

УДК 001.891:347.7

М.П. Бутко, д-р екон. наук**О.В. Попело**, канд. екон. наук

Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

**КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ****М.П. Бутко**, д-р экон. наук**О.В. Попело**, канд. экон. наук

Черниговский национальный технологический университет, г. Чернигов, Украина

**КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ УГЛУБЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ
ПРОЦЕССОВ****Mykola Butko**, Doctor of Economics**Olha Popelo**, PhD in Economics

Chernihiv National University of Technology, Chernihiv, Ukraine

**COMMERCIALIZATION OF THE RESULTS OF SCIENTIFIC
AND TECHNOLOGICAL ACTIVITIES UNDER INTEGRATION PROCESSES
DEEPENING**

Досліджено сутність понять «комерціалізація результатів науково-технічної діяльності», «технологічний трансфер», розглянуто суб'єкти комерціалізації інновацій, запропоновано систему принципів, на яких ґрунтується процес комерціалізації наукових досліджень. Представлено організаційно-економічний механізм комерціалізації наукових розробок, визначено етапи трансферу та комерціалізації науково-технічних розробок. Наведено способи комерціалізації інноваційних розробок та фактори, що впливають на успіх їх комерціалізації.

Ключові слова: комерціалізація, науково-технічна діяльність, інноваційна розробка, інтеграційні процеси, інтелектуальна власність, інноваційна діяльність, технологічний трансфер.

Исследована сущность понятий «коммерциализация результатов научно-технической деятельности», «технологический трансфер», рассмотрены субъекты коммерциализации инноваций, предложена система принципов, на которых базируется процесс коммерциализации научных исследований. Представлен организационно-экономический механизм коммерциализации научных разработок, определены этапы трансфера и коммерциализации научно-технических разработок. Приведены способы коммерциализации инновационных разработок и факторы, влияющие на успех их коммерциализации.

Ключевые слова: коммерциализация, научно-техническая деятельность, инновационная разработка, интеграционные процессы, интеллектуальная собственность, инновационная деятельность, технологический трансфер.

The essence of the concepts of "commercialization of the results of scientific and technical activities" and "technology transfer" has been investigated. The subjects of commercialization of innovations have been considered. The system of principles which underpin the process of commercialization of scientific research has been suggested. The organizational and economic mechanism of science commercialization has been presented. The stages of transfer and commercialization of scientific and technological development have been defined. The ways of commercializing innovation and factors affecting the success of their commercialization have been given.

Key words: commercialization, scientific and technical activity, innovative design, integration processes, intellectual property, innovation, technology transfer.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення інтеграційних процесів світова економіка перебуває на стадії переходу на новий технологічний рівень, що посилює роль інновацій та наукових досягнень у формуванні конкурентоспроможності та стабільності розвитку кожної національної економіки. Питання не лише створення, але і впровадження результатів науково-технічної діяльності (НТД) на умовах окупності та забезпечення належного рівня безпеки національних економік об'єктивно є одним з пріоритетів державної політики у сферах інновацій, інвестицій, зовнішньоекономічного співробітництва і відповідно у забезпеченні економічної безпеки. Використання результатів НТД здійснюється фактично у кожній сфері національної економіки, звідси і їх комерціалізація повинна досліджуватись з урахуванням системності та етапності НТД.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню різнобічних аспектів інтелектуального капіталу та комерціалізації результатів науково-технічної діяльності присвя-

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

тили чимало наукових праць такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Е. Брукінг, О.Б. Бутнік-Сіверський, Дж. Гелбрейт, Д. Даффі, А.О. Дегтяр, Л. Едвінссон, А.Г. Жарінова, С.М. Ілляшенко, В.Л. Іноземцев, Б.Б. Леоньев, Л. Мелуун, Л.Г. Мельник, Т. Стюарт, Е. Тоффлер, А.А. Чухно та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Значна частина на-працювань доводить необхідність створення та ефективного використання інтелектуального капіталу у процесах інноваційної діяльності, проте питання ефективної взаємодії науки і виробництва знаходиться на рівні дискусій і пошуку шляхів його вирішення.

Метою статті є дослідження теоретичних та практичних аспектів комерціалізації результатів науково-технічної діяльності в умовах поглиблення інтеграційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх 15 років вітчизняна економіка пройшла такий важливий етап трансформації, як перехід від закритої, планованої і керованої економіки, до відкритої ринкової економіки. У ході такої трансформації економіка втратила більшу частину своєї інноваційної спроможності (так само, як і конкурентоспроможності), тому що старі, директивно-планові моделі управління інноваціями зникли або застаріли. Проте поступово відкриваються великі можливості для економічного зростання інноваційної системи, набагато краще пристосованої до ринкової економіки.

Протягом тривалого часу економісти вказували на те, що інвестиції в НДДКР залишаються недостатньо оптимальними. Це пояснюється тим, що, інвестуючи в наукові дослідження і розробки, компанії зацікавлені в отриманні прибутку на їх приватні інвестиції, а не у стійкому зростанні соціальної вигоди. Це відбувається тому, що більша частина вигоди від їх приватних інноваційних зусиль поширюється і на їх конкурентів (безкоштовно копіюють інновації), і на споживачів у формі поліпшених товарів та послуг за нижчими цінами. Крім того, особливо на високо фрагментованих ринках, відбувається постійне дублювання інноваційних зусиль, наслідком якого стають зайві витрати ресурсів. Більш радикальне вирішення цих проблем полягає в адаптації централізовано керованої економіки через централізоване планування оптимального рівня інвестицій у наукові дослідження і розробки [9].

Якщо розглядати право інтелектуальної власності як цивільно-правовий інститут, то у ст. 418 Цивільного кодексу України [20] (далі – ЦК України) під «інтелектуальною власністю» розуміється право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений ЦК України та іншими законами України. Із цього визначення випливає наступне: по-перше, право інтелектуальної власності визначається державою через закріплення його в законі; по-друге, воно охороняється та захищається у встановленому законом порядку; по-третє, це право пов'язується з відповідними об'єктами, які визначаються законодавством України, у тому числі і міжнародно-правовими актами [3].

У спеціальній юридичній літературі з питань інтелектуальної власності поняття «право інтелектуальної власності» розглядають з позиції права інтелектуальної власності як цивільно-правовий інститут, так і як суб'єктивне право.

Право інтелектуальної власності як цивільно-правовий інститут – це сукупність правових норм, які регулюють суспільні відносини у сфері створення, використання й охорони результатів інтелектуальної, творчої діяльності.

Зокрема, слід зазначити, наявність інститутів права інтелектуальної власності, які є відносно самостійними і, одночасно, кожен з яких має свої особливості, зумовлені специфікою самих об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ).

До таких інститутів належать:

– інститут права інтелектуальної власності на об'єкти авторського права і суміжних прав;

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

- інститут патентного права (винаходи, корисні моделі, промислові зразки);
- інститут права інтелектуальної власності на інші результати науково-технічної творчості (наукові відкриття, компоновані інтегральні мікросхеми, раціоналізаторські пропозиції, сорти рослин, породи тварин та комерційні тасмниці);
- інститут права інтелектуальної власності на засоби індивідуалізації суб'єктів цивільного обороту, товарів, послуг (комерційні найменування, торговельні марки та географічні позначення) [13].

