ЛЕКЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ЭКОНОМИКЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

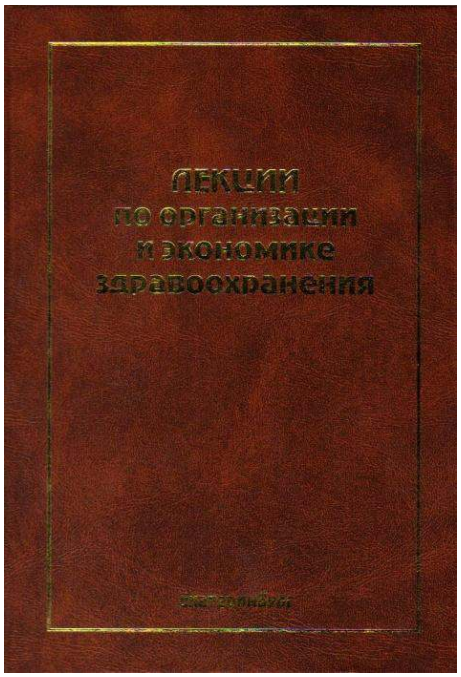
Уважаемые читатели!

Представляем Вашему вниманию очередную статью из сборника «Лекции по организации и экономике здравоохранения» (под общей редакцией А.Б. Блохина, Е.В. Ползика, Т.В. Черновой), изданного в Уралмедсоцэкономпроблем и ГБУЗ СО ДКБВЛ «НПЦ «Бонум» в 2010 году.

Книга посвящена актуальным проблемам организации, управления и экономике в данной отрасли, адресована руководителям здравоохранения, преподавателям медицинских ВУЗов и факультетов усовершенствования врачей, студентам, аспирантам, научным работникам.

В данном номере представляем Вам лекцию доктора медицинских наук, профессора, заведующего кафедрой экономики и управления здравоохранением УрГЭУ Леонтьева Игоря Леопольдовича, посвященную социальной сфере, а именно коммерциализации результатов инновационной деятельности.

По вопросам приобретения книжного издания обращаться в редакцию журнала.



КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

И.Л. Леонтьев

Кафедра экономики и управления здравоохранением

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский государственный экономический университет, г.Екатеринбург

Инновационная деятельность и коммерциализация определяются в виде микроэкономических категорий. Такая научная позиция поддерживается целым рядом отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Действительно, инновационная деятельность и коммерциализация охватывают своим операционным полем интересы конкретных экономических субъектов. Бизнес, осуществляющий коммерциализацию инноваций, ориентирован на прибыльность внедрения нововведений. Потребители новой продукции и услуг ориентированы на всестороннее удовлетворение их собственных, постоянно возрастающих и разностороннее совершенствующихся запросов. Выделим несколько моментов, касающихся взаимодействия инновациионной деятельности и коммерциализации. В первую очередь, это возрастающие требования потребителей реальных товаров и услуг, включая социальную сферу. Следует подчеркнуть, что формирование этого сегмента потребностей происходит в относительно длительный период времени. Инвестор, вкладывающий денежные средства в инновации, первоначально занимает наблюдательную позицию, оценивая, как результаты этой деятельности отразятся на его совокупных хозяйственно-финансовых итогах. В отношении этапности процесса, ситуация аналогична реальному сектору экономики. Однако если в последнем в большинстве случаев промедление с внедрением носит локальный характер, отражающийся на конкретном товаре или услуге, то в социальной сфере, с ее взаимозависимостью процессов, подобная выжидательная позиция ощутимо тормозит развитие всей системы. Наглядным примером может служить развитие частных медицинских центров. От появления первых из них до сколь-либо значимого распространения опыта прошли годы безальтернативного господства

государственно-муниципального здравоохранения, не дающего права выбора пациенту, не обладающего даже «зачаточными» признаками конкурентности.

Современными задачами инновационной деятельности и, соответственно, бизнеса, ее осуществляющего, является сокращение срока формирования общественной потребности в новых видах товаров и услуг, внимательное и заинтересованное отношение к процессу коммерциализации. Именно последний создает предпосылки достижения результатов инновационной деятельности – удовлетворение потребности членов общества и получение дохода.

