

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ: КЛАССИФИКАЦИЯ ПО СПЕЦИФИКЕ ПРОЦЕССА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ**

**Е.Д. Вайсман, В.Е. Мищенко**

*ФГБОУ ВПО «Южно-уральский государственный  
университет» (национальный исследовательский университет),  
г. Челябинск*

*Рецензент д-р экон. наук, профессор И.А. Баев*

**Ключевые слова и фразы:** инновационный проект; инновационный процесс; инновация; классификация; коммерциализация; конкурентоспособность.

**Аннотация:** Проведен анализ наиболее известных классификаций инноваций, сформирована авторская классификация инновационных проектов по специфике процесса их коммерциализации.

В большинстве случаев наивысшей степенью конкурентоспособности обладают предприятия, деятельность которых носит инновационный характер.

Инновационный процесс состоит из двух стадий, первая из которых включает в себя научные исследования и конструкторские разработки, а вторая – жизненный цикл продукта, который состоит из четырех этапов:

- 1) внедрение продукта на рынок;
- 2) рост объемов продаж;
- 3) зрелость;
- 4) упадок.

Следует отметить, что последние три этапа жизненного цикла инновационного продукта практически не отличаются от соответствующих этапов продукта традиционного. При этом процесс внедрения на рынок, напротив, является в высокой степени специфичным и носит название «коммерциализация инновационного проекта». Широко известных и неоднократно доказавших собственную практическую эффективность специализированных методов, моделей и систем поддержки принятия решений (СППР) для управления процессом коммерциализации инновационного проекта на сегодняшний день не существует.

---

Вайсман Елена Давидовна – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы»; Мищенко Владислав Евгеньевич – аспирант кафедры «Экономика и финансы», e-mail: skim@yandex.ru, ФГБОУ ВПО «Южно-уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Также невелико и количество публикаций по данной тематике. При этом в части из них предлагается использовать для управления процессом коммерциализации общедоступное и весьма популярное программное обеспечение без внесения каких-либо изменений [1]. В других работах описано применение некоторых элементов SWOT-анализа, но отсутствуют расчетные составляющие [2].

Сложившаяся ситуация актуализирует проблему разработки методической базы для управления процессом коммерциализации инновационного проекта.

Чрезвычайное разнообразие инноваций (а значит и инновационных проектов) не вызывает сомнений. Очевидно, что одна и та же методика управления не будет в одинаковой степени эффективна в каждом случае.

Таким образом, первоочередной, по нашему мнению, задачей является разделение совокупности инновационных проектов на группы по признаку схожести процесса коммерциализации.

В качестве базы предлагается использовать пять основных способов классификаций инноваций (рис. 1). Из них, как показал проведенный нами анализ, значимыми для процесса коммерциализации являются только три классификации:

- 1) по типу;
- 2) отношению к предшественнику;
- 3) особенностям инновационного процесса.

Нами было определено влияние, которое оказывает принадлежность инновации к той или иной группе по каждой из перечисленных классификаций на процесс коммерциализации. Его краткое описание представлено в таблице.

Разработанная нами классификация инновационных проектов по специфике процесса коммерциализации представлена на рис. 2. Ее ключевая особенность состоит в одновременном использовании всех трех описан-

