

УДК 334, 338

ГУЩИНА Екатерина Андреевна, студентка факультета
Международные экономические отношения ФГОБУ ВО
«Финансовый Университет при Правительстве
Российской Федерации», Москва (E-mail: kate260298@mail.ru)

СЕМЕНОВА Алина Сергеевна, студентка факультета
Международные экономические отношения ФГОБУ ВО
«Финансовый Университет при Правительстве
Российской Федерации», Москва
(E-mail: alina-sem-work@yandex.ru)

*Научный руководитель – Куприянова Л.М., к.э.н., доц., доцент
Департамента учета и аудита, заместитель заведующего кафедрой
«Экономика интеллектуальной собственности» ФГОБУ ВО «Финансовый
университет при Правительстве Российской Федерации»*

ТЕОРИЯ ИНВЕСТИЦИЙ, ИННОВАЦИЙ И ОПТИМАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация

Предмет. В современных рыночных условиях крупным компаниям, ТНК занять лидирующие позиции в конкурентной борьбе довольно сложно, так как это требует больших затрат в инновации. Большинство затрат идёт на коммерциализацию инноваций, т.е. на то, чтобы разработать продукт и вывести его на рынок. Такие издержки затрудняют возможность действительно внедрить инновации. Основные особенности нынешнего инновационного периода - изменение конкурентной борьбы. Компании борются теперь больше не за долю рынка, а за создание нововведений, открывая новые рынки. Одним из самых ярких примеров является инвестирование в интеллектуальный капитал.

Цели. Проанализировать связь между инвестициями, инновациями и оптимальным управлением, обосновать необходимость инновационной деятельности для оптимального управления с привлечением инвестиций.

Методология. Анализ опыта инвестиций в инновации крупных российских и иностранных компаний; методы выведения инновационного продукта на рынок.

Результаты/выводы. Актуальна проблема взаимосвязи инвестиций, инноваций и оптимального управления. Инвестирование в инновации необходимо в связи с высокими затратами. Оптимальное управление, с помощью которого можно достигнуть максимальных доходов, требует внедрения инноваций, которые не могут быть осуществлены без инвестирования. Подходя грамотно к использованию трёх элементов можно достойно конкурировать на рынке с другими компаниями или создавать новые рынки, где конкуренции как таковой ещё нет, и занять место монополиста.

Ключевые слова: инновации, инвестиционная деятельность, оптимальное управление, инновационная политика, эффективность производства, чистая текущая стоимость, резерв безопасности проекта, индекс рентабельности инвестиций, внутренняя норма доходности.

Ekaterina A. Gushchina, 2nd-year undergraduate student, Faculty of International Economic Relations, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (E-mail: kate260298@mail.ru)

Alina S. Semenova, 2nd-year undergraduate student, Faculty of International Economic Relations, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (E-mail: alina-sem-work@yandex.ru)

THE THEORY OF INVESTMENT, INNOVATIONS AND OPTIMAL MANEGEMENT

Abstract

Rationale Under current market conditions it is difficult for large and transnational companies to take a leading position in the competition, because it requires a lot of money invested into innovations. The majority of the costs accrue to the commercialization of innovations (i.e. to develop a product and to bring it to the market). Such costs complicate the effective implementation of innovations. The main features of the current innovation period are the changes in competition. Companies nowadays fight not for the market share, but for innovations creation and new markets opening. One of the most striking examples is the investment into intellectual capital.

Objectives The main goal of the following paper was to analyze the relations between investment, innovation and optimal management as well as to justify the need for innovation for optimal management with investment attracting.

Methodology Such general cognition methods as analysis and synthesis, induction and deduction have been employed within the conducted research.

Conclusions The problem of interrelation of investments, innovations and optimal management seems to be a challenging one. Investment into innovations is necessary due to high costs. Optimal management, through which it is possible to achieve maximum revenues, requires the introduction of innovations that cannot be implemented without investments. Competent approach for the use of the three elements affords to compete effectively with other companies in the market or create new markets, where competition have not been established yet, and take the place of a monopolist.

Keywords: *innovation, investment activity, optimal management, innovation policy, production efficiency, net present value, project safety reserve, return on investment index, internal rate of return.*

В рыночной экономике основным побудительным мотивом для осуществления нововведений в виде инноваций является конкуренция.

