

УДК 316.422

DOI 10.22213/2413-1172-2017-3-96-97

М. И. Файзулин, ИжГТУ имени М. Т. Калашникова

ПРОДВИЖЕНИЕ И КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Одной из основных задач, стоящих перед предприятиями – исполнителями государственного оборонного заказа, в данный момент времени является продвижение и коммерциализация инноваций. Инновационное развитие предприятий военно-промышленного комплекса (далее ВПК) сфокусировано сейчас на модернизации производств и имеет направленность на формирование научно-технического потенциала.

Участие предприятий ВПК в процессе коммерциализации (продвижении) инноваций крайне важно, так как оно способствует:

- применению квалифицированных кадров, производственного оборудования и технологий ВПК, которые обладают достаточно серьезным потенциалом, не реализованным в гражданской сфере;

- созданию дополнительного источника дохода.

Слово «коммерциализация» происходит от лат. *commercium*, что в переводе означает торговля, торговые операции [1].

В процессе изучения современной экономической литературы можно встретить множество различных определений понятия «коммерциализация». Например, под коммерциализацией инноваций понимают:

- получение дохода от реализации инновационных продуктов;

- перевод результатов научно-исследовательских работ (далее НИР) и опытно-конструкторских работ (далее ОКР) в продукт/услугу, способные конкурировать на рынке;

- процесс выведения инноваций на рынок.

Таким образом, если рассматривать понятие «коммерциализация инноваций» как процесс перехода нововведения в рыночный продукт, то его можно свести к получению дополнительного дохода. Связать это можно с тем, что помимо научной и технической инновация должна быть ликвидна на рынке.

Достижения и результаты, которые были получены в ходе выполнения НИР и ОКР, в дальнейшем реализуются в виде нового продукта/услуги или технологий. Данный инновационный для рынка продукт (уникальный по своим свойствам и характеристикам) и является дополнительным источником дохода предприятия.

Инновационный продукт предприятий ВПК может быть представлен в виде:

- объектов интеллектуальной собственности;

- гражданской продукции, изготовленной на основе технологий военного назначения [2].

Стоит отметить, что коммерциализация инноваций – основная стадия всего инновационного про-

цесса, так как ее результатом является уникальный продукт, который приносит прибыль (экономический эффект) предприятию [3, 4].

Инновационный процесс на предприятиях оборонного комплекса обычно подразделяют на две стадии:

- 1) создание/производство инновации;

- 2) коммерциализация инновации.

Далее данные стадии можно конкретизировать, разбив их на следующие этапы.

1. Исследование рынка (поиск наиболее актуальных тем).

2. Техничко-экономическое обоснование опытно-конструкторских и научно-исследовательских работ.

3. Проведение НИР/ОКР.

4. Подготовка производственных мощностей/кооперация с предприятиями-соисполнителями.

5. Производство инновационного продукта.

6. Процесс коммерциализации [5].

Этапы 3 и 4 предусматривают разработку технического задания, эскизного проекта, составление необходимой конструкторской документации для постановки инновационного изделия на производство, изготовление НКИА (нестандартной контрольно-измерительной аппаратуры), а также технологическую подготовку производства.

Производство инновационного продукта включает в себя промышленное производство на соответствующих мощностях.

Процесс коммерциализации предполагает:

- продвижение товара;

- реализацию;

- дальнейшее распространение на рынке.

Следует отметить, что большинство исследований проводится предприятиями совместно с ведущими высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими центрами, что можно связать с отсутствием собственной научной базы. Так, многие предприятия ОПК в Удмуртской Республике создают совместно с высшими учебными заведениями базовые кафедры, на которых не только осуществляется подготовка специалистов по наиболее приоритетным для отрасли специальностям, но и проводятся научные исследования.

Инновационную продукцию гражданского назначения предприятия ОПК могут распространять и реализовывать как собственными силами, так и с помощью организаций-посредников. Если инновационный продукт представляет собой объект интеллектуальной собственности, то формой коммерциализации в таком случае будет являться продажа лицензий/патентов, переуступка прав и т. д.

Стоит также отметить наличие ряда проблем, которые препятствуют созданию и дальнейшему продвижению инноваций отечественными предприятиями. К основным проблемам следует отнести:

– отсутствие финансовых ресурсов для продвижения инноваций (так как основной источник дохода предприятий ВПК – государственный оборонный заказ);

– при создании инновационного продукта в большинстве случаев предприятия уделяют мало внимания проведению маркетинговых исследований;

– большая часть российских ученых проживает и работает за рубежом;

– отсутствие четкой системы нормативного регулирования в данной сфере;

– слабая мотивация бизнеса;

– слабо развитая инфраструктура не способствует созданию, внедрению и продвижению инноваций.

Для разрешения сложившейся проблемной ситуации необходим комплекс мер, который будет стимулировать развитие данного направления. К таким мерам можно отнести:

1) налаживание связей между предприятиями ВПК и непосредственными создателями инноваций, а также университетами;

2) совершенствование нормативной базы в области инноваций и внедрения инноваций;

3) оказание государственной поддержки в части финансирования и создания необходимой инфраструктуры;

4) проведение маркетинговых исследований предприятиями ВПК;

5) создание торговых площадок – так называемых инновационных бирж;

6) создание системы партнерского маркетинга и связей.

Внедрение данного комплекса мер должно способствовать созданию, продвижению и внедрению инноваций в российской экономике.

Получено 01.08.2017

Таким образом, коммерциализация инноваций для предприятий ВПК в Российской Федерации – одно из приоритетных направлений, которое необходимо развивать, так как оно не только является одним из дополнительных источников развития, но и способствует снижению зависимости от государственного оборонного заказа, давая шансы предприятию выжить в период кризиса, когда государство снижает объемы закупок. Кроме того, применение инновационных продуктов и технологий, разработанных на предприятиях военно-промышленного комплекса, в гражданской сфере может послужить источником развития других отраслей промышленности, что будет способствовать продвижению продукции отечественных производителей на международных рынках и повышению конкурентоспособности предприятий.

Библиографические ссылки

1. *Жданова И. Ф., Вартумян Э. Л.* Англо-русский экономический словарь. – 4-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 2001. – 880 с.

2. *Мухомад В. И.* Коммерциализация интеллектуальной собственности. – М. : Магистр, 2010. – 511 с.

3. *Ипitolитова А. А.* О коммерциализации ОИС в региональной инновационной системе Саратовской области // Инновационная деятельность. – 2012. – № 2(20). – С. 80–88.

4. *Мухомад В. И.* Сущность, средства и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в российской экономике // Материалы секционного заседания Третьего Всерос. форума «Интеллектуальная собственность – XXI век» (20–23 апреля 2010 г.) / под ред. Е. В. Королевой. – М. : Рос. гос. ин-т интелект. собственности (РГИИС), 2010. – 96 с.

5. Управление организацией : монография / Р. А. Галиахметов, Р. В. Голев, Ю. В. Федоров, М. И. Файзулин. – Ижевск : Изд-во ИжГТУ имени М. Т. Калашникова, 2014. – 144 с.