

КОНСАЛТИНГОВІ ЧИННИКИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

О.С. Марченко,

докт. екон. наук, доцент, Національний
університет «Юридична академія України
імені Ярослава Мудрого»

Розкрито роль консалтингу як складової національних інноваційних систем у забезпеченні комерціалізації інновацій. Доведено необхідність системного підходу до комерціалізації інновацій, що передбачає надання товарної та капітальної форми результатам всіх стадій інноваційного процесу.

Ключові слова: консалтинг, комерціалізація, інновація, інноваційний процес, національна інноваційна система.

Зараз в Україні спостерігається значне падіння інноваційної активності суб'єктів господарювання. За період 2000-2010 рр. частка інноваційно активних підприємств у промисловості зменшилася з 18% до 13,8%, питома вага підприємств, що впроваджували інновації з 14,8% до 11,5%, частка інноваційної продукції у загальному обсязі промислової продукції з 7% у 2002 р. до 3,8% [1]. Для порівняння в країнах ЄС рівень інноваційної активності підприємств у промисловості в середньому становить 51% [2].

Низька та ще і постійно спадаюча інноваційна активність підприємств в Україні свідчить про невирішеність комплексу соціально-економічних і юридичних проблем інноваційного розвитку національної економіки, зокрема проблеми комерціалізації інновацій.

На нашу думку, комерціалізація інновацій – це одна з найважливіших умов підвищення інноваційної активності економічних агентів ринкової економіки, оскільки підприємництво, у тому разі і інноваційне, орієнтовано на отримання прибутку. Це обумовлює необхідність, по-перше, надання результатам інноваційної діяльності товарної та капітальної форм, по-друге, системного підходу до цього процесу, що передбачає залучення до нього багатьох чинників, зокрема консалтингу. На жаль, роль консалтингу у комерціалізації інновацій на отримала ще комплексного економічного і юридичного обґрунтування.

Дослідження спиралося на праці вітчизняних і зарубіжних фахівців з економіки і права, що розкривають економічні і юридичні аспекти комерціалізації інтелектуальних продуктів: Ю. Є. Атаманової, С. М. Клімова, Д. І. Кокуріна, О. М. Хотяшевої, Р. А. Фатхутдінова, Л. І. Федулової; інноваційну роль консалтингу: А. О. Блінова, Г. Н. Батуріна, Є. В. Добренькової, Ю. М. Лапигіна та ін.

Метою статті є обґрунтування ролі консалтингу у комерціалізації інновацій, доведення необхідності системного підходу до цього процесу.

Переходячи до основного викладу зазначимо, що консалтинг – це підприємницька діяльність професіональних консультантів з надання економічним суб'єктам ділових послуг консультативного типу, що забезпечує підвищення ефективності й конкурентоспроможності бізнесу на підставі впровадження досягнень науки, знань і новаторського досвіду в господарську практику.

Консалтинг є особливим видом науково-впроваджувальної діяльності ринкового типу. «Консалтинг – це комплекс знань, пов'язаних з науковим пошуком, проведенням досліджень, постановкою експериментів з метою розширення наявних й одержання нових знань, перевірки наукових гіпотез, установлення закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проектів для успішного розвитку організації» [3, с. 9]. Автори

монографії «Консалтинговые услуги в условиях реформирования экономики России», характеризуючи консалтинг, зазначають: «... раніше це називалося «впровадженням науки у виробництво» [4, с. 15]. При цьому, консалтинг є видом підприємницької діяльності: ««у підприємницькому характері надання інтелектуальних послуг у галузі економіки й управління полягає принципова відмінність консалтингу від науково-впроваджувальної діяльності, що існувала в умовах директивного планування. Якщо консалтинг регулюється законами ринку, то науково-впроваджувальна діяльність у централізованій економіці ґрунтувалася на примушуванні й адмініструванні» [4, с. 17].

Консалтингу притаманні накопичувальна і трансмісійна функції, безпосередньо пов'язані з його науково-впроваджувальною роллю, реалізація якої потребує, по-перше, накопичення суб'єктами консалтингової діяльності професійних знань і інформації, що є підґрунтям надання високоякісних консалтингових послуг, умовою консалтингової діяльності; по-друге, їх передавання господарюючим суб'єктам. Консалтинг є спеціальним каналом поширення знань і інформації в умовах ринкової економічної системи. Як справедливо підкреслює Л. Демидова, сьогодні сектор ділових і професійних послуг служить одним з головних каналів поширення й освоєння наукових знань, технологічних, організаційних, управлінських та інших інновацій, передового досвіду [5, с. 48].

