

Т.В. Какатунова, Н.И. Гавриленко

Обоснована необходимость гибких процедур продвижения новшеств на всех этапах инновационного цикла, важность коммерциализации идей, заимствованных из внешней среды. Предложена функциональная структура региональной системы трансфера и диффузии инноваций. Проведен анализ ее основных элементов (центры сбора и анализа данных об имеющихся разработках, маркетинга инноваций, их трансфера и диффузии, трансформации и адаптации, инновационной кооперации), описаны главные направления их деятельности.

Ключевые слова: инновационный цикл, коммерциализации разработок, трансфер инноваций, диффузия инноваций, инновационная кооперация, региональная инновационная среда, маркетинг инноваций.

Современная экономическая ситуация в России характеризуется, с одной стороны, некоторым оживлением отдельных сфер экономики, с другой – глубоким дисбалансом в развитии регионов. В таких условиях инновации становятся важнейшим фактором выхода из кризиса и движения по пути устойчивого развития.

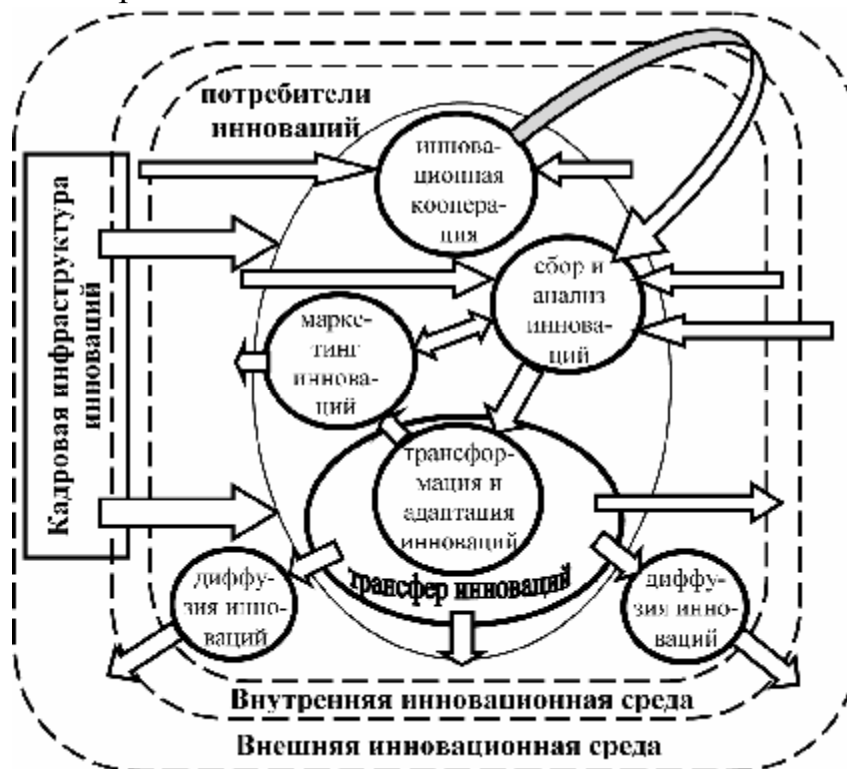
Как следует из статистических данных, вклад инновационного сектора в экономический рост страны в 2009 г. составил, по предварительным оценкам, 0,6 процентных пункта ВВП, тогда как в 2007–2008 гг. он достигал 1–1,1 процентных пункта. В то же время несмотря на ряд негативных тенденций в инновационной сфере, наметившихся в 2009 г., в соответствии с прогнозом социально-экономического развития Российской Федерации на 2010 г. и на период 2011–2012 гг. ожидалось увеличение доли инновационной продукции в общем объеме промышленного производства с 5,5% в 2008 г. до 6,4% в 2012 г., а доли предприятий, осуществляющих технологические инновации, – с 9,8% до 10,5–11,5% за тот же период [2]. Выйти на эти показатели можно лишь при активизации инновационной деятельности в регионах, в том числе за счет более быстрого продвижения новшеств и их коммерциализации.

