

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ В УКРАЇНІ

STRATEGIC ORIENTATIONS OF COMMERCIALIZATION OF INNOVATIVE IDEAS IN UKRAINE

У статті розкрито стратегічні орієнтири комерціалізації інноваційних ідей. Висвітлені сучасні особливості комерціалізації нових ідей. Обґрунтовано, що задля повнішої мобілізації наявного потенціалу для практичного втілення стратегії інноваційного розвитку України необхідне поглиблення співпраці між наукою (науково-дослідні організації), освітою (університети) та бізнесом (підприємства реального сектору). Визначено, що основним завданням держави для успішної комерціалізації нових знань є зацікавленість інвестування ДіР та своєчасну комерціалізацію їх результатів. Відмічено, що в національній економіці переважає модель організації інноваційного підприємництва, орієнтована на пропозицію. Визначено необхідність її переорієнтації задля своєчасної комерціалізації нових знань у модель, орієнтовану на ринковий попит. Відзначено важливу роль у процесах прогнозування попиту форсайтних досліджень. Аргументовані базові стратегічні орієнтири, досягнення яких складає основу визначення цілей подальшого розвитку національної економіки.

Ключові слова: інноваційні ідеї, інноваційне підприємництво, нові знання, комерціалізація, стратегічні орієнтири.

В статье раскрыто стратегические ориентиры коммерциализации инновационных идей. Освещены современные особенности коммерциализации новых идей. Обосновано, что для полной мобилизации имеющегося потенциала для практического воплощения стратегии инновационного развития Украины необходимо углубление сотрудничества между наукой (научно-исследовательские организации), образованием (университеты) и бизнесом (предприятия реального сектора). Определено, что основной задачей государства для успешной коммерциализации новых знаний является заинтересованность инвестирования ИиР и своевременную коммерциализацию их результатов. Отмечено, что в националь-

ной экономике преобладает модель организации инновационного предпринимательства, ориентированная на предложение. Определена необходимость ее переориентации для своевременной коммерциализации новых знаний в модель, ориентированную на рыночный спрос. Отмечено важную роль в процессах прогнозирования спроса форсайтных исследований. Аргументированные базовые стратегические ориентиры, достижение которых составляет основу определения целей дальнейшего развития национальной экономики.

Ключевые слова: инновационные идеи, инновационное предпринимательство, новые знания, коммерциализация, стратегические ориентиры.

The article reveals the strategic guidelines for the commercialization of innovative ideas. Modern features of commercialization of new ideas are covered. It is substantiated that in order to fully mobilize the existing potential for the practical implementation of the strategy of innovative development of Ukraine, it is necessary to deepen cooperation between science (research organizations), education (universities) and business (real sector enterprises). It is determined that the main task of the state for the successful commercialization of new knowledge is the interest in investing in R&D and timely commercialization of their results. It is noted that in the national economy the model of the organization of innovative business, focused on the offer prevails. The necessity of its reorientation for timely commercialization of new knowledge into a model focused on market demand has been determined. An important role in the processes of forecasting the demand for foresight research is noted. Argued basic strategic guidelines, the achievement of which is the basis for determining the goals of further development of the national economy.

Key words: innovative ideas, innovative entrepreneurship, new knowledge, commercialization, strategic guidelines.

УДК 330.341.1(477): 556.46

Крилова О. О.

здобувач

Причорноморський

науково-дослідний інститут

економіки та інновацій

Постановка проблеми. Активізація інноваційного підприємництва у контексті перманентного потоку нових знань та їх своєчасної комерціалізації відображає основні орієнтири нової парадигми розвитку сучасної економіки. Інформатизація, інтеграція та глобалізація посилюють зміни у характері інноваційної діяльності, орієнтують її на індивідуалізацію інноваційних ідей, ефективніше використання потенціалу нових знань. Такі зміни відбуваються під впливом низки чинників, якими передбачені вимогливість клієнтів та індивідуалізація їх потреб, посилення конкуренції, трансформація освіти, інноваційної інфраструктури, державних політик щодо інноваційного процесу, необхідність оптимізації витрат, скорочення часу

отримання інформації тощо. Врахування таких змін в інноваційних процесах спроможна забезпечувати потенційні конкурентні переваги впродовж тривалого періоду.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Одним з головних аспектів вибору стратегічних орієнтирів є створення технологічної структури економіки, яка б посилювала її конкурентоспроможність. Зокрема, на думку Пилипенко Ю.І., під впливом глобальної конкуренції виникає необхідність посилення державної участі у визначення переліку «ключових технологій», нарощення інвестицій у наукові дослідження та саме на цій основі удосконалення структури сучасної промисловості [1, с. 23]. Саме результати інноваційної діяль-

ності спроможні реалізовувати ці трансформаційні перетворення.

