

ГУТАРЕВА

Юлія Василівна

j.v.gutareva@mzeid.in

УДК 330.341.1:005.3

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ
КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙTHE CHARACTERISTIC OF METHODS OF INNOVATIONS'
COMERCIALIZATION PROCESS MANAGING

асистент, Одеський
національний політехнічний
університет

У статті розглядалися основні методи управління процесом комерціалізації інновацій: інформаційне забезпечення, інноваційний проект, управління ризиками, розробка сценаріїв. Кожному методу дана характеристика і оцінена їх ефективність. Методи управління комерціалізацією інновацій були згруповані так, щоб отримати загальний ефективний метод управління. Визначено, що доцільно починати процес управління з розробки сценаріїв та на його основі переходити на створення інноваційного проекту, який базується на інформаційному забезпеченні та пов'язаний з управлінням ризиками.

* * *

В статье рассмотрены основные методы управления процессом коммерциализации инноваций: информационное обеспечение, инновационный проект, управление рисками, разработка сценариев. Каждому методу дана характеристика и оценена их эффективность. Методы управления коммерциализацией инноваций были сгруппированы так, чтобы получить общий эффективный метод управления. Определено, что целесообразно начинать процесс управления с разработки сценариев и на его основе переходить на создание инновационного проекта, который базируется на информационном обеспечении и связан с управлением рисками.

* * *

Introduction. In modern conditions, the commercial implementation of scientific developments in the activities of the company is becoming increasingly relevant. It is not advisable to develop a product that can't be sold, because this process requires high costs of both time and money. In practice, only a small part of the development gets to the final stage of commercialization. This is due to the fact that the management of commercialization is carried out without the use of the necessary guidelines.

Purpose. The purpose of the article is to consider existing methods of managing the process of innovations' commercialization and to form a general management method on their basis.

Results. The article considers the main methods of managing the process of innovations' commercialization: information support, innovation project, risk management, development of scenarios. Each method has a characteristic and their effectiveness had been evaluated. The methods can be used both separately and complement each other. In addition, some methods intersect in part. The methods for managing the commercialization of innovation have been grouped in such a way as to obtain a general effective management method. It is determined that it is advisable to start the process of managing with the development of scenarios and, based on it, proceed to the creation of an innovative project that is based on the provided information and related to risk management. The method of risk management should be presented at the development of each plan, starting with financial and marketing.

Conclusion. After analyzing different methods of managing the process of innovations' commercialization, it has been decided that it is necessary to use each of them at certain stages. The use of effective methods for managing commercialization of innovations will prevent the loss of time and finance, as well as stop non-prospective projects. In further research it is expedient to consider additional management methods, to determine the possibility of their use in the field of commercialization in order to increase the profitability of obtaining positive results.

Ключові слова: комерціалізація, інновації, управління, методи, процес

Ключевые слова: коммерциализация, инновации, управление, методы, процесс

Keywords: commercialization, innovation, management, methods, process

ВСТУП

За сучасних умов комерційне впровадження наукових розробок у діяльність підприємства набуває дедалі більшу актуальність. Не доцільно розробляти продукт, який неможливо буде реалізувати, оскільки даний процес потребує великих витрат як часу, так і фінансів. На практиці лише невелика частка розробок досягає фінальної стадії комерціалізації. Це є наслідком того, що управління комерціалізацією здійснюється без використання необхідних методичних вказівок.

Управління процесом комерціалізації розглядали в своїх працях такі науковці: М. Волкова, В. Соловйов, О. Петухова (управління інноваціями), П. Перерви, Я. Матковська, С. Фірсова (проблеми комерціаліза-

ції), В. Гейць, С.М. Ілляшенко, О. Косенко, П. Орлов, Л. Федулова (управлінські аспекти) тощо.

МЕТА РОБОТИ

Мета статті – розглянути існуючі методи управління процесом комерціалізації інновацій та на їх основі сформулювати загальний метод управління.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

При написанні статті використовувалися наступні методи: порівняння (для виявлення якісних та кількісних характеристик об'єкта дослідження) та формалізація (схематичне відображення процесів).

РЕЗУЛЬТАТИ

Багато підприємств продовжує поводити комерціалізацію як раніше – виділяють кошти на неї і споді-

ваються, що матимуть позитивний ефект. Однак, в умовах ринку, який постійно змінюється, таких підхід майже завжди не приносить очікуваних результатів.

Підприємства доволі часто впроваджують інновації, не враховуючи усі фактори, що у подальшому може призвести до негативних наслідків, особливо фінансових, оскільки комерціалізація інновацій пов'язана з великими витратами.

Процес комерціалізації являє собою взаємовигідну взаємодію всіх зацікавлених учасників: розробників, підприємців, інвесторів. Ця взаємодія носить змінний характер, бо кожен учасник процесу має власні інтереси, які не завжди збігаються з іншими. Тому можуть виникати непередбачувані ситуації і навіть конфлікти. Лише ефективний метод управління процесом комерціалізації інновацій дозволить уникнути (чи хоча б мінімізувати вигідність виникнення) таких ситуацій [3].