Коммерциализация представляется в виде процесса и совокупности действий, направленных на трансформацию научных достижений, в ходе инновационной деятельности в реально новые товары и услуги в рыночном пространстве, объединяющем материальное производство и социальную сферу (рис. 1).

Процессинговый подход к коммерциализации предполагает совокупные и четко последовательные действия, которые направлены на определенный результат – выведение на рынок новых видов товаров и услуг с обязательным условием роста доходов. Представление коммерциализации в виде процесса предполагает не только трансформацию результатов инновационной деятельности в соответствующие товары и услуги, но и своевременность этих действий, т.е. перспективность их востребованности обществом. Одновременно возникает встречное движение технологического обоснования и согласование его внедрения с рыночными условиями хозяйствования.



Рис. 1. Процессинговое содержание коммерциализации инноваций

Результативность коммерциализации, кроме традиционных направлений, связанных с увеличением объема выпуска новой продукции, повышения ее качественных параметров, стабилизации и снижения цены, также формирует возможность возврата инвестиций в научные исследования и продолжения их дальнейшего финансирования.

Коммерциализацию можно представлять как катализатор, порождающий новые сектора в реальном производстве и социальной сфере, мотиватор всесторонней модернизации действующих экономических субъектов. При этом отмечается большое разнообразие научно-теоретического трактования коммерциализации. В элементарном понимании этот процесс рассматривается как поиск и привлечение денежных средств для начала и, в большей мере, для продолжения научных исследований. Однако данная позиция односторонне отражает только заинтересованность научной среды.

Реальное трактование коммерциализации должно содержать ее основной смысл – превращение чего-либо в источник дохода. Трансформация единого объекта (или совокупности объектов) в источник дохода обусловливает экономическое содержание коммерциализации.

Научная трактовка коммерциализации расширяется посредством определения целевого назначения. Так, коммерциализация предполагает подчинение деятельности какого-либо субъекта целям извлечения прибыли.

Авторская позиция определения коммерциализации предусматривает комплекс, объединяющий процесс и форму построения или коренной трансформации реального бизнеса и социальной сферы на базе масштабного использования научных достижений (с прямым или косвенным участием авторов технологий). Чрезвычайно важным дополнением этой трактовки в современных условиях является такое формирование и функционирование бизнеса (включая реализацию бизнес-решений в социальной сфере), которое настроено и постоянно генерирует устойчивые или возрастающие финансовые потоки, включая доходы и прибыль.

Широкомасштабное научное осмысление и практическая реализация коммерциализации инноваций предполагает двойственность ее характеристики. Такое положение в авторском понимании обусловливается реформированием социально-экономических устоев общественной системы. На начальном этапе

трансформации отечественной экономики в период перехода от административно-командных к рыночным условиям коммерциализация рассматривалась в качестве элемента приватизации: прекращения предоставления дотаций на покрытие убытков от хозяйственной деятельности государственного предприятия с одновременным установлением ответственности управляющих за финансовые результаты его деятельности.

Данная формулировка не потеряла своей актуальности и в настоящее время. В рамках государственной политики продолжается приватизация объектов государственной собственности, в ходе которой в реальном и финансовом секторе экономики формируются новые субъекты хозяйствования, осуществляющие свою деятельность самостоятельно без государственных вливаний.

Авторской позицией предполагается расширение данной трактовки с учетом реформирования социальной сферы и изменение статуса бюджетных учреждений в Российской Федерации. Совокупность этих мероприятий допускает возможность коммерциализации национальной социальной сферы, включая здравоохранение.

Коммерциализацию допустимо рассматривать как коммерциализацию технологий. С точки зрения трансфертного подхода, предполагающего передачу прав из научной среды полученных знаний или достижений в производственный или социальный сектор экономики, данный подход имеет осязаемый экономический смысл. Приобретение прав будущим производителем предусматривает проведение расчетных операций и оформление соответствующих документов на новые товары и услуги. Этот аспект инновационной деятельности также должен закрепиться в российской действительности, учитывая проблемность ситуации с охраной прав на интеллектуальную собственность в России.

