

Куклев Павел Александрович

аспирант,

технико-экономический факультет,

Владимирский государственный гуманитарный университет

kouklev-pa@mail.ru

ИННОВАЦИИ НА ПРОДАЖУ

**биржа инновационных продуктов
как новая форма информационного обмена
научно-технической информацией**

Аннотация

Отсутствие в нашей стране эффективно функционирующего рыночного механизма коммерциализации инновационных продуктов связано с неразвитостью инновационной инфраструктуры, а также с отсутствием инструментов кооперационной связи между всеми участниками инновационной деятельности. В статье предложена концепция биржи инновационных продуктов – особого субъекта инновационной инфраструктуры как новой формы информационного обмена научно-технической информацией, которая воплощает открытость, законность и контролируемость инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновация, инновационный продукт, рынок инновационных продуктов, биржа инновационных продуктов

Выведение на рынок новых технологий, овеященных в конечном продукте, торговля правами на использование объектов интеллектуальной собственности, коммерческий обмен объектами интеллектуальной собственности, выполнение научных разработок новых технологий «на заказ», инжиниринг – все это различные стороны такого явления как коммерциализация инновационных продуктов. А.А. Румянцев определяет данное явление как вовлечение результатов научных исследований в хозяйственный (экономический, ком-

мерческий) оборот в разных сферах деятельности людей (5, с. 15-16). Основными этапами коммерциализации научной разработки являются (4, с. 17): доведение научно-технической документации разработки до опытного образца, его маркетинг, инвестирование в проект, организация производства, реализация на рынке и получение прибыли.

К. Аллен отмечает, что коммерциализация складывается из изобретений, определения возможностей и концепции, защиты интеллектуальной собственности, разработки и тестирования

продукции, анализа осуществимости и создания предприятия (1, с. 37).

Обобщая указанные выше определения, можно предложить следующую дефиницию явления коммерциализации инновационных продуктов. Это процесс вовлечения научной разработки в хозяйственный оборот посредством продажи прав на использование объектов интеллектуальной собственности или создания предприятия, производящего продукт на основе научной разработки.

Коммуникации инноваций

Возникновение системы коммерческих форм взаимодействия науки и производства, базирующейся на структурных изменениях экономики в целом, является, по мнению К.П. Янковского (8, с. 35-36), базисом для реализации в нашей стране инновационной политики, целью которой является рост валового внутреннего продукта за счет освоения производственных принципиально новых видов продукции и технологий и расширения рынка сбыта производимых в России товаров. К.П. Янковский также выделяет необходимость институциональных преобразований в инновационной сфере. По нашему мнению, возможность создания организованного рыночного механизма для коммерциализации результатов научных исследований – это то, с рассмотрения чего необходимо начинать институциональные преобразования.

Отсутствие в нашей стране эффективно функционирующего рыночного механизма коммерциализации инновационных продуктов связано, на наш взгляд, с неразвитостью инновационной инфраструктуры в России в целом. С помощью различных элементов инновационной инфраструктуры решаются

идея биржи инновационных продуктов базируется на теории открытых инноваций, разработанной Генри Чесбро

основные задачи содействия инновационной деятельности:

- информационное обеспечение;
 - производственно-техническая и финансовая поддержка инновационной деятельности;
 - задачи сертификации и стандартизации инновационной продукции;
 - содействия продвижению эффективных разработок и реализации инновационных проектов;
 - подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для инновационной деятельности (6, с. 103-104).
- Конкретизируя проблему неразвитости инновационной инфраструктуры, Л.М. Гохберг и Т.Е. Кузнецова (2, с. 142-143) говорят о фрагментарности

сущность биржи
инновационных продуктов
заключается в продвижении
полезных и выгодных
инновационных продуктов
на рынок, то она может
являться катализатором
процесса распространения
открытых инноваций

сущность биржи
инновационных продуктов
заключается в продвижении
полезных и выгодных
инновационных продуктов
на рынок, она может являться
катализатором процесса
распространения открытых
инноваций

и незавершенности инновационного цикла, т.е. слабости института инновационных рыночных посредников, неразвитости сетевых коммуникаций. Решение данных проблем Л.М. Гохберг и Т.Е. Кузнецова видят в осуществлении новой комплексной инновационной политики, направленной на совершенствование инструментов кооперационной связи между всеми участниками инновационной деятельности.

По нашему мнению, подобным инструментом кооперационной связи между всеми участниками инновационной деятельности может стать особый субъект инновационной инфраструктуры – биржа инновационных продуктов.

Теория открытых инноваций

Идея биржи инновационных продуктов базируется на теории открытых инноваций, разработанной Генри Чесбро (9).

Суть теории заключается в том, что традиционные «закрытые инновации», предполагающие создание, продвижение и внедрение в контуре одного предприятия, уступают место открыто-

му рынку инновационных продуктов, не ограниченному рамками предприятия, сферой деятельности, географическими или национальными барьерами, то есть «открытым инновациям». Данный процесс обуславливается нарастанием процессов экономической интеграции, интернационализации хозяйственной деятельности, развитием глобализации и появлением новых информационно-коммуникационных возможностей (7, с. 73).