Досить поширеним останніми роками стає концепція «Блакитних океанів», У. Чана та Р. Моборна, у якій обґрунтовано поділ Всесвіту на два основні ринкові простори – червоний та блакитний океани. Червоний океан являє собою вже відомий ринковий простір як сукупність існуючих на сьогодні галузей промисловості з чітко визначеними межами. Для цього ринкового простору характерна жорстка конкуренція між компаніями за захоплення більшої частки існуючого ринкового попиту. При цьому, з часом цей ринковий простір звужується, стає більш насиченим, прибутки скорочуються, а перспективи росту на ньому обмежуються. Натомість блакитний океан є сукупністю ще невідомих галузевих ринків, невідомих галузей промисловості та повною відсутністю конкуренції між фірмами. Способами створення голубих океанів є створення зовсім нової галузі або зміна кордонів вже існуючої галузі. Тому для майбутнього розвитку компаній потрібно перестати конкурувати, а спільно брати участь у ринковому втіленні нових знань [2]. Тобто, саме інноваційні ідеї стають драйвером створення голубих океанів, а інноваційне підприємництво забезпечує втілення цих ідей у ринковий простір.

Беручи до уваги ускладнення технологічних процесів, подальшу активну інформатизацію всіх сфер життя суспільства, провідні світові науковці наголошують на поступовому формуванні нової парадигми, фундаментом якої є ефективна динамічна та злагоджена організація всіх учасників інноваційної діяльності, в ході якої створюються загальнонаціональні інтеграційні об'єднання – екосистема інновацій [3]. Особливістю такої системи є формування таких форм співпраці, у яких організації об'єднують свої індивідуальні пропозиції в інтегровані рішення, що готові до використання на ринку. Тим самим активізується спільна інноваційна діяльність, інноваційне підприємництво при взаємодії кожного з учасників.

Актуалізація наукової дискусії щодо проблематики комерціалізації нових знань та ідей, доведенні їх до ринку, використання форсайт досліджень в прогнозуванні перспективності нових ідей знаходить своє відображення у багатьох наукових дослідженнях. Зокрема, у працях К. Арроу (Arrow K. J.) [4], В. Базилевича [5], В. Геєця [6], Л. Лукичова [7], Л. Федулової [8] та багатьох ін.

Разом з тим, низка ключових питань врахування сучасних орієнтирів комерціалізації знань та ідей, потребують подальших досліджень у частині їх поглиблення, враховуючи розвиток національної економіки.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття стратегічних орієнтирів комерціалізації інноваційних ідей в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасних умовах розвитку національної економіки, спеціальною функцією державного управління має стати саме мотивація до інноваційного підприємництва всіх суб'єктів господарювання. Формування на цій основі структури економіки, в основі якої нові комерціалізовані знання дасть змогу вибудувати органічну модель взаємодії основних учасників, орієнтованої на кінцеві результати, якими є ефективна структура економіки, посилення потенціалу науки та технологій, забезпечення конкурентоспроможності на всіх рівнях ієрархії економічної системи, визнання ролі науково-технічного потенціалу, знань у економічних перетвореннях сучасності та перспективне бачення цих результатів як головних передумов майбутнього економічного зростання. Тим самим, на рівні стратегії розвитку країни комерціалізація нових знань має бути забезпечена відповідними умовами для прогресивних структурно-технологічних зрушень. Реалізація такої стратегії передбачає усвідомлення низки стратегічних орієнтирів, досягнення яких забезпечуватиме спроможність економіки досягти відповідних позитивних зрушень у найближчій перспективі (рис. 1).

Слід відмітити, що такі стратегічні орієнтири є базовими установками до змін, в межах яких проявляються та конкретизуються відповідні цілі, завдання та напрями змін.