Зміст права інтелектуальної власності становить особисті немайнові права та (або) майнові права інтелектуальної власності (п. 2 ст. 418 ЦК України).

У результаті створення об'єктів права інтелектуальної власності суб'єкт цього права набуває відповідних суб'єктивних прав як особистого немайнового, так і майнового характеру.

Під особистими немайними правами розуміють різновид цивільних прав, які виникають із приводу нематеріальних благ, є невід'ємними від особи та набувають економічного змісту (гл. 15 ЦК України). Під майновими правами розуміють суб'єктивні права, які пов'язані з використанням об'єктів права інтелектуальної власності, а також із тими матеріальними (майновими) вимогами, які виникають між учасниками правовідносин із приводу використання об'єктів права інтелектуальної власності (наприклад, право авторів і винахідників на винагороду) (ст. 424, 426 ЦК України).

Така класифікація прав, що становлять зміст права інтелектуальної власності, має відповідне практичне значення. Зазначене ґрунтується на тому, що за загальним правилом особисті немайнові права можуть належати лише безпосередньо творцеві об'єктів права інтелектуальної власності. Вони є невідчужуваними від особи творця та, як правило, не можуть передаватися іншим особам. Майнові права на об'єкти права інтелектуальної власності можуть переходити до інших осіб у спосіб, передбачений законом. Зміст зазначених прав щодо конкретних ОПВ розкривається у відповідних главах ЦК України та спеціальному законодавстві – законах України, які регулюють суспільні відносини щодо правової охорони окремих об'єктів права інтелектуальної власності [3].

У системі економіки інтелектуальної власності інновація розглядається як вже матеріалізований результат трансформації інтелектуальної власності творця (інтелектуальний продукт) з ознакою об'єкта права інтелектуальної власності, який втілений у інноваційний продукт чи інноваційну продукцію, яку виведено на ринок і після її реалізації (комерціалізації) отримується дохід (прибуток) [14].

Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів, є підприємництвом, а в умовах інноваційної діяльності – інноваційним підприємництвом. У цьому напрямку діяльності комерціалізація інтелектуальної власності в Україні залишається ще на низькому рівні, що пов'язано з недооцінкою інтелектуальної власності в інноваційній діяльності, як головного важеля оновлення виробництва, технологій, отримання нової за своїми якостями продукції тощо. Це пов'язано з тим, що розроблювачі погано розуміють доміанти ринку, потреби споживача, у них немає досвіду технологічного підприємництва.

Трансформація науково-технічних розробок в інноваційний продукт, придатний для виробництва і ринку, з ймовірністю отримання високого рівня доходу від цього впровадження, є найважчим етапом у ланцюгу, що пов'язує науку зі споживачем [7].

Організаційною основою трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт є побудова і реалізація інноваційного проекту за відповідними стадіями інноваційного проектування, що зображено на рис. 1.

Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності здійснюється на умовах її комерціалізації. В цьому процесі є обов'язковими як мінімум чотири учасники: автор розробки (винаходу, сорту рослин, корисної моделі тощо), стратегічний партнер, менеджер та інвестор.

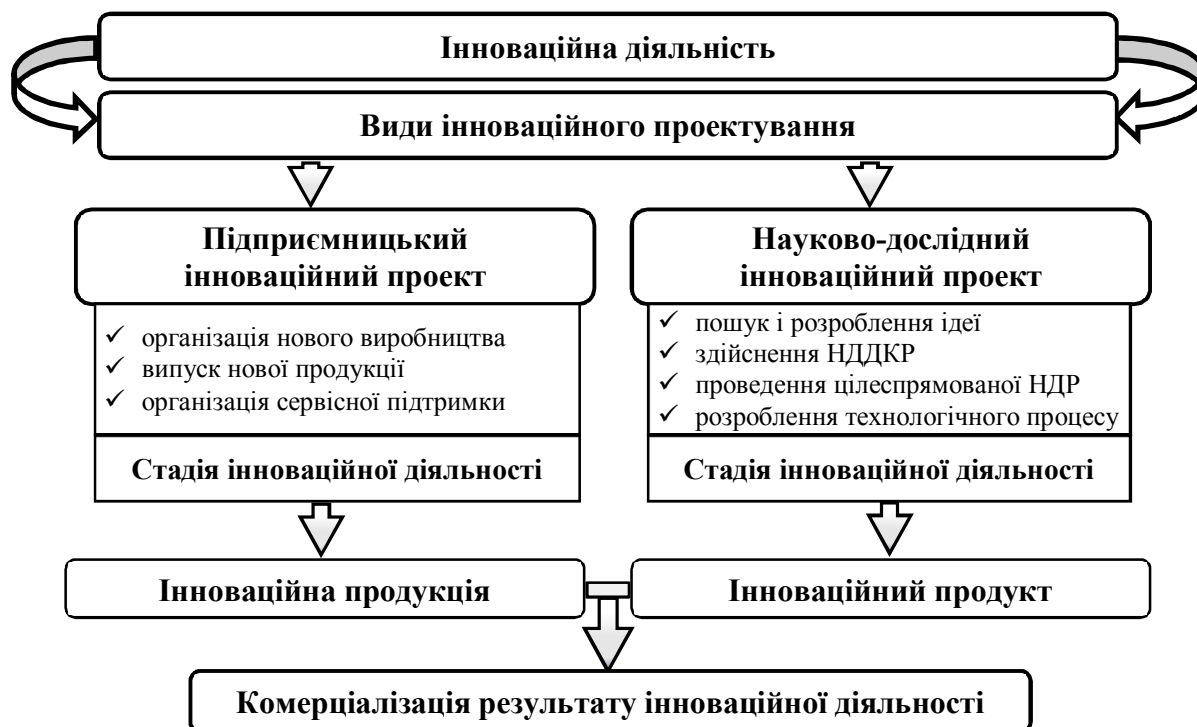


Рис. 1. Інноваційна діяльність за видами інноваційного проектування

Державною службою інтелектуальної власності України у 2011 році було видано патентів на винаходи порівняно з попереднім роком на 4,8 % більше (4061), на 9,4 % більше (10 291) – патентів на корисні моделі, на 6,6 % менше (1337) – патентів на промислові зразки [8]. Однак створити інновацію – це половина шляху, друга половина – досягнення кінцевого результату, просування інновації на ринку, тобто комерціалізація. Факт наявності прав інтелектуальної власності – недостатня умова для отримання власником комерційних результатів. Як стверджують експерти, не більше 1 % запатентованих технічних рішень доходить до етапу введення в господарський обіг [17].

Для промислових підприємств актуальним є питання, пов'язане не стільки з генерацією інноваційних ідей, скільки з використанням інноваційного потенціалу, що знаходиться поза межами комерціалізації.

