

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-3>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/75EVN316.pdf>

Статья опубликована 01.06.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ильина С.А. Формирование стратегий коммерциализации инновационного проекта в условиях сетевой организации бизнеса // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016)

<http://naukovedenie.ru/PDF/75EVN316.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 334.72

Ильина Светлана Александровна

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Россия, Москва¹
Аспирант кафедры «Инвестиции и инновации»

E-mail: s.a.ilina@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=661175

Формирование стратегий коммерциализации инновационного проекта в условиях сетевой организации бизнеса

Аннотация. С переходом к экономике, основанной на знаниях, инновации все чаще возникают в результате сетевого взаимодействия между участниками инновационного процесса. Теория сетевых форм организации бизнеса находится еще в стадии формирования, пока только выделяются некоторые направления исследований и тенденции на платформе науки управления. В научной литературе выделяются различные типы сетевого взаимодействия организаций, у предприятий существует выбор – стать элементом чужой сети или сформировать собственную сеть.

В исследовании автором была разработана модель реализации процесса коммерциализации инновационного проекта в условиях сетевой организации бизнеса. Предложена авторская классификация типовых стратегий коммерциализации инновационного проекта. Результаты проведенного исследования предоставляют максимальную вариативность стратегий для принятия управленческих решений, позволяющих реализовывать принципы открытых инноваций, а также наиболее эффективно адаптироваться к интеграции в сетевой бизнес как в качестве элемента чужой сети, так и в качестве инициатора собственной сети.

Ключевые слова: коммерциализация инноваций; стратегии коммерциализации инноваций; инновационные стратегии; классификация стратегий коммерциализации; инновационный проект; инновации; сетевая организация бизнеса; сетевое взаимодействие

Развитие инновационной экономики в развитых странах способствует росту научного и практического интереса к условиям и факторам, способствующим активизации инновационного процесса и повышению его результативности в России. Важным методологическим посылом становится понимание инновации как системного процесса. *Если*

¹ 125993, г. Москва, Ленинградский пр-т, д. 49

ранее считалось, что процесс генерации коммерческих инноваций ограничивался пределами фирмы, то с переходом к экономике, основанной на знаниях, это изменилось: инновации фирмы в наше время возникают в результате ее взаимодействия и технологического сотрудничества с другими предприятиями, университетами или научно-исследовательскими организациями. Инновационный процесс часто требует взаимодействия между многочисленными заинтересованными сторонами. Таким образом, фирмы не изолированы в своей инновационной деятельности, а скорее выполняют ее в совместных сетях, и инновационная деятельность в значительной степени зависит от внешней среды [1, с. 7].

На настоящий момент теория сетевых форм организации бизнеса еще не сформирована, пока только выделяются некоторые направления исследований и некоторые тенденции на платформе науки управления. Как отмечают авторы монографии: «Для управленческого подхода к изучению сетей характерно, что во главу угла ставятся не анализ экономической природы сетевых структур, а формирование стратегий управления и выявление источников конкурентных преимуществ, возникающих благодаря сочетанию деятельности входящих в сеть узлов» [2, с. 32-33].

Многие предприятия, предполагающие коммерциализировать свое новшество, основное внимание уделяют стратегиям коммерциализации инновационного проекта, что, несомненно, имеет важное значение. Однако, ни одну инновацию нельзя «оторвать» отдельно от фирмы, т.е. само предприятие в процессе коммерциализации является «лицом» этой инновации.

С целью повышения эффективности коммерциализации инноваций в предыдущей работе [3] автором была предложена теоретическая двухуровневая система формирования стратегий:

- на **первом уровне** предприятию необходимо сформировать общую концепцию поведения фирмы на текущем этапе ее функционирования, то есть сформировать инновационную стратегию развития предприятия;
- на **втором уровне** сформировать стратегию коммерциализации инновационного проекта с учетом сетевых взаимодействий по каждой конкретной инновации.

Концепция поведения предприятия на текущем этапе ее функционирования ранее исследовалась в работе [4].

