

## **ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА НА ИНОВАЦИИТЕ В РУСКАТА ИКОНОМИКА**

**Проф. д-р Наталия Голованова<sup>1</sup>  
Анна Бекаева<sup>2</sup>**

**Резюме:** Съвременното развитие на иновационната дейност в Русия, според статистическите данни, има положителни тенденции – подобриха се позициите на Русия в Глобалния индекс на иновациите, увеличи се относителният дял на организациите, които се занимават с иновационна дейност, а също така нарасна обемът на експедираната иновационна продукция в общия обем на експедираната продукция. Дори тези положителни тенденции обаче не позволяват да се преодолее изоставането от развитите страни. Проблемите, произтичащи от ниската ефективност на иновационната дейност в Русия, по мнението на авторите, са свързани с проблемите и рисковете, възникващи в предприятията, които комерсиализират иновациите.

Процесът на комерсиализация на иновациите има своята специфика и в зависимост от степента на участие на създателите на иновации в него може да се реализира посредством три различни начина – самостоятелно използване, частично отстъпване на правата за използване на иновациите, пълно предаване на правата за тяхното използване. Проблемите и рисковете, с които могат да се сблъскат предприятията в процеса на комерсиализация на иновациите, са представени от авторите по

---

<sup>1</sup> Московски технологически университет, Русия

<sup>2</sup> Кандидат на икономическите науки в Московски технологически университет (МИРЕА), Русия, e-mail: bekaeva@mirea.ru

отношение на всеки метод. Също така в статията са изложени авторски предложения за активизиране внедряването на иновации от предприятията.

**Ключови думи:** иновации, комерсиализация на иновациите, рискове на иновационната дейност.

**JEL:** M21, O31.

Повечето специалисти не без основание смятат, че основа на устойчивото и динамично развитие на бизнеса в съвременните условия, най-важен фактор, който позволява да се удържат и увеличават конкурентните предимства, е активната иновационна дейност, постоянното обновяване на произвеждания продукт и на използваните технологии. Според данните за 2016 г. в Глобалния иновационен индекс (ГИИ) Русия заема 43 позиция (Глобален иновационен индекс, 2017). И въпреки че спрямо 2015 г. се наблюдава придвижване нагоре с пет позиции, все пак този ръст явно не е достатъчен и значителното изоставане от икономически развитите страни се запазва. Твърде скромни са позициите на руските производители на иновационна продукция в света, където на тях се пада по-малко от 1% от общото световно производство на иновативни стоки и услуги. Тези ниски показатели дават основание на експертите да отнасят Русия към страните с „намаляващ иновативен потенциал“.

По мнението на специалистите от Института за статистически изследвания и икономика на знанията на Висшето училище по икономика през последните шест години Русия запазва устойчиви позиции както сред 35-те водещи европейски страни, така и сред 50-те държави с високо ниво на доход според рейтинга на ГИИ. Запазвайки устойчиви позиции като цяло, през последните години (Таблица 1) се наблюдава колебание на показателите, характеризиращи иновативните ресурси и резултатите от иновациите, при запазване като цяло на положителната динамика на индекса (Гохберг, Л. Рудь, В., 2017).

## ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА ...

---

Таблица 1.  
Глобален индекс на иновациите

Година	Иновативни ресурси	Резултати от иновациите	Ефективност на иновациите	Глобален индекс на иновациите
2014	56	45	49	49
2015	52	49	60	48
2016	44	47	69	43

Ако се обърнем към статистиката на иновациите, то по данни на Росстат относителният дял на руските организации, осъществяващи технологични, организационни и маркетингови иновации през 2015 г., възлиза на 9,3%, което е малко по-ниско от нивото през 2011 г. (10,8%). Положителна динамика се наблюдава само при технологичните иновации, при които е зафиксирано и увеличаване броя на предприятията, които ги осъществяват, и ръст в дела на разходите за този вид иновации. През последните години нараснаха обемите на експедираните иновативни продукти: ако през 2010 година делът на последните в общия обем на експедираната продукция от промишлените предприятия възлизаше на 4,8%, то през 2015 г. този показател достигна 8,4% (Статистически данни на Федералната служба за държавна статистика, 2017). Обаче, както беше показано по-горе, дори при забелязващите се положителни тенденции засега Русия не успява да преодолее изоставането си от развитите страни и да влезе в числото на световните лидери по иновационно развитие.

По мнението на специалистите ключовият за Русия проблем е липсата на свързващо звено между науката (учените) и предприятията. Очевидно е, че липсата на надеждни и ефективни връзки на този етап от иновативния процес оказва съществено влияние върху нивото на ефективност на иновациите. Наред с това доста съществен фактор е и комерсиализацията на иновациите, нивото на която в настоящия момент не е високо.

