

РОЛЬ І МІСЦЕ ЗНАНЬ У КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

THE ROLE AND PLACE OF KNOWLEDGE IN THE COMMERCIALIZATION OF INNOVATIONS AS A TOOL FOR REALIZATION OF ENTERPRISE POTENTIAL

Стаття присвячена дослідженню ролі та місця знань у процесі комерціалізації інновацій. Проаналізовано погляди вітчизняних та зарубіжних учених щодо поняття комерціалізації знань. Виявлено роль та місце знань у забезпеченні відповідності економічної діяльності підприємства сучасним вимогам економічного розвитку. Розглянуто основні способи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Запропоновано схему, що характеризує роль знань у створенні і комерціалізації знаннеорієнтовних інновацій.

Ключові слова: комерціалізація, потенціал розвитку підприємства, знання, інновації, об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ), науково-дослідні дослідно-конструкторські роботи (НДДКР)

Статья посвящена исследованию роли и места знаний в процессе коммерциализации инноваций. Проанализированы взгляды отечественных и зарубежных ученых относительно понятия коммерциализации знаний. Выявлена роль и место знаний в обеспечении соответствия экономической деятельности предприятия современным требованиям экономического развития. Рассмотрены основные способы коммерциализации объектов интеллектуальной

собственности. Предложена схема, характеризующая роль знаний в создании и коммерциализации знание ориентированных инноваций.

Ключевые слова: коммерциализация, потенциал развития предприятия, знания, инновации, объекты интеллектуальной собственности (ОИС), научно-исследовательские опытно-конструкторские работы (НИОКР).

The article is devoted to study the role and place of knowledge in the process of commercialization of innovations. The author has analyzed the views of domestic and foreign scholars on the concept of knowledge commercialization. The role and place of knowledge is defined in ensuring compliance with the economic activity of the enterprise requirements of modern economic development. The main ways to commercialize intellectual property were examined by the author. The author developed the diagram that shows the relationship between elements and the role of knowledge in the commercialization of innovations which based on knowledge.

Key words: Commercialization, development potential of enterprise, knowledge, innovations, intellectual property objects (IP), research development (R&D).

УДК 005.591.6+005.336.5+005.94

Рот-Сєров Є.В.

аспірант кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумський державний університет

Постановка проблеми. У сучасних умовах для бізнесу надзвичайно важливим є питання збереження та посилення конкурентних переваг. Практика свідчить, що забезпечити стійкі конкурентні переваги підприємств та установ можливо лише за умови розвитку інноваційним шляхом, який передбачає створення і впровадження інновацій. Це потребує конвертування результатів їх науково-дослідної та дослідно-конструкторської діяльності (НДДКР) у грошовий еквівалент, тобто комерціалізації. Лише комерціалізація інновацій (продуктових, технологічних, управлінських тощо) дозволить успішно протидіяти конкурентному тиску і посилити позиції на національних і міжнародних ринках.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Проблеми комерціалізації досліджено в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема, таких, як: Мешко Н.П., Робота П.В. [5], Бендерієн Р. [6, 13], Ступнікер Г.Л. [7], Денисюк В.А. [8], Маккой Е.П., Бадініелі Р., Коебель К.Т., Табет В. [9], Жиц Г.І., Квашніна М.Н. [10]. Ними детально опрацьовано питання комерціалізації інноваційних розробок, сформовано відповідні інструменти і методи. Проте, питання комерціалізації інновацій, основу яких становлять новітні знання, а також ролі знань щодо методів реалізації інноваційного потенціалу підприємств та установ, розкрито не достатньо.

Постановка завдання. Дослідити роль і місце знань у процесі комерціалізації інновацій, який розглядається як інструмент реалізації потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах бурхливого технологічного розвитку господарюючим суб'єктам надзвичайно важливо реагувати на зміни умов зовнішнього мікро- та макросередовища, оперативно приводити у відповідність до них наявний потенціал інноваційного розвитку.