Настоящее исследование является продолжением серии статей и направлено на исследование формирования стратегий коммерциализации инновационного проекта в условиях сетевой организации бизнеса. Как отмечают Алетдинова А.А., Курчиева Г.И. и Кравченко М.С., анализ особенностей обеспечения проектов в сетевой экономике показывает, что появились новые формы занятости, вознаграждения, поиска участников проекта, а также изменились требования к ним [5].

Прежде, чем перейти к дальнейшему исследованию, необходимо дать пояснения, что будет пониматься под термином **стратегия** – «модель достижения долгосрочных целей предприятия, а также совокупность последовательных видов поведения, позволяющих организации позиционировать себя в окружающей среде, а корректировка стратегии может рассматриваться как реакция на изменение внешних условий (возможностей и угроз)» [6, с. 256].

Рассмотрим возможные стратегии коммерциализации инновационного проекта и систематизируем их. Для этого адаптируем систему построения типовых стратегий, предложенную Новиковым Д.А. и Иващенко А.А. [7, с. 27-35], в соответствии с которой самостоятельная реализация предприятием этапа коммерциализации инновационного проекта

будет обозначаться единицей, а не реализация этапа коммерциализации (передача на аутсорсинг) будет обозначаться нулем.

Для построения типовых стратегий используем пять этапов (стадий) реализации процесса коммерциализации инновационного проекта, выделенных Антонец В.А., Нечаевой Н.В., Хомкиным К.А. и Шведовой В.В. [8, с. 21-35]:

1. *Этап генерации идеи.*
2. *Этап выращивания.*
3. *Этап демонстрации.*
4. *Этап продвижения.*
5. *Этап стабильности.*

Кроме того, для дальнейшей типологии выделим укрупненные группировки базовых единиц (этапов), для этого полный цикл коммерциализации инновационного проекта разделим по организационному признаку на три стадии:

- I. *Предынвестиционная стадия (включает в себя этапы генерации идеи и выращивания).*
- II. *Инвестиционная стадия (включает в себя этапы демонстрации и продвижения).*
- III. *Эксплуатационная стадия (включает в себя этап стабильности).*

На основе вышеизложенного предлагается следующая модель реализации процесса коммерциализации инновационного проекта (рисунок 1).