Инновация - конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Инновационная деятельность - процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных

научно-технических достижений в новый или усовершенствованный продукт, реализуемый на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и разработки.

Инновационная деятельность базируется на приоритетах, которые формируются в сфере исследований и разработок во взаимодействии с предпринимательским сектором экономики исходя из национальных интересов страны и с учетом мировых тенденций развития науки, технологий и техники.

Инновации по своей сути - это применение науки в производстве товаров и услуг, широкое их внедрение в виде новых производственных организационно-экономических, управленческих и социальных технологий. Поэтому инновационная экономика - это экономика знаний, т.е., такой тип экономики, где создаются, распространяются и используются знания для обеспечения непрерывного роста конкурентоспособности, а инновационные процессы становятся ключевой движущей силой развития.

Россия имеет сегодня все необходимые предпосылки для формирования инновационной модели развития.

Реализация государственной инновационной политики России осуществляется по следующим основным направлениям:

- разработка и совершенствование нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности, механизмов ее стимулирования, системы институциональных преобразований, защиты интеллектуальной собственности в инновационной сфере и введения ее в хозяйственный оборот;

- создание системы комплексной поддержки инновационной деятельности, развития производства, повышения конкурентоспособности и экспорта наукоемкой продукции;

- развитие инфраструктуры инновационного процесса, включая систему информационного обеспечения, систему экспертизы, финансово-экономическую систему, производственно-технологическую поддержку, систему сертификации и продвижения разработок, систему подготовки и переподготовки кадров;

- реализация государственной инновационной политики России осуществляется по следующим основным направлениям :

- разработка и совершенствование нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности, механизмов ее стимулирования, системы институциональных преобразований, защиты интеллектуальной собственности в инновационной сфере и введения ее в хозяйственный оборот;

- создание системы комплексной поддержки инновационной деятельности, развития производства, повышения конкурентоспособности и экспорта наукоемкой продукции;

- развитие инфраструктуры инновационного процесса, включая систему информационного обеспечения, систему экспертизы, финансово-экономическую систему, производственно-технологическую поддержку, систему сертификации и продвижения разработок, систему подготовки и переподготовки кадров;

- развитие малого инновационного предпринимательства путем формирования благоприятных условий для образования и успешного функционирования малых высокотехнологичных предприятий и оказания им государственной поддержки на начальном этапе деятельности;

- совершенствование конкурсной системы отбора инновационных проектов и программ;

- реализация критических технологий и приоритетных направлений, способных преобразовывать соответствующие отрасли экономики страны и ее регионов;

- использование технологий двойного назначения.

Таким образом, теория инноваций включает концепцию понимания инновации как ключевого источника экономического роста, драйвера экономических циклов, и усовершенствованную теоретическую модель факторов производства, где предпринимательские способности выступают наряду с землей, трудом и капиталом четвертым фактором производства.

В современных условиях успешная деятельность предприятий невозможна без инноваций и инвестиций. Нужна система управления, обеспечивающая высокую эффективность работы, конкурентоспособность и стабильное положение. Для повышения конкурентоспособности отечественных товаров нужно не только улучшать их качество, но и удешевлять производство. Поэтому чрезвычайно актуальной становится проблема повышения эффективности производства.

Эффективность производства определяется, прежде всего, производительностью труда, материалоемкостью продукции, ее качеством.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала с целью получения дохода. Источником инвестиций являются, прежде всего, собственные финансовые средства хозяйствующих субъектов, в составе которых преобладают амортизационные отчисления.

Важнейший источник инвестиций – прибыль. Увеличение прибыли является результатом повышения эффективности производства. Добиться же существенного повышения эффективности можно лишь на основе технического перевооружения производства, т.е. путем увеличения инвестирования.

Таким образом, между объемом инвестиций и темпами повышения эффективности производства существует тесная взаимосвязь.

В нашей стране во многих случаях значительное повышение эффективности производства, его рентабельности может быть достигнуто без крупных капиталовложений. Получаемый при этом прирост прибыли будет источником увеличения инвестиций. Но чтобы это стало

реальностью, необходима государственная поддержка предпринимательства, в первую очередь в виде стабильной и щадящей системы налогообложения, позволяющей предпринимателям значительную часть прибыли направлять на развитие производства.

