

## ДО ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕТАПУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НОВОВВЕДЕНЬ

*Т.І. Черкасова, к.е.н., професор,*

*С.С. Лебедєва, студент*

*Одеський національний політехнічний університет*

В сучасних умовах промисловим підприємствам для забезпечення ефективного розвитку та збереження досягнутого рівня конкурентоспроможності недостатньо тільки розробляти інноваційні продукти, а й принципово важливо впроваджувати їх у виробництво та реалізовувати на ринку у стислий період часу, забезпечуючи високу якість та конкурентоспроможність нової продукції, що й є метою етапу комерціалізації нововведення.

Питання, пов'язані з відбором розробок для комерціалізації, з пошуком інвесторів, підтвердженням прав інтелектуальної власності, проведенням маркетингових досліджень з метою забезпечення ефективності інноваційного проекту, завжди були в центрі уваги науковців. Цими питаннями займалися Е. Брукінг та Б. Твісс, П. Друкер та Ф. Махлуп, В. Гриньова, С. Ілляшенко, В. Мухопад, П. Перерва, О. Ястремська та багато інших. Але питання впливу на результативність процесу комерціалізації розробок окремих прямих його учасників ще не отримали необхідної оцінки.

Метою роботи є визначення умов діяльності фірм-посередників та їх впливу на рівень ефективності етапу комерціалізації інноваційного процесу.

У цілому всіх учасників процесу комерціалізації інновацій можна розділити на три категорії – розробники інновацій, їх покупці (інвестори) та посередники [1]. До розробників інновацій як правило відносять:

– науково-дослідні інститути, які мають цільове пряме державне фінансування, цільове фінансування за рахунок окремих інвестиційних програм та фінансування за рахунок окремих грантів як вітчизняних, так й міжнародних. Ці учасники процесу комерціалізації, як правило, розроблюють окремий науково-технічний напрям, де кожна розробка вирішує окреме завдання, та мають умовно сталий рівень фінансування. Для них характерним є високий професійний та компетентнісний рівень працівників, розгалужена інформаційна база та спрямованість на передачу науково-технічної інформації далі;

– малі та середні підприємства, які цілеспрямовано проводять комерціалізацію розробок своїх співробітників. Ці учасники процесу комерціалізації, як правило, пропонують розробки, що мають незначний рівень

новизни та для яких характерним є обмеженим рівень фінансування. Обмежене фінансування, недостатній рівень інформаційної бази розробок, націленість на самостійне виробництво за умов обмеженості масштабних маркетингових досліджень часто приводять до необґрунтованої оцінки основних результатів проекту;

– колективи винахідників, які не мають потенційних інвесторів і фінансуються невеликими разовими грантами. Впровадження у виробництво результатів розробок цієї групи особливо проблематично, тому що потребує послуг по цілеспрямованому пошуку як інвесторів, так й споживачів-виробників нової продукції. Важливим питанням залишається цільова підготовка фахівців для нового виробництва у підприємств-потенційних виробників.

Всі групи розробників інноваційних проектів мають спільні проблеми, рішення яких потребує наявності посередників, що будуть здійснювати пошук та залучення інвестиційних ресурсів, формувати систему інформаційного забезпечення процесу комерціалізації. До останньої слід пред'являти особливі вимоги, тому що вона повинна стати основою прийняття різнопланових управлінських рішень щодо пошуку споживачів нової технології; формування бази знань у обраному науково-технічному напрямку, яка дозволить відслідковувати появу інноваційних технологічних рішень фірм-конкурентів та прогнозувати напрями розвитку підприємств галузі; здійснювати пошук інвесторів та визначати більш прийнятні умови фінансування проектів; забезпечувати цільову підготовку фахівців, здатних керувати процесом реалізації інноваційного проекту.

Саме на цій основі вирішується питання об'єднання ресурсів декількох підприємств-учасників ланцюжка, що створюється в рамках виконання науково-дослідних проектів. Такими посередниками, як правило, виступають центри комерціалізації, консалтингові та інжинірингові компанії, інноваційні центри та бізнес-інкубатори, які надають ряд послуг, що забезпечують підвищений рівень результативності етапу комерціалізації нововведення за рахунок планування просування розробки на ринок та поетапному контролю за результатами. До кваліфікації та рівня підготовки окремих працівників фірм-посередників необхідно пред'являти підвищені вимоги, тому що від них прямо залежить обґрунтованість експертної оцінки майбутньої конкурентоспроможності інноваційного проекту.

Посередницькі структури доцільно створювати на основі технічних університетів, що дозволить більш повно використовувати їх науково-технічний та освітній потенціал. Основні задачі створення центрів-

посередників направлені на підготовку високо кваліфікованих фахівців, які відповідають потребам ринку праці в умовах становлення економіки знань; розширення типів і форм співробітництва із бізнесом; моніторинг існуючих і перспективних потреб бізнесу; створення єдиної бази знань, доступної для підприємств, що взаємопов'язані умовами комерціалізації нової технології.

Діяльність центрів-посередників за умов взаємодії по реалізації інноваційних проектів забезпечить взаємо обмін найкращими практиками та інформацією, сприятиме прискоренню процесу впровадження інноваційних технологій та процесу дифузії інновацій завдяки створенню єдиної бази даних компаній-партнерів. Створення єдиного інформаційно-знаннєвого простору надає можливість залучення окремих підприємств до цього простору. Ефективність діяльності таких посередницьких структур пояснюється також спільною участю всіх підрозділів, які задіяні у виконанні різноманітних проектів, що забезпечить синергетичний ефект у формуванні відповідної бази знань.

Комплексний підхід до підвищення ефективності етапу комерціалізації за рахунок забезпечення підприємств кадрами, які мають відповідний рівень кваліфікації та необхідні компетенції, поглибленого обґрунтування доцільності впровадження інноваційних проектів, консалтингового супроводження питань реінжинірингу виробництва забезпечить досягнення необхідного рівня потенціалу підприємства, що в свою чергу забезпечить можливість реалізації моделі інноваційного розвитку промислового підприємства.

Слід відмітити, що створення сітки таких посередницьких структур потребує подальшого дослідження питань партнерської взаємодії університетів, розробників та підприємств-покупців інновацій як в інституціональній, так й у фінансовій сфері.

### **Література**

1. Катешова М. Как продвигать проекты коммерциализации технологий [Електронний ресурс] / М. Катешова, А. Квашнин // Серия методических материалов «Практическое руководство для центров коммерциализации технологий» : [Електронний ресурс] – Режим доступа: <[http://icct.by/Docs/CommercGuides/guide\\_06.pdf](http://icct.by/Docs/CommercGuides/guide_06.pdf)>