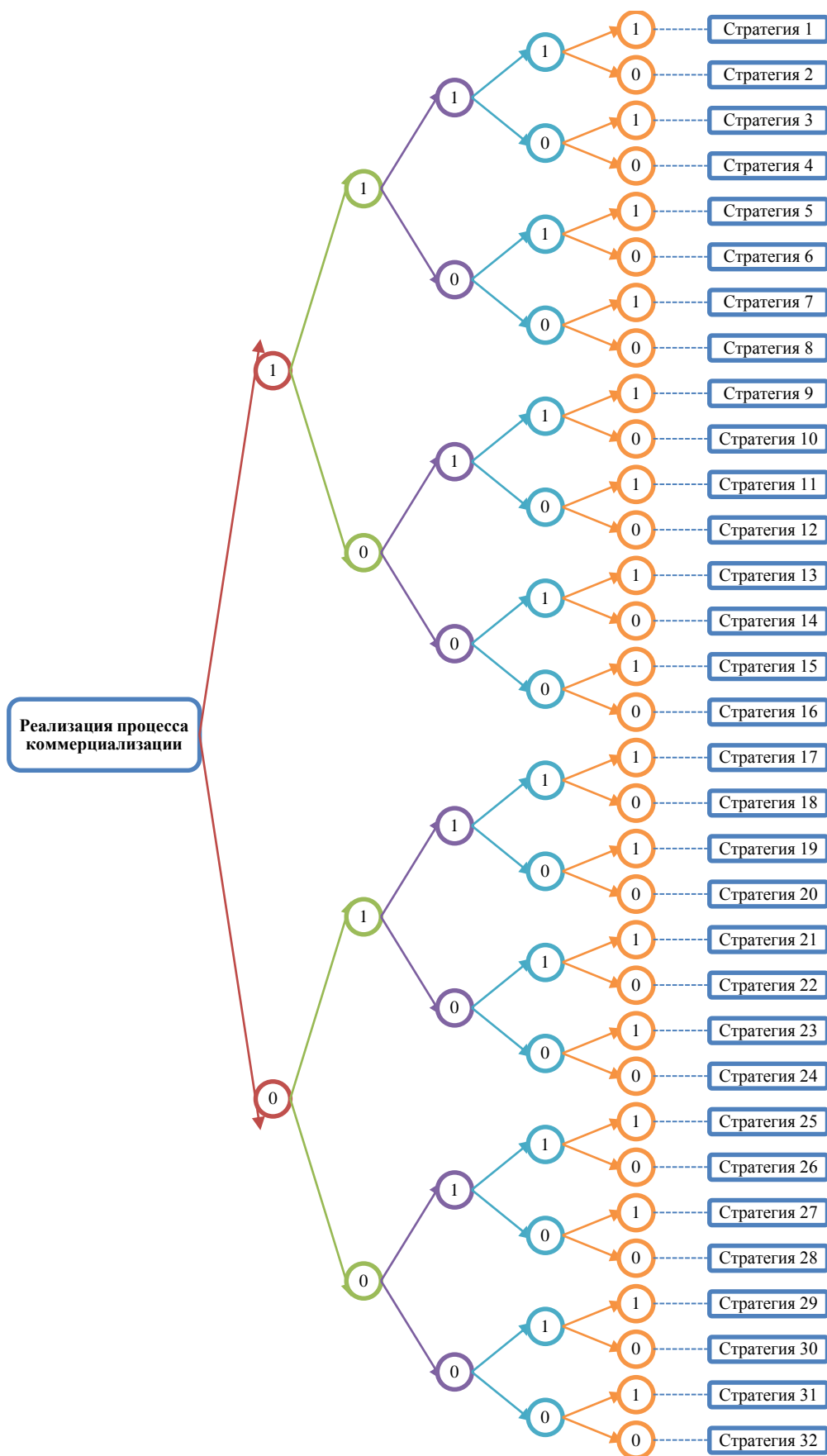


Рисунок 1. Модель реализации процесса коммерциализации инновационного проекта (разработано автором)

В результате построения модели были получены 32 стратегии (пути в сети), описание которых представлено в таблице 1.

Таблица 1

Типовые стратегии коммерциализации инновационного проекта (разработано автором)

№ стратегии	Группа типовых стратегий	Описание типовой стратегии
1 (11111)	Стратегия полного цикла	Предприятие самостоятельно реализует полный цикл коммерциализации инновационного проекта.
2 (11110)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной и инвестиционной стадии.
3 (11101)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной стадии, этап демонстрации инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
4 (11100)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной стадии и этап демонстрации инвестиционной стадии.
5 (11011)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной стадии, этап продвижения инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
6 (11010)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной стадии и этап продвижения инвестиционной стадии.
7 (11001)	Предынвестиционно-эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
8 (11000)	Предынвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы предынвестиционной стадии
9 (10111)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии, все этапы инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
10 (10110)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии и все этапы инвестиционной стадии.
11 (10101)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии, этап демонстрации инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
12 (10100)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии и этап демонстрации инвестиционной стадии.
13 (10011)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии, этап продвижения инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.

№ стратегии	Группа типовых стратегий	Описание типовой стратегии
14 (10010)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии и этап продвижения инвестиционной стадии.
15 (10001)	Предынвестиционно-эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап генерации идеи предынвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
16 (10000)	Предынвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует только этап генерации идеи предынвестиционной стадии.
17 (01111)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии, все этапы инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
18 (01110)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии и все этапы инвестиционной стадии.
19 (01101)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии, этап демонстрации инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
20 (01100)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии и этап демонстрации инвестиционной стадии
21 (01011)	Смешанная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии, этап продвижения инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
22 (01010)	Предынвестиционно-инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии и этап продвижения инвестиционной стадии.
23 (01001)	Предынвестиционно-эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап выращивания предынвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
24 (01000)	Предынвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует только этап выращивания предынвестиционной стадии.
25 (00111)	Инвестиционно-эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
26 (00110)	Инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует все этапы инвестиционной стадии.
27 (00101)	Инвестиционно-эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап демонстрации инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.
28 (00100)	Инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует только этап демонстрации инвестиционной стадии.
29 (00011)	Инвестиционно-эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует этап продвижения инвестиционной стадии и эксплуатационную стадию.