Почти все коммерческие организации в той или иной мере осуществляют инвестиционную деятельность. Принятие такого рода решений осложняется множеством различных факторов, включая виды инвестиций, стоимость инвестиционного проекта, множественность доступных проектов, ограниченность финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, риски, связанные с принятием того или иного решения, и др.

При наличии ограничений на величину свободных финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, всегда актуальна задача оптимизации инвестиционного портфеля.

Принятие решений инвестиционного характера, как и любой другой вид управленческой деятельности, основывается на использовании различных методов и критериев. Степень их сочетания определяется разными обстоятельствами, в том числе и тем из них, насколько менеджер знаком с имеющимся аппаратом, применимым в том или ином конкретном случае.

Какого-то универсального метода, подходящего для всех случаев жизни, не существует, но за основу можно взять, например, интегральный критерий оценки инвестиционных проектов, предусматривающий использование общих критериев NPV (Net present value – чистая текущая стоимость, чистый дисконтированный доход (ЧДД)), IRR (Internal rate of return – внутренняя норма доходности (ВНД)) и PI (Profitability Index – индекс рентабельности инвестиций (ИР)).

Крайне важно иметь в виду, что у критерия NPV (ЧДД), дающего вероятностную оценку прироста стоимости коммерческой организации, т.е. наращивания ее экономического потенциала, и наиболее часто используемого при оценке инвестиционных проектов, имеется один весьма существенный недостаток - NPV – абсолютный показатель, а потому с его помощью нельзя получить информацию о резерве безопасности проекта. Из-за ошибки в прогнозе ожидаемого денежного потока или стоимости капитала может возникнуть опасность того, что проект, который ранее рассматривался как прибыльный, окажется убыточным. Информацию о резерве безопасности проекта дают критерии IRR и PI. Чем больше IRR по сравнению с ценой капитала, тем больше резерв безопасности. И чем больше PI превосходит единицу, тем больше резерв безопасности. Критерии IRR и PI обеспечивают больший резерв безопасности.

Под оптимальным управлением инвестиционного процесса понимается такая организация взаимодействия инвесторов, которая способна обеспечить максимальную эффективность экономической структуры, внедряющей в производственный цикл инновации.

Оптимальное управление — это задача проектирования системы, обеспечивающей для заданного объекта управления или процесса закон управления или управляющую последовательность воздействий, обеспечивающих максимум или минимум заданной совокупности критериев качества системы.

Задача оптимального управления включает в себя расчет оптимальной программы управления и синтез системы оптимального управления.

1. Компания «Уральский центр биофармацевтических технологий»(кластер биологических и медицинских технологий) завершила разработку нового противовирусного препарата «Триазавирин» и вывела его на рынок.

«Триазавирин» эффективен против 15 видов гриппа, включая вирус свиного и птичьего гриппа. Препарат можно применять на любой стадии болезни, а также использовать в качестве профилактического средства. За последние три года компании удалось привлечь более 120 млн рублей частных инвестиций, получено 5 патентов.

2. Компания «Даурия – Спутниковые технологии»: (кластер космических технологий) реализует проект по разработке и созданию опытного образца низкобюджетного космического аппарата (МКА) «Аурига»

В проект привлечены частные инвестиции в объеме 740 млн рублей. Выручка в 2014 году составила более 20 млн рублей. Поданы 4 заявки на регистрацию объектов интеллектуальной собственности. Подписан контракт на 200 млн долларов США с Anirara Communications (Индия) на производство двух геостационарных спутников

Самые известные компании мира по крупным инновационным проектам

1. Apple
 2. Google
 3. Tesla Motors
 4. Microsoft
 5. SAMSUNG
- GOOGLE

Вторую строчку списка главных инновационных организаций мира заняла корпорация Google, американский транснациональный гигант, работающий на рынках поиска информации в глобальной сети, интернет-сервисов различной направленности и технологий интернет-рекламы.

