С. 96-99.

15. Мирончук В. А. Методические подходы к формированию оценок эффективности инновационных процессов организационно-экономических систем / Мирончук В.А. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс], 2014. - № 96. - С. 678-689. - IDA [article ID]: 0961402023. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2014/02/pdf/23.pdf>

16. Сафронов А.М. Новые функции экономической политики России под углом зрения синтеза формальных и реальных преобразований // Terra Economicus. – 2013. – Т11. - №3-3 – С.79-83

17. Сафронов А.М. Оценка экономики современной России под углом зрения формального и реального обобществления хозяйственного процесса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2013. - №3 (127). – С.45-50

18. Сафронов А.М. Формальные и реальные преобразования в экономике современной России: оценка с позиций уроков глобального кризиса // Новые технологии. – 2013. - № 3. – С. 90-96

19. Трубилин А.И. Принципы формирования организационно-функциональной модели единого информационно-инновационного пространств агропромышленного комплекса Кубани / Трубилин А.И., Мирончук В.А., Сорочинская Е.М., Ильина И.А. // Наука Кубани. - 2008. - № 2. - С. 54-58.

20. Трубилин А.И. Система организации взаимодействия субъектов в рамках организационно-функциональной модели единого информационно-инновационного пространств АПК Кубани / Трубилин А.И., Мирончук В.А., Сорочинская Е.М., Ильина И.А. // Труды Кубанского государственного аграрного университета. - 2009. - № 18. - С. 7-13.

21. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. -2003. - № 5 – С. 16-25.

22. Шичих Р. А. Формирование кластерных структур управления региональной экономикой / Шичих Р. А., Ломакина О. В. // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. - № 05. – С. 1177

23. Шичих Р. А. Совершенствование организационных механизмов управления плодородства Краснодарского края на основе кластерного подхода / Шичих Р. А., Сычанина С. Н. // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. - № 38. – С. 45-48.

24. Andersson T., Schwaag-Serger S., Soruir J., Hansson E. W. The Cluster Policies Whitebook. IKED, 2004.

25. Innobarometr on cluster's role in facilitating innovation. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cordis.europa.eu/innovation/en/policy/innobarometr.htm>

26. OECD Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data – Oslo Manual. – Paris: OECD Publications, 2005. – 163 p.

References

1. Burda A.G., Kosnikov S.N. Rekomendacii po optimizacii plodovogo potenciala sel'skohozjajstvennogo predprijatija. – Krasnodar: KubGAU, 2010. – 24 s.

2. Vykova A. A. problematika formirovaniya innovacionnyh klasterov // Innovacii. - 2009. - №8(130). – S. 39-45.

3. Dynkin A. A. Nauka i gosudarstvennaja nauchnaja politika: teorija i praktika. – M.: Nauk, 1998. – 228 s.

4. Egorov E. A. Organizacija i koordinacija innovacionnyh processov sub#ektami nauchno-tehnicheskoy dejatel'nosti Severnogo Kavkaza po otrasli vinogradarstva. // Nauchnye trudy Krasnodarskogo regional'nogo instituta agrobiznesa: Sbornik nauchnyh rabot. – Krasnodar. – 2001. - Jubilejnyj vypusk. – S. 37-54.

5. Egorov E. A. Marketing v nauchnom uchrezhdenii – osnova jeffektivnosti nauchnoj dejatel'nosti. Vinodelie i vinogradorstvo.– 2002. - № 5. – S. 7-9

6. Egorov E. A. Metodicheskie aspekty organizacii nauchno-tehnicheskoy dejatel'nosti v sisteme formirujushhihsja rynochnyh otnoshenij. – Krasnodar: SKZNIISiV, 2004. – 216 s.

7. Egorov E. A. Organizacionno-jekonomicheskij mehanizm formiruemyh innovacionnyh sistem / Egorov E. A., Il'ina I. A., Zaremuk R. Sh. // Nauka Kubani. – 2005. - № 5. – S. 109-113.

8. Egorov E.A. Razrabotka mehanizmov formirovanija predlozhenij nauchno-tehnicheskikh programm agropromyshlennogo kompleksa na osnove analiza innovacionnoj vospriimchivosti proizvodstvennyh sub#ektov /

Egorov E.A., Il'ina I.A., Zaremuk R.Sh., Mironchuk V.A. // Nauka Kubani. - 2007. - № 5. - S. 62-68.

9. Eremenko G. A., Korepanov E. N. Jeffektivnost' gosudarstvennoj innovacionnoj politiki Rossii: instrumental'nye problemy: Analiticheskij obzor. – M.: VNTIC, 2001. - 74 s.