Сутність інноваційного розвитку полягає у виборі раціональних шляхів реалізації інноваційного потенціалу, які дозволяють повною мірою розкрити і посилити наявні конкурентні переваги господарюючого суб'єкта. Різні науковці по різному трактують сутність і зміст інноваційного потенціалу (потенціалу інноваційного розвитку), а також роль знань у його реалізації. Шаміна Л.К. визначає інноваційний потенціал як забезпеченість підприємства висококваліфікованими науковими кадрами та сприйняття інновацій ззовні і можливість реалізації нововведень на благо підприємства [1, с. 60]. Савчук А.В. під інноваційним потенціалом розуміє сукупність ресурсів підприємства, які можуть бути використані у процесі інноваційної діяльності [2]. Гриньов А.В. зазначає, що іннова-

ційний потенціал це сукупність усіх матеріальних та нематеріальних ресурсів підприємства, що використовуються у процесі здійснення інноваційної діяльності і містить у собі ресурси, що можуть забезпечити досягнення конкурентних переваг за допомогою використання інновацій [3]. Аналізуючи ці та інші визначення, можна виділити наступне: інноваційний потенціал – це сукупність ресурсів, що дозволяють розвиватися інноваційним шляхом, забезпечуючи при цьому ефективне функціонування підприємства і конкурентні переваги. Але для інноваційного розвитку не достатньо лише певного обсягу ресурсів, необхідні знання щодо ефективного використання наявних ресурсів, а також методів залучення необхідних ресурсів ззовні. Світовий досвід свідчить, що роль знань у веденні успішно бізнесу є дуже значною. Системний аналіз і узагальнення літературних джерел [5-10] і практики господарювання дозволив виділити основні напрями впливу знань на діяльність господарюючих суб'єктів (рис. 1).

Розглянемо детальніше роль знань у забезпеченні ефективності інноваційних процесів на підприємстві. У контексті розгляду питання з точки зору інноваційної діяльності знання мають дуалістичну природу.

З одного боку вони виступають як ресурс (елемент інноваційного потенціалу), а з іншого – визначають можливість ефективної реалізації іннова-

ційного потенціалу [4, с. 50]. Тобто, наприклад, з одного боку це сама технологія, а з іншого – знання щодо того, як правильно та ефективно впровадити цю технологію у виробничий процес чи організаційну структуру. Підприємства можуть продукувати технологічні або продуктові інновації самостійно або ж залучати їх ззовні. У залежності від обраного шляху розвитку та існуючих внутрішніх і зовнішніх можливостей знання необхідні як для продукування, так і для впровадження технологій. На рис. 2 автором представлені можливі сценарії дій щодо технології в залежності від того продукує чи залучає підприємство нові технології.

Для вітчизняних товаровиробників, які обмежені у коштах актуальним є комерціалізація наявних знань щодо потреб ринку, власних можливостей тощо.

Аналіз та узагальнення поглядів вітчизняних і зарубіжних науковців щодо поняття комерціалізації інновацій, що базуються на знаннях, дозволили автору систематизувати їх (рис. 3).

Ураховуючи вищезазначені погляди різних науковців, можна зробити висновок, що комерціалізація – це процес перетворення результатів інтелектуальної праці (ідей, технологій, методик та ін.) у товар чи послугу. Від їх продажу чи передачі прав на їх використання можна отримати прибуток.

У такому разі технології та інновації стають джерелом прибутку, – самостійним продуктом, що має

