

ГУТАРЕВА Ю.В.
yhutareva@yahoo.com

УДК 334.716.001.76

АННАЄВ Б.С.

ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ
ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК НА УМОВАХ
АУТСОРСИНГУ

COMMERCIALIZATION FEATURES OF THE
INNOVATIVE DEVELOPMENTS ON
OUTSOURCING CONDITIONS

аспірант

аспірант

Стаття присвячена визначенню основних етапів та учасників процесу комерціалізації та оцінці ефективного використання аутсорсингу в промислових підприємствах. В статті обґрунтована необхідність використання аутсорсингу як економіко-правової підтримки промислового підприємства.

Статья посвящена определению основных этапов и участников процесса коммерциализации и оценке эффективного использования аутсорсинга в промышленных предприятиях. В статье обоснована необходимость использования аутсорсинга как экономико-правовой поддержки промышленного предприятия.

The present article is dedicated to determination of the main stages and participants commercialization process and effective use of outsourcing industrial enterprises. The article substantiates the need of the outsourcing use as economic and legal support in industrial enterprise.

Ключові слова: інновації, інноваційна продукція, комерціалізація, етапи комерціалізації, аутсорсинг, промислове підприємство

Ключевые слова: инновации, инновационная продукция, коммерциализация, этапы коммерциализации, аутсорсинг, промышленное предприятие

Keywords: innovation, innovative products, commercialization, commercialization stages, outsourcing

ВСТУП

Процес комерціалізації, як головний чинник інноваційного розвитку сучасного промислового підприємства, повинен бути постійно зорієнтований на практичне використання результатів наукових досліджень, розробок за рахунок виведення на ринок нових або поліпшених продуктів, послуг або процесів з отриманням комерційного ефекту.

Задля ефективного здійснення процесу комерціалізації інноваційних розробок потрібен певний набір ресурсів (матеріальних, фінансових, людських та ін.), які забезпечать своєчасну реалізацію кожного його етапу. Вагомий внесок у розробку теоретичних досліджень процесу комерціалізації зробили Ступнікер Г.Л., Первушин В.А., Лихолетов А.В., Лихолетов В.В., Пестунов М.А., Гамота Ю.Б., Загородній А.Г., Партин Г.О. та ін.

Незважаючи на значну кількість досліджень, ряд питань, які пов'язані з обраною проблематикою не здобули належного висвітлення в наукових працях, зокрема відсутність єдиного трактування етапів процесу комерціалізації актуалізує необхідність проведення досліджень.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні основних етапів та учасників процесу комерціалізації та оцінці ефективного використання аутсорсингу в промислових підприємствах.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення тлумачень етапів комерціалізації.

РЕЗУЛЬТАТИ

У сучасній економічній літературі можна зустріти широке різноманіття тлумачень етапів комерціалізації. Наприклад, Г.Л. Ступнікер вважає, що етапами комерціалізації є набір процесів та відповідних отриманих результатів. На його думку головним та першим етапом комерціалізації є оформлення правового статусу і, як наслідок, отримання інтелектуальної власності. Коли інтелектуальна власність поставлена на облік, вона стає нематеріальним активом підприємства. Третім етапом Г.Л. Ступнікер вважає використання нематеріальних активів в економічній діяльності та набуття ними статусу технологічного капіталу підприємства [2, с. 165]. В.А. Первушин у своїй роботі «Система комерціалізації технологій» виділяє такі етапи комерціалізації: надходження технології, збір додаткової інформації, попереднє опрацювання можливості комерціалізації, узгодження умов комерціалізації з автором, підписання юридичних документів, підготовка технології до комерціалізації, визначення ринкової ніші, підготовка рекламних матеріалів, пошук покупця технології, переговори з потенційним покупцем, оформлення продажу ліцензії

або комерціалізації в іншій формі [4, с. 55]. На думку А.В. Лихолетова, В.В. Лихолетова та М.А. Пестунова існують чотири основних блоки трансферу технологій. Перший блок включає в себе наукові дослідження, а саме відкриття нового явища, теоретичне обґрунтування відкриття та пошук споріднених нових явищ. Другий блок відповідає за випробовування нової технології: вивчення нового явища, пошук технологій, апробацію нових технологій у лабораторних умовах, виготовлення дослідних зразків. Третій блок присвячений вдосконаленню технології та зміні обсягів процесів. Тобто, оптимізація нової технології, масштабування процесів. У четвертому блоці реалізуються етапи комерціалізації, пов'язані з маркетинговими діями та збутом продукту (промислове виробництво, маркетинг, реклама, збут, післяпродажний сервіс, використання продукту тощо). [1, с. 26]. На думку

