

Юлія Сергіївна Цемашко

аспірантка кафедри економіки підприємств

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана», juliaqz7@yandex.ru

СУЧАСНІ МОДЕЛІ ТРАНСФЕРУ ІННОВАЦІЙ

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ ТРАНСФЕРА ИННОВАЦИЙ

MODERN MODELS OF INNOVATION TRANSFER

Анотація. Розглянуто поняття трансферу інновацій, основні положення концепції відкритих інновацій. Визначено особливості закритих і відкритих бізнес-моделей.

Аннотация. Рассмотрено понятие трансфера инноваций, основные положения концепции открытых инноваций. Определены особенности закрытых и открытых бизнес-моделей.

Abstract. View of the concept of transfer of innovation, basic concept of open innovation. Defined the features of closed and open business models.

Актуальність проблеми трансферу інновацій визначається особливістю сучасного етапу науково-технічного прогресу, що проходить в умовах динамічної глобальної конкуренції, яка базується на використанні новітніх технологій і передбачає зміну економічної ролі процесу інновацій. Інновації у певній мірі є запорукою виживання підприємств у сучасних умовах. Динамічна конкуренція передбачає безперервну розробку і постійне освоєння одночасно кількох технологічних і організаційно-управлінських інновацій, спрямованих на розширення частки ринку і освоєння нових ринкових ніш в умовах високої невизначеності. Постійний рух знань і інновацій між і всередині організацій-учасників актуалізує питання трансферу інновацій. Проте інновація в чистому вигляді не може бути гарантією успіху, сьогодні визначальним є саме її застосування, що реалізується у бізнес-моделі підприємства.

За сучасних умов діяльності бізнес-структур модель реалізації інновацій зазнає змін. Усе більша кількість компаній схиляється до переходу від традиційної, «закритої» моделі інноваційної діяльності, яка передбачає створення інновацій власними силами, до моделі «відкритих» інновацій, яка орієнтована на активну взаємодію із зовнішніми джерелами. Тому необхідним є не лише визначення трансферу інновацій як механічного процесу, а і їх реалізація у інноваційній бізнес-моделі підприємств.

Інновація — це результат інвестування інтелектуального рішення в розробку і отримання нового знання, раніше не застосованої ідеї щодо оновлення сфер життя людей (технології; виробництво; організаційні форми існування соціуму, такі як освіта, управління, організація праці, обслуговування, наука, інформатизація і т. д.) і подальший процес впровадження (виробництва) цього, з фіксованим отриманням додаткової цінності (прибуток, випередження, лідерство, пріоритет, докорінне поліпшення, якісну перевагу, креативність, прогрес). Таким чином, для отримання інноваційного продукту необхідний процес: інвестиції — розробка (проведення НДДКР) — процес впровадження — отримання якісного поліпшення [6].

Сам трансфер — це є рух технології з використанням будь-яких інформаційних каналів від одного її індивідуального або колективного носія до іншого [2, с. 20]. Трансфер інновацій можна розглядати як інституційно-правову форму передачі права використання нововведень іншим економічним суб'єктам на комерційній чи іншій основі, найважливіший ринковий інструмент, що регулює дифузії інновацій. Існують різні форми трансферу, в тому числі повністю або частково безоплатні, наприклад, всередині ТНК і дослідницьких альянсів. Крім того, трансфер інновацій не обмежується тільки міжнародними угодами, а активно протікає всередині економічних систем будь-якого рівня, що доводить патентна статистика багатьох країн [4, с. 55—56].

Ще Генрі Чесбро сказав: «У самій технології ніякої внутрішньої цінності немає — її цінність визначається бізнес-моделлю, за допомогою якої ця технологія виходить на ринок» [5]. Дана теза стосується і інновацій: сьогодні не має великого значення наявність самої інновації, розробленої у компанії, і навіть те, яким чином вона буде передана: чи то трансфер, чи то дифузія, чи спіловер, а важливо те, як вона буде реалізована та яким буде ефект від її запровадження у конкретній бізнес-моделі компанії.

Технологічний бум кінця XIX — початку XX ст. привів до усвідомлення факту, що інвестиції в науку є запорукою успішного розвитку промисловості. Власник унікальної технології отримував величезну конкурентну перевагу в своїй галузі. Таким чином, незважаючи на те, що технологічні процеси ставали все складнішими, а їх розробка все дорожчою, інвестиції в дослідницьку діяль-

ність були невід'ємною частиною успішного розвитку промислових підприємств. Так з'явилася бізнес-модель, при якій весь процес отримання інноваційного продукту протікає всередині компанії, забезпечуючи їй пріоритет в отриманні та виведення на ринок конкурентного продукту. Цю бізнес-модель згодом назвуть «закритою» («закритими інноваціями»), щоб підкреслити її відмінність від «відкритої» бізнес-моделі — принципово нового, яке проявилось в кінці 20 століття підходу до організації отримання інноваційного продукту. Інноваційна бізнес-модель — це спосіб поєднання факторів бізнесу в ланцюжок створення вартості нового продукту і компанії як такої [5].

