

## КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЕЙ ИТ-ИННОВАЦИЙ

А. В. Боднар, И. Ю. Дерябина

*Донецкий национальный технический университет*

Поступила в редакцию 19 сентября 2017 г.

**Аннотация:** рассмотрены субъекты подсистемы коммерциализации инноваций. Изображен нелинейный механизм «Петли взаимного усиления», который будет стимулировать развитие ИТ-инноваций. Отображены диаграммы затрат на технологические инновации организаций по субъектам Российской Федерации. Разработана концепция системы управления коммерциализацией ИТ-инноваций по показателям согласования интересов производителя и потребителя. Выполнение предложенной концепции даст возможность урегулировать на приемлемом уровне баланс интересов потребителя и производителя.

**Ключевые слова:** коммерциализация, регион, ИТ-инновации, баланс интересов, заинтересованные стороны, инновационное развитие.

**Abstract:** the article describes the subjects of a subsystem of commercialization of innovation. The nonlinear mechanism of the «Loop of mutual reinforcement» is depicted, which will stimulate the development of IT innovations. The diagrams of expenses for technological innovations of organizations, by subjects of the Russian Federation are displayed. A conceptual system for managing the commercialization of IT innovations in terms of indicators of harmonization of the interests of the manufacturer and the consumer was developed. Implementation of the proposed concept will give the chance to settle at an acceptable level, the balance of interests of the consumer and the manufacturer.

**Key words:** commercialization, region, IT innovations, balance of interests, stakeholders innovative development.

В настоящий период регионы России, осуществляющие инновационную деятельность, встречаются с трудностями управления инновационным развитием. Нестабильность современных инновационных процессов во многом связана с экономическими и политическими последствиями. В этих условиях необходимо улучшить управление коммерциализацией для обеспечения экономического развития на базе плодотворного взаимодействия бизнеса и государства, позволяющего сконцентрировать инвестиционные бюджетные ресурсы, инициировать создание действенных рычагов для согласования интересов производителя и потребителя.

Исследованием вопросов совершенствования управления коммерциализацией инноваций в разное время занимались С. Бибик, Н. Кремлев, Л. Матвеева, Т. Никулина, Е. Новикова, И. Селин, Т. Федосова, Е. Циплакова, Б. Твисс, Э. Уткина,

А. Шеремет, Ю. Яковец и др. Однако в их работах не решалась задача разработки концепции управления коммерциализацией продуктов по показателям согласования интересов производителей и потребителей, содержащих методы оценки качества управления дисбалансом.

В связи с этим в интересах эффективного управления региональным инновационным развитием необходимо выявить характер взаимодействий среди участников процесса инновационного развития очередность применения соответствующих инструментов и установить компромисс или консенсус между потребителем и производителем.

Целью исследования является разработка концепции управления коммерциализацией ИТ-инноваций по показателям согласования интересов производителя и потребителя.

Инновационный путь развития государства подразумевает вкладывание государством денег в развитие инфраструктуры каждого из его регионов и

финансирование научных проектов, а также в результате данных мероприятий запуск системы коммерциализации инновационных технологий – качественный инновационный сектор бизнеса. Основы его плодотворного функционирования – действующие меры на национальном и региональном уровне по стимулированию инновационной деятельности, а также наличие условий для ведения бизнеса.

Соответственно к инновационной системе региона относят подсистему коммерциализации инноваций. Структуру подсистемы коммерциализации инноваций составляют субъекты, использующие инновации, и субъекты, формирующие подходящие требования с целью реализации всего инновационного процесса. Коммерциализация ИТ-инноваций заключается в объединении разработчика идеи и заказчика. Процесс коммерциализации наступает со стадии определения коммерческих перспектив и завершается лишь на стадии осуществления и извлечения прибыли от вновь введенного продукта.

Первая группа субъектов исследуемой подсистемы: инновационно-промышленные комплексы, технико-внедренческие зоны, инновационно-технологические центры, т. е. те инфраструктурные единицы, в сфере деятельности которых оказываются новшества, разработанные в подсистеме производства, технически осуществимые в промышленных масштабах и в отношении которых уже присутствует

осмысленная общественная потребность. Из чего следует, что непосредственно в этих субъектах инновационной инфраструктуры осуществляется преобразование новшества в инновацию, т. е. совершается ее коммерциализация [1]. Что касается субъектов, создающих благоприятные условия для исполнения инновационной деятельности в регионе, то к ним принадлежат финансовые институты, оказывающие инвестирование и кредитование участников инновационного процесса, фонды поддержки малых инновационных предприятий, венчурные инновационные компании и другие организации, деятельность которых направлена на развитие инноваций. Надлежит поддерживать формирование критериев для подъема привлекательности инновационной сферы, ведения бизнеса в области создания ИТ-инноваций, что способно в будущем проявиться в увеличении лояльности покупателей, которые станут наиболее ориентированы на данные инновации (рис. 1).