У сучасних умовах комерціалізація постає як стратегічно значущий процес для економіки України та її суб'єктів господарювання, що забезпечує їх конкурентоспроможність та інтенсивність соціально-економічного розвитку [10].

Комерціалізація також є об'єктивним та історично обумовленим ринковим процесом, який пояснює формування і розвиток нових ринків та інститутів. Ураховуючи принцип історизму, необхідно зазначити, що категорія «комерціалізація» пройшла певний шлях трансформацій. Так, наприклад, Й. Шумпетер, як автор категорії «інновація», визначив її як комерціалізацію всіх нових комбінацій, що ґрунтуються на: застосуванні нових матеріалів і компонентів; упровадженні нових процесів; відкритті нових ринків; запровадженні нових організаційних форм (так звані управлінські інновації) [21].

Згідно із цим визначенням, інновації – це одночасні прояви двох світів, а саме світу техніки і світу бізнесу. Коли зміна відбувається тільки на рівні технології, Й. Шумпетер називає її винаходом. І тільки тоді, коли до змін підключається бізнес, вони стають інноваціями.

У своїй книзі «Теорія економічної історії» (1969 р.) Дж. Хікс вказує на те, що перехід до сучасної фази торгової економіки здійснювався завдяки комерціалізації сільськогосподарства, формуванню ринку праці та промисловій революції [18]. Іншими сло-

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

вами, комерціалізація за Дж. Хіксом є процесом формування капіталістичних відносин, а однією зі сфер комерціалізації є сільське господарство.

Автори фінансово-економічного словника А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк визначають поняття «комерціалізація» як: 1) широке використання комерційних засад в економіці, зростання кількості комерційних структур; 2) підпорядкування діяльності підприємства виключно меті отримання прибутку [6, с. 271].

В економічній енциклопедії поняття «комерціалізація» трактується як: 1) підпорядкування діяльності підприємства, установи або організації меті отримання прибутку; 2) процес розширення комерційних засад в економіці та збільшення кількості комерційних організацій [5, с. 795].

У сучасному економічному просторі «*комерціалізацію*» визначають як процес, що пов'язаний із практичним використанням результатів наукових досліджень і розробок з метою введення на ринок нових або поліпшених товарів, послуг або процесів з отриманням комерційного ефекту. Вона, як правило, починається там, де наукові дослідження вже в основному завершені та є певний продукт або послуга, які мають властивості та переваги, що є цінними для комерційних споживачів. Комерціалізація закінчується, коли продукт успішно виведено на ринок – у загальному випадку, коли досягнута точка беззбитковості, тобто дохід від продажів перевищує операційні витрати. При цьому комерціалізація може набувати три основні форми: запуск нового бізнес-проекту для комерційного використання технології; продаж ліцензії на використання технології наявного бізнесу; експлуатація технології через надання послуг, включаючи технічне консультування, аналітичні та експертні послуги, а також дослідження за контрактами [1].

У найзагальнішому вигляді комерціалізацію розглядають як підпорядкування діяльності підприємства, установи або організації меті отримання прибутку.

Таким чином, можна зробити висновок, що в первинному значенні категорія «комерціалізація» розглядалася як процес проникнення інтересів бізнесу в нові сфери діяльності, де до цього ринкові відносини не існували, це – процес формування ринків у тих напрямках діяльності людини, які раніше були неприбутковими, а завдяки інноваціям стали ефективними (насамперед, почали приносити прибуток) або утворили нові ринки збуту, нові зони прибутку. На рис. 2 розглянуто суб'єкти комерціалізації інновацій.

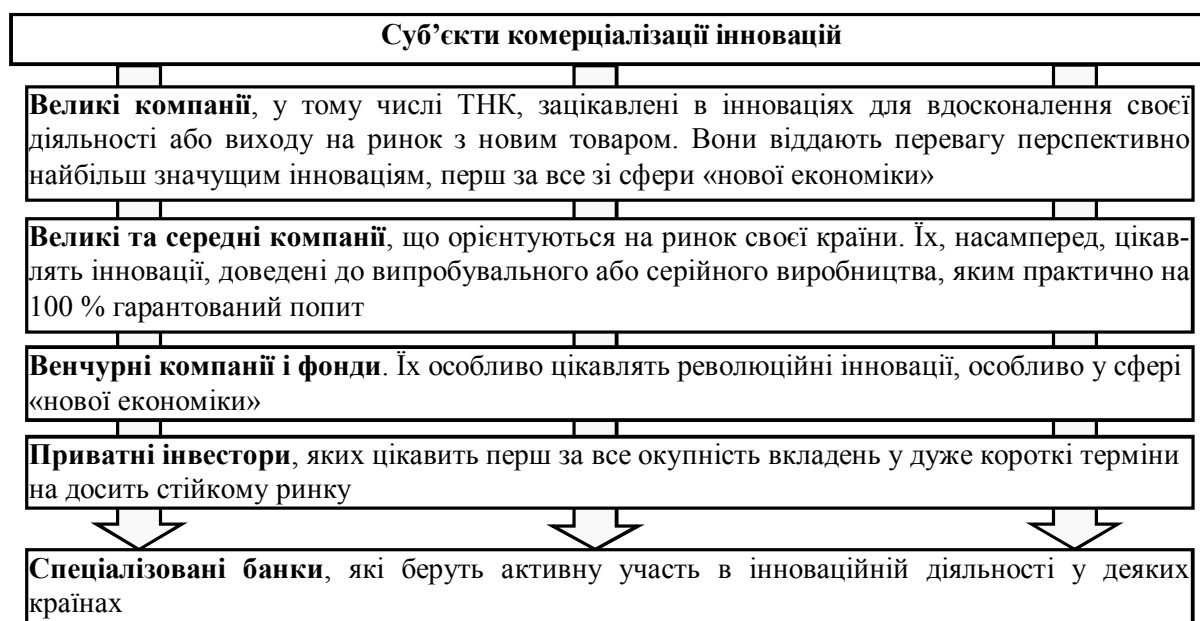


Рис. 2. Суб'єкти комерціалізації інновацій

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Процес комерціалізації наукових досліджень вимагає дотримання базових принципів, які ми, узагальнюючи вітчизняний і зарубіжний досвід, поділили на дві групи: загальноекономічного і спеціального характерів (рис. 3).