Змістом накопичувальної функції є діяльність професіональних консультантів, пов'язана з одержанням, збереженням і нагромадженням головного ресурсу консалтингу – високопрофесійних знань та інформації. Трансмісійна функція полягає у здійсненні суб'єктами консалтингової діяльності передавання економічним агентам необхідних професійних знань і інформації, головним каналом якого є ринок консалтингових послуг.

Економічний консалтинг виконує також інноваційну функцію, яка полягає в сприянні (а) прискоренню впровадження нових знань і досвіду в господарську практику, (б) залученню інтелектуальних продуктів-новацій в економічний оборот, (г) здійсненню системного інноваційного процесу ринкового типу, (д) розвитку інноваційної діяльності та підвищенню інноваційної активності бізнесу. У змісті інноваційної функції консалтингу можливо вирізнити наступні основні напрямки діяльності консалтингових фірм і незалежних консультантів, як-то: (а) продукування організаційно-управлінських новацій, (б) комерціалізація наукових продуктів-новацій, (в) трансфер новацій – передавання на комерційних засадах наукових продуктів підприємницьким структурам виробничої сфери економіки, (г) сприяння впровадженню новацій, рутинізації й дифузії нововведень, (д) стимулювання інноваційної діяльності, (е) сприяння інтеграції наукової, інноваційної, виробничої сфер економіки й ринку, (є) інформаційне забезпечення й консультаційна підтримка суб'єктів інноваційної діяльності.

В інноваційному процесі реалізація накопичувальної, трансмісійної і інноваційної функцій консалтингу тісно взаємопов'язані. Розглянемо це по відношенню до комерціалізації інновацій.

У сучасному нелінійному інноваційному процесі комерціалізація, що забезпечує ринкове визнання інтелектуальних продуктів (інноваційної ідеї, новації, нововведення) та можливість отримання прибутку від їх розробки і впровадження, інтегрована (вбудована) в усі його стадії: (а) зародження інноваційної ідеї внаслідок технологічного поштовху або виклику попиту, а також спільного впливу технологічного розвитку й ринку; (б) втілення цієї ідеї в новацію, що приймає різні форми; (в) впровадження в господарську практику новації – нововведення; (г) рутинізація нововведення, тобто його реалізація в стабільних умовах господарювання; (д) дифузія (тиражування) нововведення.

Комерціалізація, що здійснюється з моменту зародження інноваційної ідеї і триває до дифузії нововведення, швидкість і масштаби якої безпосередньо залежать від попиту на ринку інновацій, є базовою умовою ефективності всіх стадій інноваційного процесу, що вимагає системного підходу до її здійснення.

По-перше, «... у сучасній моделі інноваційного процесу маркетинг присутній на всіх стадіях: від фундаментальних досліджень до післяпродажного обслуговування. Комерціалізація результатів здійснюється на всіх стадіях» [6, с.124].

По-друге, на макроекономічному рівні комерціалізація інновацій здійснюється в межах національної інноваційної системи (НІС), головними функціональними блоками якої є:

- 1) організації наукової сфери (у тому числі її заводський сектор), що продукують новації, яким властивий певний ринковий потенціал;
- 2) спеціалізовані інноваційні організації, що забезпечують ефективне здійснення всіх стадій трансформації новації у інновацію;
- 3) інноваційні й інноваційно активні фірми виробничої сфери, що здійснюють розробку й впровадження нововведень;
- 4) інфраструктура інноваційної діяльності (в широкому розумінні) як сукупність організацій наукової, суто інноваційної, ринкової й виробничої інфраструктур, до функцій яких належать обслуговування, організаційна й інформаційна підтримку інноваційного процесу всіх його стадіях та рівнях;
- 5) інституціонально-функціональний складник, що забезпечує системний інноваційний процес.

НІС є інтегратором знань, оскільки її функціонування:

- 1) це міжстадійний та внутрішньостадійний рух знань у інноваційному процесі, що охоплює зародження інноваційної ідеї; її втілення в новацію, впровадження, рутинізації, дифузії нововведення;
- 2) спрямовано на підвищення інтелектуального ефекту масштабу – віддачі від знанневих ресурсів інноваційної діяльності;
- 3) забезпечує економію трансакційних витрат, пов'язаних з використанням ринкового механізму залучення знань та інформації.