Как демонстрирует опыт прошлых лет, российская инновационная система была нацелена на нужды тяжелой промышленности, сырьевых отраслей и оборонного сектора. Однако на сегодняшний день наблюдается тенденция ориентации на нужды потребителя, что выражено быстрым расширением деятельности инновационных компаний в производстве инновационных продуктов и их коммерциализации для различных категорий потребителей.

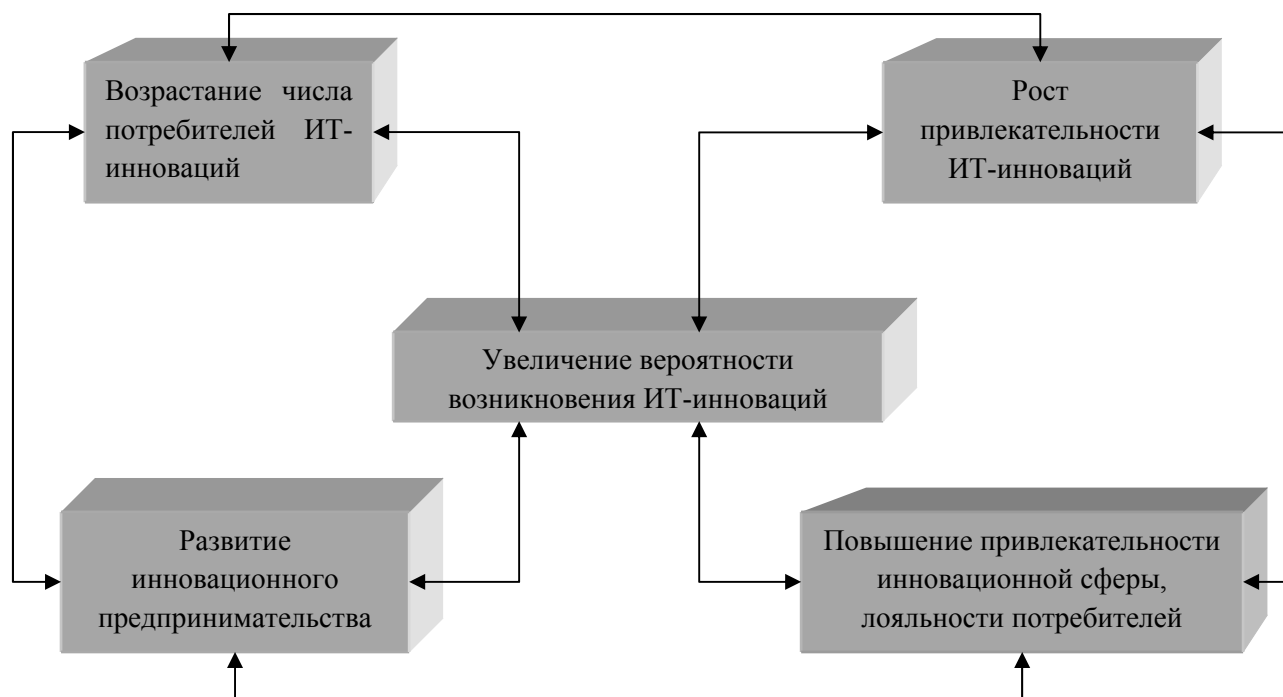


Рис. 1. «Петли взаимного усиления», стимулирующие развитие ИТ-инноваций [2]

Из диаграмм (рис. 2) видно, что наибольшие затраты на технологические инновации организаций по Уральскому федеральному округу имеет Тюменская область, а наименьшую – Курганская область.

На региональных рынках потребитель и его запросы выступают основным значением для обеспечения коммерциализации инновационной продукции. Вследствие чего в высокотехнологичных отраслях роль спроса на рынках инновационных товаров считается важной. Качество инновационных продуктов, удовлетворяющее растущий количественно и качественно спрос, непрерывное обновление товарного ряда новейшими разновидностями продукции объясняется высокими требованиями, которые предъявляли вначале местные (региональные) потребители.