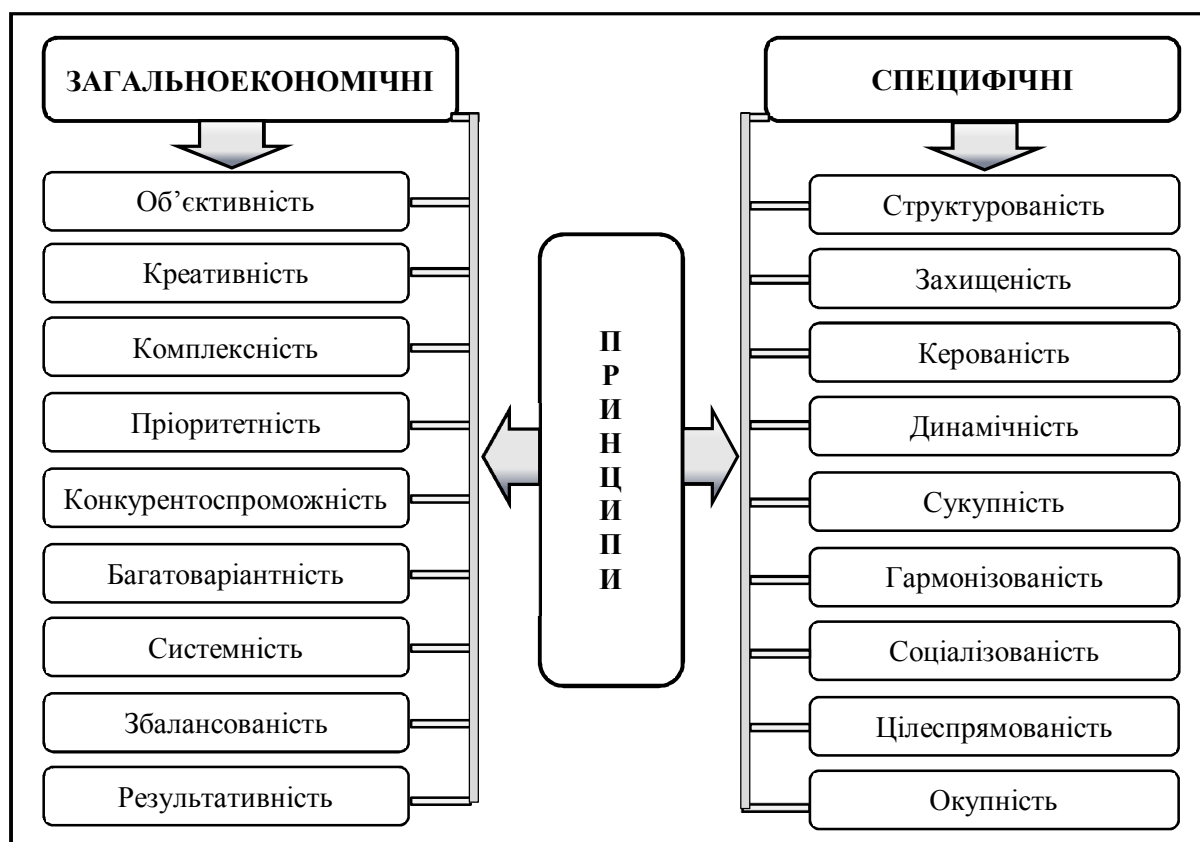


Рис. 3. Система принципів, на яких ґрунтується процес комерціалізації наукових досліджень

Принцип об'єктивності відображає об'єктивну дійсність характеристик об'єкта комерціалізації.

Принцип креативності вимагає новаторства у пошуку шляхів прискорення соціально-економічного розвитку регіону та оцінювання ефективності комерціалізації наукових досліджень.

Принцип комплексності – сукупність етапів розроблення та реалізації процесу комерціалізації наукових досліджень, що охоплює тривалий період часу та послідовність їх опрацювання.

Принцип пріоритетності передбачає визначення важливості інноваційних розробок за показниками вагомості їх для регіонального розвитку.

Принцип конкурентоспроможності обумовлює оцінку результатів впровадження інноваційних розробок з урахуванням конкурентоспроможності на ринку.

Принцип багатоваріантності визначає та ситуативно регулює процес комерціалізації наукових результатів, породжує мотиви і стимули для досягнення максимального ефекту.

Принцип системності є цілісністю регіональної соціально-економічної системи з одночасним взаємозв'язком всіх її підсистем.

Принцип збалансованості вказує на повну узгодженість, правильне співвідношення результатів, отриманих за допомогою сучасних методів управління.

Принцип результативності дає змогу альтернативно оцінити кінцевий результат комерціалізації інноваційних розробок.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Принцип структурованості – досягнення активізації процесу комерціалізації в заданому напрямку задля прискореного розвитку окремих галузей адміністративно-територіальних одиниць.

Принцип захищеності вказує на необхідність захисту процесу комерціалізації від внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть призвести до економічних втрат.

Принцип керованості відображає здатність процесу комерціалізації підпорядковуватися на всіх його етапах управлінському впливу.

Принцип динамічності включає в себе необхідність дотримання технології комерціалізації з урахуванням змін екологічної ситуації на макро-, мезо- та макрорівнях.

Принцип сукупності передбачає необхідність розгляду процесу комерціалізації як єдиного цілого, що потребує зваженого менеджменту та всіх стадіях і у всіх складових.

Принцип гармонізованості вимагає приведення процесу комерціалізації у стан відповідності, злагодженості та синхронності.

Принцип соціалізованості передбачає створення нових (удосконалення вже наявних) товарів та послуг для максимального задоволення потреб споживачів.

Принцип цілеспрямованості – формування чіткої мети комерціалізації результатів наукових напрацювань, неухильне орієнтування на її досягнення.

Принцип окупності орієнтує на обов'язкову окупність всіх витрат, які включені до процесу комерціалізації.

Сучасне розуміння комерціалізації інновацій ґрунтується на використанні багатьох підходів: технічного, інституційного, процесного, ринкового (маркетингового), проектного. Домінування технічного підходу не сприяє розвитку процесів комерціалізації, тому що за пріоритет обираються винахідницькі (науково-технічні), а не ринкові (економічні) цілі.

У межах інституційного підходу існують такі основні інститути: суспільство, держава і бізнес, кожен з яких як повноцінний учасник ринку інновацій створює власні інститути комерціалізації, укладає угоди з іншими інститутами, а разом вони утворюють інституційне середовище для комерціалізації інновацій. У процесі комерціалізації інновацій формуються як ринкові та економічні інститути (нові потреби й моделі поведінки споживачів, нові ринки, нові бізнес-моделі тощо), так і соціальні інститути, що стимулюють комерціалізацію (різні форми об'єднання суб'єктів ринку інновацій).

При використанні процесного підходу комерціалізація постає як сукупність дій, спрямованих на трансформацію досягнень інноваційної діяльності в нові товари (послуги) у ринковому просторі [11]. Процесний підхід до комерціалізації передбачає спільні та чітко послідовні дії, які спрямовані на певний результат – виведення на ринок нових видів товарів і послуг з обов'язковою умовою зростання доходів. Уявлення про комерціалізацію як про процес передбачає не лише трансформацію результатів інноваційної діяльності у відповідні товари та послуги, а й своєчасність цих дій, тобто перспективність їхньої затребуваності суспільством [10].

Комерціалізація має ринкову природу, залежить від кон'юнктури ринку, що в подальшому визначає її маркетинговий зміст. За недостатньої розробленості маркетингового підходу до комерціалізації на практиці відбувається стримування розвитку інноваційних процесів. Тому комерціалізацію потрібно розглядати як спеціалізовану та самостійну сферу маркетингової діяльності суб'єктів ринку інновацій.