Оскільки знання є і ресурсом, і змістом інновацій, інтеграція знань передбачає їх комерціалізацію. Знання, по-перше, приймають форму нематеріальних активів. Їх комерціалізація передбачає здійснення таких заходів, як визначення та оцінка попиту на ринку об'єктів інтелектуальної власності, ціноутворення на нематеріальні активи, визначення форми їх передачі від продуцента до користувача тощо. По-друге, знання складають інтелектуальний капітал учасників інноваційного процесу, отже, їх комерціалізація передбачає надання інтелектуальним продуктам (знанням) форми капіталу – вартості, що зростає. Роль НІС у забезпеченні комерціалізації знань відображено на рис. 1. і у табл. 1.

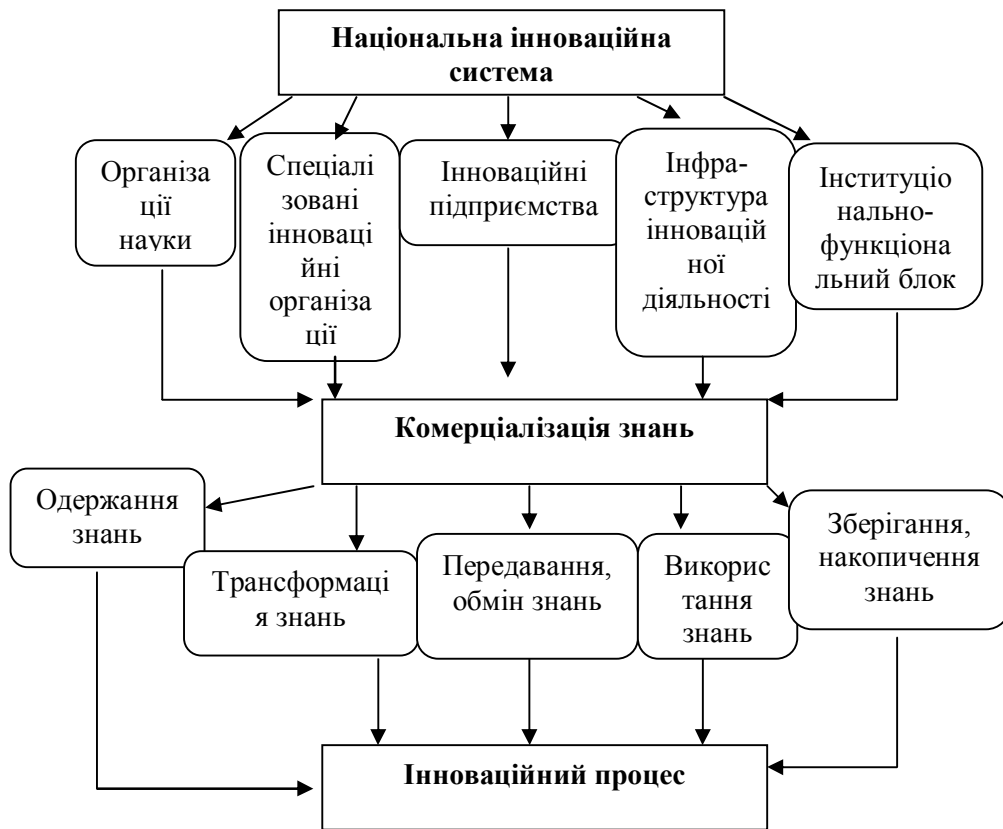


Рис. 1. Комерціалізація знань як функція НІС

Таблиця 1

Комерціалізація знань в межах національної інноваційної системи

Функціональні блоки НІС	Комерціалізація знань
Організації наукової сфери	Визначення та формування попиту на інтелектуальні продукти-новації, оцінка їх ринкового потенціалу, його розвиток. Вартісне визначення інноваційної ідей, інноваційного продукту з урахуванням інтелектуальної ренти їх творців, розвиток наукового підприємництва та посередництва
Спеціалізовані інноваційні організації	Виходячи з двоїстого характеру функціонального призначення спеціалізованих інноваційних організацій в НІС – поєднання інноваційної діяльності й інноваційного обслуговування: 1) інформаційно-організаційні послуги з комерціалізації інтелектуальних продуктів та інноваційної продукції; 2) інвестиції у інновації, ціноутворення на інноваційну продукцію (послуги), маркетинг інновацій
Інноваційні й інноваційно активні фірми виробничої сфери	Інвестиції у інновації, ціноутворення на інноваційну продукцію (послуги), маркетинг інновацій
Інфраструктура інноваційної діяльності	Інформаційно-організаційні послуги з комерціалізації інтелектуальних продуктів та інноваційної продукції;
Інституціонально-функціональний складник	Інституційне (зокрема, правове) забезпечення функції комерціалізації національної інноваційної системи як інтегратора знань

Консалтинг є складовою всіх функціональних блоків НІС, напрями консалтингового сприяння інноваційній діяльності розкрито у табл. 2.