Одним з головних стратегічних орієнтирів у напрямі досягнення структурно-технологічних змін та формування на цій основі ефективної структури економіки є *посилення зацікавленості з боку держави до розвитку інноваційного підприємництва.*

Слід відмітити, що переорієнтація заходів державного регулювання в сфері комерціалізації нових знань в Україні потребує спрямування на активізацію інтеграції між всіма суб'єктами інноваційної діяльності на кожному етапі життєвого циклу інноваційного продукту (від появи нової ідеї до виведення наукоємної продукції на ринок). У такому ракурсі потребує поглиблення співпраці між наукою (науково-дослідні організації), освітою (університети) та бізнесом (підприємства реального сектору) задля повнішої мобілізації наявного потенціалу для практичного втілення стратегії інноваційного розвитку України. Тобто потребує особливої уваги посилення мотиваційної складової державного регулювання інноваційних зрушень.

Така спрямованість державного регулювання має на меті використання наявного арсеналу заходів впливу: прямий та опосередкований. За рахунок прямого впливу увага скеровується на конкретні бізнес-утворення та установи, що генерують нові знання та беруть участь у їх комерціалізації. Посилення мотивації для їх активного використання орієнтується, у першу чергу, на запровадження прямої підтримки чи шляхом

створення додаткових преференцій. Непрямим впливом забезпечується зміна оточення, в якому функціонують інноваційні структури. Переважною більшістю тут йдеться про відповідне інституційне середовище, яке включає удосконалення законодавчого регулювання, пільгове кредитування та субсидювання інноваційних підприємств та організацій, державні замовлення тощо.

В умовах інформатизації суспільства наука стає потужним генератором інтелектуального потенціалу, а комерціалізація інноваційних ідей, яким властиві оригінальність та креативність, забезпечує зростання конкурентоспроможності економіки. Саме продукування нових ідей та їх активне залучення у господарський обіг дедалі більше відображає загальний напрям розвитку сучасних розвинених економік. На сьогодні жодна країна не здатна забезпечити повний комплекс здійснення досліджень та розробок (ДіР) одночасно за всіма напрямками наукового пошуку. Тим самим підвищення рівня науково-технічного та інноваційного потенціалів в країні потребує активного міжнародного обміну наукоємною продукцією: патентами і ліцензіями, ноу-хау, надання інжинірингових послуг; організація взаємного обміну знаннями через стажування, участь у міжнародних конференціях; організація міжнародних виставок, ярмарок тощо [5, с. 542].

Основним завданням держави для успішної комерціалізації нових знань є зацікавленість інвестування ДіР та своєчасну комерціалізацію їх результатів. В розпорядженні держави для цього напрацьовано низку заходів мотиваційного характеру [4]: спрямування інвестицій у державні дослідження; заохочення суб'єктів реального сектору інвестувати інноваційні напрями шляхом надання

субсидій, встановлення податкових пільг тощо; обмеження невдач ринку шляхом покращення умов інституційного та законодавчого середовища комерціалізації нових знань та інноваційного підприємництва в цілому (конкурентна політика, законодавче регулювання патентного обміну, захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності, міжнародного обміну знаннями тощо). Тобто *створення таких умов, за яких підвищуватиметься зацікавленість суб'єктів господарювання в активізації інноваційного підприємництва*. Цей стратегічний орієнтир теж досить важливий поряд з зацікавленістю в інноваційних змінах на рівні держави, оскільки тісно пов'язаний з його практичним втіленням.

Успіхи інноваційного розвитку передових країн свідчить, що створення комплексного державного регулювання комерціалізації нових знань створює можливості для економічного зростання. В такій системі координат вагомим значення набуває злагоджена взаємодія всіх взаємозалежних елементів, які впливають на інноваційний розвиток: суб'єкти господарювання, університети, науково-дослідні установи, уряд та органи місцевого самоврядування, об'єкти інноваційної інфраструктури. Тим самим має забезпечуватись *зміцнення коопераційних зв'язків між основними учасниками інноваційного процесу*.