Следовательно, потребитель является одним из ключевых участников процесса коммерциализации ИТ-инноваций, действующих в инновационной системе. Успешное функционирование участников региона в современных условиях риска и неопределенности требует и оптимизации финансовых и технико-экономических показателей организации, и управления инновационной деятельностью. Особенно важной становится мобилизация усилий, связан-

ных с адаптацией региона к непредсказуемым изменениям внутренней и внешней среды инновационного развития, что заставляет уделять особое внимание решению проблем обеспечения выживания участников региона, поиска новых партнеров, эффективного управления ресурсами, создания позитивного социального климата предпринимательства и изобретательства, обеспечения интеграционных взаимодействий всех работников в регионе.

Главным компонентом, приводящим к потерям, являются конфликтные ситуации. Вместе с тем наилучшей альтернативой считается предупреждение конфликтов, инструментом такого предупреждения выступает согласование интересов [4].

Центральной фигурой процесса управления с точки зрения его содержания обозначается согласование интересов. Управление, с одной стороны, можно отобразить как целенаправленное влияние на объект для достижения предварительно установленных результатов с учетом интересов управляющего и управляемого объекта. С другой – управление предполагает процесс регулирования интересов и поиск компромиссного решения при воздействии на управляемый объект.

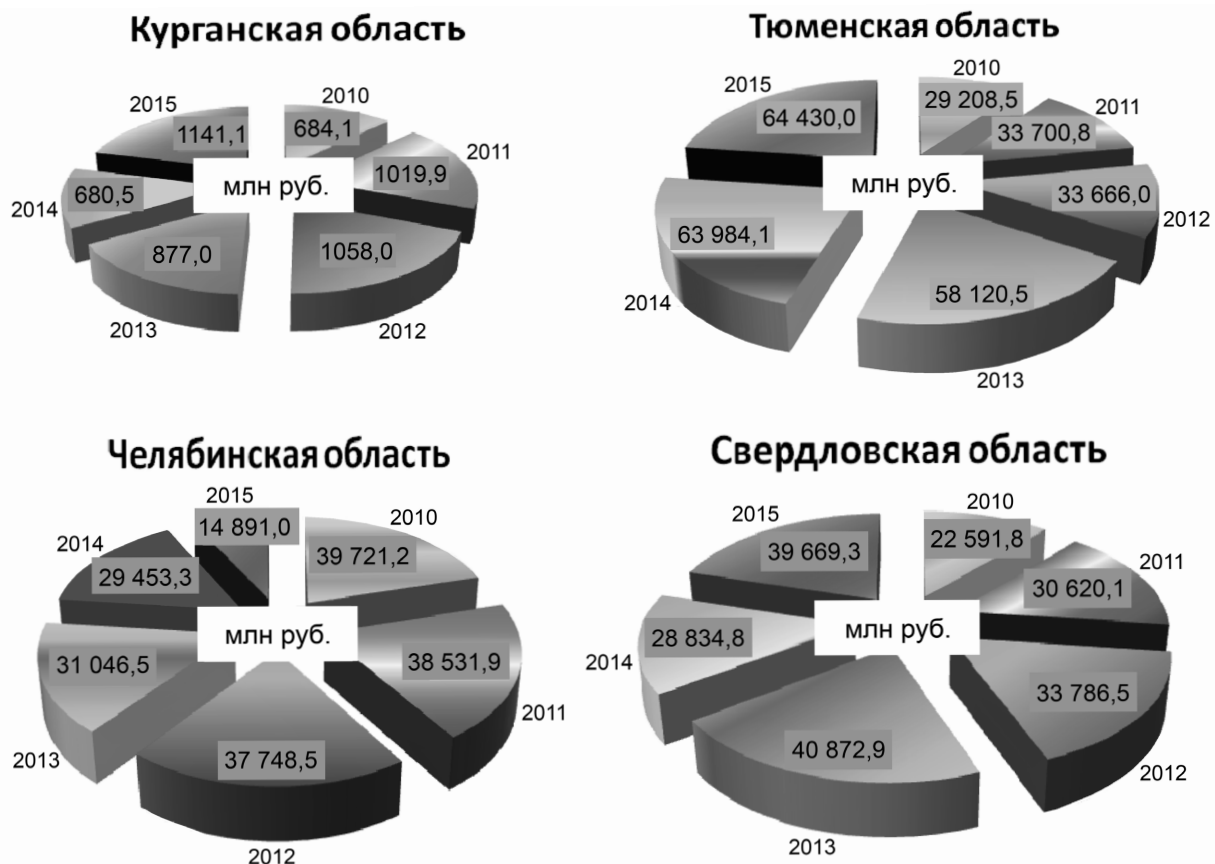


Рис. 2. Показатели затрат на технологические инновации организаций, по субъектам Российской Федерации [3]

Кроме того, существуют факторы, препятствующие инновациям в России на предотвращение которых потребуется продолжительное время: отсутствие у большинства российских специалистов навыков коммерциализации; отсутствие инфраструктуры для осуществления коммерциализации, доходящей до каждого работника научно-технической сферы.

