

**«ИННОВАЦИЯЛЫҚ ӨНІМДЕРДІ СТАНДАРТТАУДЫ ЖЕТІЛДІРУ (START-UP ENU МЫСАЛЫНДА)»**

**Ажимгереева Алтынай Булатовна**

Ms.azhimgereyeva@mail.ru

Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева,

Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель - Б.У.Байхожаева

Қазіргі уақытта әлемнің барлық экономикалық дамыған елдерінде ұлттық экономика тиімді дамуда инновация негізгі рөл атқарады. Инновациялық процестердің маңыздылығын мойындай отырып, дамыған елдердің үкіметтері оларды қолдау және реттеу үшін барлық қажетті жағдайларды жасады. Тиісті ережелерді қабылдау, инновациялық инфрақұрылым құру және инновациялық қызметті мемлекеттік ынталандыру түрінде ұсынылған.

Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, инновациялық технологияларсыз инновациялардың негізгі көздерінің бірі инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындар болып табылады. Инновациялық кәсіпорындар ғылыми-зерттеу институттарымен қатар елдің ғылыми-техникалық саласының дамуын қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық даму үшін үлкен маңызға ие. Инновациялық кәсіпорындар салауатты бәсекелестік ортаны қалыптастырады, жұмыспен қамтуға ықпал етеді, мемлекеттік бюджетті салықтар арқылы толтырады, елде инновациялық қызметті құрып, қолдайды, ең бастысы экономикалық өсімді қамтамасыз етеді.

Бірақ қазіргі жағдайда тиімді даму және өздерінің бәсекеге қабілеттілігін сақтау үшін кәсіпорындарға тек инновациялық өнімдер әзірлеу жеткіліксіз, сонымен қатар оларды өткізу үшін қажет.

Коммерцияландыру, В.И. анықтағанындай - сауда арқылы меншік (инновация) объектісін пайдаға айналдыру процесі [6].

Е.А. Монастикалық және Я.Н. Грик коммерциализацияны оны сатудан немесе өз өндірісінде пайдаланудан кіріс алу ретінде анықтады [4]. Козмецкий коммерцияландыруды ғылыми зерттеулер мен тәжірибелік-конструкторлық жұмыстардың нәтижелері уақытылы нарықта өнім мен қызметке айналатын процесс ретінде сипаттайды [2].

Басқаша айтқанда, коммерцияландыруды инновациялық өнімдерді нарыққа шығару процесі деп санауға болады. Бұл процесс бірнеше кезеңдерден тұрады.

Бірінші кезеңде, егер компания бірнеше инновациялық өнімді әзірлесе, ол нарыққа шығаруға ең тиімдісін бағалайды және таңдайды. Бағалау белгілі бір критерийлер бойынша сараптама түрінде жүзеге асырылады: инновациялық өнімнің әлеуеті, қоғамдағы осы тауарға деген сұраныс, әлеуетті сатып алушының өнімге деген сұранысы (белгілі бір нарық сегментінде), өнімді сатудан түскен экономикалық тиімділік (таза ағымдағы құны, қайтарудың ішкі ставкасы, қайтару мерзімі және т.б.).

Коммерциализация процесінің екінші кезеңі - қажетті қаржы ресурстарын қалыптастыру. Дамытуды өзін-өзі қаржыландыруға бірнеше инновациялық кәсіпорындарда қаражат жеткілікті болғандықтан, осы кезеңдегі кәсіпорынның басты міндеті - инвестор тарту.

Үшінші кезеңде құрылған инновацияға құқықтар оларды процеске қатысушылардың барлығына таратумен біріктіріледі

Коммерциализацияның төртінші және соңғы сатысы инновация өндірісін ұйымдастыруды немесе қажет болған жағдайда оны әрі қарай дамытумен өндіріс процесіне енгізуді қамтиды.

Айта кету керек, инновациялық кәсіпорындар коммерцияландыру процесінің жалғыз қатысушысы емес, бірақ бұл мақалада коммерцияландыру инновациялық кәсіпорындар тұрғысынан қарастырылады. [1].

