

КОВТУНЕНКО

Юрій Володимирович
karat108@list.ru

УДК 330.341

МІСЦЕ ТА РОЛЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК У
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВАPLACE AND ROLE COMMERCIALIZATION OF INNOVATIVE
DEVELOPMENTS IN INDUSTRIAL ACTIVITIES INNOVATION

кандидат економічних наук, ст. викладач кафедри обліку, аналізу і аудиту, Одеський національний політехнічний університет

У статті проаналізовано існуючі визначення інноваційної діяльності, які дозволили встановити її зв'язок з інноваційним процесом, етапи якого визначаються більшістю науковців як етапи інноваційної діяльності. Досліджено особливості інноваційної діяльності промислового підприємства, які враховують особливості процесу комерціалізації його інноваційних розробок та розглядаються через кадрове, фінансове, наукове, інформаційне та ресурсне забезпечення.

В статье проанализированы существующие определения инновационной деятельности, которые позволили установить ее связь с инновационным процессом, этапы которого определяются большинством ученых как этапы инновационной деятельности. Исследованы особенности инновационной деятельности промышленного предприятия, учитывающих особенности процесса коммерциализации его инновационных разработок и рассматриваются через кадровое, финансовое, научное, информационное и ресурсное обеспечение.

The article analyzes the existing definition of innovation that have established its connection with the innovation process stages are defined by most scholars as stages of innovation. The features of innovative activity of industrial enterprises, which take into account the peculiarities of its commercialization and innovation are viewed through the human, financial, scientific, information and resources.

Ключові слова: інноваційна діяльність, комерціалізація, промислове підприємство, процес комерціалізації

Ключевые слова: инновационная деятельность, коммерциализация, промышленное предприятие, процесс коммерциализации

Keywords: innovative activity, commercialization, industrial enterprise, commercialization process

ВСТУП

Сферою промислового підприємства є виробнича діяльність, яка забезпечує виробництво та реалізацію необхідної ринку продукції з метою отримання прибутку. Визначення особливостей комерціалізації інноваційних розробок на промисловому підприємстві як одного з етапів інноваційного процесу доцільно здійснювати за рахунок дослідження особливостей його інноваційної діяльності, які обумовлені галузевою специфікою та специфікою сфери діяльності, реальними можливостями підприємства.

Економічні та організаційні аспекти інноваційного процесу та інноваційні можливості підприємств вивчали вітчизняні вчені О. Амоша, В. Захарченко, С. Ілляшенко, О. Кузьмін. Проблеми комерціалізації інноваційних розробок підприємств висвітлили В. Гриньова, К. Ковтуненко, М. Меркулов, С. Філіппова. Разом з тим, не вирішено коло завдань, пов'язаних з особливостями комерціалізації інноваційних розробок на промисловому підприємстві.

МЕТА РОБОТИ

Основна мета даного дослідження є визначення місця комерціалізації інноваційних розробок у інноваційної діяльності промислового підприємства та встановлення особливостей процесу комерціалізації через кадрове, фінансове, наукове, інформаційне та ресурсне забезпечення.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення мети роботи використані такі методи дослідження: узагальнення, систематизації, емпіричного дослідження, системного та логічного підходу. Інформаційну базу роботи склали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, фахівців-практиків з теорії інноватики та інноваційної діяльності підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ

Основною конкурентоспроможності продукції промислового підприємства в умовах економіки знань стає її інноваційна складова, яка з'являється в результаті його інноваційної діяльності. Інноваційна діяльність є невід'ємною частиною виробничо-

господарської діяльності промислового підприємства, зорієнтованої на оновлення та вдосконалення його продукції, виробничих сил і організаційно-економічних відносин.

В науковій літературі не має загальноприйнятого визначення інноваційної діяльності, науковці по-різному трактують його сутність [1-3]. Деякі науковці [1,4] визначають інноваційну діяльність підприємства як систему заходів щодо використання наукового, науково-технічного та інтелектуального потенціалу з метою отримання нового або поліпшеного продукту або послуги, нового способу їх виробництва для задоволення, як індивідуального попиту, так і потреб суспільства в нововведенні в цілому. На їх думку інноваційна діяльність підприємства включає розробку, впровадження, освоєння і комерціалізацію нововведень.

С. Покропивний визначає інноваційну діяльність як процес, спрямований на розроблення й реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи вдосконалений продукт, реалізований на ринку, у новий чи вдосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також зв'язані з цим додаткові наукові дослідження й розробки [6].