С момента своего основания в 1998 году, компания Google росла максимально быстрыми темпами, что привело к появлению огромного числа инновационных проектов. В связи с этим было создано, так называемое, подразделение Google X, глобальная цель которого – изменение мира к лучшему путем развития технологий. Инновационные проекты корпорации по-настоящему удивляют.

Одна из известнейших разработок Google – Google Glass, персональный компьютер в виде очков

Другой проект, над которым работает компания вот уже несколько лет – создание массового автомобиля на самоуправлении.

Также Google ведут разработки автоматической системы управления домом – Android@Home, проектируют «Космический лифт», с помощью которого станет возможным доставлять пассажиров с планеты Земля прямиком в космос, создают электронную таблетку, которая позволит с точностью диагностировать болезни человека, проектируют высотные воздушные турбины, способные летать на высоте до 600 метров.

В штате корпорации Google работают почти 54 000 специалистов. Годовой оборот компании в прошедшем году составил 66 млрд долларов, а чистая прибыль – 15 млрд долларов.

По сравнению с иностранными компаниями, в России наблюдается меньшее количество инноваций. Если заметить, среди наиболее инновационных компаний мира нет российских компаний. Ни одна российская компания не входит в ТОП 50 самых инновационных компаний мира. Почему на российском рынке реализуется лишь 10% инновационных продуктов? С чем это связано? Это связано со снижением инвестирования в российские компании. Нет инвестиций - соответственно, нет инноваций.

Инвестиции в Россию в последние годы находились на низком уровне. Они так и не вернулись на уровень 2008 года, когда в российской экономике наблюдался инвестиционный бум. Именно в силу этого бума кризис и привел к такому большому падению: в 2009 году инвестиции в основной капитал упали почти на 15%, а совокупное валовое накопление, включая инвестиции в запасы, сократилось более чем на 40%.

До второго квартала 2008 года инвестиции росли быстрее, чем ВВП. Причин этому было несколько: эффект низкой базы, сохранившийся с 1990-х, снижение рисков инвестирования в российскую экономику.

Обратный отскок нефтяных цен опять привел к ускоренным темпам роста инвестиций, и в 2012 году валовое накопление основного капитала в долях ВВП почти вернулось к докризисному уровню и составило примерно 22,5% ВВП. Но это было недолго: в 2013–2014 годах инвестиции в основной капитал стали снижаться, хотя цены на нефть были выше \$100 за баррель. Инвестиции в запасы в 2013–2014 годах стали и вовсе отрицательными.

Предвестником продолжительного экономического застоя скорее можно считать не замедление инвестиционной активности в последние годы, а текущую экономическую политику. В том числе это протекционистские меры — введение санкций и антисанкций, — и представления органов государственной власти, что все необходимые товары и услуги могут быть произведены внутри страны. Это ограничивает возможность технологических заимствований из-за рубежа и конкуренцию на российском рынке, закрывает источники инвестиций.

Как вывести инновационный продукт на рынок?

Шаг 1. Поиск идеи и ниши

Для того чтобы найти идею для нового продукта, предприниматель должен наблюдать. Поиск идей и ниши — самый сложный процесс, потому что он не поддается вычислению, здесь работает интуиция и наблюдательность предпринимателя. У многих путь производства продукции начинался с удовлетворения собственных потребностей. Захотелось вам какого-то продукта, который вы не смогли найти, либо нашли, но неподходящего качества, либо столкнулись с дефицитом нужного товара (например, его нельзя дважды купить в одном и том же месте) — вот вам ниша для производства. Кто-то ищет тренды. Здесь важно следить за тем, что происходит за границей: ведь то, что есть за границей, рано или поздно в каком-то виде появится и здесь, поэтому здоровая любознательность на руку предпринимателю.

Шаг 2. Схема производства

Продукт можно производить под собственной маркой на фабрике, которая уже выпускает подобные продукты, либо, если позволяют средства и это уникальный продукт, выстраивать собственный завод, закупать оборудование, привлекать специалистов и производить.

Шаг 3. Определение базовых характеристик продукта

Если речь идет о товарах, которые слабо представлены на местном рынке, следует изучить ситуацию на иностранном рынке, сравнить ее с российской, посмотреть, что люди потребляют, как охотно они тратят деньги на дорогие товары и на продукты с ярко выраженными функциональными свойствами. Далее следует заложить какие-то базовые качества продукта, определить для себя, какие качества, на ваш взгляд, прежде всего нужны потребителю.