Роль консалтингових ресурсів у національних інноваційних системах

Функціональні блоки НІС	Головні напрямки використання консалтингових ресурсів
Організації наукової сфери	Комерціалізація інноваційної ідеї і наукового продукту-новації, консалтингове забезпечення взаємозв'язків сфери наукової з виробничою та ринком
Спеціалізовані організації інноваційної сфери	Консультаційна підтримка, сприяння зростанню інноваційної активності й інновативності господарюючих суб'єктів, продукування організаційно-управлінських новацій, комерціалізація інноваційної продукції (послуг)
Інноваційні й інноваційно активні фірми виробничої сфери	Забезпечення інноваційними консалтинговими послугами, здійснення інноваційних технологій та інші напрямки діяльності консультантів як незалежних учасників зовнішніх інноваційних мереж фірм, комерціалізація результатів інноваційної діяльності
Інфраструктура інноваційної діяльності	Консалтингове забезпечення й підтримка діяльності організацій, що становлять функціональні блоки НІС, послуги з комерціалізації результатів інноваційної діяльності
Інституціонально-функціональний складник НІС	Розвиток державного, між фірмового й корпоративного управління, підвищення інноваційної культури й розвиток інноваційного мислення на підставі поширення знань про міжнародні стандарти, правила й норми інноваційної діяльності, досвіду інноваційно розвинутих країн, у тому разі з комерціалізації інновацій тощо

Інновація є інтелектуальним продуктом, який, проходячи стадії інноваційного процесу, може приймати такі форми: інноваційна ідея, новація, нововведення, інноваційна технологія, продукція (послуги). Тобто, якщо розглядати інноваційну діяльність не тільки як впровадження інновацій, а як здійснення системного інноваційного процесу від моменту зародження інноваційної ідеї до рутинізації й дифузії нововведень на підставі інтеграції їх наукових, виробничих і ринкових чинників [7, с. 26; 8, с. 126; 9], то комерціалізація результатів інноваційної діяльності повинна бути спрямована на надання товарної та капітальної форм інноваційній ідеї, новації, нововведенню, інноваційній технології, продукції (послугі). Виходячи з цього, завданням консалтингу як складової НІС є, по-перше, інформаційне забезпечення інноваційної діяльності на кожній стадії, тобто накопичення та трансмісія необхідних знань; по-друге, надання послуг з комерціалізації зазначених кінцевих і проміжних результатів інноваційної діяльності.

Комерціалізація інновацій є системним процесом, що охоплює всі стадії інноваційної діяльності та здійснюється всіма складовими НІС відповідно до їх функціонального призначення (рис. 2).

