

УДК 378:337.6

И. В. Медынская*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)*

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НИР И ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Влияние процесса интеграции на коммерциализацию связано с развитием научно-технического прогресса, который порождает инновации во всех отраслях национальных хозяйств и расширение бизнеса на глобальном уровне. В современном сообществе вопросы коммерциализации новшеств являются стратегически важными, без них невозможно обеспечить эффективное развитие предприятий и экономики в целом. В условиях евразийской интеграции заметной тенденцией в развитии всего мирового сообщества становится сотрудничество стран-участниц Евразийского экономического союза, которые могут кардинальным образом изменить сложившееся статус-кво в глобальной экономике. Рассматриваются проблемы и перспективы коммерциализации инноваций в условиях Евразийской интеграции. Представлены особенности процессов коммерциализации по направлениям деятельности сферы услуг, видам потребителей. Показано, что диверсификационные процессы в современных условиях интеграции и глобализации являются стимулом к развитию и эффективному использованию инновационного потенциала научно-исследовательских организаций и промышленных предприятий различных отраслей, реализующих стратегии предпринимательского типа.

Коммерциализация, инновационный проект, научно-исследовательские разработки, евразийская интеграция, организации науки и высшего образования, бизнес-структуры

Инновации и новшества необходимы для развития разных сфер деятельности национальных экономик. Поэтому большинство промышленно-развитых стран инвестируют в развитие инновационных проектов. Важным аспектом в развитии научно исследовательских разработок является их коммерциализация. Научные разработки и новшества должны приносить прибыль. Следовательно, для того, чтобы инновационный проект мог окупаться и приносить прибыль, необходимо его коммерциализировать.

Актуальность проблемы определяется тем, что процессы коммерциализации НИР (научно исследовательских разработок) и инноваций характеризуются существенной вариабельностью, взаимосвязь всех участников данного процесса может существенно варьироваться по содержанию и запрашивать использование адекватных методов принятия решений в зависимости от конкретной ситуации и обстоятельств, возникающих в условиях диверсификации.

Некоторые вопросы коммерциализации интеллектуальной собственности начали освещаться в научных трудах и публикациях лишь во второй половине XX в., когда ускоренными темпами стал развиваться международный обмен научно-техническими достижениями и новшествами.

В современных условиях евразийской интеграции эффективность предпринимательских структур, как правило, определяется использованием философии и инструментария маркетинга в процессе осуществления бизнес-коммуникаций.

Совершенствование и внедрение инноваций в различных сферах хозяйствования невозможно без ориентирования на потенциального потребителя этих нововведений и их коммерциализации. Коммерциализации результатов НИР и инновационных проектов состоит в объединении идеи, разработчика, производителя и клиента/заказчика – процесса, который включает

ся в цепочке создания ценности от потенциала до реализации. Процесс коммерциализации начинается со стадии выявления коммерческих перспектив и заканчивается только на стадии реализации и получения прибыли от нововведенного продукта или товара. Коммерциализация результата научно-исследовательской деятельности заключается в переходе полученных результатов в товар или услугу и их последующую реализацию в промышленных масштабах [1].

Коммерческий интерес бизнес-структур заключается в возможности организовать инновационное предприятие, способное на основе определенных научных идей, изобретений и исследовательских разработок производить и поставлять на рынок конкурентоспособные продукты, товары и услуги с целью получения приемлемой прибыли и доли на рынке.

На сегодняшний день, анализ проблем, с которыми сталкиваются бизнес-структуры в условиях евразийской интеграции в своей инновационной деятельности, показал недостаточное внимание к проблемам коммерциализации научно-исследовательских разработок. Процессы создания нового продукта или товара, освоения, производства и реализации инновационной продукции, в том числе относящиеся к вопросам маркетинга и повышения конкурентоспособности, остаются малоизученными.

В настоящее время евразийская интеграция представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся интеграционных группировок мира, в которой происходят серьезные сдвиги в структуре региональных международных отношений, сталкиваются глобальные и региональные интересы главных акторов современного мирового сообщества [2].