Коммерциализация социальных инноваций органично дополняет двойственную характеристику этого процесса. Несомненна ее взаимосвязь с организационно-экономической инновационной деятельностью в социальной сфере с получением коммерческого эффекта.

Традиционное понимание стержневой линии кругооборота коммерциализации технологий «деньги – наука – технология – деньги» демонстрирует развитие инновационной деятельности от начальной стадии до завершающей. В ходе коммерциализации социальных инноваций линия кругооборота преобразуется «деньги – наука – социальная инновация – деньги». Тем самым предусматривается

возможность научных разработок и внедрение их результатов в виде организационных, экономических, управленческих и финансовых решений в социальную сферу.

Размыкание кругооборота «деньги – наука – социальная инновация –деньги» позволяет сформулировать цепное построение стержневой линии. Такая модель демонстрирует последовательность возрастания стоимостных параметров социальной инновации (рис. 2).

Инициативность (от лат. initiare) социальной инновации предполагает индивидуальную или коллективную предприимчивость по выработке основных положений, а в дальнейшем способность к самостоятельным действиям.

Это сформировавшееся побуждение, направленное на удовлетворение общественных потребностей в социальных услугах и получение дохода. Переход от побудительного звена к возможности удовлетворения общественной потребности происходит именно в процессе коммерциализации.



Рис. 2. Стержневая линия коммерциализации социальных инноваций

Зачастую социальные инновации являются совокупностью организационно-экономических, управленческих и финансовых решений, способствующих модернизации функционирующих или вновь организуемых субъектов хозяйствования в социальной сфере. Ускорению введения социальных инноваций в коммерческий оборот служит разработка ряда рекомендаций, которые подтверждают ее перспективную востребованность на рынке. На данной стадии на базе рыночных условий все решения, обусловливающие социальную инновацию, должны оптимизироваться. Вместе с этим, должно формулироваться конкурентное преимущество в освоении новых или расширении действующих сегментов в социальной сфере.

Чрезвычайно важным аспектом является доказательность результатов социальной инновации, что напрямую содействует формированию необходимого объема инвестиционных ресурсов. Должна быть ориентация на рыночные обстоятельства. Социальной инновацией предлагается именно такое направление, к примеру, вид

медицинских услуг, который наиболее востребован в текущий и перспективный период времени. Немаловажное значение имеет и формирование позитивного общественного мнения.

Последовательно стоимость социальной инновации прирастает в ходе разработки организационно-экономического обоснования. Путем объединения всех составляющих познается жизнеспособность и востребованность конкретизированной социальной инновации. В ходе привлечения инвестиционных ресурсов подтверждается реальность результатов социальной инновации. Необходима убедительная демонстрация того, что конкретная социальная инновация может послужить основой поступательно развивающегося бизнеса.

Создание организационно-экономического обоснования социальной инновации аргументированно подтверждает потенциал будущего бизнеса, демонстрирует его реальные преимущества перед действующей системой оказания медицинских услуг такого профиля. Упомянутое обоснование также должно содержать достаточное теоретическое описание и временные параметры внедрения.

Увеличение стоимостных параметров социальной инновации происходит далее в модельном звене. Процедура демонстрации заменяется опытной моделью рыночного предложения. Такое практическое приближение допустимо представлять потенциальным потребителям, к примеру, нуждающимся в определенном виде медицинских услуг. Нуждающийся человек, познакомившись с модельной формой, оценивает ее с позиции возможности удовлетворения своих потребностей и предпочтения перед действующей системой оказания медицинских услуг. Тем самым устанавливается обратная связь.

Она будет тем результативнее, чем социальная инновация будет более ориентирована на ожидания потребителей и применяемые технологии (их существенное совершенствование).