Комерсиализацията на иновациите, както е известно, е процесът на тяхното разпространение в икономическата система. Според теорията на нововъведенията на Й. Шумпетер (Schumpeter, 2008), дифузията (разпространението) на нововъведенията представлява процес на кумулативно увеличаване броя на имитаторите (последователите), внедряващи нововъведенията след новатора в очакване на по-висока печалба. Значението на иновацията се състои в това, че нейното използване позволява да се получават допълнителни изгоди и предимства. А полезността и ценността на това, което е направено в условията на пазарната икономика, се оценява само от пазара. Иновация, която не е стигнала до пазара, до крайния потребител, практически няма никаква стойност. Именно комерсиализацията на иновациите спомага да се появят нововъведения в широк мащаб, носейки на нейните създатели и потребители допълнителни предимства.

Един от участниците в процеса по комерсиализация на иновациите са промишлените предприятия, които могат да бъдат както създатели на иновациите, така също потребители и инвеститори; понякога предприятието е едновременно и създател, и потребител.

Промишлените предприятия, разработващи иновации, като правило са големи стопански субекти, които имат в своята структура научно-изследователски подразделения и малки иновативни предприятия. В този случай предприятията сами разработват иновативни проекти, за които впоследствие се определят направленията и начините на тяхната комерсиализация. Ако предприятието, разработващо иновации, има възможност да материализира иновацията в стоки и услуги, което далеч не винаги се случва, то това може съществено да засили позициите на този производител.

Предимствата от самостоятелното използване на иновациите са очевидни за предприятието: предприятието има възможност, изцяло да се разпорежда със своето нововъведение и да осъществява контрол върху производството. При ус-

## **ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА ...**

---

пешна организация на производството предприятието може да завземе нови пазарни позиции, което обещава високи доходи, наистина, само в средносрочна перспектива.

Обаче при този начин на комерсиализация на иновациите предприятията рискуват най-много. Именно върху предприятията ляга задачата да разпространят нововъведението на пазара и понякога е доста трудно да се прецени възможното ефективно търсене. Даже при точни действия на мениджмънта и ефективна организация на производството крайният резултат на комерсиализацията зависи от ситуацията на пазара, от платежоспособното търсене на потенциалния потребител, което на свой ред се определя от такива фактори като икономическата ситуация, възможностите на потребителя, степента на принципните разлики на нововъведението от предходните варианти и др.

В руските условия, където потенциалните потребители много често не са заинтересовани от каквито и да било нововъведения, икономическата ситуация е доста неблагоприятна, и дори в случай че се разбира и е налице потребността от нововъведение, болшинството заинтересовани субекти изпитват проблеми, свързани с търсенето на необходимите ресурси, преди всичко финансови, и рисковете от самостоятелна комерсиализация на иновациите значително нарастват.

Що се отнася до проблемите, възникващи при самостоятелната комерсиализация на иновациите, то към техния брой преди всичко трябва да отнесем проблема, свързан с оценката на търговската стойност на иновацията (Мокридин, 2017). В повечето руски предприятия системата за управление се основава върху управлението на разходите. Затова оценката на иновацията в представата на мениджърите изглежда като сметка на разходите за реализиране на определени етапи от иновационната дейност. Сложността при съставянето на тази сметка обаче е свързана с необходимостта да се вземат под внимание факторите на неопределеност и с необходимостта от

бърза адаптация към възможните промени или непланирани обстоятелства.

Съвременните концепции за управление предполагат управление според резултатите, което в случай на оценка на иновацията предполага нейното оценяване от гледна точка на потенциалната привлекателност – степен на разпространение, определяне на плановете обеми на продажбите и печалбата. Да се направи такава оценка често пъти е сложно не само за специалистите, но и за организациите, които извършват подобни услуги.

Неспособността да се даде оценка на търговския потенциал, създава проблеми не само в предприятието, но и отблъсква възможните инвеститори, което води до възникването на следния проблем, характерен по-специално за продуктите иновации.

Учените и изобретателите не са достатъчно запознати с възможните видове договори, начините за защита на своите права и с бъдещите си задължения. Всичко това поражда у тях подозрение и опасения, че предприемачите се опитват да ги излъжат, след като по незаконен път са получили от тях информация за разработките.