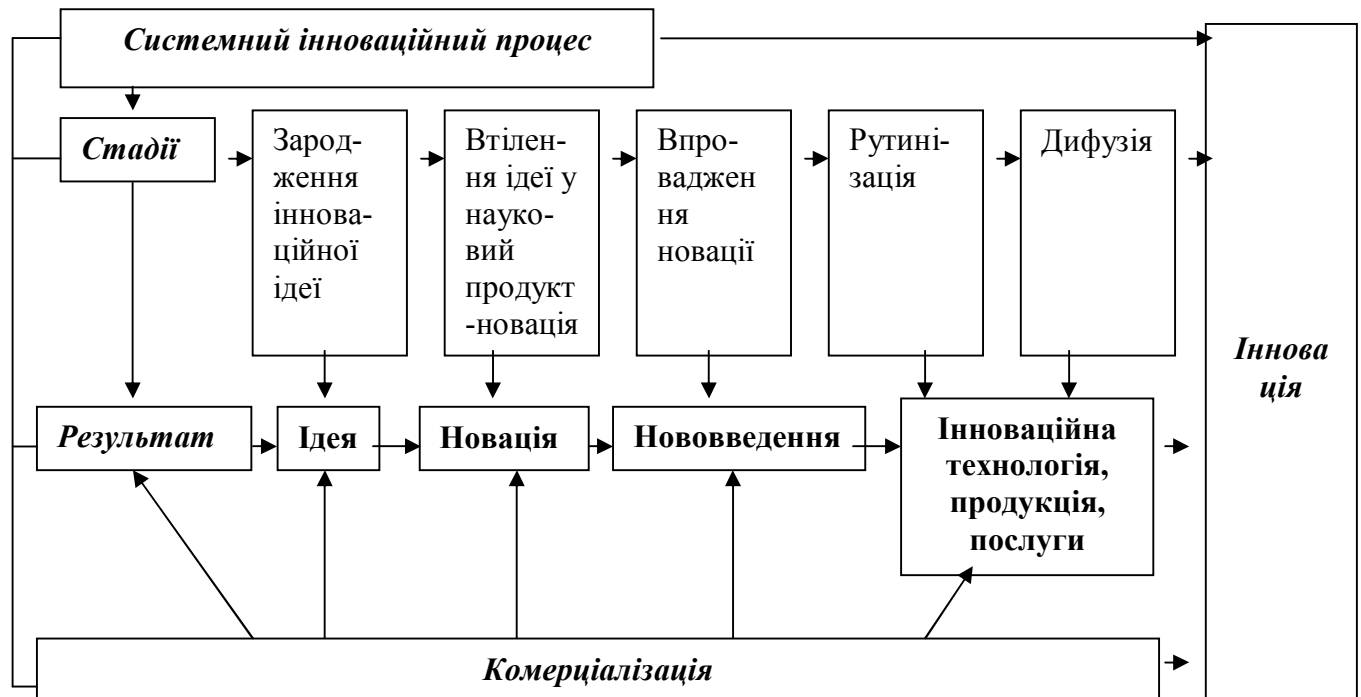


Рис. 2. Системний підхід до комерціалізації інновацій

Це обумовлено системним характером сучасного інноваційного процесу, роллю НІС як національного інтегратора знань. Консалтинг, послуги якого використовуються інноваторами на всіх стадіях інноваційного процесу, є дієвим чинником комерціалізації кінцевих і проміжних результатів інноваційної діяльності

ЛІТЕРАТУРА:

1. Інноваційна активність промислових підприємств (2000-2010 рр.) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua> > [index.php/statistical](http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical)
2. Инновационная экономика [Текст] / [Дынкин А.А., Иванова Н.И., Грачев Л.П. и др.]. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М.: Наука, 2004. – 352 с. – (Научное издание).
3. Блинов А.О. Управленческий консалтинг корпоративных организаций [Текст]: учебник / А.О. Блинов, Г.Н. Бутырин, Е.В. Добренёва. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 192 с. – (Серия «Высшее образование»).
4. Консалтинговые услуги в условиях реформирования экономики России [Текст]: [А.В. Громов, А.Д. Белявский, М.И. Кныш и др.]; под ред. М.И. Кныша. – СПб: Издат. Д. Буланин, 2003. – 192 с.
5. Демидова Л. Сфера услуг США: факторы ускорения динамики [Текст]: / Л. Демидова // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2005. – №12. – С. 38–49.
6. Инновационная экономика: необходимость, возможность и факторы развития в России [Текст]: учебн. пособ. / [А.К. Рассадина, М.С. Очковская, Э.П. Дунаев и др.]; под ред. Э.П. Дунаева. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2007. – 237 с.
7. Атаманова Ю.Є. Теоретичні проблеми становлення інноваційного права України [Текст]: монографія / Юлія Євгенівна Атаманова. – Харків: Факт, 2006. – 256 с.
8. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство [Текст] / Константин Петрович Янковский. – СПб.: Питер, 2004. – 189 с. – (Серия «Учебное пособие»).
9. Масленникова Н.П. Менеджмент в инновационной сфере [Текст]: учебн. пособ. / Масленникова Н.П., Желтенков А.В. – М.: ИДФББ–ПРЕСС, 2005. – 536 с.

КОНСАЛТИНГОВЫЕ ФАКТОРЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ

О.С. Марченко

Раскрыта роль консалтинга как составляющей национальных инновационных систем в обеспечении коммерциализации инноваций. Доказана необходимость системного подхода к коммерциализации инноваций, что требует придания товарной и капитальной форм результатам всех стадий инновационного процесса.

Ключевые слова: консалтинг, коммерциализация, инновация, инновационный процесс, национальная инновационная система.

CONSULTING FACTORS OF COMMERCIALIZATION OF INNOVATIONS

O.S. Marchenko

Consulting role as to the constituent of the national innovative systems in providing of commercialization of innovations is expose. The necessity of approach of the systems is well-proven to commercialization of innovations, that requires giving a commodity and capital forms to the results of all stages of innovative process.

Key words: consulting, commercialization, innovation, innovative process, national innovative system.