Инновацияны жасаушыларға мыналар кіреді:

- ғылыми-зерттеу институттары - қазіргі уақытта коммерцияландыру процесінің ең сәтті және тез дамып келе жатқан қатысушыларының бірі, көптеген перспективті әзірлемелері бар. Процесс мұндағы коммерцияландыруды мекеменің өзі емес, оның иесі (әзірлеуші) - мемлекет, ірі компания және жеке инвестор жүзеге асырады;

- шағын және орта бизнес, сонымен қатар, ғылыми-зерттеу институттарынан өзгеше (немесе делдалдар арқылы) жүзеге асыратын коммерцияландыру процесінің қарқынды дамып келе жатқан қатысушысы;

- өнертапқыштар мен жалғыз өнертапқыштар командасы - негізінен жас ғалымдардан тұрады, олар қандай да бір себептермен ғылыми-зерттеу институттарынан немесе кәсіпорындарынан «бөлініп шыққан». Көбінесе көптеген әзірлемелер бар, бірақ оларды нарықтық қолдану үшін ұсына алмайды.

Инновациялық сатып алушылар (инвесторлар) мыналарды қамтиды:

- мемлекеттік қорлар мен бағдарламалар - әлемнің барлық дамыған елдерінде қолданылады және инновацияны жасаушыларды қаржылық, ақпараттық және басқа ресурстармен қамтамасыз етуге, сондай-ақ әзірлемелерді коммерцияландыруға көмектесуге арналған;

- мемлекеттік емес қорлар, гранттар мен бағдарламалар - мемлекеттік қызметтермен бірдей қызмет түрлерін ұсынады;

- венчурлық қорлар және «бизнес періштелер» - инновацияны жасаушыларға инвестициялардың қайтарымын немесе капиталдағы үлесті қайтару немесе құрылған инновацияға құқық беру үшін айтарлықтай қаржылық көмек;

- ірі және орта фирмалар - инновацияларды құру және жылжыту үшін оларды әрі қарай шығару немесе өз өндірісінде енгізу мақсатында толықтай қаржыландырады.

Біз инновацияны әзірлеушілер мен сатып алушылар арасындағы делдал ретінде әрекет ететін инновациялық өнімдерді коммерциализациялау процесінің басқа қатысушысын бөле аламыз - бұлар инновацияларды тарату және коммерцияландыру орталықтары, консалтингтік компаниялар, инновациялық орталықтар және бизнес-инкубаторлар ұсынады, олар брокерлік, консалтингтік немесе заңдық қызметтерді ұсынады, соның ішінде қорғау және жылжыту. зияткерлік меншік нарығын жасаушы.

Әрбір әдіс инновациялық кәсіпорындарға өз әзірлемелерін жүзеге асыру үшін кең мүмкіндіктер ұсынады. Кәсіпорын коммерциализация процесінің барлық сатыларынан өтіп, өзінің инновациялық өнімін дербес нарыққа ұсына алады. Егер инновациялық өнім құрал-жабдық болса, онда өндіріс басталғаннан кейін кәсіпорын оны сатудан пайда көріп қана қоймай, оны жалға алуға да мүмкіндігі бар. Егер инновациялар өндіріс процестерін оңтайландырумен байланысты болса, компания басқа кәсіпорындарға инженерлік қызмет көрсете алады.

Екінші жағынан, инновациялық кәсіпорынның өз инновациясына лицензия сатуға немесе инновацияны жалға алуға мүмкіндігі бар (франчайзинг). Қажет болса, компания өз қызметкерін, мысалы серіктес серіктестікке, сол арқылы өндірістік құпияны жібере алады. Сондай-ақ, инновациялық кәсіпорын инновацияға барлық құқықтарды толығымен сатуға және қызметтің осы саласынан кетуге немесе тапсырыс берушімен инновациялық өнімдерді өндіруге келісімшарт (оған бар болса), оған құқықтарды сақтап қалу немесе толық беру (иеліктен шығару) арқылы шарт жасасуға мүмкіндігі бар.