Значимость рассматриваемой стадии состоит в поиске сбалансированного положения между инновационным содержанием представляемой медицинской услуги и текущими ожиданиями потребления. Социальная инновация, обладающая собственными издержками и набором рисков, подстраивается к рыночному спросу. Однако в секторе оказания медицинских услуг эта балансировка не должна упрощать функционал инновации.

Как правило, на практике принимается решение о реализации пилотного проекта. Такое звено стержневой цепи социальной инновации зачастую используется в здравоохранении. Особое распространение пилотные проекты получили на региональном уровне национальной системы охраны здоровья.

Аналитическая стадия позволяет сделать вывод о том, насколько проработана и ярко продемонстрирована социальная инновация, насколько компетентно учтены рыночные условия, спрогнозирована потребность в этих медицинских услугах, оценена конкурентоспособность по сравнению с функционирующими медицинскими учреждениями. Одновременно, в ходе управления коммерциализацией социальной инновации, следует проводить мероприятия по убеждению членов общества в целесообразности ее введения. Этому способствует сотрудничество с профессиональными объединениями (медицинскими сообществами), СМИ, государственными органами управления. Формируется профессиональное мнение, объединенное в рекомендации потребителям; проводятся ознакомительные встречи; выборочно (бесплатно) предоставляются начальные мероприятия медицинской услуги.

Следовательно, создается инфраструктура потребления конкретной социальной инновации, к примеру, оказание специализированной психологической помощи.

Инфраструктура потребления помогает создать из индивидуальных потребностей определенный сегмент в комплексном потреблении медицинских услуг членами общества. С точки зрения управления инновацией прилагаемые усилия должны аргументироваться существенным ростом объема потребления данного вида медицинской услуги. Несомненна значимость и суммы денежных средств, которая вкладывается в инфраструктурное сопровождение социальной инновации.

В целом, анализ результатов позволяет оценить общественную и экономическую необходимость внедрения конкретизированной социальной инновации. В завершающем звене осуществляется масштабное введение инноваций. Организуется стабильно и поступательно развивающийся бизнес, имеющий социальное значение. Внедрение социальных инноваций, прошедших все стадии коммерциализации, обеспечивает долгосрочность функционирования созданного медицинского учреждения, выделение его доли в специализированной медицинской помощи, внедрение новых медицинских технологий, опять же с инновационной составляющей.

Движение от этапа к этапу коммерциализации, включая социальные инновации, обусловливает прирост ее стоимости. Как следствие возникает необходимость привлечения соответствующего объема инвестиционных ресурсов. Специалистами выделяется модель 1:10:100, предполагающая параллелизацию прироста стоимости инновации в ходе коммерциализации и привлечение денежных средств. Продемонстрируем применяемость данной модели при коммерциализации социальных инноваций. Выделяется трехфазность модели: стадия инициативы социальной инновации и создание организационно-экономического обоснования; переход от названной стадии к ограниченной апробации социальной инновации; реальное внедрение социальной инновации. Ориентиром модели является условный объем денежных средств, необходимых на стадии оформления инициативы социальной инновации.

Далее в ходе ограниченного введения потребность в ресурсах увеличивается 10-кратно. Масштабное внедрение ведет за собой уже 100-кратное привлечение инвестиционных ресурсов. Согласимся с мнением специалистов, выделяющих данную модель в качестве характерной и транслирующейся для всех видов инноваций в ходе их коммерциализации. Допускаем ее действие и при коммерциализации социальной инновации.

Рассмотрим взаимосвязь коммерциализации технологий и социальных инноваций. Она прослеживается в ходе инновационного процесса. Движение от начальной стадии к завершению, по кругообороту от финансирования к реализации научных разработок и формированию денежных потоков и в том, и в другом случае, как было отмечено, необходима оценка промежуточных результатов и прогнозов востребованности технологий и социальных инноваций потребителями и рынком. Однозначность результативности коммерциализации технологий и социальных инноваций определяется объемом денежных средств в реальном бизнесе и социальной сфере, который сформировался на основе полученных субъектом хозяйствования конкурентных преимуществ и полноценного удовлетворения потребностей членов общества.