Маркетинговий підхід дозволяє конкретизувати зміст маркетингу комерціалізації інновацій, який є парадигмою сучасного мультипарадигмального маркетингу, а також є стратегічною діяльністю з комплексного проектування процесу комерціалізації інновацій, їхнього позиціонування, просування на ринку інновацій, управління життєвим циклом для зниження ризику та невизначеності для суб'єктів, що виступають як із боку

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

попиту, так і з боку пропозиції інновацій. У вузькому значенні слова маркетинг комерціалізації інновацій будемо розглядати як проєктований і керований маркетинговий процес, спрямований на задоволення потреб цільового ринку за допомогою обміну.

Проблема комерціалізації інновацій вирішується за рахунок розроблення методології організації процесу комерціалізації, яка у процесі використання маркетингової концепції дозволяє робити цей процес керованим і проєктованим, а також орієнтованим на задоволення потреб цільового ринку.

Маркетинговий підхід до комерціалізації інновацій поєднується з проєктним підходом, який у сучасній теорії та практиці застосовують для управління бізнес-процесами, тобто проєктами, спрямованими на отримання прямої вигоди. Проєктне управління комерціалізацією також забезпечує методологічну цілісність, теоретичний розвиток та практичну значущість розглянутої проблеми. Методологія проєктного управління дозволяє оптимізувати й підвищити ефективність процесів комерціалізації інновацій.

У межах проєктного підходу комерціалізацію потрібно розглядати як бізнес-проєкт, який має певні особливості: по-перше, ефект від комерціалізації обов'язково повинен бути вимірюваним і очевидним, інакше проєкт не буде розглянуто й прийнято до реалізації; по-друге, такі проєкти мають передбачати вимірюваний і високий прибуток за максимально короткий проміжок часу; по-третє, проєкти спрямовані, зазвичай, на зовнішній ринок і не змінюють внутрішні процеси фірми.

Розроблення та реалізація комплексного маркетингового проєкту комерціалізації інновацій здійснюються за допомогою дотримання послідовності таких етапів: доринкового, ринкового й партнерського. На першому етапі проєктуються не лише сама інновація, а й характеристики позиціонування для цільового ринку, методи та інструменти управління життєвим циклом інновацій. На другому і третьому етапах маркетинговий проєкт комерціалізації інновацій здійснюється через інтеграцію узгоджених між собою трьох проєктувальних елементів (розроблення – позиціонування – управління життєвим циклом). Комплексне проєктування комерціалізації інновацій має передбачати послідовну проєктну роботу, у ході якої базовий варіант проєкту трансформується у варіант проєкту з тестування інновацій із подальшим перетворенням на проєкт виведення на ринок інновацій.

Проєкт позиціонування інновацій визначає формування унікальної і комплексної маркетингової пропозиції інноваційної цінності на цільовому ринку і розвиток партнерських відносин із цільовими аудиторіями. На основі оцінки ступеня відповідності між проєктованою фірмою і сприйнятою споживачами цінністю комерціалізованої інновації можна говорити про досягнення цілей маркетингового проєкту з комерціалізації інновацій.

Проєкт управління життєвим циклом інновації в межах загального маркетингового проєкту комерціалізації припускає планування та розроблення стратегій для кожного етапу життєвого циклу, моніторинг, контроль та прийняття управлінських рішень для забезпечення конкурентоспроможності інновацій, виконання відповідних управлінських, ресурсних, комунікаційних завдань і досягнення планових результатів.

В Україні попит на результати інноваційної діяльності у промисловості відстає від можливостей науково-технічного прогресу, що обумовлено багатьма причинами внутрішнього та зовнішнього характеру. Позитивна динаміка зростання кількості патентів, що видаються на об'єкти інтелектуальної власності в базових галузях промисловості, не супроводжується позитивною динамікою комерціалізації інновацій. Обставинами, які змушують підприємства займатися комерціалізацією інновацій та на їх основі створювати інноваційні товари, є: скорочення життєвого циклу товарів, посилення конкуренції на цільових ринках збуту, виникнення нових ринків (сегментів) при мінливих потребах по-

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

купців тощо. Комерціалізація інновацій дозволяє суб'єктам цього процесу збільшити ймовірність успіху на ринку та підвищити свою конкурентоспроможність [10].

Впровадження науково-технічних інновацій призводить до виникнення комплексу соціально-економічних, наукових та технічних ефектів, які є головними стимулами інноваційних процесів на всіх рівнях економічної системи. Нові знання, отримані під час використання розробок, спонукають до розвитку наявних та формування нових наукових напрямів, а способи трансформації теоретичних знань формують комплекси корисних соціально-економічних ефектів. Отже, розробка набуває статусу науково-технічної через виникнення сукупності наукових, технічних та економічних ефектів, вартісний вираз яких є показником ефективності функціонування інноваційної сфери країни [12].

Аналіз комерціалізації науково-технічних розробок дозволив виявити організаційні та економічні складові механізму комерціалізації, що зображено на рис. 4.