Важен е проблемът, свързан с ресурсното осигуряване. Липсата, недостъпността и недостигът на техника, технологии, материално-производствени запаси могат да създадат сериозни препятствия за комерсиализацията на иновациите. Проблемите на ресурсното осигуряване могат да бъдат свързани, първо, с липсата на техника, технологии и материали не само в Русия, но и в света, които са необходими за реализиране на фундаменталните разработки; второ, с недостъпността на производствените ресурси предвид липсата или недостига на финансиране; трето, възможни са усложнения при обезпечаването на иновационния процес, свързани с особеностите на законодателството и политиката на държавата в сферата на заместването на вноса (например забрана за внос на телекомуникационно оборудване чуждестранно производство).

## **ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА ...**

---

Към ресурсните следва да отнесем и въпросите, касаещи кадровия потенциал, което, безусловно, е важно за ефективната комерсиализация на иновациите. Извършващата се през последните години трансформация на образователната система създава сериозни проблеми, свързани с кадровото осигуряване: поради липсата на добре урегулирана верига на взаимодействие училище – вуз – предприятие, научните и управленските кадри, завършващи учреждения за висше и средно професионално образование, често не отговарят на професионалните изисквания на иновативния проект, което обуславя необходимостта от търсене и привличане на странични организации и специалисти. Във връзка с това има риск да не се осигурят трудови ресурси за реализирането на проекта поради несъответствие в квалификацията или липса на средства за заплащане работата на страничните организации или на изпълнителите.

Проблемът с финансовото осигуряване е толкова голям, че трябва да се разглежда като самостоятелен. Недостатъчно развитото частно финансиране, слабата заинтересованост на инвеститорите (при това както на руските, така и на чуждестранните) вследствие ниската инвестиционна привлекателност обуславят този факт, че основен източник за финансиране на иновационната дейност на предприятието до момента са неговите собствени (и доста ограничени) средства, а ролята на частните инвестиции е изключително малка. В такива условия е твърде проблемно осъществяването и реализирането на пълномащабни иновативни проекти.

Накрая проблемите, свързани с комерсиализацията със собствени сили, могат да възникнат поради наличието на бариери от законодателен и административен характер. Към тях например спада невъзможността, своевременно да се осигури доставката на уникални суровини и материали; невъзможността в рамките на приемливи за проекта условия да се извърши подмяна на оборудването, което не се произвежда на територията на РФ.

Така можем да констатираме, че основният проблем на първия начин за комерсиализация на иновациите е необходимостта да се търсят различни видове ресурси при достатъчно високи бъдещи финансови и предприемачески рискове.

По-малко рискован начин спрямо самостоятелния начин е комерсиализацията на иновациите чрез предаване на част от правата върху нея, която може да бъде реализирана чрез продажба на лиценз, франчайзинг, предаване на производствени тайни. Този начин на комерсиализация изисква значително по-малки разходи, като се запазва възможността за получаване на високи доходи, особено в случай, когато предприятието формира собствен стоков знак.

При този начин на комерсиализация в повечето случаи потенциалните партньори, на които създателите на иновации представят своя проект, и които трябва да вземат решение относно участието си в проекта, не разполагат с необходимите знания. Много често те не се интересуват от същността на иновацията. Тях ги интересува възможният обем на пазара и на предлаганата иновация, доходът или печалбата от нейната комерсиализация. Затова е необходимо да умеем да обясним предимствата на иновацията в съпоставка с вече съществуващите на пазара стоки или с тези, които могат да се появят в най-скоро време. При разглеждане на иновацията се сравняват количествените параметри, което е доста нагледно, или качествените. Качествените параметри често имат описателен вид; те, като правило, са по-малко убедителни за потенциалния партньор, но се налага да прибягваме към тях.

Предприятието, което частично отстъпва правата върху своята иновация, се налага на пазара за сметка на другите компании. И тук вече рисковете се разпределят между големия брой участници в процеса на комерсиализация. За самото предприятие, създадо иновацията, за разлика от самостоятелния начин, възниква риск от нарушаване на патентните права, риск от появата на фалшифицирана продукция и др.



## **ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА ...**

---

Така при намаляване на проблемите, свързани с ресурсното осигуряване, се увеличават проблемите по установяване и уреждане на иновативните връзки, възникват и нарастват транзакционните разходи. Що се отнася до рисковете, те винаги остават, променя се само тяхната природа.

Третата възможност за комерсиализация на иновациите за разработващото предприятие се състои в пълното предаване на правата върху иновацията. В този случай проблемът се крие само в търсенето на страни, които са заинтересовани от реализирането на иновацията. Разходите на самото предприятие, разработващо иновации, стават съвсем малки, а рисковете – минимални.

Междувременно следва да отбележим, че с подобни рискове и проблеми, свързани с търсенето и ефективното използване на ресурсите, се сблъскват всички предприятия, произвеждащи продукцията или реализиращи услуги.