З метою успішної комерціалізації нових знань та підвищення результативності інноваційного підприємництва посилюється значення наявності кваліфікованих кадрів. Для реалізації такого завдання виникає потреба формування повного комплексу інструментів для створення належних умови посилення вмотивованості науковців у ефективній комерціалізації нових знань: надання грантів

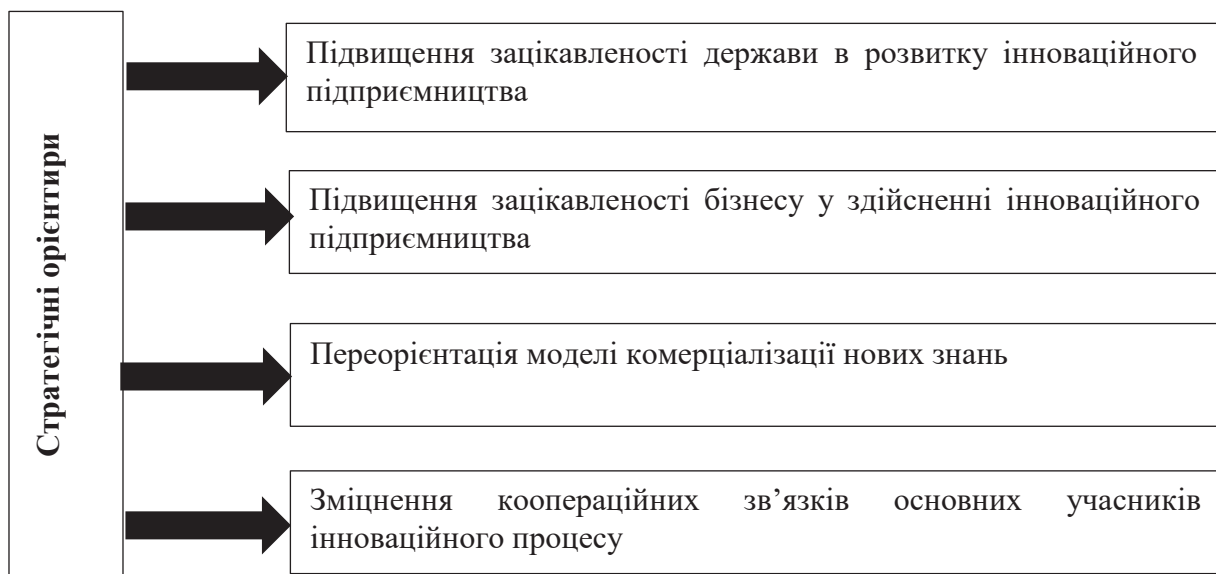


Рис. 1. Базові стратегічні орієнтири комерціалізації нових знань

за рахунок державних коштів для комерціалізації результатів пріоритетних ДіР, забезпечення підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, сприяння розвитку наукової і технічної діяльності, запровадження механізму посередництва між науковими установами та реальним сектором, активізація трансферу технологій, підвищення престижності роботи у сфері наукової та освітньої діяльності. Для реалізації державного регулювання розвитку інноваційного підприємництва в Україні важливим варто визначити поглиблення взаємовідносин з закладів освіти та наукових установ з підприємствами, що дасть змогу зорієнтувати реальний сектор на створення та комерціалізацію принципово нових видів техніки і технологій. Проте, в Україні у суб'єктів господарювання, майже відсутні економічні стимули до активної і перманентної інноваційної діяльності. Водночас в інноваційній системі України відсутні важливі елементи, що пов'язані з практичним поширенням нових знань у господарський обіг шляхом їх своєчасної комерціалізації.

Водночас, на рівні державного регулювання напрацьовано низку практичних заходів, якими може бути забезпечено трансфер технологій, дифузю інновацій, своєчасну комерціалізацію інноваційних ідей:

- акумулювання засобів на ДіР та інновації,
- координування інноваційної діяльності: сприяння кооперації та взаємодії різноманітних інститутів, формуючи єдиний технологічний простір;
- стимулювання інновацій: заохочення конкуренції, диференціація субсидій та пільг, страхування інноваційних ризиків, створення правової бази, охорона прав на об'єкти промислової власності;
- санкції за випуск морально застарілої, екологічно небезпечної енергомісткої продукції;
- формування науково-інноваційної інфраструктури;
- інституційне забезпечення інноваційних процесів: створення нових та сприяння поширенню структур, що займаються ДіР, здійснюють інноваційну діяльність;
- підвищення суспільного статусу інноваційного підприємництва [7].

Таким чином держава має стати ключовим каталізатором та одночасно основним замовником комерціалізації нових знань.