Як діяльність, що спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення й відновлення номенклатури та поліпшення якості продукції що випускається (товарів, послуг), удосконалювання технології, розуміє інноваційну діяльність Р. Фатхутдінов [7]. Балабанов І.Т. зазначає, що інноваційна діяльність включає весь без винятку інноваційний процес від появи ідеї до закінчення дифузії продукту: «Під інноваційною діяльністю розуміється процес, спрямований на розробку інновацій, реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи удосконалений продукт, реалізований на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки» [8].

Крім того, інноваційна діяльність може носити альтернативний, багатоваріантний характер, може відповідати будь-якому етапу інноваційного процесу.

Аналіз існуючих визначень інноваційної діяльності дозволив встановити її зв'язок з інноваційним процесом, етапи якого визначаються більшістю науковців як етапи в інноваційному процесі (як винахідник, дослідник, споживач, посередник, інвестор, виробник або консультант тощо).

У зв'язку з тим, що комерціалізація інноваційної розробки є завершальним етапом інноваційної діяльності, для визначення її особливостей доцільно дослідити особливості безпосередньо інноваційної діяльності промислового підприємства, які враховують особливості процесу комерціалізації його інноваційних розробок та розглядаються нами через кадрові, фінансові, наукові, інформаційні та

ресурсне забезпечення.

Здійснення інноваційної діяльності промисловим підприємством передбачає вирішення певних завдань на кожному її етапі, що потребує залучення працівників різних категорій (певних груп). У першу групу входять вчені-новатори, що проявляють творчу ініціативу і висувають оригінальні ідеї. У другу групу входять конструктори-технологи, дослідники-експериментатори та інші працівники, що надають оригінальній ідеї матеріальну форму та проводять дослідно-експериментальні роботи. Часто ці групи працівників являють собою єдине ціле, спільно проводячи весь комплекс робіт від зародження ідеї до випуску перших дослідно-конструкторських одиниць інновації. Третю групу утворюють працівники виробничої та адміністративно-господарської сфери підприємства, які займаються фінансовою, патентною, планово-економічною, сировинною підтримкою інновації, беруть участь в обслуговуванні наукового обладнання, виробництві, дифузії та комерціалізації інновації. За необхідністю, третю групу можна деталізувати за функціями робітників в залежності від етапів інноваційної діяльності, які створюють специфічні вимоги до кадрового забезпечення. Це може бути доречним, оскільки для здійснення інноваційної діяльності на підприємстві потрібні фахівці різних профілів: наукові співробітники, технічні консультанти, менеджери-організатори та фахівці з правового захисту інноваційних розробок. Різні групи працівників, що беруть участь в інноваційній діяльності промислового підприємства, нерозривно пов'язані між собою і кінцевий результат в рівній мірі залежить від ефективного функціонування кожного з підрозділів [9,10].

Здійснення підприємством інноваційної діяльності потребує фінансування всіх її етапів: від народження ідеї до комерціалізації інновації. Забезпеченість інноваційної діяльності фінансовими ресурсами на всіх стадіях життєвого циклу сприяє зниженню ризику несприйняття інновації ринком і збільшує її ефективність. Основними елементами системи фінансування інноваційної діяльності є [2,11]: джерела інвестиційних ресурсів; механізм накопичення фінансових коштів та їх інвестування; механізм управління інвестиційними ресурсами для забезпечення їх ефективного використання та зворотності позикового капіталу.

Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності на промислових підприємствах є фінансові ресурси, стан яких висвітлюють показники: частка грошових коштів на розвиток; забезпеченість витрат на НДДКР власними коштами; питома вага залучених коштів у загальному обсязі та їх ефективність; максимально можливий обсяг довгострокових залучених коштів для інноваційних цілей та ін.

Наступним елементом ефективною інноваційної діяльності в сучасних ринкових умовах є своєчасне забезпечення достовірними інформаційними ресурсами, які можна розглядати як інформаційне забезпечення за етапами інноваційної діяльності (табл.1.).