Ключевым обстоятельством низкого темпа инновационного развития России служит недостаток мотивации бизнеса поддерживать огромные затраты на коммерциализацию инноваций без какого-либо возмещения.

Определенное отставание России в инновационном развитии позволяет перейти непосредственно к современной системной модели инновации. Системная модель инновационного развития региона позволяет учесть системную природу инновационного развития, взаимозависимость в таком процессе производителей и потребителей инноваций при их создании и коммерциализации.

Одним из этапов системного инновационного развития региона значится согласование интересов, где определяются основные участники будущей инновационной системы, обеспечивается их согласие в отношении инновационной политики региона. В частности, устанавливаются возможные инновационные инвесторы [5, с. 112].

Основу концепции формируют принципы, которым должна соответствовать система управления коммерциализацией. В зависимости от учитываемых внешних и внутренних факторов в управление коммерциализацией ИТ-инноваций применяются определенные подходы и методы. Управление коммерциализации ИТ-инноваций реализуется через общие функции управления, а именно планирование, организация и мотивация субъектов управления к разработке и внедрение инновационных идей, контролирование и регулирования процесса исполнения построенных планов инновационного развития.

В качестве субъектов управления выступают менеджеры, аналитики, консультанты, эксперты, проводящие коммерциализацию ИТ-инноваций. Они взаимодействуют друг с другом, передавая результаты своей деятельности и реализуя отдельные этапы инновационного процесса – проведение научных исследований, разработок, инновационное проектирование и подготовка документации, подготовка производства, освоение, внедрение технологий, производство новых видов продукции, их реализацию на инновационном рынке.

Воздействуют на всех участников субъекты внешней среды инновационного рынка потребители, по-

ставщики, конкуренты, инвесторы. Развитие обеспечивают субъекты инновационной инфраструктуры и субъекты поддержки инновационного развития. Для уменьшения затрат для производителей используется матричная циклическая модель обоснования и применения объединенных методов управления, реализуемых в управлении коммерциализацией.

Важным условием устойчивого развития считается баланс. Критерием оценки приемлемого качества управления является определение показателя уровень баланса в зоне компромисса (как стандарта) или консенсуса. В том случае если показатели не находятся в установленных границах, стороны стараются найти пути повышения управления коммерциализацией с целью достижения приемлемого результата.

В научной литературе отсутствует допустимая формулировка дисбаланса интересов в процессе коммерциализации. Вследствие чего рекомендуется расширить данное понятие в следующей трактовке: недопустимая степень их различий на предприятии-производителе и у заинтересованных сторон-потребителей продукции от уровня их баланса или договоренности в зоне компромисса интересов. Окончательно предложение по дополнению концепции управления предполагает организацию процессов эволюционного регулируемого достижения компромисса или консенсуса качества продукции для потребителей и в изменениях жизненного цикла интересов инновационности и уменьшения затрат для производителей на основании матричной циклической модели обоснования и применения объединенных методов управления, реализуемых в управлении коммерциализацией. В соответствии с этим была сформирована концепция системы управления коммерциализацией ИТ-инноваций по показателям согласования интересов производителя и потребителя (рис. 3).

Таким образом, разработанная концепция позволит выполнить управление коммерциализацией ИТ-инноваций на приемлемом уровне баланса интересов потребителя и производителя, который должен быть в зоне компромисса или консенсуса. Показан нелинейный механизм «Петли взаимного усиления» для стимулирования развития ИТ-инноваций. Рассмотрены группы подсистем коммерциализации инноваций: субъекты, использующие инновации и формирующие подходящие требования с целью реализации всего инновационного процесса. Кроме этого, представлены показатели затрат на технологические инновации организаций по Уральскому федеральному округу.