Водночас не лише держава має проявляти свою зацікавленість у комерціалізації нових знань. Основним прагненням діяльності будь-яких структур бізнесу є максимізація прибутку, досягнення належного рівня конкурентоспроможності, що може бути забезпечене використанням прогресивних технологій та ефективного використання інноваційного потенціалу. Відтак, зацікавленість підприємств у своєчасній комерціалізації нових знань, створенні інноваційної продукції, використанні нових технологій, участі у розробці

нових інноваційних продуктів не підлягає сумнівам. У такому ланцюгу взаємодії між учасниками, виробники одного виду інноваційної продукції, можуть ставати споживачами інноваційної продукції інших виробників і одночасно формувати попит на інновації. Таким чином формується замкнене коло головних учасників, які спроможні забезпечувати формування попиту на інноваційну продукцію: держава, бізнес та освіта та наука.

Розвиток сучасної економіки все більше акцентує увагу на важливості генерування та поширення у всі сфери нових знань. Слід звернути увагу, що не володіння конкретним знанням, а саме здатність генерувати нові знання з метою практичного їх використання та перетворення у інноваційний результат створює конкурентну перевагу. Основними носіями знань, а відтак головними джерелами створення нових знань є окремі винахідники, техніки, науковці, освітяни, науково-дослідні установи та дослідницькі університети.

На сьогодні в національній економіці переважає модель організації інноваційного підприємництва, орієнтована на пропозицію. У даному ключі окремі винахідники, університети та науково-дослідні установи, формують нове знання, намагаються забезпечити його комерціалізацію. Позитивним аспектом такої моделі вважається, передусім, можливість створення принципово нового продукту, попиту на який ще не існує. Тобто така модель спонукає до появи нового попиту. Проте 95% таких інноваційних продуктів не мають ринкового успіху, незважаючи на геніальність самої ідеї. І лише 5% комерціалізованих нових знань відповідають вимогам ринку. Головною причиною таких ринкових невдач є очікування появи потреби, а не передбачення існування вже сформованої потреби відповідно до існуючих ринкових вимог до зовсім іншого знання.

Таким чином, слід акцентувати на тому, що існуюча в Україні модель створення та поширення нових знань, орієнтована на пропозицію. За таких умов на створення результату в ході інноваційного підприємництва витрачаються значні фінансові ресурси без врахування ринкових потреб.

Перспективним напрямом зміни моделі відзначається важливість врахування ринкових потреб та світових тенденцій науково-технічного розвитку шляхом проведення ґрунтовних форсайтних досліджень. Основною перевагою проведення таких досліджень є їх багатоваріантний характер щодо довгострокового прогнозу розвитку «науки, технологій, інституційних та політичних процесів, екологічного середовища економічного та соціального розвитку й визначає можливості появи нових суспільних та індивідуальних цінностей різного рівня, нових ринків» [9].

Основною перевагою форсайтних досліджень є спроможність з їх використанням оцінити поточні

пріоритети науково-технічної політики, виявляти головних суб'єктів інноваційної діяльності, здатних створювати та комерціалізувати нові знання, визначати нові пріоритетні напрями інноваційного розвитку. Узагальнення основних точок зору на перспективність форсайт-досліджень дає підстави акцентувати, що достовірність їх результатів активізує функціонування головних інвесторів, внаслідок оцінки та отримання прогнозу конкурентоспроможності запропонованого для комерціалізації інноваційного продукту. Активізація зв'язків між суб'єктами інноваційної діяльності щодо такого продукту дає змогу реалізовувати державну політику відповідно до пріоритетних напрямів науково-технічного розвитку (рис. 2).

Актуалізація проблеми неперервності появи та поширення нових знань, пов'язана з необхідністю активізації інноваційного підприємництва в загальнонаціональному масштабі, що забезпечуватиметься постійним оновленням ринку новацій. Основним джерелом нового знання є заклади освіти дослідницького типу, науково-дослідні установи та організації, які займаються ДіР. Стратегічним завданням у цьому сенсі має стати створення інноваційних центрів із максимальним включенням у їх діяльність університетів дослідницького типу.

Світовий досвід доводить, що інноваційні підприємства, створені на базі дослідницьких університетів сприяють сучасному технологічному розвитку розвинених економік. Так, у США створення малих інноваційних утворень при університетах сприяло комерціалізації наукових відкриттів і винаходів.