№ стратегии	Группа типовых стратегий	Описание типовой стратегии
30 (00010)	Инвестиционная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует только этап продвижения инвестиционной стадии.
31 (00001)	Эксплуатационная стратегия	Предприятие самостоятельно реализует только этап стабильности эксплуатационной стадии.
32 (00000)	Вырожденный случай	Предприятие бездействует.

Как видно из данных таблицы, в результате получена 31 теоретическая стратегия коммерциализации инновационного проекта (стратегия №32 – вырожденный случай), на основе которых предлагается следующая система классификаций (рисунок 2).

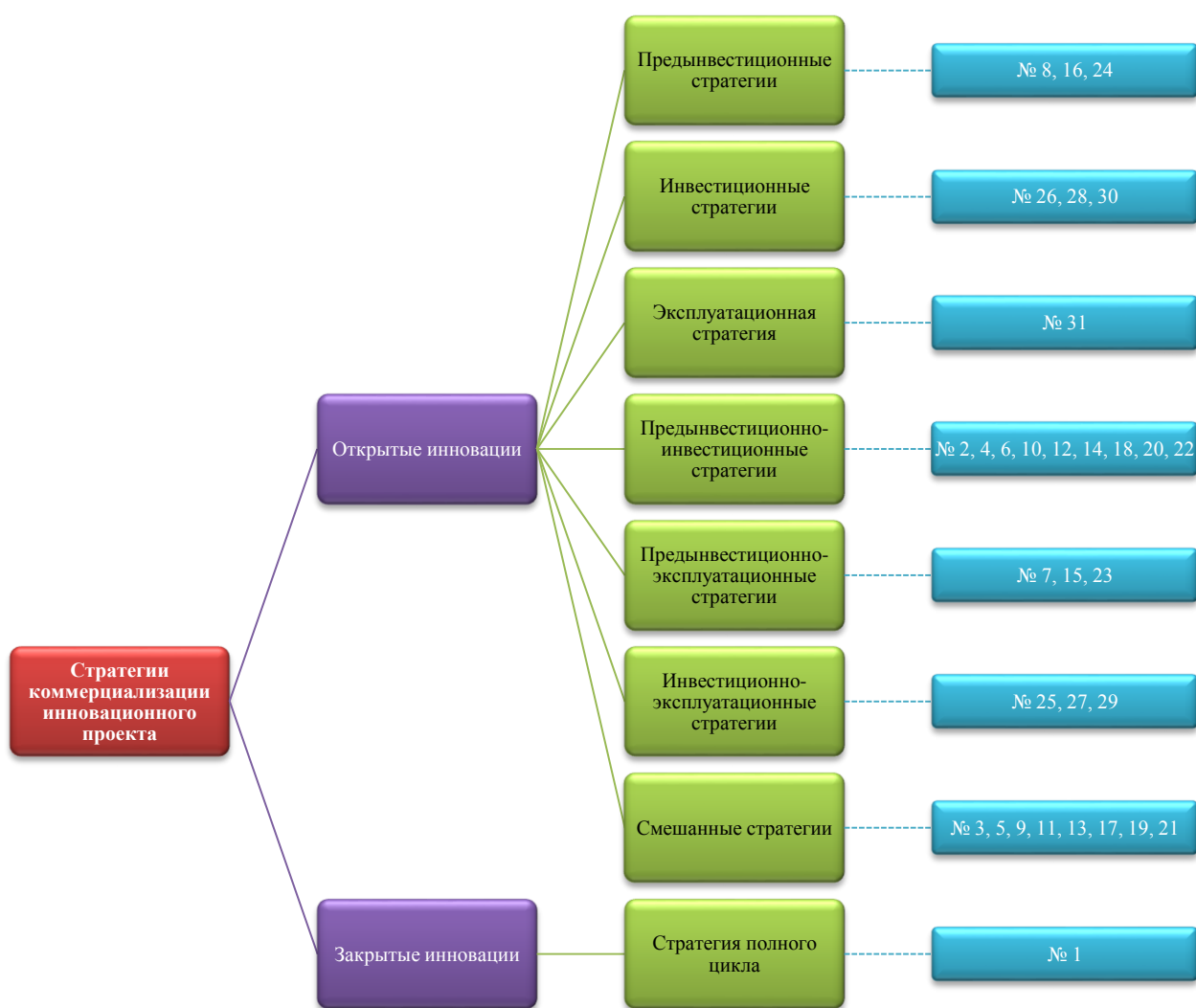


Рисунок 2. Классификация стратегий коммерциализации инновационного проекта (разработано автором)

Как видно из представленного рисунка, стратегию №1 реализуют предприятия, практикующие **модели закрытых инноваций**, в соответствии с которыми дальнейшая эксплуатация инновации предполагается внутри организации, как с использованием формальных методов защиты прав (государственной регистрацией) на интеллектуальную собственность, так и неформальных методов защиты прав (без государственной регистрации). Данный тип моделей отличается тем, что позволяет «относительно безопасно» осуществлять

процесс коммерциализации без использования формальных методов защиты, тогда как в открытых моделях это может привести к полной потере контроля над объектом интеллектуальной собственности.

В последние десятилетия стали активно развиваться новые **модели открытых инноваций**, в рамках которых компании коммерциализируют не только внутренние, но и внешние идеи. Как предполагают Попадюк Т.Г. и Попадюк Н.К., кризисные явления в отечественной экономике продолжают снижать уровень закрытости рынка объектов интеллектуальной собственности [9]. Сурин А.В. и Молчанова О.П. отмечают, что «Многие компании разработали и приняли инновационные стратегии, которые позволяли бы реализовывать принципы открытых инноваций. В основе этих стратегий лежит выявление способов, которыми внешние технологии могут заполнить разрывы в текущей деятельности компании, а их внутренние технологии – порождать для компании новые возможности и виды деятельности» [10, с. 44].