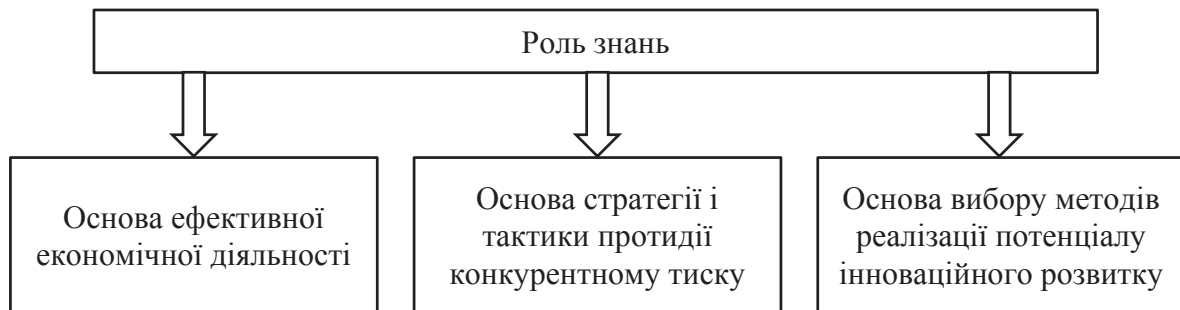


Рис. 1. Роль знань у відповідності до сучасних вимог економічного розвитку

Джерело: авторська розробка

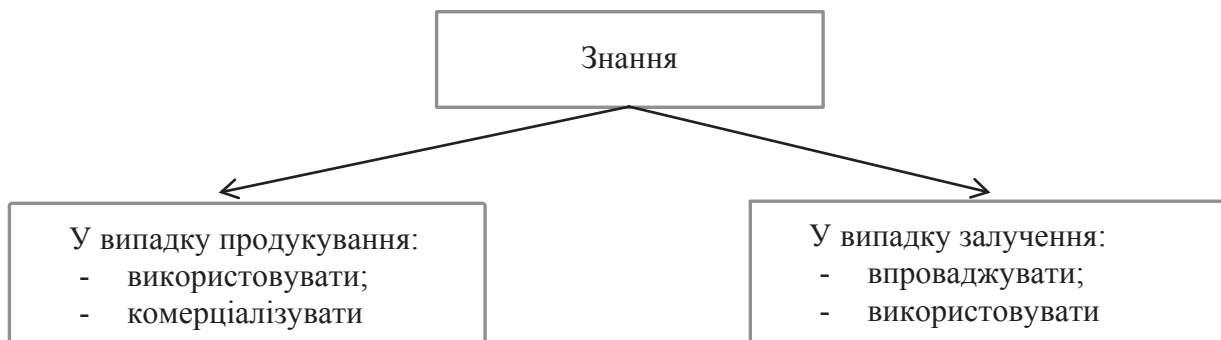


Рис. 2. Можливі сценарії дій щодо інноваційної технології у залежності від того продукує чи залучає її конкретне підприємство

Джерело: авторська розробка

свою ринкову вартість [11]. У цілому ж, комерціалізація – це діяльність, пов’язана із доведенням технологій чи продуктів до виробництва і поширення продукту у матеріальній чи нематеріальній формі, їх можна продати з метою отримання прибутку.

Основні способи комерціалізації об’єктів інтелектуальної власності (продуктових чи процесних), систематизовано Цибульовим П.М. [12, с. 65]. Зокрема, крім використання ОІВ у власній діяльності підприємства чи установи, він виділяє: продаж прав власності або ж передачу прав на використання ОІВ за різними договорами (ліцензійним, лізинговим, франшизи тощо).

Узагальнення викладеного дозволило запропонувати принципову схему, що характеризує роль

знань у створенні і комерціалізації знаннєорієнтовних інновацій (рис. 4).

Проте, це лише одна сторона знань як джерела формування і посилення конкурентних переваг, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку.

Знання також дозволяють раціоналізувати та забезпечити ефективність вибору методу реалізації нової техніки, технологій її виготовлення, методів виробництва і збуту тощо, що базується на нових знаннях. Тобто, знання – це не лише основа актуальних інновацій, але й основа їх ефективного впровадження (комерціалізації).

Так у роботі Ілляшенка С.М. [14] запропоновано методичні підходи до раціоналізації ведення