Важливим напрямом організації ефективної співпраці основних учасників інноваційного процесу є створення належної інноваційної інфраструктури, технопарків, технополісів та бізнес-інкубаторів, а також сприяння ринковому освоєнню наукоємної продукції на національному та міжнародному ринках.

Розвиток інноваційної інфраструктури має зорієнтуватися на забезпечення тісного зв'язку між ринковими вимогами та попитом, джерелами появи нових знань та суб'єктами господарювання, здатних комерціалізувати нове знання. За такої системи посиляться мотивація кожного учасника шляхом отримання власної вигоди та від трансформації конкретного знання у реальний інноваційний продукт, на який існує ринковий попит.

Спроможність швидкої адаптації до постійних змін визначає здатність виконання інноваційною інфраструктурою всіх своїх функцій. Кінцевою метою формування такої інфраструктури та оцінки її дієвості є посилення спроможності суб'єктів господарювання до більш ефективного здійснення ними науково-технічної й інноваційної діяльності в інтересах розвитку суспільства. Серед основних таких цілей слід відзначити першочергово: відновлення внутрішнього товаровиробництва, удосконалення його структури, підвищення рівня

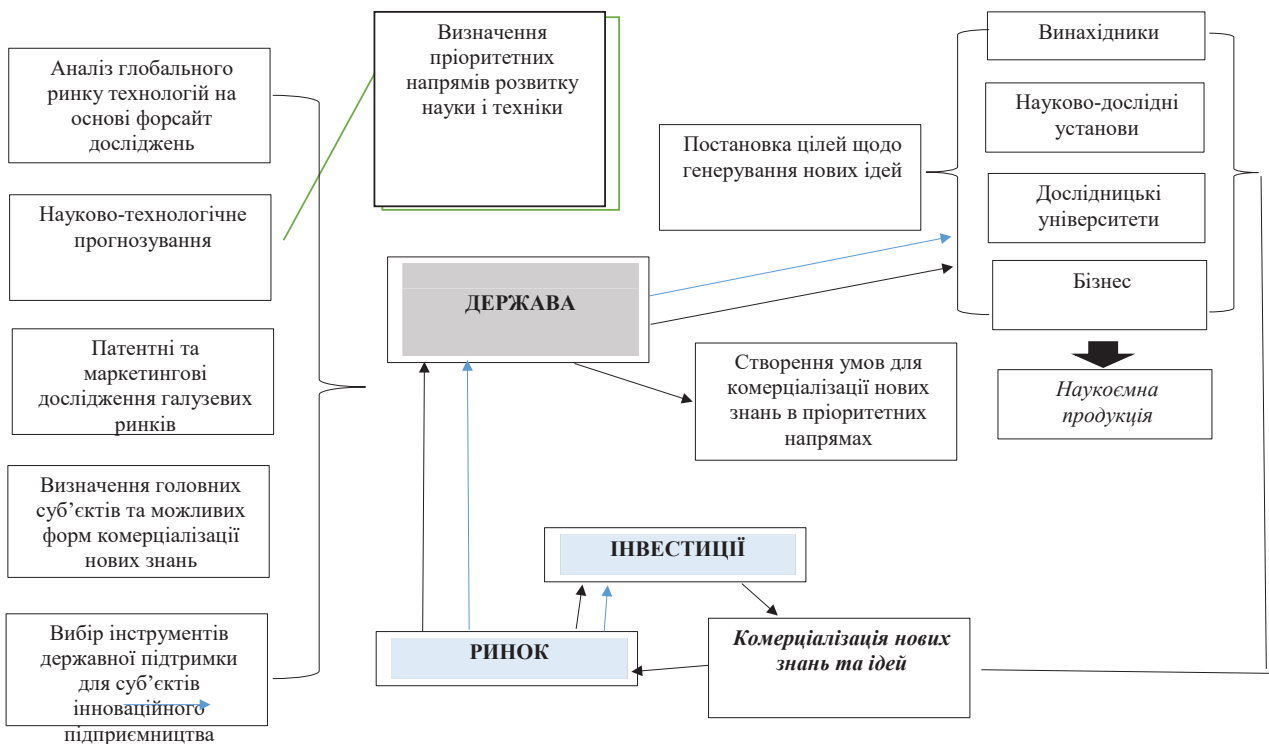


Рис. 2. Модель комерціалізації, орієнтованої на формування ринкового попиту на інноваційні ідеї

Джерело: розроблено автором.