Посредством форм также обусловливается взаимосвязь коммерциализации технологий и социальных инноваций (рис. 3).

Социальные инновации могут коммерциализоваться и в форме лицензионных соглашений на передачу прав использования документации, и инвестиционных

договоров, к примеру, на создание или модернизацию объектов социальной сферы (в частности, здравоохранения).

В инновационном процессе взаимосвязь коммерциализации технологий и социальных инноваций проявляется в увеличении временных параметров и объема израсходованных денежных средств. Одновременно существует возможность принятия рациональных и иррациональных организационных, экономических, технических и финансовых решений, предполагающих ускорение (удлинение) достижения результатов коммерциализации в виде увеличения доходов и прибыли.

Совокупность рисков, безусловно, присуща как технологическим, так и социальным инновациям. Инструментом снижения или преодоления рисков может служить проектный подход.

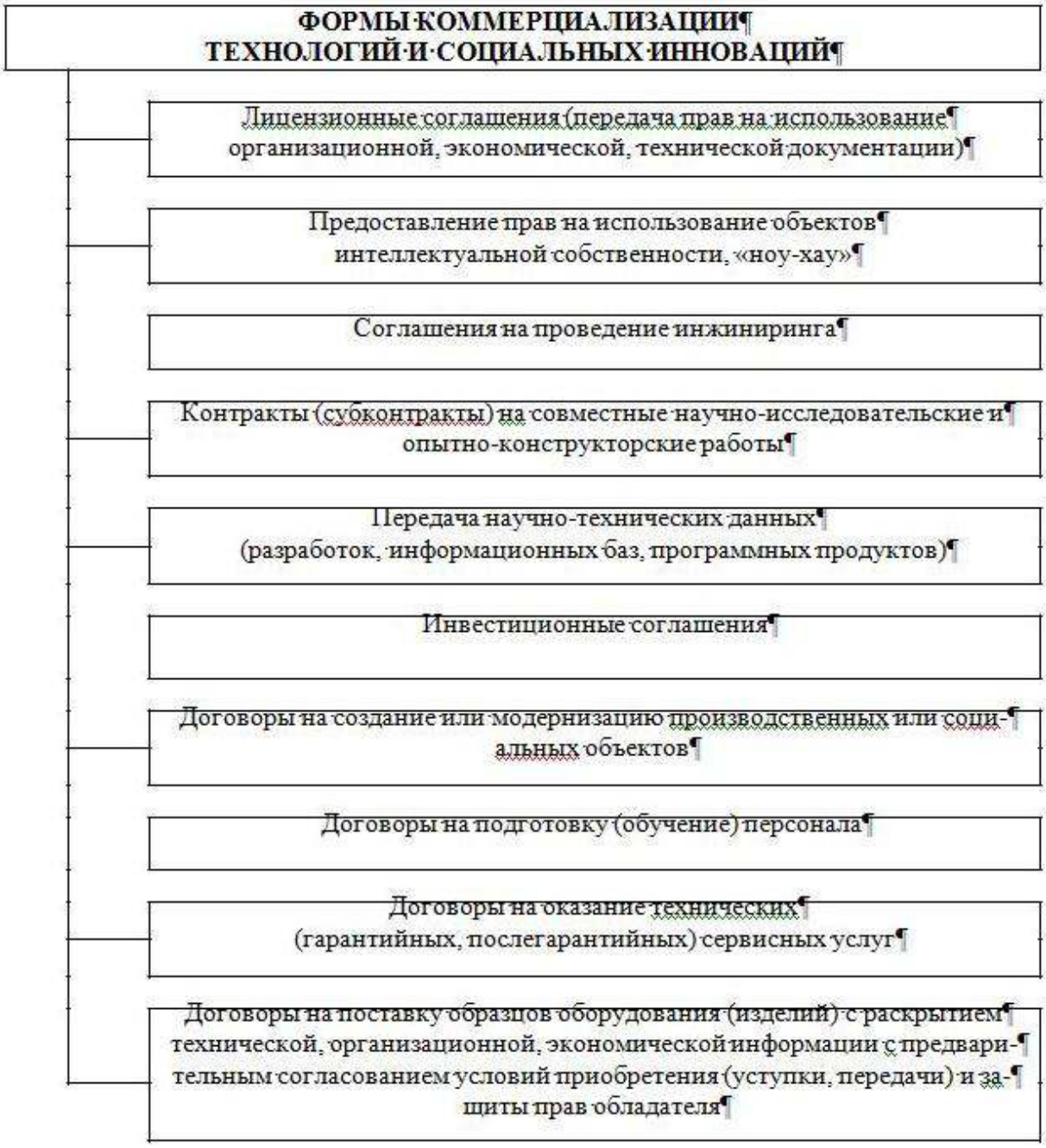


Рис. 3. Формы коммерциализации технологий и социальных инноваций

Определим набор инструментов снижения влияния рисков на коммерциализацию социальной инновации (рис. 4).

Каждый из выделенных инструментов имеет самостоятельное значение для совокупного процесса коммерциализации социальной инновации. Они взаимосвязаны между собой и их применение построено на строгой или относительной последовательности.