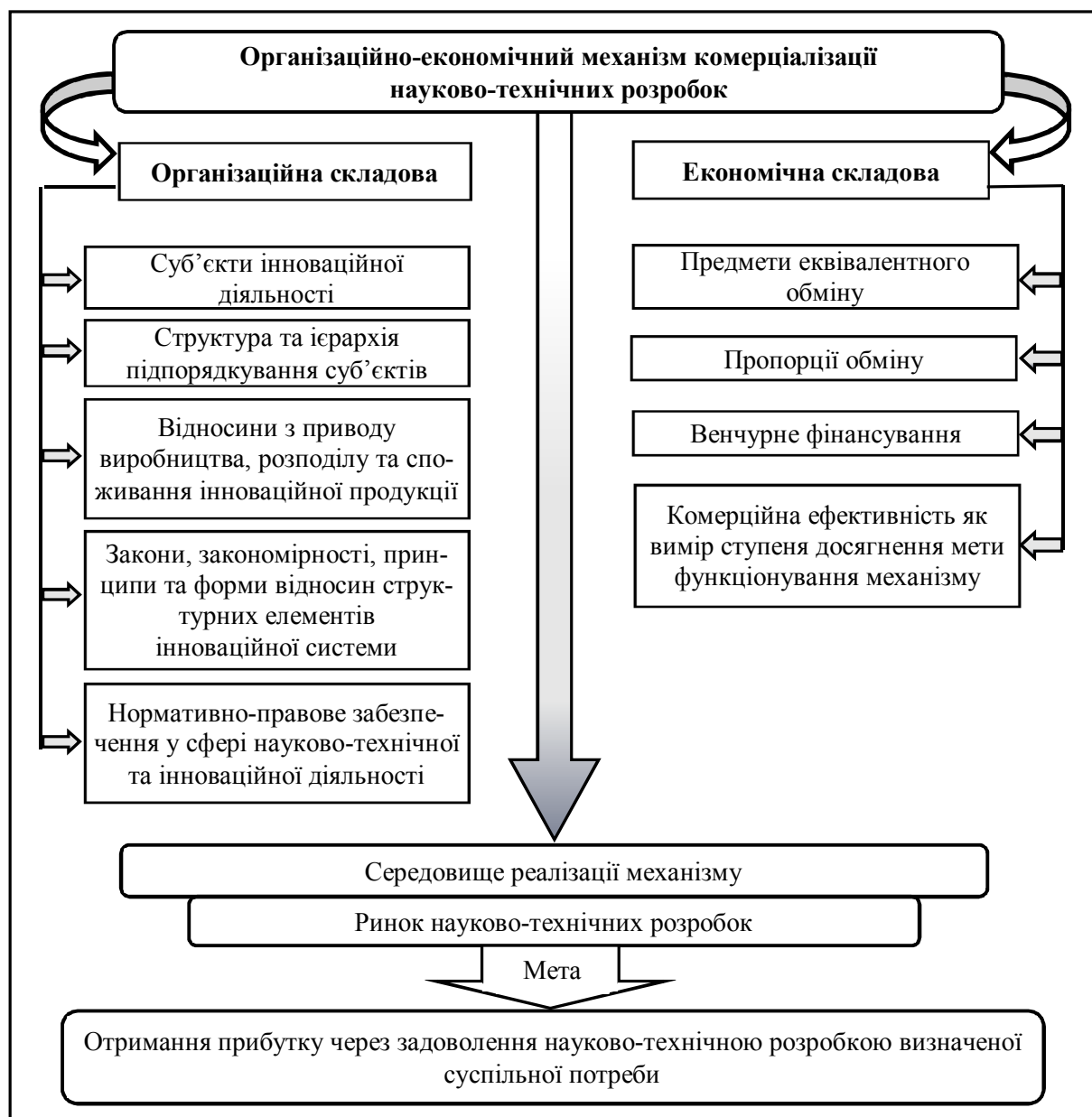


Рис. 4. Організаційно-економічний механізм комерціалізації наукових розробок

Організаційно-економічний механізм комерціалізації науково-технічних розробок розглядається як комплекс законів, закономірностей, факторів, принципів і методів

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

формування та функціонування системи, яка покликана задовольняти чітко визначені суспільні потреби через отримання комерційного ефекту від ринкової реалізації уречевленої форми нового знання, отриманого внаслідок цілеспрямованого наукового пошуку [19].

Для розкриття сутності організаційного механізму аналізу підлягають ті об'єкти процесу комерціалізації, функціонування яких забезпечується відповідною інноваційною інфраструктурою. Відносини між об'єктами в організаційній складовій регулюються нормативно-правовим забезпеченням. Економічна складова розкриває процес комерціалізації розробок при застосуванні різних методів та отримання економічного ефекту [12; 16].

Методи комерціалізації відображають одночасно організаційну та економічну складові процесу ринкової реалізації розробок, що спонукає до аналізу технологічного трансферу. При цьому головним джерелом інновацій є науково-технічна діяльність, яка є сполучною ланкою для впровадження технологій у реальну економіку, так званий трансфер технологій.

Технологічний трансфер – процес надання ширшого доступу до наукових та технологічних розробок зацікавленим сторонам, які можуть вдосконалити та перетворити технології на нові продукти, процеси, форми застосування, матеріали або послуги. Головними стримуючими факторами технологічного трансферу є не організаційні та фінансові проблеми, а втрата вітчизняною наукою провідних позицій у пріоритетних напрямках фундаментальних та прикладних досліджень [19].

Етапи трансферу і комерціалізації науково-технічних розробок та основні фактори, що впливають на успішність комерціалізації розробок, представлено на рис. 5, 6.



Рис. 5. Етапи трансферу і комерціалізації науково-технічних розробок

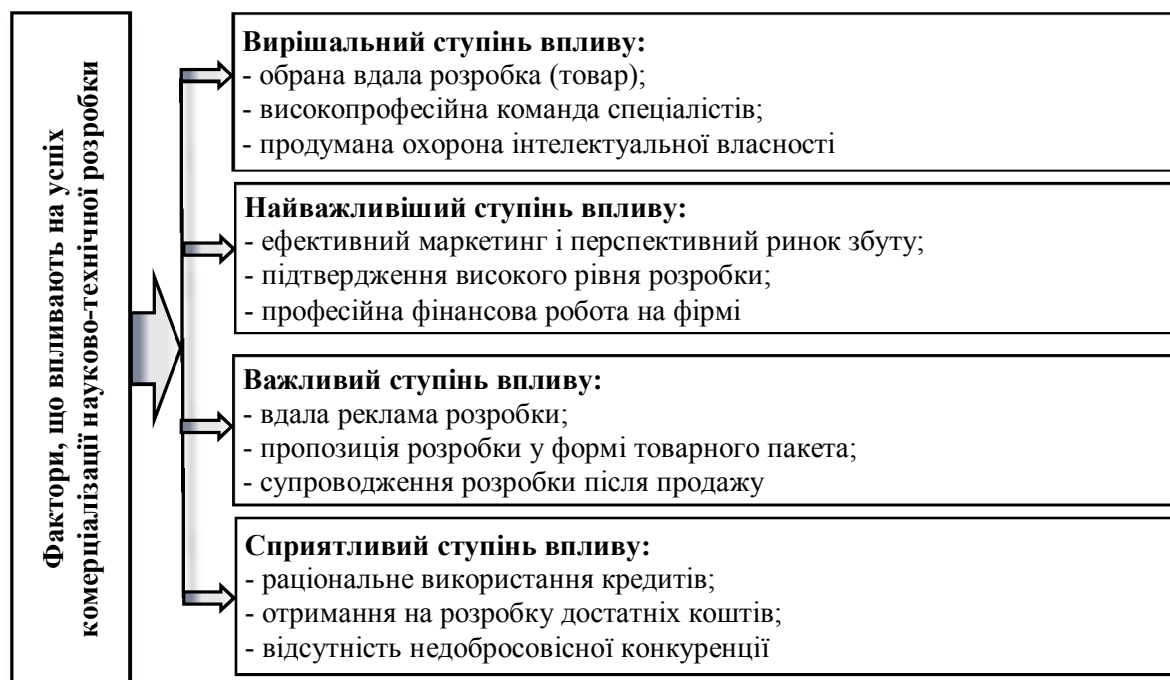


Рис. 6. Фактори, що впливають на успіх комерціалізації науково-технічної розробки

Серед основних труднощів комерціалізації, з якими стикаються університети і наукові установи, великі і малі підприємства, а також приватні особи при комерціалізації науково-технічних розробок, можна виділити:

- перетворення науково-технічних розробок у товар на ринку технологій;
- виявлення, оцінка й охорона інтелектуальної власності;
- розроблення бізнес-плану і пошук партнерів та інвесторів;
- вибір шляхів просування розробок (товарів, послуг) на ринок;
- вибір форми комерціалізації (реалізації) на ринку технологій.

До основних способів комерціалізації інноваційних розробок відносять: використання на власному підприємстві, спільне використання, продаж, передача прав на використання (рис. 7).