Процесс евразийской экономической интеграции достиг фазы зрелости, при которой содержательное наполнение единого экономического пространства совместными видами сложной хозяйственной деятельности становится не менее важным, чем углубление и расширение интеграционных форм [3].

Трансформация российской экономики и переход ее на инновационный путь развития осложняется, прежде всего, ее нестабильностью в целом, некомпетентностью в коммерческой адаптации бизнес-структур к турбулентной рыночной среде. Формирование инновационной экономической эры связано, в первую очередь, со становлением новых экономических отношений, с интеграционными процессами, адекватными современным глобализующимся тенденциям в области развития науки, образования и предпринимательства.

Как и во всем мире, в России процесс коммерциализации инновационных проектов имеет практически одинаковые тенденции. Менее чем 2 % инновационных идей и менее чем 15 % инновационных проектов разработки новых продуктов были коммерциализированы и успешны.

Инновационное развитие системы науки и высшего образования требует кардинальных изменений в управлении, а именно расширения самостоятельности субъектов хозяйствования научно-образовательного комплекса в организации взаимодействия, прежде всего, на территории регионов, эффективного управления региональными системами в условиях интеграции в евразийское научно-образовательное и бизнес пространство.

Практика развития инновационных экосистем российских организаций науки и высшего образования в условиях евразийской интеграции показала, что важными проблемами их функционирования являются фактическая неопределенность их целей, разрывы коммуникаций между сообществом разработчиков и индустрией, между профильными подразделениями, а также между профильными подразделениями и командой разработчиков, слабые взаимосвязи с внешней средой, отсутствие партнерской и сетевой организационной культуры. Решению этих проблем во многом способствует стратегическое развитие и взаимодействие трех базовых составляющих инфраструктуры инновационной экосистемы, выполняющих стимулирование научных исследований, обеспечение их коммерциализации

и формирование сетевой партнерской организационной культуры в совокупности необходимыми компетенциями инновационного предпринимательства.

Среди основных проблем коммерциализации НИР и инновационных проектов, которые возникают в условиях внедрения цифровых технологий, можно отметить: незавершенность большинства исследований; поиск необходимых финансовых средств для разработки и внедрения новых продуктов; большой разрыв между стратегическим и тактическим планированием; контроль за необходимыми параметрами продукта и его конкурентоспособностью в рамках интеграционного объединения; адекватная оценка коммерческой привлекательности технологии; привлечение национальных и зарубежных инвесторов, готовых взять на себя все риски, связанные с процессом внедрения инноваций и новшеств; учет времени скорости инновационных процессов и расширение области их реализации; низкая юридическая грамотность разработчиков нового продукта в области защиты объектов интеллектуальной собственности и их рыночного использования.

Также в процессе коммерциализации существуют некоторые трудности, такие как получить патент на инновационную продукцию.

Кроме общих проблем в результате проведенного автором анализа были выделены специфические проблемы коммерциализации НИР и инновационных проектов на региональном уровне (рис. 1).

Диверсификационные процессы в современных условиях интеграции и глобализации являются стимулом к развитию и эффективному использованию инновационного потенциала