Відкриті інновації та відкриті бізнес-моделі — терміни, введені Генрі Чесбро. Сама назва говорить про те, що дослідницькі процеси відкриті стороннім компаніям. Г. Чесбро наголошує, що в світі, для якого характерна розосередженість знання, організації можуть створити велику цінність і краще використовувати результати НДДКР, якщо стануть залучати до свого інноваційного процесу знання, інтелектуальну власність і продукти, розроблені на стороні. Крім того, Г. Чесбро доводить, що продукти, технології, знання та інтелектуальна власність, яким компанія не знайшла застосування, можуть принести прибуток, якщо стануть доступні зовнішнім партнерам через ліцензування, створення спільних підприємств або дочірніх компаній. Автор розділяє інновації на отримані «ззовні» і «зсередини». Інновації приходять «ззовні», якщо компанія використовує не свої ідеї, технології або інтелектуальну власність в процесі розвитку і комерціалізації [5].

Відповідно до робіт авторів Т. Гросфелда, Т. Дж. А. Роланда, реалізація моделі «відкритих» інновацій у компаніях може здійснюватися в таких формах:

- *привнесення знань ззовні*. Може здійснюватися шляхом партнерства з дослідницькими організаціями, придбанням зовнішніх інноваційних компаній, закупівлі ліцензій, або угод зі спеціалізованими постачальниками, в рамках ланцюжка створення вартості. Таким чином, використовуючи і інтегруючи знання, отримані із зовнішніх джерел, створюються нові комерційні можливості для компанії;

- *передача знань*. Процес передачі знань у зовнішнє середовище можна пояснити бажанням компанії збільшити віддачу від внутрішніх досліджень і розробок, за допомогою ліцензування та пошуку нових ринків, на яких вони можуть бути затребувані;

- *партнерство*. У формі партнерства процес «відкритих» інновацій здійснюється, завдяки створенню стратегічних альянсів щодо спільної розробки нових продуктів, технологій, ринків і послуг. Співпрацю побудовано на внесенні взаємодоповнюючих знань учасниками. Подібна форма «відкритих» інновацій, як правило, використовується для кооперації у дослідницькій діяльності. Найчастіше партнерство виникає при спільній розробці родових технологій;

- *венчури*. Венчурний бізнес передбачає входження в капітал невеликих інноваційних компаній-стартапів, для вивчення нових ринків і створення принципово нових технологій [4, с. 156]. Тобто, стартапи є піонерами для великої компанії, розробляючи технології, мають високі ризики невдач, але можуть мати великий потенціал при їх комерціалізації. Також можливе отримання інновацій за допомогою інноваційних бізнес-інкубаторів, технопарків та інноваційно-технологічних центрів;

- *інновації з ініціативи користувачів*. Як правило, більшість типів «відкритих» інновацій здійснюються за ініціативою компаній. Однак для більшої успішності інноваційного продукту потрібно участі клієнтів, яке дозволяє збільшити ймовірність задоволення їх потреб і посилити бажання придбати нові продукти. Залучення клієнтів у інноваційний процес дозволяє компанії знизити ризики, за допомогою отримання зворотного зв'язку від кінцевих споживачів продукту [1, с. 26].

В економіці знань змінилися пріоритети форм доходів — інтелектуальна рента стала пріоритетною по відношенню до виробничого прибутку і фінансової ренти. Звідси зміна поглядів на бізнес-моделювання. Потреба сучасних компаній у великій кількості досліджень і розробок призводить до того, що модель здійснення інноваційної діяльності зазнає змін. Все більша кількість компаній схильється до переходу від традиційної «закритою» моделі часів індустріального типу суспільства, яка передбачає створення інновацій власними силами, до моделі «відкритих інновацій», спрямованої на активну взаємодію з зовнішніми джерелами ідей і технологій.