Теория открытых инноваций предполагает, что в случае наличия у предприятия или физического лица изобретения, технологии или ноу-хау, возможно, будет более выгодно продать права на их использование, чем самостоятельно заниматься подготовкой инновационного проекта и производством нового товара. Равно и обратное, если предприятие планирует выпускать новую продукцию, совсем не обязательно заниматься научными исследованиями, проводить испытания и регистрировать интеллектуальную собственность, достаточно приобрести права на использование изобретения, технологии или ноу-хау и сконцентрировать свои усилия исключительно на производственных и сбытовых аспектах.

Вследствие того, что сущность биржи инновационных продуктов заключается в продвижении полезных и выгодных инновационных продуктов на рынок, то она может являться катализатором процесса распространения «открытых инноваций».

С одной стороны, предприятие или физическое лицо могут придерживаться концепции «закрытых инноваций» и накапливать технологии, секреты производства и другие новшества, которые они не могут использовать в силу внутренних или внешних обстоятельств. Они также могут не иметь представле-

ния о рыночной стоимости имеющихся у них новшеств, которые можно выгодно коммерциализировать. В этом случае биржа инновационных продуктов, в силу своих функций, выступает как связующее звено между собственниками новшеств и рынком, на котором происходит реализация инновационных продуктов, обеспечивая выгодный процесс коммерциализации. Инновации из «закрытых», то есть сконцентрированных у одного собственника или изобретателя, преобразуются в «открытые», то есть становятся доступны к приобретению прав на их использование широким кругом лиц.

С другой стороны, предприятие, которое заинтересовано в развитии ассортимента выпускаемой продукции (новый товар на существующем рынке) или планирует выход на новые рынки с новыми товарами, может не обладать необходимыми знаниями и технологиями. В этом случае, биржа инновационных продуктов, выступая как аккумулятор информации по существующим инновационным продуктам, предоставляет предприятию необходимые данные, а также осуществляет полный цикл продажи инновационного продукта. Таким образом, биржа инновационных продуктов становится катализатором процесса распространения «открытых инноваций».

Б.Н. Кузык, исследуя вопросы развития инновационной инфраструктуры в нашей стране, отмечает необходимость создания новых форм информационного обмена научно-технической информацией, которые воплощают открытость, законность и контролируемость инновационной деятельности, а также обеспечивают двусторонний равноправный и взаимовыгодный характер обмена результатами научной деятельности (3, с. 211).

Вывод

Биржа инновационных продуктов, являясь субъектом инновационной инфраструктуры, имеет своей основополагающей функцией формирование базы существующих инновационных продуктов и сопутствующей им информации, а также базы актуальных технологических запросов на создание новшеств, которые находятся в открытом доступе для беспрепятственного доступа к ним заинтересованным лицам. Таким образом, биржа инновационных продуктов является формой открытого, законного и контролируемого информационного обмена научно-технической информацией об инновационных продуктах.

В процессе купли-продажи инновационных продуктов на рынке биржа инновационных продуктов выступает в качестве консультанта, гаранта юридической чистоты и выгоды сделки для каждой из сторон, то есть обеспечивает двусторонний равноправный и взаимовыгодный характер обмена на рынке инновационных продуктов. В результате биржа инновационных продуктов способствует тому, что соб-

биржа инновационных
продуктов, в силу своих
функций, выступает
как связующее звено
между собственниками
новшеств и рынком,
на котором происходит
реализация инновационных
продуктов

ственники инновационных продуктов имеют возможность получать прибыль от их продажи, а предприятия, нуждающиеся в новых научных разработках, имеют возможность на выгодных условиях приобрести их. Тем самым биржа инновационных продуктов преобразует «закрытые» инновации в «открытые».

Литература

1. Аллен К. Продвижение новых технологий на рынок. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 455 с.
2. Гохберг Л.М., Кузнецова Т.Е. Новая инновационная политика в контексте модернизации экономики // Журнал новой экономической ассоциации. – 2010. – №7. – С. 141-143.
3. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва. – М.: Экономика, 2005. – 624 с.
4. Румянцев А.А. Коммерциализация научной разработки. – СПб.: Наука, 2008. – 111 с.
5. Румянцев А.А. Менеджмент инноваций. Как научную разработку довести до инновации: учебное пособие. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2007. – 200 с.
6. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с.
7. Трифилова А.А. «Открытые инновации» – парадигма современного инновационного менеджмента // Инновации. – 2008. – № 1. – С. 73-77.
8. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство. – СПб.: Питер, 2004. – 192 с.
9. Chesbrough H. Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology. – Boston: Harvard Business School Press, 2003. – 272 p.

КЭ

Pavel A. Kuklev

*Postgraduate, Technical and Economic Faculty,
Vladimir State University of Arts*

Innovative products exchange as new form of science and technical information interchange

Abstract

Our country lacks advanced and effectively functioning market mechanism for innovative products commercialization is connected with underdevelopment of innovative infrastructure and with absence of instruments of cooperative ties between all participants of innovative activity. The paper offers conception of innovative products exchange – special subject of innovative infrastructure as new form of science and technical information exchange, which embodies openness, legality and controllability of innovative activity.

Keywords: innovation, innovative product, innovative products market, innovative products exchange