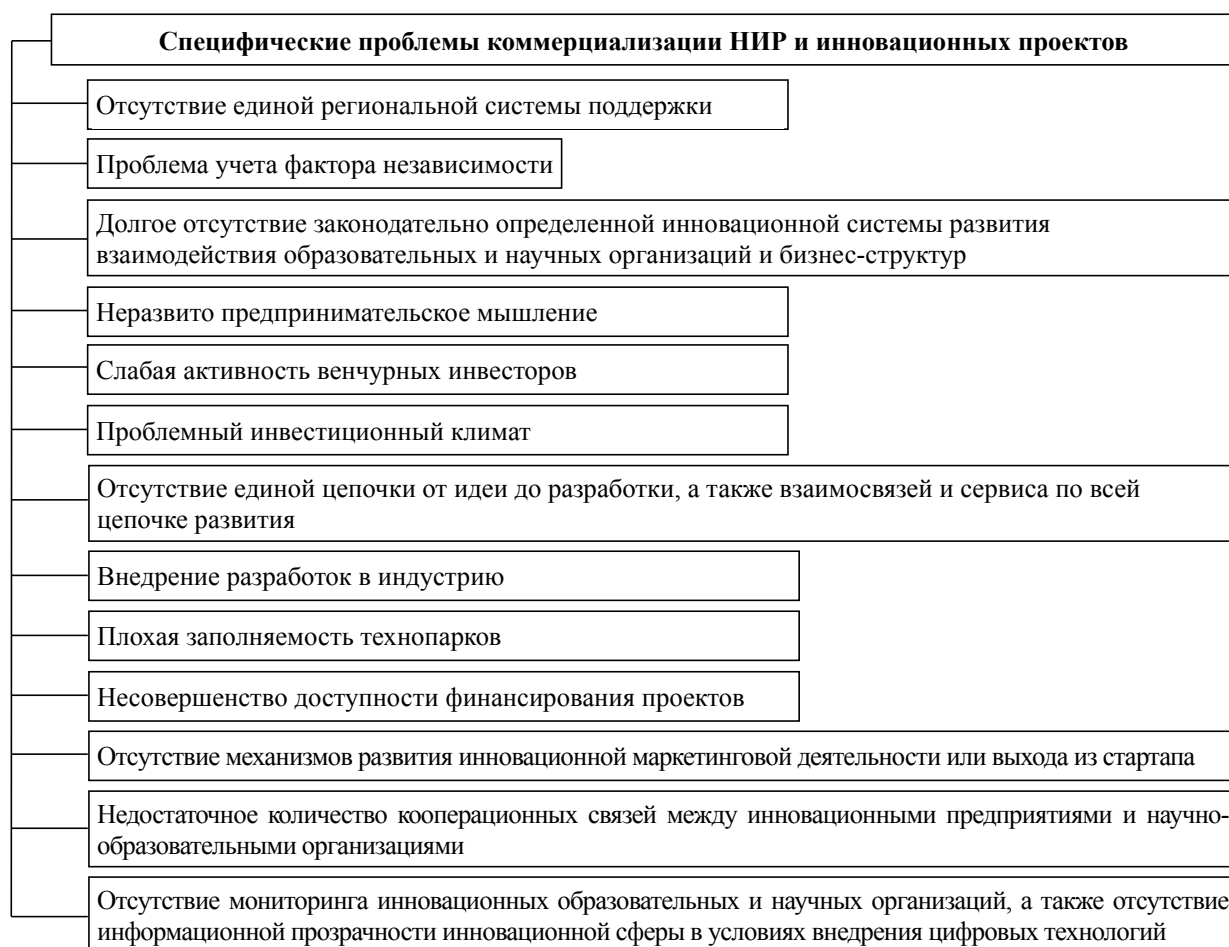


Рис. 1

научно-исследовательских организаций и промышленных предприятий различных отраслей, реализующих стратегии предпринимательского типа. Присущее им стратегическое видение социально-экономических проблем: инициативность, демократический стиль управления, мобилизующий творческую активность, проявляются в стремлении к интенсификации инновационной деятельности и ее продуктивному внедрению в хозяйственную практику, что придает новый импульс инновационным разработкам, научным и научно-прикладным исследованиям, реальному использованию достижений научно-технического прогресса [4].

Коммерциализация инновационных проектов невозможна без осуществления эффективной маркетинговой деятельности, которая выполняет функции, способствующие выведению на рынок и распространению инновационной продукции, а также формированию и стимулированию спроса на них.

В настоящее время маркетинг развивается с использованием новых медиатехнологий, на глобализированных рынках и в условиях постоянных изменений экономики, науки и практики. Новым является внедрение цифровых технологий, рост скорости обменных процессов, возрастание комплексности и взаимосвязанных потребительских рынков евразийского экономического пространства.