Независимо от съществуващите рискове и проблеми, свързани с комерсиализацията на иновациите, тяхната реализация е необходима за поддържане високото ниво на развитие на всяко предприятие и осигуряване конкурентоспособността на произвежданата продукция на световните пазари.

С цел активизиране внедряването на иновации, според нас, трябва да се предприемат редица мерки със стимулиращ характер:

- създаване на нормативна база на процеса на комерсиализация на иновациите;

Дадената мярка ще позволи, точно да се регламентира този процес, ще осигури прозрачност на процедурите и защита интересите на инвеститорите и всички задействани в него страни.

- диверсификация на иновативните процеси, укрепване на връзките между предприятията, университетите и научноизследователските институти, а също така между изследователите и създателите на иновации;

Диверсификацията на иновативните процеси се разглежда от гледна точка на необходимостта от привличане на по-голям брой участници, способни да реализират отделни задачи в рамките на проекта, което ще спомогне да се ускори комерсиализацията и да се повиши нейното качество и ефективност.

- създаване на ефективни механизми за държавна подкрепа – както от гледна точка на заделянето на средства за финансиране на иновационната дейност, така и от гледна точка на създаването на изгодни условия за финансиране на иновативните разработки и подкрепа на предприятията, които разпространяват иновационната продукция и я реализират на пазара.

За да бъде ефективна дейността на държавата по поддържане и развитие на иновационната дейност на предприятията, са необходими: извършване на мониторинг върху разходването на средства, внедряване на методика за определяне качеството на използване на предлаганите ресурси и на механизмите за адаптиране на държавната подкрепа към условията на външната среда.

Като мерки за стимулиране на инвеститорите е възможно да се използват данъчните преференции, формирането на механизми за съвместно финансиране, държавните гаранции.

- създаване на благоприятни условия за работа на висококвалифицираните кадри;

Към благоприятните условия за работа на висококвалифицираните кадри можем да отнесем: получаването на жилище, социалните гаранции, данъчните преференции и редица други мерки.

- изучаване, адаптация и използване на световния опит в иновационната дейност и на механизмите за нейното поддържане и развитие.

Реализацията на представените мерки, според нас, ще спомогне за внедряването на голям брой иновативни проекти и усвояването на нови технологии, ще позволи да се задейства

## **ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА ...**

---

наличният потенциал и ще доведе до съществен ръст на нивото на комерсиализация на иновациите и повишаване на тяхната ефективност.

### **Използвани източници:**

Schumpeter, J. A. (2008). *Capitalism, Socialism, and Democracy*.

Гохберг, Л. Рудь, В. (04 април 2017 г.). *Как Россия выглядит в мировом рейтинге инноваций*. Свалено от <http://https://iq.hse.ru/news/187958980.html>

Глобалный инновационный индекс. (10 април 2017 г.).  
Свалено от <http://www.Globalinnovationindex.org>

Мокридин, Р. (10 април 2017 г.). *Риски процесса коммерциализации инноваций // Известия МГТУ. 2011. №2*. Свалено от <http://cyberleninka.ru/article/n/riski-protsess-a-kommertsializatsii-innovatsiy>

Статистические данные Федеральной службы государственной статистики. Свалено от URL: <http://www.gks.ru> (10 април 2017 г.).



Стопанска академия  
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXVII, кн. 2, 2017

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

### **МАРКЕТИНГ**

**ВЛИЯНИЕТО НА ТЪРГОВСКАТА МАРКА ЗА ПОСТИГАНЕ  
НА КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО – АНАЛИТИЧНО ПРОУЧВАНЕ  
НА КОМПАНИЯТА ЗА МОБИЛНИ КЛЕТЪЧНИ ТЕЛЕФОНИ  
„ЗАИН ИРАК“ В АЛ – ДИВАНИЯ, ИРАК**

Заки Мухамад Аббас Бхя

Басим Аббас Краиди Ясми ..... 5

### **ФИРМЕНА конкурентоспособност**

**ПРОБЛЕМИ И РИСКОВЕ НА КОМЕРСИАЛИЗАЦИЯТА  
НА ИНОВАЦИИТЕ В РУСКАТА ИКОНОМИКА**

Проф. д-р Наталия Голованова

Анна Бекаева ..... 31

### **ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ технологии**

**МЕТОДИ И СРЕДСТВА ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННАТА  
СИГУРНОСТ НА ОБЛАЧНИТЕ ИЗЧИСЛЕНИЯ В ПРАКТИКАТА  
НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Ас. Ангелин Лалев ..... 42