Література

1. Архипов С.Ю. «Открытые» инновации как модель развития инновационной деятельности в российских компаниях / С.Ю. Архипов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). — 2012. — №11(19).
2. Гибсон Д. Трансфер технологий между субъектами рынка / Д. Гибсон // Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций. — М. : АНХ, 1999. — С. 20.
3. Дулетин Ю.А., Н.В. Казакова. Стратегии трансфера инноваций в инновационных системах / Ю.А. Дулетин, Н.В. Казакова // Инновационные технологии управления ИнВестРегион. — 2010. — №4. — С. 54—59.
4. Рогова Е.М., Ткаченко Е.А., Фияксель Е.А. Венчурный менеджмент / Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко, Е. А. Фияксель. — М.: НИУ ВШЭ, 2011.

5. Чесбро Г. Открытые инновации. Создание прибыльных технологий / Пер. с англ. В. Н. Егорова. — М.: Поколение, 2007. — 336 с.

6. Интернет-джерело: <https://ru.wikipedia.org>

УДК 330

Анна Заріпова¹

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ТА ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ И ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ

COMMERCIALIZATION AND TECHNOLOGY TRANSFER: COMPARATIVE ANALYSIS

Анотація. Розглянуто сутність процесів комерціалізації та трансферу технологій, досліджено трактування цих понять різними науковцями та організаціями. Здійснено порівняння процесів за набором критеріїв.

Ключові слова: технологія, комерціалізація технологій, трансфер технологій.

Аннотация. Рассмотрена сущность процессов коммерциализации и трансфера технологий, исследованы трактовки этих понятий разными учеными и организациями. Проведено сравнение процессов по набору критериев.

Ключевые слова: технология, коммерциализация технологий, трансфер технологий. **Abstract.** Identified the processes of commercialization and technology transfer, studied interpretations of these concepts by different scientists and organizations. Compared processes on a set criteria.

Keywords: technology, technology commercialization, technology transfer.

Постановка проблеми. Сьогодні питання інноваційного розвитку підприємства набуває дедалі важливішого значення, адже саме така характеристика, як «інноваційність» самого підприємства, його продукції чи послуг може гарантувати йому провідну позицію на ринку та забезпечити конкурентні переваги. Проте вона досягається після відповідних розробок і впровадження їх у життя — здійснення комерціалізації — та за рахунок трансферу технологій. Часто ці поняття ототожнюють, проте вони різняться та мають доволі різну сутність і механізми реалізації. Тому, перш за все, важливим є компаративний аналіз даних процесів.

Постановка завдання. Питанню комерціалізації і трансферу технологій присвячено праці таких вчених, як Райзберг Б.А., Лозовський Л.Ш., Стародубцева О.Б., Євгахова І.Ю., Краснікова О.О., Тітов В.В., Монастирський Є.О., Грік Я.Н., Коноваленко В.В., Андросова О.Ф., також висвітленням даної теми займаються різні науково-дослідні інноваційні установи, асоціації. Проте деякі з дослідників не розділяють ці поняття або ж розглядають їх доволі вузько, описуючи лише одну їх сторону. Таким чином, постає необхідність у дослідженні процесів «комерціалізація технологій» і «трансфер технологій» і знаходження ключових відмінностей між ними.

Виклад основного матеріалу. У Великому економічному словнику А. Б. Борисова термін «комерціалізація» трактується за двома варіантами: за першим підходом комерціалізація означає підпорядкування діяльності цілям вилучення прибутку; за другим — широке використання комерційних витоків в економіці, розширення кількості комерційних організацій [2, с. 378]. Проте варто зазначити, що ці два трактування терміну не повно розкривають його зміст, адже перший варіант визначення говорить про отримання прибутку від діяльності (хоча по суті, господарська діяльність сама по собі передбачає отримання фінансових результатів), а другий варіант трактує комерціалізацію просто як процес збільшення кількості фірм, підприємств, об'єктів господарювання, що генерують прибутки.

І. Ю. Євгахова та О. О. Краснікова у своїй роботі «Інноваційний менеджмент. Шпаргалка» пишуть, що процесом введення на ринок інновацій (новинки) зазвичай називають процес комерціалізації чи процес комерціалізації технологій [3]. Комерціалізація наукових розробок і технологій завжди пов'язана з поняттям інноваційного процесу, в ході котрого науковий результат чи технологічна розробка направлена на генерування комерційного результату, тобто отримання фінансових результатів. Слід зауважити, що вищенаведене визначення поняття комерціалізації є більш повним і відображає вже не лише факт отримання прибутку від господарської діяльності, а говорить про отримання прибутку як про наслідок здійснення комерціалізації після введення на ринок інновації чи наукової розробки. Тобто Євгахова та Краснікова вже пов'язують комерціалізацію із поняттям «інновація» [3, с. 43].

¹ Анна Олександрівна Заріпова – аспірант кафедри економіки підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет». E-mail: AnuyutKO@bigmir.net