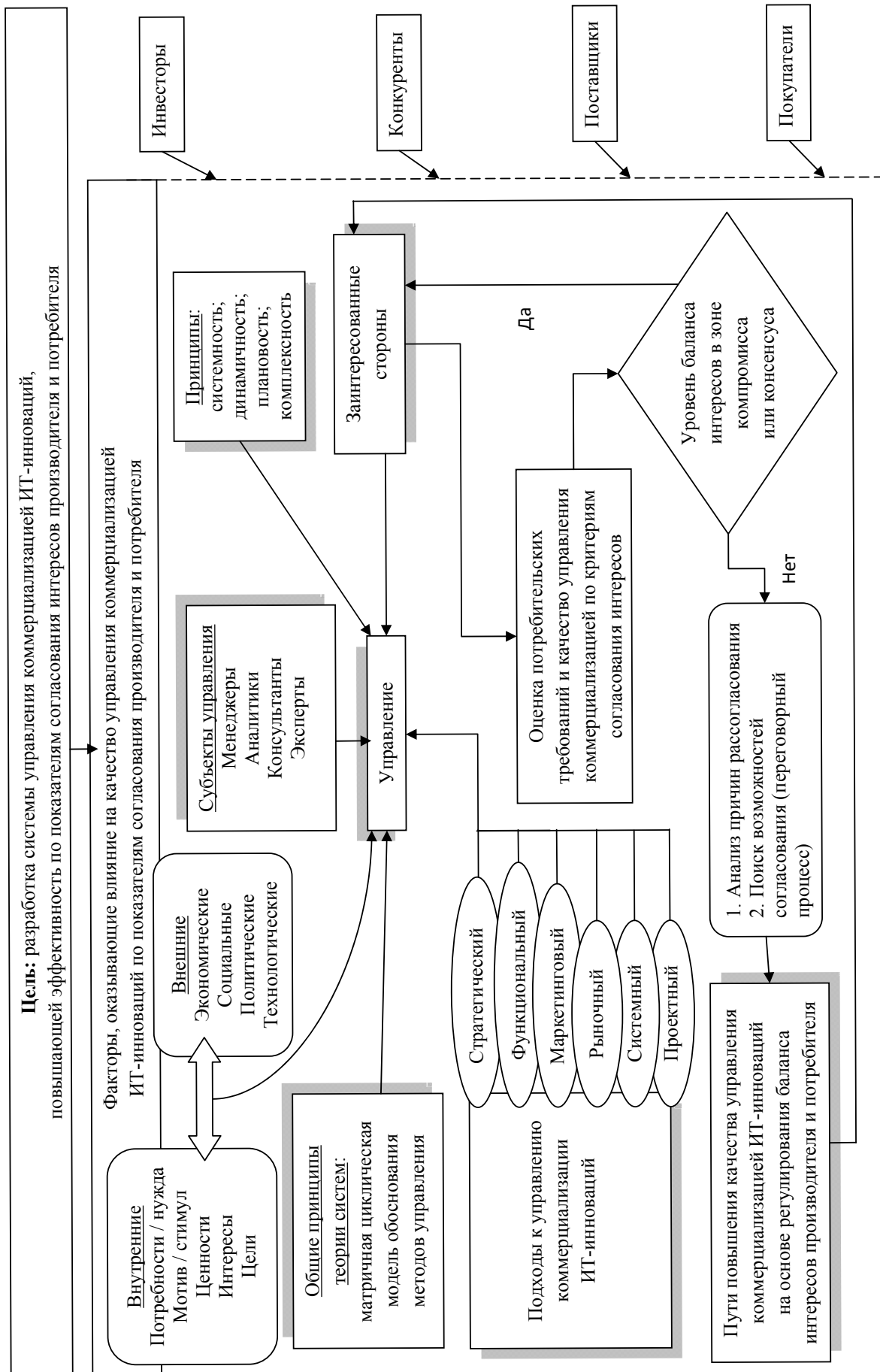


Рис. 3. Концепция системы управления коммерциализацией ИТ-инноваций по показателям согласования интересов производителя и потребителя

ЛИТЕРАТУРА

1. Бибик С. Н. Региональные инновационные системы : структура и содержание / С. Н. Бибик // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 5. – С. 290–292.

2. Нелинейные механизмы стимулирования инновационной деятельности. – Режим доступа: <http://www.sworld.com.ua/index.php/gu/economy-212/innovation-economy-212/13311-212-392>

*Донецкий национальный технический университет*

*Боднар А. В., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической кибернетики*

*Дерябина И. Ю., магистр кафедры экономической кибернетики*

*E-mail: inna.deryabina2012@yandex.ru*

3. Наука и инновации : Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/business/nauka/innov-n5.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/nauka/innov-n5.xls)

4. Селин И. В. Согласование внутренних интересов как фактор инновационного управления предприятием / И. В. Селин // Качество, инновации. – 2010. – № 1. – С. 52–58.

5. Устойчивое развитие России в условиях глобальных изменений : монография. – Челябинск : Челябинский Дом печати, 2016. – 200 с.

*Donetsk National Technical University*

*Bodnar A. V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Economic Cybernetics Department*

*Deriabina I. Yu., Student of Economic Cybernetics Department*

*E-mail: inna.deryabina2012@yandex.ru*