### **БИЗНЕС практика**

**АНАЛИЗ НА ФИНАНСОВИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ НА ОБЩИНИТЕ  
В БЪЛГАРИЯ ЗА ЦЕЛИТЕ НА ФИНАНСОВОТО ИМ ОЗДРАВЯВАНЕ**

Ас. д-р Дияна Иванова

Ас. д-р Галя Кушева ..... 59

**СЪВРЕМЕНЕН ПОГЛЕД ВЪРХУ ПРИЛОЖЕНИЕТО  
НА СЪВМЕСТНОТО ПОТРЕБЛЕНИЕ В ТУРИЗМА**

Доц. д-р Петя Иванова ..... 80

## **Редколегия на сп. „Бизнес управление“**

**Красимир Шишманов** – главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Никола Янков** – зам. главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Иван Марчевски**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Ирена Емилова**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Любчо Варамезов**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Румен Ерусалимов**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

**Силвия Костова**, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

## **Международна редколегия на сп. „Бизнес управление“**

**Александру Неделеа** – Университет „Стефан Велики“, Сучава, Румъния

**Дмитрий Владимирович Чистов**, – ФГОБУ ВПО Финансов университет при правителството на руската федерация, Москва, Русия

**Йоана Панагорец** – Университет Валахия, Търговище, Румъния

**Йото Йотов** – Драксел университет, Филадельфия, САЩ

**Махмуд Ел Батран** – Университет Кайро, Кайро, Египет

**Наталья Борисовна Голованова** – Московски технологически университет, Москва, Русия

**Татяна Викторовна Орехова** – Донецки национален университет, Виница, Украйна

**Тадиа Джукич** — Университет в Ниш, Ниш, Сърбия

**Ян Тадеуш Дуда** – AGH Университет за наука и технологии, Краков, Полша

**Виктор Чужиков** – Киевски национален икономически университет "Вадим Гетман", Киев, Украйна

Дадено за печат на 13.06.2017 г., излязло от печат на 22.06.2017 г.,  
формат 70x100/16, тираж 50

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,  
ул. „Ем. Чакъров“ 2, тел.: +359 631 66298

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Градево“ 24

ISSN 0861 - 6604

# БИЗНЕС управление

БИЗНЕС управление 2/2017



ИЗДАНИЕ НА  
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ  
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЦОВ

**2/2017**

## КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ И АВТОРИТЕ НА СПИСАНИЕ „БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ“

Списание „БИЗНЕС управление“ публикува изследователски статии, методологически и методически разработки и прегледи, рецензии, опит.

### 1. Обем:

Статии: минимум - 12 страници; максимум – 20 страници;  
Прегледи, рецензии, опит: минимум – 5 страници; максимум -10 страници.

### 2. Депозиране на материалите:

- на хартиен носител и в електронен вид (по E-mail и/или на CD);

### 3. Технически характеристики:

- изпълнение Word 2003 (минимум);
- размер на страницата - A4, 29-31 реда и 60-65 знака на ред;
- разстояние между редовете 1,5 lines (At least 22 pt);
- шрифт - Times New Roman 14 pt;
- полета - Top - 2.54 см.; Bottom - 2.54 см; Left - 3.17 см; Right - 3.17 см;
- номерация на страницата - долу вдясно;
- текст под линия - размер 10 pt;
- графики и фигури - Word 2003 или Power Point.

### 4. Оформление:

- наименование на статията, име на автора, научна степен, научно звание - шрифт Times New Roman, 14 pt, с големи букви Bold - центрирано;
- наименование и адрес на местоработата; телефони за контакти и E-mail;
- резюме на български език в обем до 30 реда; ключови думи - от 3 до 5;
- JEL класификация на публикациите с икономически характер (<http://ideas.repec.org/j/index.html>);
- основен текст (изложение);
- таблиците, графиките и фигурите се вграждат софтуерно в текста (да позволяват езикова корекция и превод на английски). Цифрите и текстът вътре в тях се изписват с шрифт Times New Roman 12 pt;
- формулите се създават с Equation Editor;

### 5. Правила за цитиране под линия:

При цитиране да се спазват изискванията на **APA Style (American Psychological Association)**, поместени тук: <https://www.uni-svishtov.bg/?page=page&id=71>

Всеки автор носи отговорност за отстояваните идеи, съдържанието и техническото оформление на своя текст.

### 6. Контакти:

Главен редактор: тел.: (+359) 631-66-397  
Зам.-главен редактор: тел.: (+359) 631-66-299  
Стилов редактор: тел.: (+359) 631-66-335  
E-mail: zh.tananeeva@uni-svishtov.bg ; bm@uni-svishtov.bg  
Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Ем. Чакъров“ №2, Свищов, България