

8. Сараев А.Л., Сараев Л.А. К расчету эффективных модулей упругости изотропных композитов с изменяемой связностью составляющих компонентов // Математика, экономика и управление. 2015. Т. 1. № 2. С. 95.
9. Тюкавкин Н.М., Сараев А.Л. Государственно-частные партнерства в промышленном секторе России как фактор модернизации. Самара, 2016.
10. Чебыкина М.В. Формирование конкурентной стратегии предприятия: методические подходы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 8 (106). С. 46-50.
11. Чебыкина М.В., Усов Д.С. Импорт сельскохозяйственной техники: структура и регулирование // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. № 10 (92). С. 73-76.
12. Шаталова Т.Н. Ресурсный потенциал и размеры сельскохозяйственных предприятий АПК: Экономика, управление. 1999. № 7. С. 49.
13. Шаталова Т.Н., Жирнова Т.В. Проблемы стоимостного измерения материальных факторов производства на предприятиях // Вестник Оренбургского государственного университета. 2006. № 10. С. 276.

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИЙ

Елисеева А.В.¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, г. Самара

Ключевые слова: инновация, коммерциализация, предприятие, компания.

Современная экономика достаточно неустойчивая и несбалансированная структура, поэтому к ней всегда предъявляется повышенный интерес.

Инновации представляют собой внедрение в производство или в сферу услуг новшества в форме объектов, технологий, продуктов, являющихся результатом научных исследований, изобретений и открытий и качественно отличающихся от своих аналогов (или не имеющих аналогов).

Основной задачей инновации является создание дополнительной ценности не только для потребителей, но и для компаний, внедряющих эти инновации. Компании осуществляют разные виды инновационной деятельности, включая разработку новых товаров и услуг, внедрение новых процессов, которые повышают производительность труда, а также эффективность организационной и маркетинговой деятельности, улучшают качество и доступность своих товаров/услуг. Мы практически каждый день встречаем инновации в нашей жизни, иногда даже не подозревая об этом. Они достаточно необходимы для

¹Студент 1 курса бакалавриата Института экономики и управления Самарского университета. Научный руководитель: Манукян М.М., старший преподаватель кафедры экономики инноваций Самарского университета.

дальнейшего развития сфер нашей деятельности. Основная цель инновации - это упростить нашу жизнь и вывести производство на новый уровень развития.

Для развития инноваций необходим определенный потенциал новых мыслей и предложений, поэтому все развитые страны вкладывают большие денежные средства для поддержки молодых ученых и их разработки. Достаточно важным аспектом в развитии инноваций является их коммерциализация.

Коммерциализация — это цена, которую обществу приходится платить за экономический прогресс. (журнала «Свободная мысль – XXI» 2005. № 10)[1]

Любой проект нужно не только внедрить в жизнь, он должен в первую очередь окупаться, а в дальнейшем приносить прибыль. В большинстве стран всего лишь около 10% проектов воплощается в жизнь. В процессе коммерциализации всегда существует большое количество проблем, т.к. любое новшество нужно не только придумать, но и запатентовать, а в дальнейшем найти рынок сбыта для приобретения прибыли. Процесс получения патента может занимать до года и более. Далее следует воплотить проект в жизнь. Для этого можно действовать собственными силами, продать лицензию или продать все права. Но, если проект проходит через все трудности и благополучно реализуется на практике, то он может окупиться в десятки раз.

Коммерциализация инноваций заключается в привлечении инвесторов для финансирования деятельности разработчика с дальнейшей реализацией нового проекта из расчета определенного процента участия в будущей прибыли в случае успеха. Процесс выведения инновационного проекта на рынок содержит несколько этапов:

1) Предположим, что у предприятия есть несколько проектов. Для успешного выхода на рынок необходимо отобрать самые значимые проекты, которые будут обладать наибольшим коммерческим потенциалом и максимальной степенью готовности к освоению. Кроме того большое значение для успеха проекта имеет его востребованность на рынке, минимальный срок окупаемости, рентабельность и наименьшие риски.

2) Вторым этапом является формирование финансовых средств. Обычно у предприятия нет или недостаточно собственных средств, поэтому они привлекают инвесторов.

3) Необходимо закрепить права на проект и распределить их между участниками.

4) Внедрить новшество в производственный процесс или организовать производство инновации с последующей ее доработкой при необходимости.



Рис.1. Структура коммерциализации

Из этой таблицы видны задачи и роль каждого участника процесса коммерциализации. Существуют определенные способы коммерциализации. Причем каждый из них имеет как свои достоинства, так и недостатки:

1) Первый способ- самостоятельное использование инновации. При данном способе разработчик инновации самостоятельно «захватывает» определенную нишу рынка, получая при этом максимальный доход. Он может полностью контролировать процесс производства, и сам распоряжаться правами на свою интеллектуальную собственность. Но при этом существует очень большой риск в неудачном вложении средств и длительном процессе окупаемости. Для реализации этого метода потребуются существенные трудовые, временные и финансовые ресурсы. Покорение рынка и окупаемость быстрее всего будут вероятны в средне- или же долгосрочной перспективе. Но даже при хорошей организации процесса производства, существует риск, что сбыт продукции будет уменьшен из-за снижения спроса на него.