Використання ефективних методів управління комерціалізацією інновацій дозволить уникнути втрати часу та фінансів, а також своєчасно помітити та зупинити неперспективні проекти.

Важливим методом управління комерціалізацією інновацій є його інформаційне забезпечення. Головна мета – оптимізувати інформаційні потоки. Даний метод складається з таких частин:

1) інформування про обсяги фінансових, людських, технічних, інформаційних та інших ресурсів. Комерціалізація інновацій – це процес, який потребує використання великої кількості ресурсів, а управління не може здійснюватися без оцінки та прогнозування цих ресурсів;

2) розкриття інформації про результати комерціалізації. Для підприємств важливо не лише впровадити інновації, а й реалізувати інноваційну продукцію, тому доведення інформації до споживача являється важливим елементом управління комерціалізацією інновацій [1].

Як метод управління комерціалізацією інновацій

можна вважати інноваційний проект. Даний проект включає в себе перелік завдань, які необхідно виконати, щоб розробити та реалізувати інноваційну продукцію.

Починається проект з аналізу та оцінки потенційних наукових розробок з точки зору їх вартості, ефективності, можливості доведення до фінальної стадії, наявності необхідних ресурсів, доцільності тощо. У разі позитивної оцінки розробляються фінансовий та маркетинговий плани, оформлюються права на володіння інтелектуальною власністю, відбувається пошук інвесторів та потенційних споживачів [5]. Усі завдання інноваційного проекту виконуються на основі комплексу документів, оформленого згідно законодавства.

Комерціалізація інновацій охоплює великий проміжок часу і пов'язана з різними ризиками, тому ефективно використовувати метод управління ризиками, основні серед яких [4]:

– фінансові ризики: довгостроковий характер розробок впливає на залежність від інфляції, платоспроможності інвесторів та потенційних споживачів, рівня кредитних ставок та податків тощо;

– юридичні ризики: недосконалість законодавства у сфері інновацій утворює можливості для порушення умов договорів, актів тощо;

– науково-технічні ризики: невідповідність інновацій сучасним умовам чи запиту споживачів, технічні проблеми в проектуванні, зриви етапів проекту тощо;

– маркетингові ризики: незацікавленість розробкою, неправильна оцінка конкурентів та ринку, зміни умов ринку тощо.

Метод управління ризиками включає страхування, захист комерційної таємниці, інформування та диверсифікацію [2].

На рис. 1 показано, які методи управління найбільш ефективні для відповідних типів ризиків.

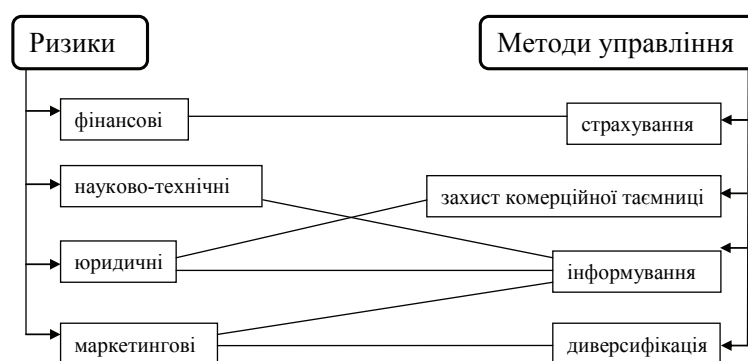


Рис. 1. Основні ризики комерціалізації інновацій та методи управління ними

Також ефективним методом управління комерціалізацією інновацій являється системний підхід, який забезпечує ефективне регулювання відносин учасників процесу та формування адекватних ринкових відносин. Одним із напрямків системного підходу можна вважати сценарний підхід.

Сутність сценарного підходу полягає в формуванні альтернативних сценаріїв, на основі яких прийма-

тимуться найбільш адекватні та доцільні рішення відносно подальших напрямків розробки. Це дозволить уникнути частої помилки, яку допускають відповідальні за процес комерціалізації – неправильної оцінки часу, необхідного на той чи інший етап комерціалізації.

Кожен сценарій – це, по суті, деякий ланцюг взаємопов'язаних подій і рішень, які призводять до пев-

ного результату. Розробка сценаріїв дозволить обрати правильні рішення та скоординувати дії учасників комерціалізації так, щоб довести інноваційний продукт до стадії реалізації, отримати максимальний еконо-

мічний ефект від нього та, як наслідок, підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку [6].

На рис. 2 представлені можливості, які надає аналіз сценаріїв комерціалізації інновацій.



Рис. 2. Можливості аналізу сценаріїв комерціалізації інновацій

Як бачимо на рис. 2, аналіз сценаріїв надає деякі можливості більш ефективно управляти комерціалізацією інновацій. Один із інструментів аналізу – це оцінка факторів впливу. До ключових факторів успіху можна віднести: забезпечення висококваліфікованим персоналом, можливість виходу на ринок, правова захищеність інновацій тощо. На ці фактори слід звертати особливу увагу.