Процесс реализации коммерциализации НИР и инновационных проектов, совокупности управляемых элементов маркетинговой деятельности осуществляется посредством их продвижения на рынок, как актуальной инновации для взаимодействующих субъектов рынка.

Если рассматривать сферу науки и образования, то новый план маркетингового развития в условиях евразийской интеграции основан на привлекательности российских инновационных образовательных услуг, который их диверсифицирует, тем самым, меняя рынок образовательных услуг.

Современные тренды в сфере науки и образования развиваются соответственно инновационным бизнес-моделям. Поэтому новая методика в образовании должна последовательно разрабатываться и внедряться.

В глобализирующемся обществе растет конкуренция, вынуждающая бизнес-структуры отказываться от вертикальной интеграции при проведении НИР и все в больших масштабах переходить к аутсорсингу.

Уровень коммерциализации маркетинговой деятельности может зависеть от способа коммерциализации. Поэтому для эффективной реализации в процессе коммерциализации маркетинговой деятельности необходимо, во-первых, правильно выбрать способ коммерциализации, во-вторых, определить методы прогнозирования экономических показателей процесса коммерциализации.

При формировании системы маркетинга процесса коммерциализации образовательная организация сначала должна определить цели политики коммерциализации, которые имеют иерархическую структуру. Каждая составляющая системы маркетинга имеет свои особенности, специфические меры и приемы, но все они взаимосвязаны и дополняют друг друга, образуя единый комплекс.

Основные преимущества использования системы маркетинга процесса коммерциализации НИР в сфере образовательных услуг графически показаны на рис. 2.

Можно классифицировать процессы коммерциализации по направлениям деятельности сферы услуг, видам потребителей процессов и по основным их группам.



Рис. 2

Основные процессы коммерциализации непосредственно связаны с производством и реализацией основных образовательных услуг, добавляющих ценность основных и инновационных услуг у потребителя. Назначение и содержание основных процессов коммерциализации может меняться в зависимости от стратегических целей и направления оказания образовательных услуг. Существуют различные рекомендации по ограничению количества основных процессов коммерциализации.

Вспомогательные процессы напрямую не добавляют ценности, но создают необходимые условия для осуществления основных процессов коммерциализации образовательных услуг и увеличивают себестоимость продукта или услуги.

Ресурсы научных и образовательных организаций – это основа их деятельности по оказанию образовательных услуг. Недостаточность ресурсов снижает результативность работы. Переизбыток ресурсов ведет к их непроизводительному расходованию и снижает эффективность деятельности образовательных организаций.

Следовательно, эффективное управление ресурсами является наиболее важной и сложной задачей образовательных организаций.

Разработка этапов и уровней коммерциализации маркетинговой деятельности должна основываться на комплексе определенных мероприятий, посредством которых инновационные продукты, товары и услуги будут реализованы на рынке, принесут удовлетворение потребителю и, следовательно, коммерческую прибыль производителю.

Поэтому конструирование и внедрение критериев оценки эффективности методов коммерциализации инновационных проектов и научно-исследовательских разработок в условиях евразийской интеграции должно основываться на формировании критериев оценки эффективности методов коммерциализации вузовских инноваций.

Следовательно, во-первых, по мере разработки и внедрения инновационных проектов и разработок возникает возможность гарантированной их реализации при различных вариантах привлечения инвестиционных ресурсов. Во-вторых, по мере создания и реализа-

ции инноваций в сфере науки и образования создаются интеллектуальные ценности, которые могут быть использованы при коммерциализации не только конкретной инновации.

Процессу коммерциализации результатов НИР и инновационных проектов присущ ряд особенностей, таких как высокая степень риска из-за новизны получаемого продукта; высокая стоимость инновации в связи с большим количеством участвующих субъектов в процессе коммерциализации новшеств; длительный лаг времени от идеи до реализации и получения прибыли, а затем усовершенствование полученных результатов и поиск рынков сбыта.