конкурентоспроможності продукції, її привабливості для внутрішнього й зовнішнього ринків, створення нових високопродуктивних робочих місць, збереження та забезпечення подальшого нарощення науково-технічного потенціалу країни. Відповідно до цього інноваційна інфраструктура має комплексно забезпечувати реалізацію наступних взаємопов'язаних напрямів:

- інформаційне забезпечення науково-технічної й інноваційної діяльності, шляхом формування банку даних нових ідей та доступу до них на різних умовах (у тому числі комерційних) для всіх зацікавлених у здійсненні комерціалізації організацій;

- проведення незалежної оцінки (наукова, фінансово-економічна, екологічна та інші види експертизи) науково-технічних та інноваційних програм, проєктів, проєктних заявок;

- диференціація джерел фінансового забезпечення інноваційного підприємництва, у сфері комерціалізації нових знань, організація прямої й непрямої державної підтримки цієї діяльності;

- виробничо-технологічна підтримка створення нової конкурентоспроможної наукоємної продукції й нових технологій, забезпечення їх ринкового освоєння;

- сертифікація наукоємної продукції й надання послуг з метрології, стандартизації й контролю якості;

- сприяння просуванню науково-технічних розробок і наукоємної продукції на локальні, національний і міжнародний ринки, за рахунок використання маркетингових комунікацій, рекламної й виставкової діяльності, патентно-ліцензійної роботи й посилення захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності;

- забезпечення постійної та своєчасної підготовки й перепідготовки кадрів для сфери генерування та комерціалізації нових ідей, інноваційного підприємництва;

- координація й регулювання розвитку науково-технічної й інноваційної діяльності шляхом активізації використання економічних методів стимулювання комерціалізації нових знань, розвитку інноваційного підприємництва для їх ефективного здійснення.

При цьому слід відмітити важливість створення інноваційної інфраструктури, яка формуватиметься на загальних принципах та спільних засадах для всіх суб'єктів, які залучатимуться до самого процесу комерціалізації незалежно від виду та особливостей діяльності такого суб'єкту.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи, доцільно відмітити, що при впровадженні основних стратегічних орієнтирів комерціалізації нових знань для України матимуть відбутися позитивні зрушення, серед яких важливими для подальшого економічного зростання слід визначити такі:

- об'єднання зусиль учасників інноваційного процесу на взаємовигідних для кожного з них умовах та за спільної мети забезпечать їх можливість доступу до ресурсів через загальний процес обміну досвідом, навчанням та нових ідей до вирішення тих чи інших проблем задля досягнення спільної мети, що у підсумку призведе до прояву ефекту синергії.

- підвищення зацікавленості в комерціалізації нових знань як державою так і структурами бізнесу спроможне забезпечити залучення всіх учасників, з їх новими ідеями, патентами, свідоцтвами, ліцензіями чи інноваційними продуктами, унеможливить появу та діяльність патентних рейдерів в національній економіці за рахунок своєчасної комерціалізації нових знань, уникнення банкрутства учасників внаслідок неспроможності комерціалізувати продукт та збереженні в системі відповідних патентів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пилипенко Ю.І. Вплив процесів глобалізації на технологічний розвиток національної економіки. *Вісник Університету банківської справи НБУ*. Львів, 2009. № 2(5). С. 21–24.

2. Chan Kim W., Mauborgne R. *Blue ocean strategy : how to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston: Harvard Business School Press, 2005. 256 p.

3. Adner R. *The Wide Lens: What Successful Innovators See That Others Miss*. New York: Portfolio Penguin, 2013. 304 p.

4. Arrow K. J. *Economic welfare and the allocation resources for invention*. New Jersey : Princeton University Press, 1962. 180 p.

5. Базилевич В. Д. *Інтелектуальна власність : підруч.3-тє вид., переробл. і доповн. К. : Знання, 2014. 671 с.*

6. *Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України. Київ, 2015. 336 с.*

7. Лукичева Л. И. *Управление интеллектуальным капиталом [3-е изд.] М. : Омега-Л, 2010. 551 с.*

8. Федулова Л.І. *Форсайт: сучасна методологія технологічного прогнозування. Економіка і прогнозування. 2008. № 3. С. 106–120*

9. *Форсайтные исследования: веб сайт. URL: <http://www.mangeshine.ru/dius-161-1.html>*