В результате проведенного исследования было получено 30 стратегий коммерциализации инновационного проекта (с №2 по №31), позволяющих реализовывать модели открытых инноваций. Максимальная вариативность позволит наиболее эффективно принимать управленческие решения и адаптироваться к интеграции в сетевой бизнес.

ЛИТЕРАТУРА

1. United Nations Economic Commission for Europe (2009), Enhancing the Innovative Performance of Firms: Policy Options and Practical Instruments.
2. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / М.А. Бек, Н.Н. Бек, Е.В. Бузулукова [и др.] / Под науч. ред. М.Ю. Шерешевой. – М.: Высшая школа экономики, 2014. – 296 с.
3. Ильина, С.А. Повышение результативности коммерциализации инноваций малых и средних предприятий / С.А. Ильина // Управленческие науки в современном мире. – 2015. – Т. 1, №1. – С. 361-364.
4. Попадюк, Т.Г. Нормативно-правовая поддержка институционального обеспечения создания и функционирования точек роста инновационной экономики в России / Т.Г. Попадюк, Н.Л. Удальцова, С.А. Ильина // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – №11 (83). – С. 27.
5. Алетдинова, А.А. Обеспечение управлением проектов в сетевой экономике / А.А. Алетдинова, Г.И. Курчеева, М.С. Кравченко // Интернет-журнал «Науковедение». – 2016. – Т. 8, №2 (2016).
6. Инновационное предпринимательство: учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 523 с.
7. Новиков, Д.А. Модели и методы организационного управления инновационным развитием фирмы / Д.А. Новиков, А.А. Иващенко. – М.: КомКнига, 2006. – 332 с.
8. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок: учеб. пособие / Под ред. К.А. Хомкина. – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009. – 320 с.
9. Попадюк, Т.Г. Управление инновациями в агломерации: подходы к формированию городской системы управления знаниями / Т.Г. Попадюк, Н.К. Попадюк // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – №12 (60). – С. 68.
10. Сурин, А.В. Инновационный менеджмент: Учебник / А.В. Сурин, О.П. Молчанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с.