Інформаційне забезпечення етапів інноваційної діяльності промислового підприємства
[систематизовано на підставі [3,5,11,14]]

Вид інформації	Зміст інформації	Етап інноваційної діяльності
Науково-технічна	Тенденції розвитку даного виду техніки; опис техніки можливого виробництва; характеристика періоду морального старіння; відомості про інновації; відомості по стандартизації, сертифікації	НДР і ДКР, інвестиційне проектування
Патентна	Патенти; технічний рівень і тенденції розвитку об'єктів техніки; їх патентоспроможності і чистоти	НДР і ДКР. Проведення маркетингових досліджень (аналіз маркетингової стратегії конкурентів), виробництво, комерціалізація
Маркетингова, кон'юнктура-економічна	Структура ринку; сегменти підприємства на ринку; попит; пропозиції; конкуренти; споживачі; конкуруючі товари; постачальники; загальноекономічні тенденції; галузеві тенденції	Маркетингові дослідження (дослідження ринку і зовнішнього середовища), комерціалізація
Бізнес-інформація	Загальна інформація, фінансовий рейтинг; фінансова інформація (активи і пасиви фірми, оборот, вартість продажів, доходи і витрати, податки); кредитно-аналітична інформація; платіжна-аналітична інформація	Маркетингові дослідження, комерціалізація, пошук партнерів
Обліково-статистична	Інформація, що зосереджена в органах Держкомстату, галузевих і регіональних ВЦ ін.. Відомості про: перепис населення; паспорти територій; виробництві продукції.	Маркетингові дослідження, комерціалізація
Нормативно-правова, юридична	Відомості про законодавчі та нормативні актів та їх практичне застосування.	На всіх
Інфраструктурна	Відомості про організації, що діють у сфері підтримки інноваційної технологічної діяльності, у т.ч. про джерела інвестицій	На всіх

Комунікаційні властивості суб'єкта інновації, його зв'язки з ринками нововведень, інноваційної діяльності, але їх кількість варіюється в залежності від участі підприємства основних засобів та матеріальних ресурсів з фінансовим (інвестиційним) ринком прямо впливають на здатність до швидких безперервних змін, адекватно відповідати змінам зовнішнього середовища.

Сучасні інноваційні комунікації швидко і ефективно формуються на базі постійних віртуальних ресурсних комунікацій сфери бізнесу суб'єкта інновацій, що складаються з інформації про можливі послуги, їхні зв'язки та особливості потенційних партнерів.

Для цього потрібна взаємодія всіх суб'єктів життєвого циклу інновації від моменту зародження ідеї до утилізації продукції. Це значно скорочує витрати часу та фінансів на його виробництво і реалізацію.

В залежності від форми власності, обсягів

виробництва і фінансових можливостей, можна виділити три основні лінії поведінки промислового підприємства у сфері здійснення науково-практичних розробок (табл.2.).

Сучасною вимогою організації інноваційної діяльності вітчизняними промисловими підприємствами є проведення самостійних НДДКР, спрямованих на розробку нових товарів і послуг. У зв'язку з цим, в управлінні інноваційною діяльністю підприємства особливе місце займають науково-технічні підрозділи, які формують його науковий потенціал і визначають інноваційну стратегію. Але не всі підприємства, які здійснюють інноваційну діяльність, використовують дану тактику розвитку. Багато з них для проведення науково-дослідних робіт залучають сторонні підприємства, організації та установи або купують у них права на використання нововведень.

Лінія поведінки промислового підприємства у сфері здійснення науково-практичних розробок
[систематизовано на підставі [2,5,13]]

Лінія поведінки	Характеристика дій
1. Відмова від власних НДДКР	Малі підприємства та підприємства, контрольовані іноземним власником, закупають готові комплектуючі вузли, устаткування, ліцензії, технології або адаптують зарубіжні зразки, конструкторські та технологічні рішення
2. Здійснення розробок у власних наукових підрозділах і КБ	Підприємства, що зберегли свої дослідницькі та конструкторські підрозділи в період перебудови або не володіють засобами на залучення наукових організацій та фахівців з боку, орієнтуються на власні сили при проведенні досліджень
3. Користування послугами сторонніх організацій	Підприємства, що підтримують зв'язки з науково-дослідними інститутами, хоча ступінь участі наукових організацій в інноваційному процесі на промислових підприємствах і форми цих зв'язків розрізняються

ВИСНОВКИ

Вплив специфіки етапів інноваційної діяльності, яка розглядається через наукове, кадрове, інформаційне, матеріально-технічне та фінансове забезпечення, на її ефективність підсилюють або нейтралізують можливості промислового підприємства. Тобто, наявність у підприємства необхідних ресурсів та їх певне використання на кожному етапі інноваційної діяльності, нейтралізує її особливості, не вимагаючи від підприємства специфічних дій, що потребують додаткових витрат часу та грошових коштів. Навпаки, обмеженість ресурсів та їх непередбаченість підприємством на певному етапі акцентують його увагу та підсилюють вплив специфіки інноваційної діяльності, що у свою чергу негативно відзначиться на її ефективності.