Эффективность процесса коммерциализации проявляется в отношении результата (эффекта) от коммерциализации к затраченным ресурсам по ее осуществлению относительно предыдущего момента времени [5].

Рассматривая задачи оценки эффективности инвестиционных проектов по диверсификации предлагается использовать подход, соответствующий методологии решения данной задачи в условиях предпринимательства. В рамках данного подхода рекомендуется использовать систему показателей, включающую показатели, применяемые для оценки эффективности влияния проектируемых мероприятий на внешнюю среду (в их числе показатели бюджетной эффективности, а также показатели, отражающие экологические и социальные последствия проекта диверсификации), показатели рыночной и коммерческой эффективности [6].

Важнейшую роль в условиях евразийской интеграции играет государство в создании благоприятного инновационного климата и в содействии коммерциализации результатов НИР.

В схематичном общем виде, применяемые государством механизмы можно распределить на шесть сегментов (рис. 3).

Следовательно, в условиях евразийской интеграции необходимо развитие частно-государственного партнерства с целью экономически более эффективного выполнения общественных задач и реализации научно-исследовательских разработок и инвестиционных проектов.



Рис. 3

В современных условиях евразийские интеграционные процессы должны быть познаны и изучены в ключе стратегии евразийской паритетности, в результате которой одним из основных направлений совершенствования научно-исследовательской деятельности в рамках Евразийского экономического пространства является увеличение эффективности коммерциализации результатов НИР, повышение привлекательности международных научно-исследовательских проектов как для внутренних, так и для внешних инвесторов, а также развитие сотрудничества с бизнес-структурами.

Таким образом, в рамках евразийской интеграции необходимо создать условия и возможность реализации и коммерциализации интегративного научно-технического потенциала в инновационно-исследовательской сфере и улучшить качество международных инновационных проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Багиев Г. Л., Мефферт Х. Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.
2. Медынский С. Некоторые особенности коммерциализации инновационных образовательных услуг в условиях внедрения цифровых технологий // Изв. СПбГЭУ. 2018. № 2 (110). С. 139–144.
3. Багиев Г. Л., Егорова И. И., Наумов В. Н. Индивидуально-ориентированная технология подготовки маркетологов // Проблемы современной экономики. 2012. № 4 (44). С. 390–393.
4. UNESCO Institute for statistics. URL: <http://www.uis.unesco.org/> (дата обращения: 19.04.2018).
5. Максимцев И. А., Багиев Г. Л., Газизуллин Н. Ф. Маркетинговое маневрирование в системе регулирования и эффективного развития экономики Евразийского союза // Проблемы современной экономики. 2016. № 3 (59). С. 18–21.
6. Евразийская экономическая интеграция. Цифры. Факты. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/EEC_dig_facts1.pdf (дата обращения: 21.05.2018).
7. Посадский А. В. Материалы IV международного форума «Евразийская экономическая перспектива». URL: <https://vrns.ru/society/4141> (дата обращения: 20.02.2018).

I. V. Medynskaya

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

SOME FEATURES OF THE COMMERCIALIZATION OF RESEARCH WORK AND INNOVATION PROJECTS IN THE CONTEXT OF EURASIAN INTEGRATION

The influence of the integration process on commercialization is connected with the development of scientific and technological progress, which generates innovations in all sectors of the economy and expansion of business at the global level. In the modern community, the issues of the commercialization of innovations are strategically important, without them it is impossible to ensure the effective development of enterprises and economy as a whole. In the context of Eurasian integration, a significant trend in the development of the entire world community is the cooperation of the member countries of the Eurasian Economic Union, which can radically change the current status quo in the global economy. The article examines the problems and prospects of the commercialization of innovations in the context of the Eurasian integration. The features of the commercialization process in different activity areas of the service sector and with different types of consumers are presented. It is shown that the diversification processes under modern conditions of integration and globalization are a stimulus to the development and effective use of the innovative potential of research organizations and industrial enterprises of various industries that implement entrepreneurial type strategies.

Commercialization, innovative project, research work, Eurasian integration, science and higher education institutions, business structures