Вместе с тем, в условиях объективной ограниченности ресурсов (усилившейся под влиянием мирового экономического кризиса) значительная часть предприятий просто не в состоянии реализовать полный цикл инновационного процесса собственными силами. Необходима переориентация от использования собственных разработок к коммерциализации идей, заимствованных из внешней среды. Это, в свою очередь, требует наличия на региональном уровне структур, содействующих трансферу и диффузии инноваций.

Заметим, что в общем случае под трансфером инноваций понимается процесс передачи новых продуктов и технологий для их дальнейшей коммерциализации с учетом интересов всех участвующих сторон, тогда как диффузией обычно называют распространение уже освоенных инноваций по

коммуникационным каналам между различными экономическими субъектами во времени и в пространстве [1].

Важнейшие функциональные элементы региональной инновационной инфраструктуры – сбор и анализ данных о новшествах, их маркетинг, трансформация и адаптация, трансфер и диффузия, инновационная кооперация (см. рисунок). Подсистема трансфера и диффузии, очевидно, является в ней одной из ключевых; ее функции могут быть реализованы либо путем создания сети взаимосвязанных центров с известной долей самостоятельности, либо за счет развития соответствующих подразделений в рамках единой региональной организации. Отметим, что большое влияние на ее функционирование будет оказывать кадровая инфраструктура, представленная различными образовательными учреждениями, осуществляющими подготовку и переподготовку специалистов. При этом формирования, занятые продвижением инноваций, могут корректировать обучающие программы в соответствии с их реальными потребностями.



Функциональная структура региональной системы трансфера и диффузии инноваций

Сотрудничество субъектов инновационной среды региона с целью коммерциализации новых продуктов и технологий может осуществляться на базе центра инновационной кооперации, выступающего в роли посредника. Так, разработчик инноваций сможет получить помощь при поиске инвесторов, консалтинговых организаций (для оформления авторских прав) или предприятий, на базе которых может быть организован выпуск новой продукции.

Центр сбора и анализа данных в предлагаемой системе должен отвечать за накопление информации об имеющихся в регионе разработках, заказах на НИОКР, описаниях инновационных предложений и т.п. Кроме того, его сотрудники могут осуществлять селекцию инновационных идей на соответствие целевым показателям развития региона. Основными элементами инновационной среды, участвующими в его деятельности, станут разработчики и потребители инноваций, региональная администрация и федеральные структуры. При изучении имеющихся разработок он может взаимодействовать с организациями, оказывающими консалтинговые услуги, для проведения экспертной оценки и сертификации.

Если выяснится, что та или иная разработка нуждается в совершенствовании в соответствии с запросами потенциальных потребителей, она может быть рассмотрена в центре трансформации и адаптации. Этот центр либо оказывает разработчикам консультационную поддержку, либо помогает наладить контакты с организациями, способными предоставить лабораторные или производственные площади для доведения опытного образца до нужной степени готовности. Помимо разработчиков, партнерами данного центра могут быть производственно-технологические структуры (технопарки, бизнес-инкубаторы и др.), а также финансовые организации.

Основные задачи центра маркетинга инноваций – анализ спроса и предложения на рынке НИОКР, новых продуктов и технологий, определение направлений их доработки с учетом выявленных дисбалансов, продвижение перспективных разработок на рынке.

В рамках центра трансфера инноваций может проводиться их проверка на техническую состоятельность и готовность к передаче от разработчика (коллективного или индивидуального) к пользователю (в основном это производственные предприятия), либо внутри промышленного сектора. Он также может вести поиск партнеров для осуществления инновационных проектов. Заметим, что объектом трансфера могут выступать как инновации в их первоначальном виде, так и разработки, адаптированные с учетом запросов потребителя.

Центр диффузии инноваций предназначен для продвижения уже реализованных разработок в новые сферы деятельности, на новые географические и продуктовые сегменты.

Чтобы обеспечить эффективное взаимодействие всех перечисленных элементов региональной инновационной инфраструктуры, целесообразно создать единую информационную сеть с разветвленными базами данных.

Литература

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2001.
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2010 г. и на плановый период 2011 и 2012 гг. – М., 2009.