Ю.Б. Гамо та комерціалізація технологій повинна складатися з трьох фаз. До першої фази відноситься обґрунтування доцільності та ефективності комерціалізації, вивчення ринку та дослідження конкуруючих технологій. Етап другої фази присвячено створенню повноцінного дослідницького зразка продукту, патенту продукту і розробки чіткого та детального бізнес-плану виробництва продукту. Третім і останнім етапом фази є завершення бізнес-плану стратегії виходу на ринок, дослідження ринку, підбрані трудові ресурси, забезпечення фінансовими ресурсами та наявність всіх необхідних патентів, дозволів та угод [5].

На підставі проведеного дослідження щодо порівняння різних послідовностей етапів комерціалізації інноваційних розробок запропонована наступна послідовність (рис. 1).

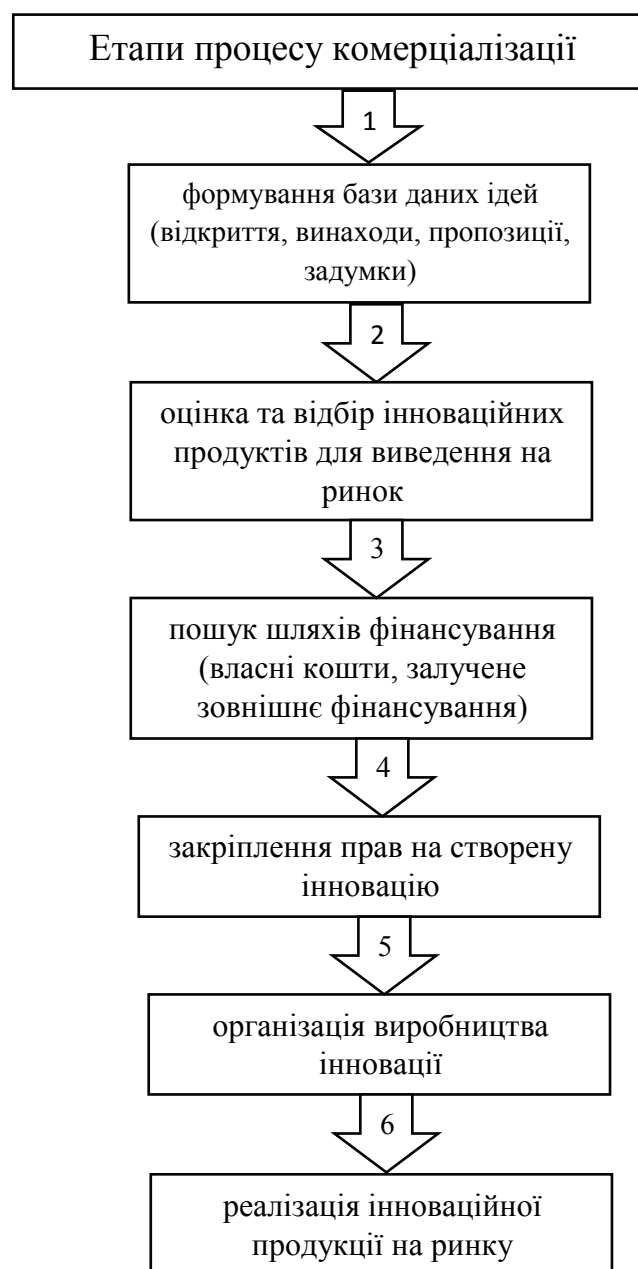


Рис. 1. Етапи процесу комерціалізації

Отже, самостійне здійснення промисловим підприємством процесу комерціалізації інноваційних розробок потребує від підприємства наявності певного набору ресурсів (матеріальних, фінансових, людських та ін.), які забезпечують своєчасну реалізацію кожного його етапу.

Однак не всі підприємства доходять хоча б до 3 етапу процесу комерціалізації. Це обумовлено тим, що основним джерелом поповнення нестачі певного виду ресурсів є, перш за все, зовнішнє середовище, в якому функціонують інші підприємства та організації, діяльність яких спрямована на постачання необхідних промислового підприємству ресурсів. Кожний етап процесу комерціалізації має свої особливості та відповідно потребує певного набору ресурсів, нестачу яких можливо поповнити за рахунок партнерів.