Крім того, особливості інноваційної діяльності промислового підприємства визначаються її цілями та специфічністю інноваційних розробок, що також додає особливостей процесу комерціалізації. Типовими інноваційними цілями промислового підприємства можуть бути [2,3,4,12,15,16,17,18]: нові продукти та послуги; удосконалення продукту і виробничого процесу; впровадження нововведень у всіх видах організаційної та управлінської діяльності. Цілями інноваційної діяльності підприємства з позицій його внутрішніх потреб є: підвищення ефективності виробництва за рахунок оновлення всіх виробничих систем, підвищення конкурентних переваг підприємства на базі ефективного використання наукового, науково-технічного, інтелектуального і економічного потенціалів.

Таким чином, цілі інноваційної діяльності зумовлюють роль і місце промислового підприємства у інноваційному процесі (винахідник, консультант, інвестор), що у свою чергу характеризує масштаб його інноваційної діяльності (у вузькому або широкому сенсі) та визначає наявність процесу комерціалізації.

Список використаних джерел

1. Амоша О.І. Організаційно-економічні механізми активізації інноваційної діяльності в Україні / О.І. Амоша // Економіка промисловості. – 2005. – № 5 (31). – С. 15–21.
2. Кузьмін О.Є. Активізування інвестиційної та

інноваційної діяльності підприємств: [монографія] / О.Є. Кузьмін та інш. – Стрий: ТзОВ «Укрпол», 2005. – 250 с.

3. Філіппова С.В. Особливості процесу комерціалізації інноваційних розробок промислового підприємства: [монографія.] / С.В. Філіппова, Ю.В. Ковтуненко. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. – 214 с.

4. Гриньова В.М. Діалектика зв'язку та впливу фінансового механізму на інноваційний розвиток економіки України: [монографія] / В.М. Гриньова, О.М. Колодізев, О.Г. Зима. – Х.: ФОП Павленко О.Г., ВД «ІНЖЕК», 2011. – С. 168 – 188.

5. Меркулов М.М. Проблеми трансферу управлінських технологій / М.М. Меркулов // Одеса: Економіка харчової промисловості. – 2011. – Вип. 2. – С.10–15

6. Покропивний С.Ф. Інноваційний менеджмент у ринковій системі господарювання / С.Ф. Покропивний // Економіка України. – 2005. – № 2. – С. 24–31.

7. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов // Стандарт третьего поколения. – [6-е изд.]. – СПб.: Питер, 2012. – 448 с.

8. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / И.Т. Балабанов – СПб.: Питер, 2001. – 304 с.

9. Ковтуненко К.В. Роль учасників інноваційної діяльності в процесі використання інноваційних розробок / К.В. Ковтуненко // Економіка харчової промисловості: Науковий журнал. – №2 (18). – Одеса: Фенікс, 2013. – С. 63–66.

10. Filypova S.V. Commercialization and technology transfer: the processes' contents and correlation in the innovative activity of industrial enterprise [Електронний ресурс] / Svitlana V. Filypova, Yuri V. Kovtunencko // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – №2(7). – Одеса: ОНПУ, 2013. – С.33–38.

11. Ковтуненко Ю.В. Особливості організації процесу комерціалізації інноваційних розробок високотехнологічних підприємств // Праці Одеського політехнічного університету: Науковий та науково-виробничий збірник. – Одеса, 2012. – Вип. 2(39). – С. 313–317

12. Смоляр Л.Г. Роль соціального капіталу у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства / Л.Г. Смоляр, А.А. Халімов // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 2. – С. 201 – 210.
13. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: [монографія] / ред. С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Унів. кн.», 2006. – 727 с.
14. Філіппова С.В. Документальне забезпечення поетапного аналізу процесу комерціалізації науково-дослідної діяльності ВНЗ: [монографія] / С.В. Філіппова, І.О. Башинська, Ю.В. Ковтуненко. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (Донецьке відділення), 2012. – 181 с.
15. Меркулов М.М. Науково-технологічний розвиток і управління інноваціями: [монографія] / М.М. Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.
16. Гриньова В.М. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства: [монографія] / В.М. Гриньова, Д.С. Бутенко. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 228 с.
17. Захарченко В.И. Особенности организационных форм инновационной деятельности / В.И. Захарченко // Прометей. – 2006. – № 3. – С. 70–73
18. Ковтуненко К.В. Innovative process stages as the basis of an industrial enterprise's innovative activity / К.В. Ковтуненко // Праці Одеського політехнічного університету: Науковий та науково-виробничий збірник. – Одеса, 2013. – Вип. 2(41). – С.331–335.