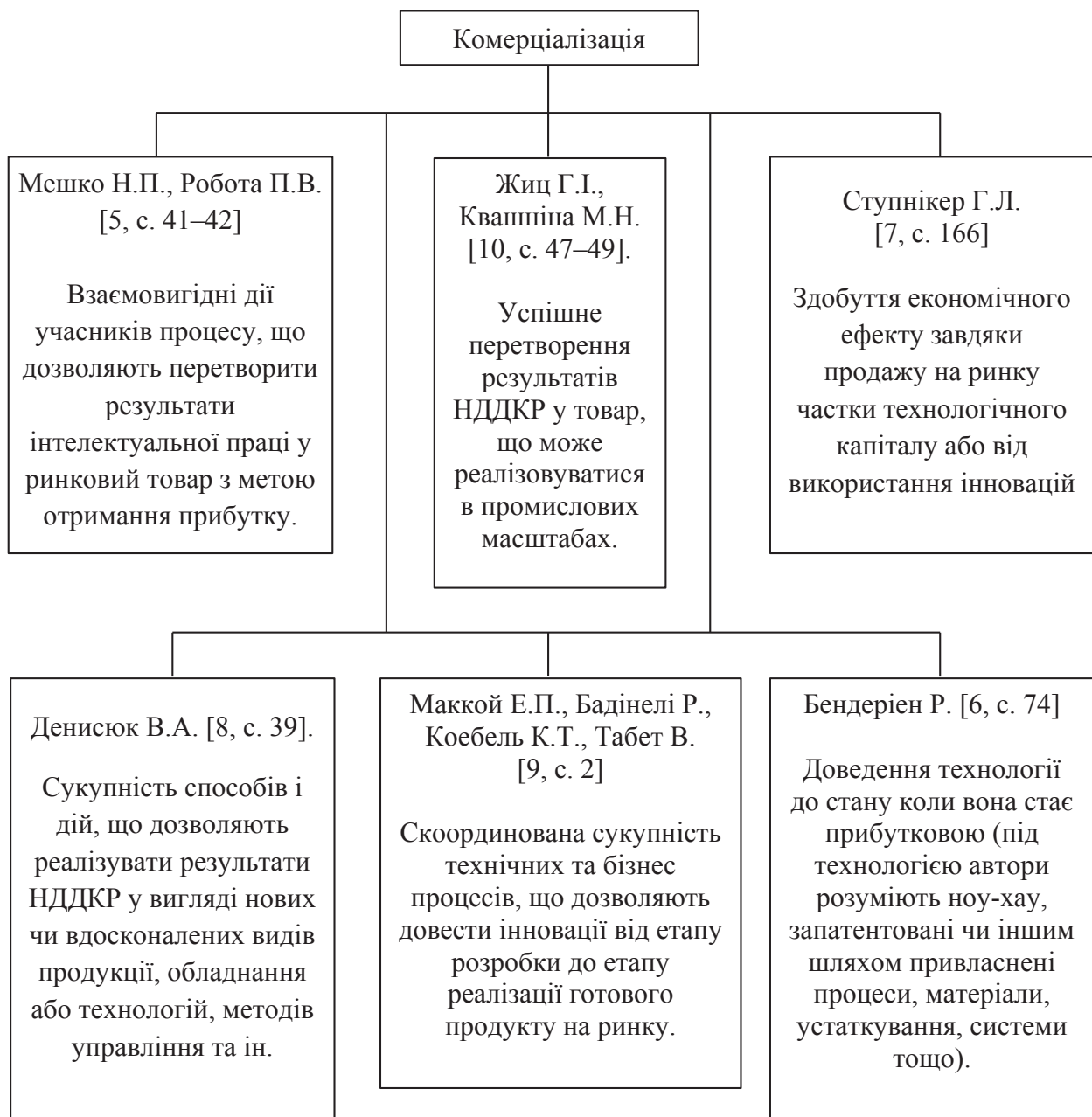


Рис. 3. Погляди вчених щодо поняття «комерціалізація»

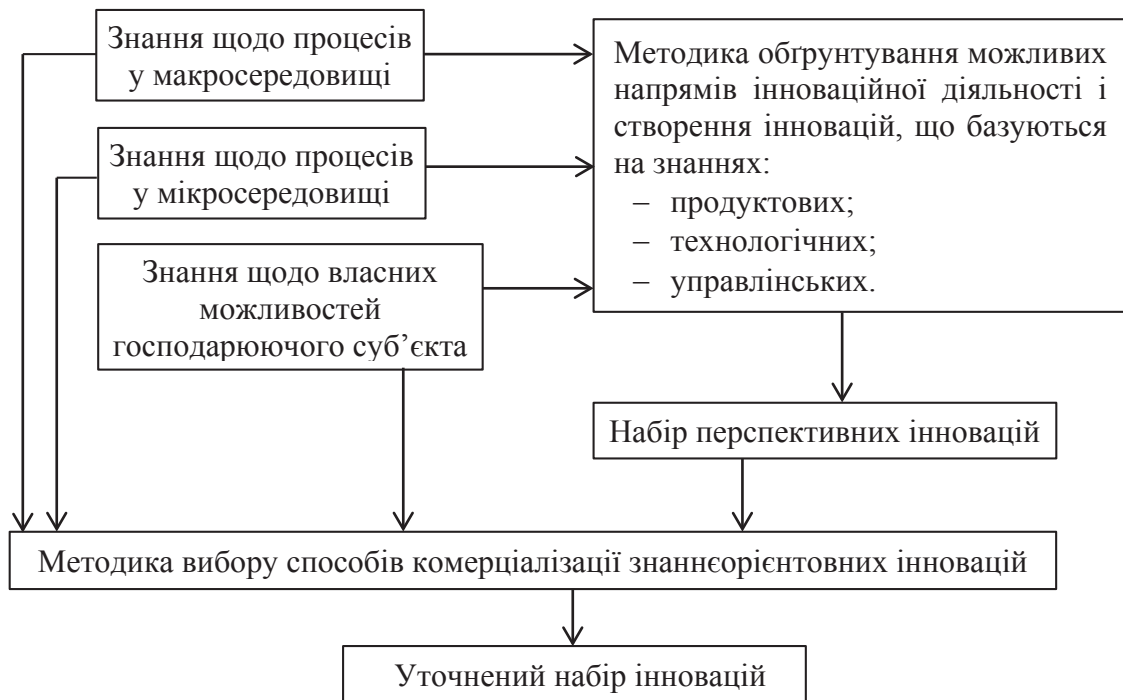


Рис. 4. Роль знань у створенні і комерціалізації знаннеорієнтовних інновацій

Джерело: авторська розробка

інноваційної діяльності. Зокрема, вибір оптимальних стратегій інноваційного розвитку здійснюється шляхом порівняння фінансових і часових витрат на створення інновацій власноруч чи придбання ліцензії на її виготовлення. Або ж на основі порівняння фінансових і часових витрат на створення продуктової інновації певного ступеня новизни чи створення процесної інновації (технологічної чи маркетингової).