Irina Svetlana Aleksandrovna

The financial university under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow
E-mail: s.a.ilina@mail.ru

Formation of strategies for the commercialization of the innovative project under the conditions of a networked business organization

Abstract. With transition to the economics based on the knowledge, the innovations increasingly result from the network interaction between participants of the innovation process. The theory of networked forms of business organization is still in its formative stage. For the present time only some lines of research and trends on the platform of management science stand out. The various types of network interaction between organizations are notable in the scientific literature. The enterprises have a choice – to be a part of the foreign network or to form the in-house network.

The author of research developed a process implementation model for commercialization of the innovative project under the conditions of the networked business organization. He offers the designer's classification of typical strategies for commercialization of the innovation project. The results of the research conducted grant the maximum variation of strategies for making management decisions, allowing to implement the principles of open innovations, as well as most effectively adapting to integration into a network business as both a part of the foreign network and an initiator of the in-house network.

Keywords: commercialization of innovations; strategies for commercialization of innovations; innovation strategies; classification of commercialization strategies; innovation project; innovations; network business organization; network interaction

REFERENCES

1. United Nations Economic Commission for Europe (2009), Enhancing the Innovative Performance of Firms: Policy Options and Practical Instruments.
2. Metodologiya issledovaniya setevykh form organizatsii biznesa: kollekt. monogr. / M.A. Bek, N.N. Bek, E.V. Buzulukova [i dr.] / Pod nauch. red. M.Yu. Shereshevoy. – M.: Vysshaya shkola ekonomiki, 2014. – 296 s.
3. Il'ina, S.A. Povyshenie rezul'tativnosti kommersializatsii innovatsiy malyykh i srednikh predpriyatiy / S.A. Il'ina // Upravlencheskie nauki v sovremennom mire. – 2015. – T. 1, №1. – S. 361-364.
4. Popadyuk, T.G. Normativno-pravovaya podderzhka institutsional'nogo obespecheniya sozdaniya i funktsionirovaniya tochek rosta innovatsionnoy ekonomiki v Rossii / T.G. Popadyuk, N.L. Udaltsova, S.A. Il'ina // Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal. – 2015. – №11 (83). – S. 27.
5. Aletdinova, A.A. Obespechenie upravleniem proektov v setevoy ekonomike / A.A. Aletdinova, G.I. Kurcheeva, M.S. Kravchenko // Internet-zhurnal «Naukovedenie». – 2016. – T. 8, №2 (2016).
6. Innovatsionnoe predprinimatel'stvo: uchebnik dlya vuzov / Pod red. V.Ya. Gorfinkelya, T.G. Popadyuk. – M.: Izdatel'stvo Yurayt, 2013. – 523 s.
7. Novikov, D.A. Modeli i metody organizatsionnogo upravleniya innovatsionnym razvitiem firmy / D.A. Novikov, A.A. Ivashchenko. – M.: KomKniga, 2006. – 332 s.
8. Innovatsionnyy biznes: formirovanie modeley kommersializatsii perspektivnykh razrabotok: ucheb. posobie / Pod red. K.A. Khomkina. – M.: Izdatel'stvo «Delo» ANKh, 2009. – 320 s.
9. Popadyuk, T.G. Upravlenie innovatsiyami v aglomeratsii: podkhody k formirovaniyu gorodskoy sistemy upravleniya znaniyami / T.G. Popadyuk, N.K. Popadyuk // Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal. – 2013. – №12 (60). – S. 68.
10. Surin, A.V. Innovatsionnyy menedzhment: Uchebnik / A.V. Surin, O.P. Molchanova. – M.: INFRA-M, 2009. – 368 s.