Сонымен бірге, инновациялық кәсіпорындар коммерцияландырудың бір ғана нұсқасына назар аударудың қажеті жоқ, мысалы, дамыған инновациялық өнімдерді өз елінде

шығаруды ұйымдастыруға және бір уақытта шетелдік компанияларға лицензияларды сатуға болады. Жалғыз кемшілігі - мұндай шешім кәсіпорын үшін тиімсіз болуы мүмкін.

Сондықтан коммерцияландыру әдісін таңдаудан бұрын кәсіпорындар олардың әрқайсысын талдап, ең қолайлысын таңдау керек. 1-кестеде инновациялық өнімдерді коммерцияландыру әдістерінің әрқайсысының негізгі артықшылықтары мен кемшіліктері көрсетілген [3].

1-кесте

Инновацияларды коммерцияландыру тәсілдерінің артықшылықтары мен кемшіліктері

Коммерцияландыру Жолдары	Артықшылықтары	Кемшіліктері
Тәуелсіз пайдалану	Өндірісті сәтті ұйымдастырумен және нарықта тауашаны «басып алумен», кірісі өте жоғары; Кәсіпорын мен өндірісті үнемі бақылау; Зияткерлік меншік құқығына толықтай билік ету (инновация).	Жоғары тәуекелдер; Ақысын өтеу мерзімі; Ірі қаржылық ресурстар қажет.
	Минималды тәуекелдер;	
	Төмен шығындар;	
	Қысқа	Кірісті едәуір төмендетіңіз басқа тәсілдермен салыстырғанда коммерцияландыру
	қайтарымдылығы;	Кірісті едәуір төмендетіңіз басқа тәсілдермен салыстырғанда коммерцияландыру
Инновацияға құқықтың бір бөлігін беру	Басқа компаниялар есебінен жаңа нарықтарға шығу;	Кірісті едәуір төмендетіңіз басқа тәсілдермен салыстырғанда коммерцияландыру
	Қалыптастыру қабілеті	Кірісті едәуір төмендетіңіз басқа тәсілдермен салыстырғанда коммерцияландыру
	меншікті сауда белгісі;	Кірісті едәуір төмендетіңіз басқа тәсілдермен салыстырғанда коммерцияландыру
	Қаржыландыруды алу	
	қорытындыда тапсырыс беруші	
	Минималды тәуекелдер;	Потенциалды кірісті алмау қаупі; Бәсекелестердің күшеюіне байланысты қызмет саласын мәжбүрлеп өзгерту.
	Төмен шығындар;	
Инновациялық құқықтардың толық берілуі	Өтемді төлеудің ең аз мерзімі; Мүмкіндігі өте жоғары	
	байланысты жоғары табыс маңыздылығы дамыды	

Коммерциализацияның бірінші әдісін таңдай отырып, компания инновациялық өнімдерді сәтті енгізу үшін үлкен еңбек, уақыт және қаржылық ресурстар қажет екенін ескеруі керек. Нарықты ұстап қалу және инвестициялардың қайтарымы ұзақ немесе орта мерзімді перспективада ғана мүмкін болады. Өндірісті тиімді ұйымдастырудың өзінде де, өнімдер әлеуетті тұтынушылар тарапынан сұранысқа ие болмауы мүмкін.

Екінші немесе үшінші әдісті таңдау арқылы компания қысқа мерзімде инновацияны дамытуға жұмсалған қаражатты қайтаруға мүмкіндігі бар. Лицензияны сатқан кезде компания нарықтың бір бөлігін лицензиатқа «береді», бірақ роялти түрінде тұрақты тұрақты кіріс алады, сонымен қатар инновацияны, оның ішінде лицензиаттың есебінен жаңа нарықтарда жылжытудың қосымша мүмкіндіктерін алады. Инновацияға барлық құқықтарды толық сату айтарлықтай кіріс алуға мүмкіндік береді. меншікті өндірістен түскен табыстармен салыстыруға болады (инновацияның маңыздылығына байланысты), бірақ компания өзінің қызмет саласын өзгертуге мәжбүр болады, өйткені оның өз әзірлемелерін пайдалануға құқығы болмайды.