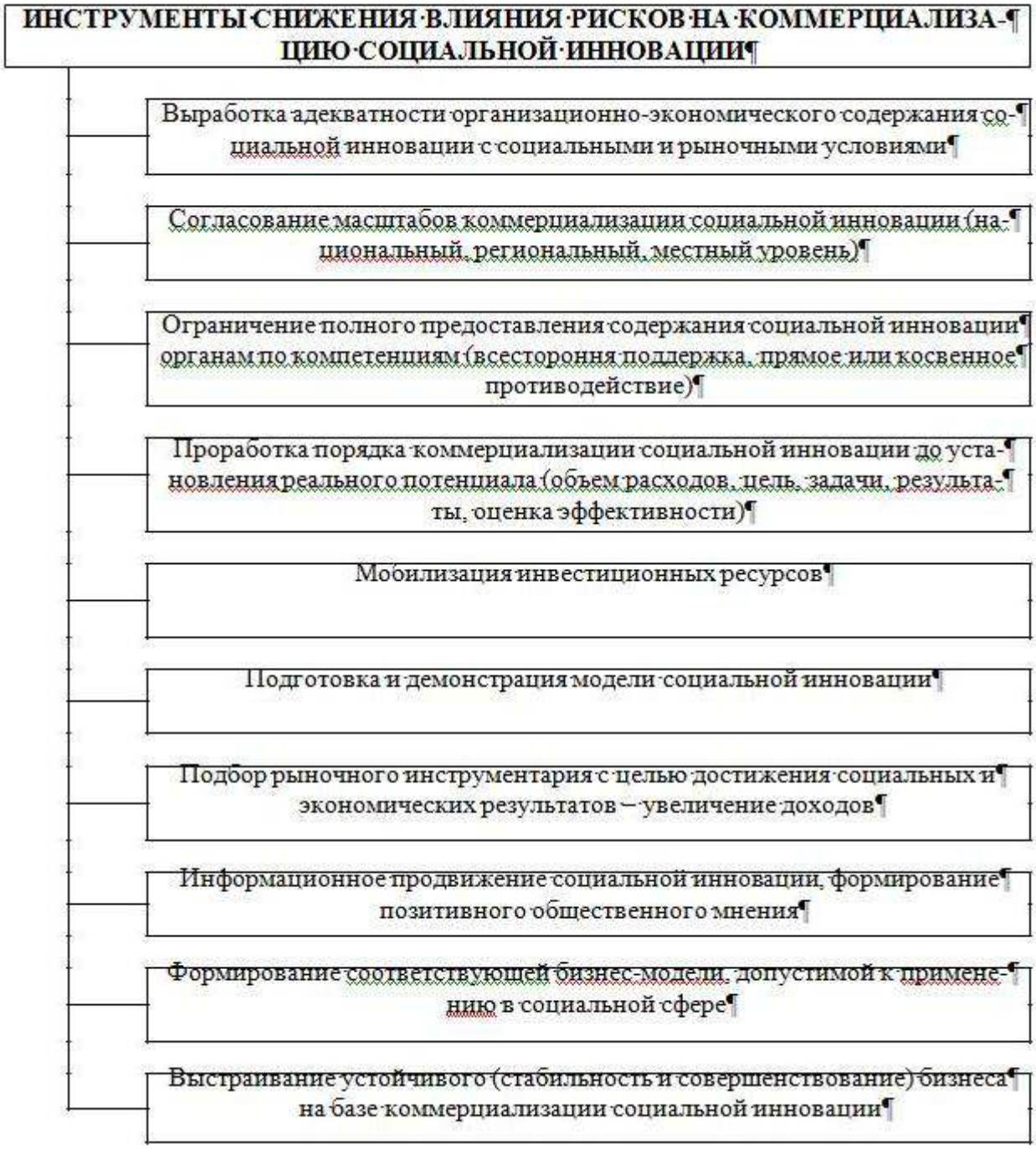


Рис. 4. Снижение влияния рисков на коммерциализацию социальных инноваций

Коммерциализация в совокупности преследует объединение разнополюсных целей субъектов. Руководитель процесса коммерциализации, применяя знания, компетенции, навыки и профессиональный опыт, нацелен на увеличение дохода и прибыли. Разработчики технологий и социальных инноваций при условии участия в коммерциализации, как правило, так же материально стимулируются. Однако дополняют ее целеустремлением привлечения новых инвестиций в научную деятельность. Потребители, стремясь удовлетворить индивидуальные и коллективные возрастающие потребности по объему и качеству, подпадают под прямое воздействие производителя и продавца, активно предлагающих товар или услугу, имеющую инновационную составляющую.

Коммерциализация расширяет потребности членов общества, представляя инновационные товары или услуги. Однако следует заметить, что формирование общественной потребности в конкретном товаре или услуге происходит в более длительный временной период. Так, потребность в медицинских услугах растет достаточно высокими темпами. Вместе с тем, потребность в специализированных медицинских услугах формируется только при наличии действующего социального объекта, обеспечивающего их высокое качество, т.е. само развитие субъекта инновации служит мотивацией потребителя к востребованности услуги.

Высокие темпы развития экономики и социальной сферы, подверженность кризисному влиянию и необходимость их восстановления предопределяют тщательность выстраивания процесса коммерциализации технологий и социальных инноваций. Так, касательно коммерциализации социальных