Кожен сценарій завершується результатом комерціалізації інновацій, який залежить від прийнятих рішень на різних етапах. У разі негативного результату

можна виявити, які саме рішення призвели до нього. І навпаки, якщо комерціалізація завершується успіхом, то всі рішення, що були прийняті за таким сценарієм, можна вважати доцільними та ефективними.

Розглянуті вище методи можуть використовуватися як окремо, так і доповнювати один одного. До того ж деякі методи частково перетинаються.

Згрупуємо методи управління комерціалізацією інновацій на рис. 3 так, щоб отримати загальний метод, який би дозволив використовувати переваги кожного вище розглянутого методу.

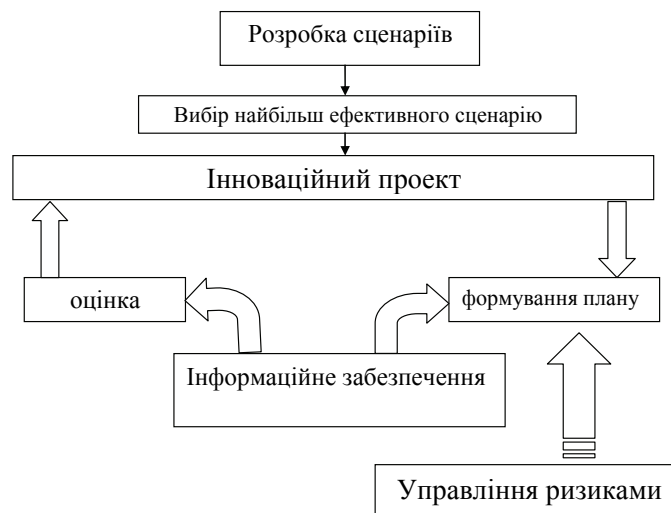


Рис. 3. Загальний метод управління комерціалізацією інновацій

Управління комерціалізацією інновацій має перш за все базуватися на створенні сценаріїв. Лише після обрання найбільш ефективного сценарію можна переходити на наступний етап – інноваційний проект.

Метод формування інноваційного проекту починається з оцінки, а в разі отримання позитивних результатів відбувається формування планів. Оцінку і плани слід проводити на основі методу інформацій-

ного забезпечення.

Метод управління ризиками має бути присутнім при розробці кожного плану, починаючи з фінансового та закінчуючи маркетинговим.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши різні методи управління процесом комерціалізації інновацій було виявлено, що існує необхідність на відповідних стадіях використовувати

вати кожен з них. У подальших дослідженнях доцільно розглянути додаткові методи управління, визначити можливість їх використання в сфері комерціалізації для підвищення вірогідності отримання позитивних результатів.

Список використаних джерел

1. Ванько С.В. Управління комерціалізацією результатів інноваційної діяльності. Вісник ДонНТУ. 2012. № 10. С. 72-76.
2. Ковалик О.А. Інфраструктура підтримки малого бізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка. Фінанси. Право. 2015. № 4/1. С. 7-9.
3. Ковтуненко К.В., Ковалик О.А. Державна підтримка проектів комерціалізації результатів науково-дослідної діяльності: досвід іноземних держав. Бізнес навігатор. Херсон, 2013. № 2 (31). С. 89-95.
4. Ковтуненко К.В., Ковалик О.А. Комерціалізація результатів наукової діяльності. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопіль, 2011. Випуск 9. Ч. 2. С. 237-239.
5. Петухова О.М., Сілакова Г.В. Формування системи управління інноваційною діяльністю підприємств. Наук. праці Нац. ун-ту харч. технологій. 2012. №43. С. 174-180.
6. Погорецький П.П., Ницик Р.А. Проблеми комерціалізації наукових розробок та інноваційної діяльності в Україні. Вісник НТУ «ХПІ». 2013. № 44. С. 120-124.

References

1. Vanko S.V. Management of the commercialization of the results of innovation activities. Herald of DonNTU, 2012, № 10, pp. 72-76 (in Ukrainian).
2. Kovalik O.A. Small Business Support Infrastructure: current Status and Development Prospects. Ekonomika. Finansi. Prawo, 2015, № 4/1, pp. 7-9 (in Ukrainian).
3. Kovtunenکو K.V., Kovalik O.A. State support for projects of research results' commercialization: experience of foreign countries. Biznes navigator, Kherson, 2013, № 2 (31), pp. 89-95 (in Ukrainian).
4. Kovtunenکو K.V., Kovalik O.A. Commercialization of the results of scientific activity. Ekonomichnyi analiz: zbirnyk naukovykh prats. Ternopil, 2011, Issue 9, part 2, pp. 237-239 (in Ukrainian).
5. Pietukhova O.M., Silakova H.V. Formation of the management system of innovative activity of enterprises. Naukovi pratsi Natsionalnoho universytetu kharchovykh tekhnologiy. 2012. № 43, pp. 174-180 (in Ukrainian).
6. Pohoretskyi P.P., Nyshik R.A. Problems of commercialization of scientific developments and innovation activity in Ukraine. Herald of NTU "KHPI", 2013, № 44, pp. 120-124 (in Ukrainian).