Выбрав базовый набор характеристик, переходим к анализу рынка. Оцениваем, кто представлен на рынке из прямых и косвенных конкурентов, как они себя позиционируют. И свое позиционирование уже выстраиваем относительно к ним. Если продукт дорогой, нужно объяснить, почему потребитель должен за него переплачивать, какие выгоды получит, заплатив такую цену за продукт.

Шаг 4. Продвижение на рынок

Вопрос продвижения — это личное дело каждого, универсальных инструментов нет. Есть крупные федеральные и транснациональные корпорации, которые обладают бюджетами, и у них достаточно стандартная модель продвижения: реклама на ТВ, радио, наружная реклама, акции в торговых точках. Но есть и остальной массив игроков, которые продвигают продукт на свое усмотрение: кто-то через сарафанное радио, кто-то на акциях в торговых точках, кто-то через социальные сети.

Нужно понимать, кому компания будет продавать свой товар. Если потребители — обычные люди, нужно понимать, где они смогут покупать продукт: это будет розница или же интернет-продажа. При розничной продаже нужно выстраивать цепочку поставок через дистрибьютора или самостоятельно поставлять свой товар в магазины, в дальнейшем

заниматься его продвижением, акциями в самих точках продажи, чтобы привлечь к нему внимание.

Шаг 5. Общение с дистрибьютором

Самая главная ошибка в общении с дистрибьютором — думать, что дистрибьютору нужен ваш конкретный товар. На начальном этапе дистрибьютор нужен производителю, а не наоборот, и в общении всегда нужно это учитывать. Дистрибьютору, как крупному оптовому игроку, интересно зарабатывать деньги на вашем продукте, вкладывая как можно меньше усилий. Идеальный продукт для дистрибьютора тот, что продает сам себя и имеет недорогую логистику.

Шаг 6. Выход на глобальный уровень

Сейчас мы активно смотрим на зарубежных потребителей. Для себя мы выделяем там два положительных момента: во-первых, тот факт, что потребитель богаче, а во-вторых, тот факт, что там больше объем потребления в данном случае энергетических продуктов. В Америке и Европе потребление аналогичных продуктов гораздо выше, чем в России. Если в России годовое потребление жевательной резинки примерно 1 кг, то в США он может достигать 5 кг.

У иностранных потребителей выше покупательная способность, и для них цена, которую мы предлагаем за продукт, вполне приемлема. В России это считается очень дорого.

Заключение. Таким образом, изучив данную проблему, можно сделать вывод о том, что теории инновации, инвестиций, оптимального управления неразрывно связаны между собой.

Инвестирование в инновации необходимо в связи с высокими затратами.

Оптимальное управление: управление с помощью которого можно достигнуть максимальных доходов, оно требует внедрение инноваций, которые не могут быть осуществлены без инвестирования (это их взаимосвязь).

Подходя грамотно к использованию трёх элементов можно достойно конкурировать на рынке с другими компаниями или создавать новые рыки, где конкуренции как таковой еще нет, и занять место монополиста.

Список источников:

1. Куприянова Л.М., Басова А.Г. Развитие евразийского и национального рынков интеллектуальной собственности. Экономика. Бизнес. Банки. 2017. № 1 (18). С. 121-130.

2. Куприянова Л.М. Актуальные проблемы коммерциализации наукоемких технологий. Экономика. Бизнес. Банки. 2017. № 1 (18). С. 52-64.

3. Новрузлу С.А.О., Куприянова Л.М. Сущность и цели анализа коммерциализации интеллектуальной собственности. В сборнике: Проект для России Сборник статей участников VII Международного научного студенческого конгресса: электронный ресурс. 2016. С. 879-882.

4. Гаспарян М.К. Особенности коммерциализации наукоемких технологий в зарубежных странах. Статья в сборнике: Проект для России. Сборник статей участников VII Международного научного студенческого конгресса: электронный ресурс. Научный руководитель: В.И. Бариленко, Ответственные редакторы: О.В. Карамова, А.П. Буевич. 2016. С. 882-886.

5. Куприянова Л.М., Усманова Т.Х. Особенности экономики интеллектуальной собственности. Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 3 (16). С. 81-94.