В умовах динамічних змін ринкової інфраструктури найбільш поширеними економіко-правовими формами партнерських зв'язків є аутсорсинг.

Головним завданням аутсорсингу є підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства, збільшення економічного потенціалу підприємства, удосконалення якості продукції та значне скорочення витрат.

Ефективність аутсорсингу зумовлено тим, що більшість компаній передають на аутсорсинг значну кількість виробничих процесів, а в окремих випадках і весь виробничий цикл.

Існують наступні види аутсорсингу:

- ІТ-аутсорсинг, що охоплює розробку та тестування програмних продуктів, сервісне обслуговування, локалізацію програмного забезпечення, мережеві послуги, ІТ-консалтинг;

- виробничий аутсорсинг, у складі якого виділяють основний та допоміжний аутсорсинг;

- аутсорсинг бізнес-процесів таких як, управління інтелектуальними ресурсами, надання гарантійних, фінансових і бухгалтерських послуг, створення call-центрів або центрів прийому і обслуговування дзвінків, управління персоналом, здійснення лізингових і логістичних операцій, проведення рекламних заходів;

- аутсорсинг персоналу (аутстафінг)[6, с.89].

Згідно існуючих видів аутсорсингу відберемо ті етапи комерціалізації, які на наш погляд можливо віддати на реалізацію аутсорсинговій компанії.

Третій етап комерціалізації «Пошук шляхів фінансування (власні кошти, залучене незовнішнє фінансування)» до аутсорсингу бізнес процесів. Тому що в основі цього види аутсорсингу лежить управління інтелектуальними ресурсами, надання гарантійних, фінансових і бухгалтерських послуг, створення call-центрів або центрів прийому і обслуговування дзвінків, управління персоналом,

здійснення лізингових і логістичних операцій, проведення рекламних заходів

До 5 етапу комерціалізації «Організація виробництва інновації», можна віднести виробничий аутсорсинг, який передбачає передачі частини виробничих процесів або всього циклу виробництва сторонній компанії. Цей вид підприємству дозволяє: – зосередитися на розробці нових продуктів і послуг, що важливо в умовах технологій, які стрімко змінюються, і попиту для забезпечення конкурентної переваги; – збільшити гнучкість виробництва – на невеликих заводах простіше займатися перебудовою виробничого процесу та диверсифікувати продукцію, яка випускається; – використовувати додаткові переваги від ведення бізнесу на ринках з дешевою робочою силою[6, с.89].

Попри швидкий розвиток, аутсорсинг бізнес-процесів ще не досить поширений в Україні. Це пояснюється невисоким ступенем мобільності фірм, компанії побоюються втратити контроль або ексклюзивну інформацію, довірити стороннім комерційні таємниці.

ВИСНОВКИ

Отже, аутсорсинг при нестачі певних видів ресурсів є необхідною умовою ефективною комерціалізації інноваційних розробок промислового підприємства на різних етапах цього процесу, які можуть виникати та створювати необхідні передумови процесу комерціалізації.

Список використаних джерел

1. Лихолетов А.В. Стратегии, модели и формы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности / А.В. Лихолетов, В.В. Лихолетов, М.А. Пестунов // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. – 2009. – Вып. 20, № 9 (147). – С.19-27.

2. Ступнікер Г.Л. Комерціалізація інтелектуальної власності як інструменту правління інтелектуальним капіталом / Г.Л. Ступнікер // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 163-170.

3. Пушкаренко А.Б. Коммерциализация научно-технических разработок как составляющий элемент инновационной деятельности научно-образовательных учреждений / А.Б. Пушкаренко // Известия Томского политехнического университета. – 2004. – Т. 307, № 3. – С. 137-141.

4. Первушин В.А. Система коммерциализации технологий / В.А. Первушин // Инновации. – 2006. – № 1 (88). – С.54-57.

5. Гамота Ю.Б. Шлях від фундаментальних досліджень до інновацій [Електронний ресурс] / Ю.Б. Гамота, http://www.crdf.org/events/events_show.htm?doc_id=305977. – Назва з екрана.

6. Загородній А.Г., Партин Г.О. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства // Фінанси України. – 2009. – №9(166). – с. 87- 97;