10. Il'ina I.A. O problemah sozdaniya innovacionnoj sistemy agropromyshlennogo kompleksa regiona / Il'ina I.A., Egorov E.A., Zaremuk R.Sh., Miranchuk V.A., Mironova O.P. // Nauka Kubani. - 2004. - № 3-2. - S. 57-61.

11. Il'ina I.A. Razrabotka metodicheskikh podhodov i opredelenie urovnja innovacionnoj vospriimchivosti proizvodstvennyh sub#ektov APK / Il'ina I.A., Egorov E.A., Miranchuk V.A., Mironova O.P. // Innovacii - 2005. - № 10. - S. 59-62.

12. Kosnikov S.N. Sostojanie i jekonomicheskaja jeffektivnost' ispol'zovanija plodovogo potenciala Krasnodarskogo kraja // Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. - 2008. - № 13. – S. 37-40.

13. Kosnikov S.N. Jekonomicheskaja ocenka formirovanija i ispol'zovanija plodovogo potenciala (na primere sel'skohozjajstvennyh predpriyatij Krasnodarskogo kraja): avtoref. diss. ... kand. jekon. nauk / Kosnikov S.N. Krasnodar: KubGAU, 2009. – 24 s.

14. Lapickaja L. V. Zobov P. V. Teorija innovacionnogo menedzhmenta: analiz i utochnenie ponjatijnogo apparata. // Innovacii. - 2008. - №8(118).– S. 96-99.

15. Mironchuk V. A. Metodicheskie podhody k formirovaniju ocenok jeffektivnosti innovacionnyh processov organizacionno-jekonomicheskikh sistem / Mironchuk V.A. //

Politematicheskij setевой jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Nauchnyj zhurnal KubGAU) [Jelektronnyj resurs], 2014. - № 96. - S. 678-689. - IDA [article ID]: 0961402023. – Rezhim dostupa: <http://ej.kubagro.ru/2014/02/pdf/23.pdf>

16. Safronov A.M. Novye funkcii jekonomicheskoy politiki Rossii pod uglom zrenija sinteza formal'nyh i real'nyh preobrazovanij // Terra Economicus. – 2013. – T11. - №3-3 – S.79-83

17. Safronov A.M. Ocenka jekonomiki sovremennoj Rossii pod uglom zrenija formal'nogo i real'nogo obobshhestvlenija hozjajstvennogo processa // Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 5: Jekonomika. – 2013. - №3 (127). – S.45-50

18. Safronov A.M. Formal'nye i real'nye preobrazovanija v jekonomike sovremennoj Rossii: ocenka s pozicij urokov global'nogo krizisa // Novye tehnologii. – 2013. - № 3. – S. 90-96

19. Trubilin A.I. Principy formirovanija organizacionno-funkcional'noj modeli edinogo informacionno-innovacionnogo prostranstv agropromyshlennogo kompleksa Kubani /

Trubilin A.I., Mironchuk V.A., Sorochinskaja E.M., Il'ina I.A. // Nauka Kubani. - 2008. - № 2. - S. 54-58.

20. Trubilin A.I. Sistema organizacii vzaimodejstvija sub#ektov v ramkah organizacionno-funkcional'noj modeli edinogo informacionno-innovacionnogo prostranstv APK Kubani / Trubilin A.I., Mironchuk V.A., Sorochinskaja E.M., Il'ina I.A. // Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. - 2009. - № 18. - S. 7-13.

21. Cihan T. V. Klasternaja teorija jekonomicheskogo razvitija // Teorija i praktika upravlenija. -2003. - № 5 – S. 16-25.

22. Shichijah R. A. Formirovanie klasternyh struktur upravlenija regional'noj jekonomikoj / Shichijah R. A., Lomakina O. V. // Politematicheskij setevoj jelektronnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2013. - № 05. – S. 1177

23. Shichijah R. A. Sovershenstvovanie organizacionnyh mehanizmov upravlenija plodovodstva Krasnodarskogo kraja na osnove klasternogo podhoda / Shichijah R. A., Sychanina S. N. // Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2012. - № 38. – S. 45-48.

24. Andersson T., Schwaag-Serger S., Soruir J., Hansson E. W. The Cluster Policies Whitebook. IKED, 2004.

25. Innobarometr on cluster's role in facilitating innovation. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://cordis.europa.eu/innovation/en/policy/innobarometr.htm>

26. OECD Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data – Oslo Manual. – Paris: OECD Publications, 2005. – 163 p.