инноваций необходимо, по возможности, сокращать срок между принятием и реализацией организационных, экономических, управленческих и финансовых решений и получением дохода и прибыли. Рациональность этой совокупности решений должна препятствовать уклонению конкретизированных социальных инноваций от воздействия отложенного (особенно на длительный период) общественного экономического эффекта.

Ускоренная динамика экономических и социальных отношений должна прямо пропорционально воздействовать на коммерциализацию социальных инноваций. В частности, не должны использоваться высоко затратные услуги, которые существенно сокращают спрос сами на себя. Предварительно должно осуществляться прогнозирование потенциального спроса на социальные инновации, их соответствия уровню удовлетворения потребностей человека, возникновения общественного интереса, к

примеру, оказание специализированных медицинских услуг.

Каждая социальная инновация в ходе коммерциализации должна быть четко позиционирована, обеспечена информационной поддержкой, адекватна потребностям и рыночным условиям.

Список литературы

1. Большой толковый словарь русского языка./Сост. и гл.ред. С.А.Кузнецов.- СПб.: «Норинт», 1998.-С.445
2. Большой экономический словарь/ Под ред. А.Н. Азрилияна.- 4-е изд. доп. и перераб.- М.: Институт новой экономики, 1999.-С.467.
3. Антонец В.А., Нечаева Н.В., Хомкин К.А., Шведова В.В. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок/ Под ред К.А. Хомкина.-М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.-С.12-13, 36-37.

Леонтьев Игорь Леопольдович - доктор мед. наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления здравоохранением УрГЭУ