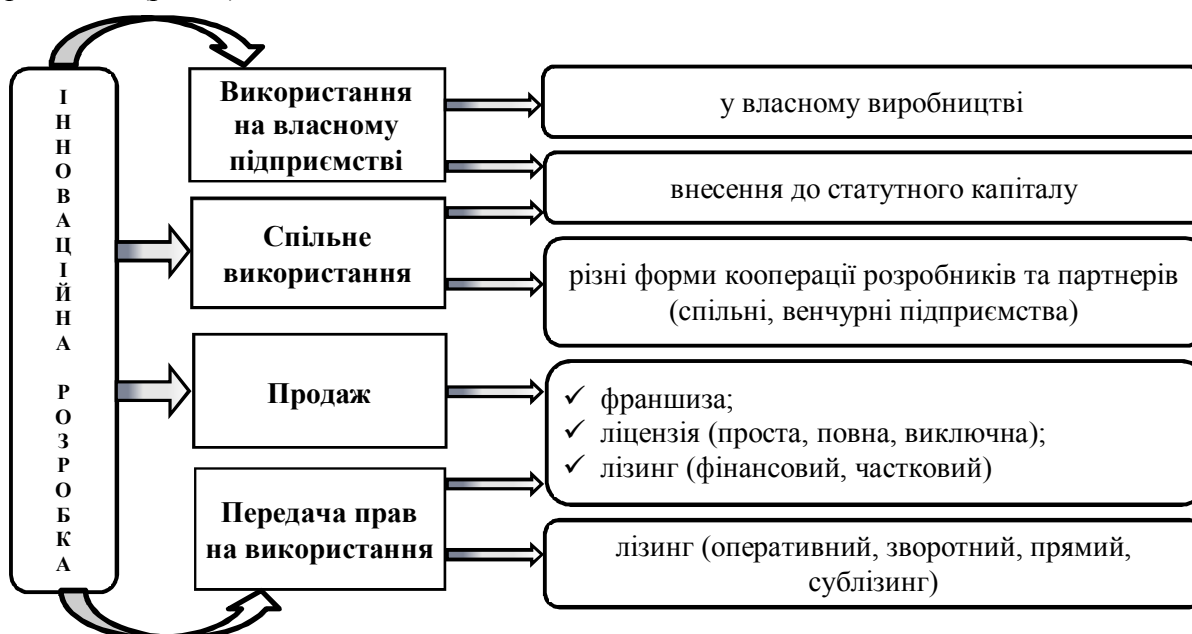


Рис. 7. Способи комерціалізації інноваційних розробок

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Нині недосконалість механізму комерціалізації результатів наукових досліджень та розробок цілком об'єктивно визначена однією з проблем розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні, для удосконалення якого передбачено певні заходи, зокрема щодо розвитку та оптимізації інноваційної інфраструктури [15].

Технологічні та наукові парки є ключовими елементами створеної в Україні інноваційної інфраструктури для забезпечення безперервності процесу створення і впровадження у виробництво нововведень та випуску нової інноваційної продукції. При цьому технологічні парки мають сприяти комерціалізації і впровадженню на вітчизняному та закордонному ринках результатів наукових досліджень вітчизняних науково-дослідних структур, а наукові парки – вищих навчальних закладів IV рівня акредитації та наукових установ.

З огляду на сутність технологічних та наукових парків та наявні державні важелі впливу на них, можна здійснювати прямий вплив на такі складові економічної безпеки, як науково-технологічна, інвестиційна, фінансова, зовнішньоекономічна, екологічна, енергетична (рис. 8). Технологічні та наукові парки можуть бути використані для цільового впливу на стан індикаторів окремих складових та інтегральний показник економічної безпеки держави загалом [4].

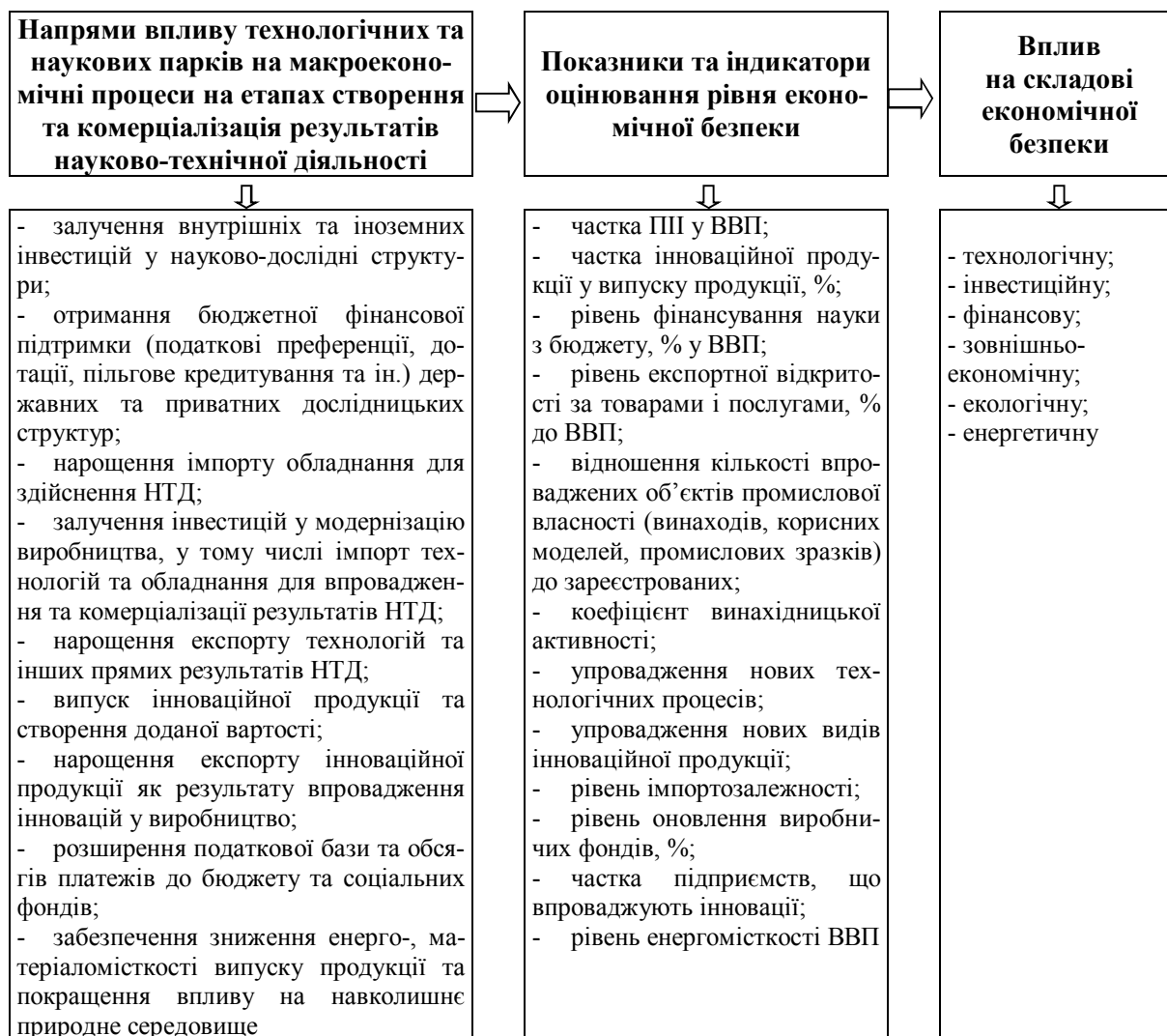


Рис. 8. Вплив технологічних та наукових парків на складові економічної безпеки держави на етапах створення і комерціалізації результатів науково-технічної діяльності