2) Второй способ-переуступка части прав на инновации. При этом разработчик имеет возможность в короткие сроки с небольшими затратами и минимальными рисками выйти на рынок за счет других компаний(получение

финансирования от заказчика при заключении подрядного договора). Но при этом разработчик получает меньше доход по сравнению с другими способами; имеет риски нарушения лицензии патентных прав и возможно появление контрафактной продукции.

3) Третий способ- полная передача прав на инновацию. Достоинства этого способа состоят в возможности получения высокого дохода в минимально короткие сроки окупаемости с небольшими затратами и минимальными рисками. Недостатком этого метода является усиление позиций со стороны конкурентов а у разработчика риск значительного снижения потенциального дохода.

Проблемы в коммерциализации инноваций.

В современном обществе процесс коммерциализации инноваций сталкивается со значительным рядом трудностей, которые препятствуют укреплению коммерциализации:

1. Необоснованная политика в области продаж, закупок и использовании инновационных технологий;

2. Неурегулированное нормативно-правовое обеспечение;

3. Необъективная оценка значимости инноваций для воспроизводства новых технологий и материалов;

4. Частое отсутствие конфиденциальности инноваций;

5. Реализация инновационных продуктов не только внутри страны, но и за ее пределами;

6. Сложное финансовое обеспечение (нестабильность);

7. Организационное обеспечение (проблемы получения патента и заключения договоров)

Заключение

В условиях современной экономики постоянный рост конкуренции на мировых рынках приводит к необходимости постоянного внедрения инновационной продукции. Компании стараются применять новые инструменты и технологии для обеспечения производства новых товаров и услуг. Залогом процветания инновационных товаров и услуг, как на российском, так и зарубежном рынке является коммерциализация продуктов. Это основной элемент внедрения инновационных продуктов и их контроля выступает на всех стадиях жизненного цикла проекта.

В основе результативного развития коммерциализации в России необходимо использовать, не только опыт нашей страны, но и прогрессивный опыт ряда экономически развитых стран. Не смотря, на казалось бы большой и разнообразный поток инноваций, только небольшая часть предприятий, которые занимаются разработкой и выведением инновационных продуктов на рынок, способна развиваться и приносить прибыль при этом сохраняя независимость и свои авторские права на инновационную деятельность.

Список использованных источников:

1. Креативная экономика [Электронный адрес URL: <https://creativeconomy.ru/lib/9356>]
2. Полит.ру [Электронный адрес URL: <https://polit.ru/article/2005/10/20/soto/>]
3. Future Access [Электронный адрес URL: <http://futureaccess.ru/Medaicenter/biznes-stati/cominnovation/>]

ВЕНЧУРНЫЕ ФОНДЫ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Емелин М.В.¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, г. Самара

Ключевые слова: венчурный фонд, стратегия, инвестиции, бюджет.

Самарская область – один из ведущих индустриальных регионов Российской Федерации, обладающий значительным экономическим и социальным потенциалом. Постановлением правительства Самарской области от 12.07.2017 №441, была утверждена стратегия социально-экономического развития Самарской области на плановый период до 2030 года [1]. Перед разработкой стратегии проведен SWOT-анализ (метод стратегического планирования) региона, в ходе которого выявлено, что одной из главных, слабых сторон региональной экономики является: «Низкая производительность труда и недостаточная инвестиционная активность в ключевых кластерах» и «чувствительность регионального бюджета к состоянию крупных промышленных предприятий». Ввиду этого особое внимание уделяется «обеспечению режима максимального благоприятствования развитию предпринимательства». Во многих регионах развитие малого и среднего бизнеса обеспечило конкурентные преимущества их экономик. Поэтому развитие поддержки малого и среднего предпринимательства позволит обеспечить региону конкуренцию на внутреннем рынке России. В ходе анализа ситуации в сегменте МСП (малое и среднее предпринимательство) мною были выявлены главные проблемы: отсутствие пропаганды и популяризации предпринимательской деятельности, административные барьеры, необходимость в увеличении финансирования поддержки малого и среднего предпринимательства.

Венчурные фонды – это инвестиционные фонды, которые направлены на работу с инновационными предприятиями и проектами (стартапы МСП).

Процесс функционирования венчурных фондов:

¹Студент бакалавриата Института экономики и управления Самарского университета. Научный руководитель: Анисимова В.Ю., старший преподаватель кафедры экономики инноваций Самарского университета.