

УДК 347.77

ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК

Руколь А.Л., Тумас М.Ю., студенты 3 курса
Научный руководитель – Иванова Т.В., ст.преподаватель каф.
«Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Трансформация научно-технических разработок в инновационный продукт, пригодный для производства и интересный рынку – самый трудный этап в цепочке, связывающей науку с потребителем. Одна из причин трудностей - слабое понимание специалистами нужд рынка и потребителя. У них нет опыта технологического предпринимательства и соответствующих знаний.

В процессе коммерциализации есть обязательно два участника: продавец и покупатель. Наука, выступающая в роли продавца, до коммерциализации уже доросла: идея коммерциализации овладевает умами руководителей институтов. Они стали понимать, что государство теперь не единственный партнер для участников процесса превращения результатов исследований и разработок в товар, хотя ни в одной стране без его поддержки коммерциализация не может широко развиваться. Промышленные предприятия как покупатели, которые должны выступать в этой роли, не рассматривают технологию как лежащий на поверхности ресурс. Для них интересны такие ресурсы как реструктуризация и рачительное распоряжение имеющимися фондами, хотя поиск и внедрение новых технологий тоже постепенно входят в сферу интересов предприятий.

Распространено мнение, что целесообразнее финансировать разработку пусть не самого лучшего, но продаваемого продукта. Это не так. Выгоднее привезти уже имеющийся на мировом рынке продукт или технологию его производства, чем тратить средства на освоение выпуска пусть своего, но посредственного продукта. Выгоднее, потому что менее рискованно, а значит дешевле. Без

конкурентоспособности будущего нового продукта вкладывать деньги в его создание не целесообразно. Да и пороговый уровень объема рынка нового продукта обычно оценивают в 100 млн. долларов. Иначе риск неудачи слишком велик. На региональном рынке такой объем вряд ли достижим.

Кроме продавца и покупателя в процессе коммерциализации важную роль играет инфраструктура, элементом которой являются технопарки. Технопарки прошли в своем развитии три стадии. На первой стадии они предоставляли инновационным предприятиям льготные помещения, фактически выполняя риэлтерские функции. На второй стадии технопарки предоставляли в общее пользование службы обеспечения. Третье же поколение технопарков имеет иное назначение. Они осуществляют менеджмент и делают это, рассчитывая на долю в будущей прибыли. С помощью технопарка, как мощного информационного и финансового канала, у малого предприятия могут открыться новые возможности для выхода на мировой рынок. Когда технопарк превращается в инкубатор, он способствует развитию бизнеса малого инновационного предприятия для его последующей продажи. Такова судьба этого предприятия. Безусловно, у технопарка должно быть достаточно кадров и авторитета для того, чтобы малые предприятия доверили ему свои технологии. Технопарк призван помогать превращению разработки в бизнес. Вся его машина создана для того, чтобы введенную в него разработку, с людьми или без них, превратить в малое инновационное предприятие, готовое к продаже. В инновационной сфере наглядно отразились многие изменения в экономической жизни страны, которые принесли с собой реформы. Вопросы распределения прав на результаты исследований и разработок между авторами и различными организациями, в которых они работают, организационно-правовые формы коммерциализации этих результатов, особенности финансирования рискованных инновационных проектов, поиск и взаимодействие со стратегическим партнером, стратегическое бизнес-планирование, управление интеллектуальной собственностью, трансфер технологий – эти и иные аспекты процесса превращения научно-технической продукции в товар – совершенно новые для российских ученых и производителей. Новизна порождает

сомнения, основанные на ложных стереотипах. Отношение к малому инновационному предпринимательству не всегда доброжелательное, особенно в институтах, из которых такие предприятия возникли. Потому поле для дискуссий достаточно широкое.

УДК 656.622

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАГИСТРАЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Самосюк Н.И. магистрант кафедры «Экономика и организация
энергетики»

Научный руководитель – Самосюк Н.А., ст. преподаватель
кафедры «Экономика и организация энергетики»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Газотранспортная система Республики Беларусь, эксплуатируемая ОАО «Газпром трансгаз Беларусь», включает в себя более 7,9 тыс. км газопроводов, 13 компрессорных станций (КС), 3 подземных хранилища газа (ПХГ), 227 газораспределительных станций (ГРС), 27 автомобильных газонаполнительных компрессорных станций (АГНКС), 7 газоизмерительных станций (ГИС). В сферу деятельности ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» входит: транспорт газа по территории Республики Беларусь; обеспечение газом потребителей Республики Беларусь; реализация метана через собственную сеть автомобильных газонаполнительных компрессорных станций (АГНКС); промышленная безопасность; мониторинг окружающей среды.

ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» обеспечивает бесперебойное газоснабжение потребителей Республики Беларусь и является надежным партнером в международной системе транспортировки газа. По магистральным трубопроводам, проходящим по территории республики, осуществляются транзитные поставки