Знання в свою чергу є невід'ємною складовою процесу комерціалізації так, як вони беруть участь на всіх етапах перетворення ідей та технологій у готові ринкові товари чи послуги.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнюючи вищесказане, слід зазначити:

- Уточнено роль знань у забезпеченні процесу економічного розвитку, зокрема, у формуванні і реалізації інноваційного потенціалу та інноваційного розвитку організацій;

- Визначено можливі напрями використання розроблених чи залучених інноваційних технологій, що базуються на знаннях;

- Уточнено сутність і зміст поняття «комерціалізація знань», що дозволяє цілеспрямовано управляти процесами їх створення та використання, оцінювати результативність використання;

Отримані наукові результати у сукупності розвивають засадничі аспекти менеджменту та маркетингу знань стосовно застосування знання як об'єкта інтелектуальної власності.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розроблення методичних підходів до управління комерціалізацією знань, що втілені

у нові продукти, технології їх виготовлення, нові методи управління тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шамина Л.К. Инновационный потенциал предприятия [Текст] / Шамина Л.К. // Инновации, 2007. – № 9(107). – С. 58-60.
2. Савчук А.В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики промышленности. – Донецьк, 2003. – 448 с.
3. Гриньов А.В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / А.В. Гриньов // Проблеми науки. – 2003. – № 12. – С. 12-17.
4. Illiashenko Sergii. Knowledge as a factor of organization's competitive benefits: prospects for Ukraine /Sergii Illiashenko, Yevhenii Rot-Sierov // Economic Annals-XXI. – 2016. – № 156(1-2). – P. 49-53. Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/44616/1/Illiashenko_Rot-Serov_Znannya.pdf.
5. Мешко Н.П. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності у сфері міжнародного науково-технічного обміну / Н.П. Мешко, П.В. Робота // Економічний простір. – 2008. – № 12/1. – С. 40-46.
6. Bandarian R. Evaluation of commercial potential of a new technology at the early stage of development with fuzzy logic / Bandarian Reza // Journal of Technology Management and Innovation. – 2007. – Volume 2, Issue 4. – С. 73-85.
7. Ступнікер Г.Л. Комерціалізація інтелектуальної власності як інструмент управління інтелектуальним капіталом / Г.Л. Ступнікер // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 163-170.

8. Денисюк В.А. Комерціалізація результатів науково-дослідних робіт: проблеми і перспективи / В.А. Денисюк // Вісн. НАН України. – 2006. – № 5. – С. 39-53.

9. Concurrent Commercialization and New-Product Adoption for Construction Products [Електронний ресурс]: (матеріали конф. «The construction and building research conference of the Royal Institution of Chartered Surveyors» COBRA 2008) / Andrew P. McCoy, Dr. Ralph Badinelli, Dr. C. Theodore Koebel, Dr. Walid Thabet // Dublin Institute of Technology, Dublin, 4-5 September 2008; ред.: Kate Carter [та ін.] – Режим доступу: http://www.rics.org/site/download_feed.aspx?fileID=3439&fileExtension=PDF.

10. Жиц Г.И. Коммерциализация новшеств и инновационный трансфер: некоторые подходы к трактовке понятий / Г.И. Жиц, М.Н. Квашнина // Инновации. – 2006. – № 11(98). – С. 47-51.

11. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: [монографія] / О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землянкін та ін.; НАН України. Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2007. – 328 с.

12. Цибульов П.М. Комерціалізація результатів науково-дослідних робіт [Електронний ресурс] / П. М. Цибульов // НТІ. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <http://ttb.kpi.ua/ua-s/publications/cibulov2>

13. Bandarian R. From idea to market in ripi: an agile frame for ntd process / Bandarian Reza // Journal of Technology Management and Innovation. – 2007. – Volume 2, Issue 1. – С. 25-41.

14. Ілляшенко С.М., Балацький О.Ф., Міцура О.О. Теоретико-методичні засади оцінки ринкової адекватності ідей і задумів товарних інновацій// Механізм регулювання економіки, 2009. – № 3. У. 2 т. Т. 2. – С. 17-26.