6. Куприянова Л.М. Менеджмент качества как стратегия развития бизнеса. Экономика. Бизнес. Банки. 2016. Т. 1. С. 63-75.

7. Усманова Т.Х., Куприянова Л.М. Менеджмент в коммерциализации интеллектуальной собственности. Экономика. Бизнес. Банки. 2016. Т. 1. С.9-25.

References:

Kupriyanova, Basova (2017) - *Kupriyanova L.M., Basova A.G. Development of the Eurasian and national markets for intellectual property.* [Razvitie evrazijskogo i nacional'nogo rynkov intellektual'noj sobstvennosti.] International scientific journal "Economy. Business. Banks" Publishing house:"RIM University" [Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «EHkonomika. Biznes. Banki» Izd-vo: «RIM Universitet»]. 2017. No. 1 (18). Pp. 121-130

Kupriyanova (2017) - *Kupriyanova L.M. Actual problems of the commercialization of science-intensive technologies* [Aktual'nye problemy kommercializacii naukoemkih tekhnologij]. International scientific journal. Economy. Business. Banks. [Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «EHkonomika. Biznes. Banki.» Izd-vo: «RIM Universitet»] 2017. No. 1 (18). Pp. 52-64.

Novruzlu, Kupriyanova (2016) - *Novruzlu S.A.O., Kupriyanova L.M. The essence and purpose of the analysis of the commercialization of intellectual property. In the collection: [Sushchnost' i celi analiza kommercializacii intellektual'noj sobstvennosti]*. The project for Russia The collection of articles of participants of the VII/ International Scientific Student Congress: an electronic resource. [V sbornike: Proekt dlya Rossii Sbornik statej uchastnikov VII Mezhdunarodnogo nauchnogo studencheskogo kongressa: ehlektronnyj resurs]. 2016. P. 879-882.

Gasparyan (2016) – *Gasparyan M.K. Features of the commercialization of high technology in foreign countries.* The article in the collection: The project for Russia. Collection of articles of participants of the VII International Scientific Student Congress: an electronic resource. [Osobennosti kommercializacii naukoemkih tekhnologij v zarubezhnyh stranah. Stat'ya v sbornike: Proekt dlya Rossii. Sbornik statej uchastnikov VII Mezhdunarodnogo nauchnogo studencheskogo kongressa: ehlektronnyj resurs] Responsible Editors: O.V. Karamova, A.P. Buevich. 2016. S. 882-886.

Kupriyanova, Usmanova (2016) – *Kupriyanova LM, Usmanova T.X. Features of the economy of intellectual property* [Osobennosti ehkonomiki intellektual'noj sobstvennosti] International scientific journal "Economy. Business. Banks. Publishing house:"RIM University" [Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «EHkonomika. Biznes. Banki.» Izd-vo: «RIM Universitet»] 2016. № 3 (16). Pp. 81-94.

Kupriyanova (2016) – *Kupriyanova LM Quality management as a business development strategy.* [Menedzhment kachestva kak strategiya razvitiya biznesa] International scientific journal "Economy. Business. Banks. Publishing

house:"RIM University" [Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «EHkonomika. Biznes. Banki.» Izd-vo: «RIM Universitet»]. 2016. Vol. 1. P. 63-75.

Usmanova, Kupriyanova (2016) – *Usmanov T.H., Kupriyanova L.M. Management in the commercialization of intellectual property.* [Menedzhment v kommercializacii intellektual'noj sobstvennosti] International scientific journal "Economy. Business. Banks. Publishing house:"RIM University" [Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal «EHkonomika. Biznes. Banki.» Izd-vo: «RIM Universitet»] 2016. T. 1. S. 9-25.

Интернет ресурсы:

<http://hse.ru>

<http://gendocs.ru>

<http://cheloveknauka.com>

<http://1tmn.ru/ratings/world-ratings/top-50-innovacionnykh-kompanijj-mira4140006.html>

<https://kontur.ru/articles/2713>

<http://capitalgains.ru/investitsii/startapy/para-sovetov-nachinayushhim-startaperam-i-yarkie-primery-rossijskih-proektov.html>

<http://innovudm.ru/archives/1359>