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Для подальшого ефективного функціонування технологічних та наукових парків і забезпечення ними інноваційних зрушень в економіці країни доцільно:

- продовжити для технологічних парків термін дії спеціального режиму інноваційної діяльності;
- розробити додаткові привабливі організаційно-стимулюючі умови їх діяльності;
- забезпечити системне їх створення на базі науково-дослідних структур у кожному регіоні України;
- удосконалити методикку моніторингу результатів діяльності технологічних парків та напрацювати відповідну методикку для моніторингу діяльності наукових парків (загалом, статистична звітність має працювати таким чином, щоб була змога відстежити вплив будь-якого економічного суб'єкта на стан економіки та економічної безпеки, в т. ч. і функціонуючого у спеціальному режимі економічної діяльності як під час дії такого режиму, так і після його закінчення);
- забезпечити врахування впливу комерціалізації результатів НТД на показники та індикатори оцінювання як окремих складових, так і економічної безпеки загалом.

Висновки і пропозиції. В умовах поглиблення інтеграційних процесів наука та інновації стають ключовими чинниками економічного зростання і соціального благополуччя. Інновації виступають тим контуром, який змушує рухатися всі компоненти економіки знань і приводить у кінцевому підсумку до економічного зростання і змін якості життя, найбільш очевидним з яких є вторгнення технологічних новинок в усі галузі життя людини – від робочого місця до сфери побуту і дозвілля. Інновації, практичне використання нових ідей стають найбільш істотною умовою:

- збереження і розвитку нових робочих місць, що потребують висококваліфікованих, добре навчених кадрів;
- ефективного успішного бізнесу, який створює нові та вдосконалені продукти та послуги;
- застосування нових технологій, що знижують техногенні ефекти попередньої технологічної бази індустріальної економіки.

Переваги нових знань, їх втілення в нових товарах і послугах не проявляються автоматично. Сучасна взаємодія науки і суспільства, високих технологій та бізнесу нелінійна, неоднозначна та існує у складному взаємному переплетінні інтересів, цілей і реальних перспектив.

Список використаних джерел

1. *Акционерное общество «Национальное агентство по технологическому развитию»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nif.kz/our_activities/commercialization/general_information.
2. *Бутко М. П.* Интеллектуальный капитал как чинник модернізації регіонального економічного простору : монографія / М. П. Бутко, О. В. Попело ; під заг. наук. кер. д-ра екон. наук, проф. М. П. Бутка. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2014. – 372 с.
3. *Бутнік-Сіверський О. Б.* Особливості управління комерціалізацією об'єктів права інтелектуальної власності / О.Б. Бутнік-Сіверський // Матеріали круглого столу «Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності» (м. Київ, 7 червня 2013 р.) / відп. ред. В. С. Шовкалюк. – К. : КНТЕУ, 2013. – С. 5–11.
4. *Давиденко С. В.* Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності в рамках технологічних та наукових парків у контексті впливу на економічну безпеку держави / С. В. Давиденко, О. О. Єгорова // Матеріали круглого столу «Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності» (м. Київ, 7 червня 2013 р.) / відп. ред. В. С. Шовкалюк. – К. : КНТЕУ, 2013. – С. 26–31.

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

5. *Економічна* енциклопедія : в 3-х т. / гол. ред. ради Б.Д. Гаврилишин. – К. : Академія, 2000. – Т. 1 / Б. Д. Гаврилишин, відп. ред. С. В. Мочерний, заст. відп. ред. О. А. Устенко та ін. – 864 с.
6. *Загородній А. Г.* Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
7. *Зінов В.* Проблеми комерціалізації результатів досліджень і розробок / В. Зінов // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 3. – С. 35–42.
8. *Інформаційні ресурси* Державної служби інтелектуальної власності України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sips.gov.ua>.
9. *Каламан О. Б.* Основні напрями інноваційної діяльності на сучасному етапі розвитку України / О. Б. Каламан, Т. В. Дудка // Матеріали круглого столу «Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності» (м. Київ, 7 червня 2013 р.) / відп. ред. В. С. Шовкалюк. – К. : КНТЕУ, 2013. – С. 43–44.
10. *Калиниченко М. П.* Маркетинг комерціалізації результатів інноваційної діяльності в промисловості / М. П. Калиниченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : Університетська книга, 2012. – № 4. – С. 43–50.
11. *Коммерциализация* результатов инновационной деятельности в социальной сфере [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rosmedportal.com.
12. *Ляшенко О. М.* Моделі комерціалізації та трансферу технологій в умовах глобального середовища : монографія / О. М. Ляшенко. – Тернопіль, 2007. – 489 с.
13. *Підприємницьке право* / за ред. О.В. Старцева. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К.: Істина, 2005. – 600 с.
14. *Право інтелектуальної власності*: Акад. курс : підруч. для студ. вищих навч. закладів / О. П. Орлюк, Г. О. Андрощук, О. Б. Бутнік-Сіверський та ін. ; за ред. О. П. Орлюк, О. Д. Святоцького. – К. : Ін Юре, 2007. – 696 с.
15. *Про затвердження* Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 02.02.2011 р. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/389-2011-%D0%BF>.
16. *Рибчак В. І.* Світовий досвід державного регулювання підприємств малого бізнесу / В. І. Рибчак // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2006. – Вип. 16.1. – С. 441–446.
17. *Солощук М.* Економічні аспекти комерціалізації інтелектуальної власності / М. Солощук, М. Капінос, Е. Лерантович // Інтелектуальна власність. – 2008. – № 12. – С. 50–60.
18. *Хикс Дж.* Теория экономической истории : пер. с англ. / Джон Хикс ; общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Нуреева. – М. : НП «Журнал Вопросы экономики», 2003. – 224 с.
19. *Цибинюга М. О.* Організаційний механізм процедури комерціалізації інновацій / М. О. Цибинюга, О. В. Старкова, Л. А. Гнучих // Система обробки інформації : зб. наук. пр. – 2011. – Вип. 2 (92). – С. 273–276.
20. *Цивільний кодекс* України. – К. : Парламентське вид-во, 2003. – 352 с.
21. *Шумпетер Й. А.* Капіталізм, соціалізм и демократія : пер. с англ. / Й. А. Шумпетер ; общ. ред., предисл. В. С. Автономова. – М. : Экономика, 1995. – 541 с.