

**ХАН Т.Ф.**, ст. викладач, м. Харків, НТУ «ХПІ»  
**ГЛІЗНУЦА М.Ю.**, асистент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

## **РОЛЬ СПІН-ОФФ КОМПАНІЙ В ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ**

Процес комерціалізації наукових розробок науково-дослідних установ та ВНЗ стикається з низкою серйозних проблем, основними з яких є висока ціна наукових розробок та їх теоретична й академічна спрямованість. Такі розробки, навіть потенційно перспективні, мало цікавлять комерційні підприємства, так як вони мають великий ступінь безприбутковості та великий ступінь ризику.

З розвитком високих технологій та прискоренням науково-технічного прогресу, наприкінці 20-го століття в світі набули поширення спін-офф компанії. Вони являють собою малі інноваційні підприємства, що відокремилися від материнських великих наукових установ, метою діяльності яких є доведення найбільш перспективних наукових розробок до комерційного рівня і продаж їх зацікавленим клієнтам в реальний сектор економіки. При цьому терміни виконання та ціна таких інноваційних продуктів приваблюють компанії-замовники своєю доступністю і товарністю.

Спектр пропонованих спін-офф компаніями інновацій досить широкий: це можуть бути продуктові та процесні інновації, кардинальні та такі, що поліпшують існуюче виробництво. Процес впровадження їх у діяльність підприємства-замовника пов'язаний як з запуском інновації в роботу, так і з передачею необхідного обсягу знань співробітникам замовника. Крім цього, з жорсткістю конкурентної боротьби на доволі малому ринку інновацій, спін-офф компаніям доводиться тісно співпрацювати з підприємствами-замовниками не тільки в процесі впровадження проданої інновації, але й в процесі її доведення до необхідного рівня впровадження. Таким чином, на кожній стадії трансферу інноваційного продукту ростуть вимоги до ступеня співробітництва та складності взаємодій, особливі вимоги висувуються до організаційної та виробничої гнучкості продавця інноваційного продукту.

У процесі своєї діяльності з розробки та впровадження нових технічних і технологічних рішень спін-офф компанія співпрацює з різними інституційними та функціональними рівнями, що призводить до інтенсифікації обміну інформації. Така ситуація обумовлює виникнення процесу дифузії інновацій.

Дифузія інновацій являє собою процес, за допомогою якого нововведення (інновація) передається по комунікаційним каналам між членами соціальної системи. Нововведеннями можуть бути ідеї, предмети, технології, що є новими для суспільства.

Рушійною силою процесу дифузії інновацій є обмін інформацією між представниками зацікавлених груп, до яких можуть належати підприємства-замовники, материнські установи та безпосередньо – спін-офф компанії. Кожен новий споживач спін-офф компанії стає джерелом інформації для її наступного потенційного споживача, тоді чим більше споживачів виникає, тим більше інформації вони несуть, тим вище ймовірність розвитку інновації та її корисності подальшим клієнтам. В свою чергу, материнські установи спін-офф компаній при цьому отримують емпіричний матеріал для подальших наукових розробок в сфері розвитку впроваджувальних інновацій.

Таким чином, мережа взаємин, що виникає на ринку науково-інноваційних продуктів між малими інноваційними підприємствами та їх замовниками створює специфічний синергетичний ефект інноваційного розвитку економіки за допомогою

механізму дифузії технологій.

Цей процес безпосередньо залежить від кількості зв'язків спін-офф компаній, які вона розвиває в процесі розробки та впровадження інноваційних продуктів, а також від сукупності інших чинників, що прискорюють дифузю технологій, знань і компетенції в економіці.