

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФОРМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЗНАНИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ

Западнюк Е.А., канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и мировой экономики

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины
г. Гомель, Беларусь

Распространение знаний в форме инноваций – этап инновационного процесса, в котором экономически реализуются выгоды от него и для создателей, и для реципиентов новаций. Одной из форм распространения знаний в инновационной системе является трансфер технологий.

Трансфер технологий может быть с активной или пассивной передачей технологий; с имитационной, адаптивной или инновативной передачей технологий; вертикальной или горизонтальной передачей технологий; коммерческим или некоммерческим. Трансформацию новых технологий в инновации можно представить в виде общей схемы:

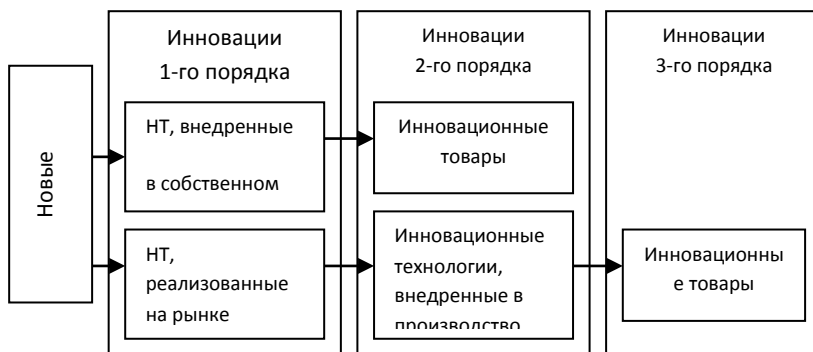


Схема трансформации новых технологий в инновации

Коммерческий трансфер технологий или «коммерциализация технологий» – это элемент трансфера, при котором покупатель

выплачивает вознаграждение собственнику технологии в той или иной форме и размерах, определяемых взаимосогласованными договорными условиями. Это процесс трансформации новых технологий в инновации.

Объекты коммерческого трансфера технологий – объекты промышленной собственности; ноу-хау и технический опыт в виде технико-экономических обоснований, моделей, образцов, инструкций, чертежей, сертификации, технологической оснастки и инструмента, консультационных услуг, подготовки кадров.

Процесс коммерческого трансфера включает в себя пять этапов, начиная с анализа и оценки имеющегося научно-технического задела. При этом последовательно происходит трансформация новшеств сначала в перспективные для коммерциализации новшества, затем в технологический пакет для продвижения на рынок новшеств. В завершение после определения конкретных потенциальных покупателей новшеств и выявления их специфических требований проводится, как правило, доработка (адаптация) исходного технологического пакета в соответствии с требованиями конкретного покупателя и получение, наконец, товара для реализации – технологического пакета, предназначенного этому покупателю. И только затем происходит собственно сам процесс «купли-продажи».

Некоммерческий трансфер технологий (ТТ) реализуется или в тех случаях, когда собственник новшества не осознает, не имеет возможности или не заинтересован в его коммерциализации, то есть не получает доход, либо в случаях, когда само знание, являясь фундаментальным, базовым, не подлежит коммерциализации. Процесс некоммерческого ТТ может проявляться в двух формах: 1) как элемент промышленного шпионажа, 2) как неотъемлемый элемент научного обмена (в том числе международного), способствующий взаимообогащению различных научных школ и, в конечном итоге, совершенствованию технологий.

Объекты некоммерческого ТТ – свободная научно-техническая информация (научно-техническая литература, справочники, обзоры, описания патентов, каталоги, проспекты и т.д.); объекты, которые перечислены выше в качестве объектов коммерческого ТТ, но по

тем или иным причинам они перешли к новым добросовестным или недобросовестным владельцам бесплатно.

Формы законного некоммерческого ТТ – конференции, симпозиумы, выставки, обучение и стажировка ученых и специалистов на безвозмездной основе или на условиях паритетного возмещения расходов и др.

Скорость процесса диффузии инновации-технологии зависит от: формы принятия решения; способа передачи информации; свойств социальной системы; инновационной активности хозяйствующих субъектов; свойств самой новации; каналов, по которым она передается; хозяйствующих субъектов, участвующих в процессе; объем доступного фирмам фонда знаний; степени специализации промышленности страны или отдельного региона.

В качестве передаваемой новации могут выступать: 1) собственно новые знания, то есть неоформленные в продукт или технологию); 2) новый продукт или 3) новая технология.

Все они обладают определенными свойствами, оказывающими существенное влияние на скорость процесса их передачи от одного субъекта хозяйства к другому: относительные преимущества по сравнению с предшествующими решениями; совместимость со сложившейся практикой хозяйствования и технологической структурой производства; сложность новации; накопленный опыт внедрения; спрос на продукцию, производимую по новой технологии; цены на ресурсы, требуемые для производства по новой технологии; меры по ее поддержке (или запрещению) со стороны государства; аналогичных свойства заменяемых технологий.

На национальном уровне можно выделить следующие институты (каналы), способствующие более быстрому распространению и внедрению новаций: технологические парки, консультационные центры, бизнес-центры и т.д., создаваемые, как правило, по инициативе и при поддержке государства; предпринимательские сети, объединения, ассоциации, возникшие в результате взаимодействия субъектов частного бизнеса между собой, а также с государственными и частными исследовательскими центрами; неформальные сети; транснациональные корпорации; защита прав

на интеллектуальную собственность; законодательство в сфере инноваций.

Субъекты, принимающие участие в процессе диффузии инновации-технологии – государство; научно-исследовательские учреждения; частнопредпринимательский сектор.

УДК 338.242.4(476)

ОСНОВЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЧАСТНОЙ ИНИЦИАТИВЫ В СОВЕТСКИЙ И ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОДЫ

Зарожная Е.С., ст. преподаватель

Белорусский государственный университет,
г. Минск, Беларусь

На протяжении десятилетий существования советского государства, идеологически, частный сектор в народном хозяйстве рассматривался как враждебный целям социалистического общества, подлежащий ликвидации, а потому находился под налоговым, административным и уголовным гнѐтом. Предприниматели, официально занимающиеся частной практикой в СССР, были крайне немногочисленны (медицинские и ветеринарные услуги).

Неофициальное предпринимательство в СССР в 50 - 80-х гг. XX в., несмотря на свой незаконный характер, состоялось как форма в различных сферах народного хозяйства. Прежде всего, это производственная, торговая и сфера услуг. По расчетам исследователей различной направленности неофициальная частнохозяйственная активность граждан составляла от 16% до 30 % всех доходов населения в стране, но эти цифры различались в зависимости от регионов СССР.

Условия сохранения предпринимательства, его источников и духовной основы в Советском Союзе были неравными во всех союзных республиках. Сложнее дело обстояло в России, особенно в ее индустриальных центрах, Беларуси и Украине. Такая ситуация складывалась в связи с отсутствием сильной мотивации к поиску