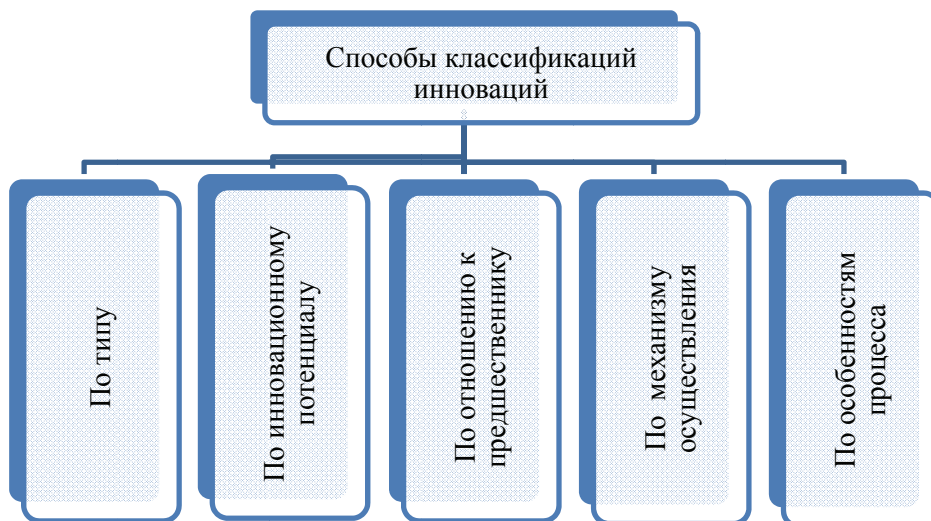


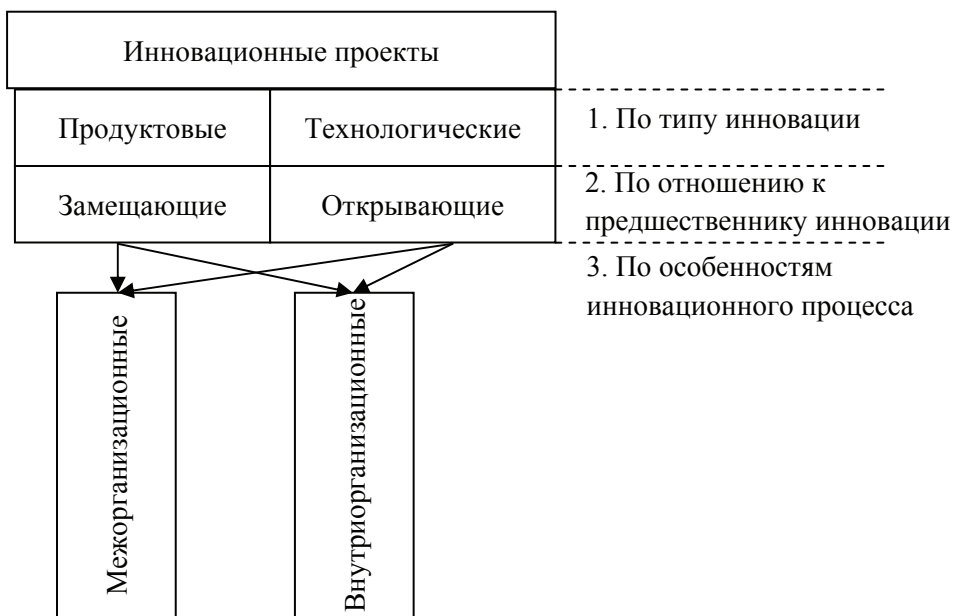
Рис. 1. Способы классификаций инноваций

### Влияние вида инновации на процесс коммерциализации инновационного проекта

Способ классификации	Вид инновации	Специфика инновационного проекта
По типу	Продуктовая	Короткие сроки, незначительные инвестиции, управленческие проблемы невысокой сложности, небольшое количество альтернатив, невысокие риски
	Технологическая	Длительные сроки, значительные инвестиции, управленческие проблемы высокой сложности, значительное количество альтернатив, высокие риски
	Социальная	Не учитывается, ввиду отсутствия экономической составляющей
По отношению к предшественнику	Замещающая	Наличие текущего опыта и статистики по предшественнику, наличие информационной базы для принятия маркетинговых решений, возможность прогнозирования результатов с высокой точностью
	Открывающая	Отсутствие какого-либо опыта и статистики, база для принятия управленческих решений субъективна и базируется на неподтвержденных гипотезах, отсутствие возможности прогнозирования результатов в количественном выражении
	Возвратная, отменяющая ретровведение	Не учитывается, ввиду чрезвычайной редкости
По особенностям инновационного процесса	Меж-организационная	Задействовано несколько подразделений (в зависимости от количества организаций), возникает проблема коммуникации между подразделениями
	Внутри-организационная	Может выполняться отдельным подразделением (либо аутсорсинг), организация коммуникаций между подразделениями упрощена

ных способов классификации инноваций, что позволяет выделить шесть групп инновационных проектов. Процесс коммерциализации для каждой из групп имеет ряд особенностей, описание которых в силу пространственных ограничений вынесено за рамки настоящей статьи.

В качестве преимуществ разработанной классификации отметим следующее:



**Рис. 2. Классификация инновационных проектов по специфике процесса коммерциализации**

1) практически полное отсутствие альтернативных или аналогичных классификаций, в такой же степени связанных с процессом коммерциализации;

2) отраслевая и хронологическая универсальность.

Вместе с тем классификация инноваций не лишена недостатков:

1) не учитываются некоторые весьма редко встречающиеся инновационные проекты;

2) принадлежность некоторых инновационных проектов к той или иной классификационной группе не является однозначной.

Тем не менее разработанная классификация позволяет выбрать наиболее эффективный метод коммерциализации уже на первых его этапах, что, в свою очередь, расширяет возможности прогнозирования результатов инновационной деятельности и дает возможность заранее подготовиться к осуществлению процесса коммерциализации.

#### *Список литературы*

1. Rosa, J. Report on Interviews on the Commercialization of Innovation : Working Paper : Catalogue no. 88F0006XIE – No. 004 / Julio Rosa, Antoine Rose ; Science, Innovation and Electronic Information Division (SIEID) 7-A, R.H. Coats Building, Ottawa, K1A 0T6. – Ottawa, 2007. – 25 p.

2. Вайсман, Е.Д. Модель формирования и реализации инновационного развития промышленных предприятий / Е.Д. Вайсман // Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2009. – № 4(81). – С. 271–281.

3. Мищенко, В.Е. Обоснование целесообразности использования когнитивных методов в управлении процессами коммерциализации иннова-

ционных проектов / В.Е. Мищенко // Вестн. Гос. ун-та управления. – 2011. – № 5. – С. 203–207.

4. Шумпетер, Й. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер ; пер. с англ., предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. – М. : Экономика, 1995. – 540 с.

5. Christensen, C. The Rules of Innovation / C. Christensen // Technology Review. – 2002. – No. 105(5). – P. 32–38.

---

### **Innovative Projects: Classification by Commercialization Process**

**E.D. Vaisman, V.E. Mishchenko**

*South Ural State University, Chelyabinsk*

**Key words and phrases:** classification; commercialization; competitiveness; innovation; innovative process; innovative project.

**Abstract:** In the article the classification of innovative projects by commercialization process is formed and explained by the author. This classification is based on the most well-known classifications of innovations.

---

© Е.Д. Вайсман, В.Е. Мищенко, 2013