Бүгінгі таңда университеттің инновацияларын коммерцияландыру проблемаларының бірі - бұл өнімдерге арналған құжаттар үшін нормативтік базаның болмауы. Білімге негізделген экономикаға жету жолында Қазақстанда бұрын-соңды болып көрмеген шараларға қарамастан, мен БҰҰ Еуропалық экономикалық комиссиясының сарапшылары анықтаған және 2012 жылы Қазақстанның инновациялық дамуына шолу жасаған инновацияларды басқарудағы кейбір жүйелік кемшіліктерге тоқталғым келеді. Атап айтқанда, басқарушылық кедергілер атап өтілді:

- инновацияны басқарудың вертикалдылығын сақтау: бастамашылық инновациялық инфрақұрылым элементтері арасында әлсіз көлденең байланысы бар мемлекет «жоғарыдан»;
  - мемлекеттік ғылыми сегменттердің коммерциялық төмен бағыты;
  - ғылыми базаның және адами ресурстардың жеткіліксіз даму деңгейі
  - фрагментация, сонымен қатар ғылыми зерттеулердің қайталануы;
- Жаңа білім алу процестері құрылымдық және функционалды түрде ажыратылады оларды коммерциализациялау және өндіріске енгізу процестері, яғни инновациялық өмірлік цикл кезеңдері арасында интеграциялық байланыс жоқ;
- бизнес инновацияларға қызығушылық танытпайды, өйткені ұлттық экономикада
  - ғылымның төмен қарқындылығы бар салалардың (шикізат секторы) салыстырмалы түрде жоғары тиімділігі басым;
  - инновациялық менеджменттің аймақтық және салалық үйлесімділігі процестер.

Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, инновациялық технологияларсыз инновациялардың негізгі көздерінің бірі инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындар болып табылады. Инновациялық кәсіпорындар ғылыми-зерттеу институттарымен қатар елдің ғылыми-техникалық саласының дамуын қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық даму үшін үлкен маңызға ие. Инновациялық кәсіпорындар салауатты бәсекелестік ортаны қалыптастырады, жұмыспен қамтуға ықпал етеді, мемлекеттік бюджетті салықтар арқылы толтырады, елде инновациялық қызметті құрып, қолдайды, ең бастысы экономикалық өсімді қамтамасыз етеді.

Бұл мәселені сәтті шешу үшін жоғары оқу орындарының инновациялық өнімдерін коммерциализациялау үшін нормативтік-техникалық базаны стандарттау бойынша ұсыныс жасағанымыз жөн, сол арқылы нарықта инновациялық өнімдердің шығарылуына ықпал етеміз. Дәлірек айтсақ, ENU ағынды суларды тазарту жабдықтарына арналған стандарт әзірленді, ол жобаланған Start up ENU негізінде. Жасалған жұмыс үш негізгі критерийді: аймақтағы зерттеу нәтижелілігін, жаңа білімді коммерциализациялау деңгейі мен инновациялық өнімнің көлемін, инновациялық әзірлемелердің нәтижелерін түпкілікті коммерциялық нәтижеге жеткізуге негізделген аймақтық түрде инновациялық дамудың тиімділігін анықтауға мүмкіндік береді.

### Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Катешова М., Квашнин А. Как продвигать проекты коммерциализации технологий [Электронный ресурс] // Серия методических материалов «Практическое руководство для центров коммерциализации технологий». – 2006. – URL: <http://www.sci-innov.ru/comtech/materials/?page=3> (дата обращения: 25.01.2012).
2. Козметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. / Под ред. Н.М. Фонштейн. – М.: АНХ, 2012. – 296с.
3. Ляшин А. Стратегии коммерциализации инноваций — мост между инноватором и бизнесом [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. – 2011, №36 (9402). – URL: <http://www.eg-online.ru/> (дата обращения: 27.01.2012).
4. Монастырный Е.А., Грик Я.Н. Ресурсный подход к построению бизнес-процессов и коммерциализации разработок // Инновации. – 2014, № 7. – С. 85 - 87.
5. Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности. – М.: Магистр, 2010. – 511с.
6. Обзор инновационного развития Казахстана Европейской экономической комиссии ООН. – Нью-Йорк, Женева – 2012 год.