

УДК 330.341.1

О.В. Станіславик, канд. екон. наук, доц.,
К.В. Ковтуненко, канд. екон. наук, доц.,
Одес. нац. політехн. ун-т

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О.В. Станіславик, К.В. Ковтуненко. **Комерціалізація результатів інноваційної діяльності.** Розглянуто актуальні питання комерціалізації результатів інноваційної діяльності та ключові аспекти забезпечення ефективності і стимулювання комерціалізації інновацій.

Ключові слова: комерціалізація, результати, інноваційна діяльність, інновації, інтелектуальна власність, ефективність, стимулювання.

Е.В. Станіславик, К.В. Ковтуненко. **Коммерциализация результатов инновационной деятельности.** Рассмотрены актуальные вопросы коммерциализации результатов инновационной деятельности и ключевые аспекты обеспечения эффективности и стимулирования коммерциализации инноваций.

Ключевые слова: коммерциализация, результаты, инновационная деятельность, инновации, интеллектуальная собственность, эффективность, стимулирование.

E.V. Stanislavik, K.V. Kovtunenکو. **Commercialization of innovation activities results.** The actual questions of commercialization of innovation activities results, as well as the key aspects of ensuring efficiency and stimulating commercialization of innovations, are considered.

Keywords: commercialization, results, innovation activities, innovations, intellectual property, efficiency, stimulation.

Нинішня ситуація в Україні, що характеризується проблемами політичної та економічної сфери, загострює увагу науковців на розвитку інноваційної діяльності, зокрема її комерціалізації та пошуку шляхів перетворення наукового потенціалу в ресурс для забезпечення конкурентоспроможності, економічного і стійкого зростання.

Актуальною проблемою розвитку інноваційної діяльності є запровадження комерційного використання результатів науково-технічної діяльності. Проблема комерціалізації результатів наукових досліджень в країні перебуває в полі зору суспільства, урядів, парламентів, приватного бізнесу, науковців, оскільки вирішення цієї проблеми визначить конкурентну спроможність товарів і, в остаточному підсумку, рівень життя населення.

Проблеми комерціалізації результатів інноваційної діяльності розглянуто в багатьох виданнях [1...3]. В них з різним ступенем теоретичного та практичного висвітлення розкрито сутність комерціалізації; методи, способи і специфіка її проведення; трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт.

Водночас багато аспектів комерціалізації результатів інноваційної діяльності та забезпечення ефективності і стимулювання комерціалізації інновацій досліджено недостатньо.

Дослідження актуальних питань комерціалізації результатів інноваційної діяльності та ключових аспектів забезпечення ефективності і стимулювання комерціалізації інновацій є особливо важливим.

Інноваційна діяльність пов'язана зі створенням, застосуванням і розповсюдженням результатів наукових досліджень і розробок з метою оновлення номенклатури, поліпшення якості (науково-технічного рівня) продукції, що випускається (товарів, послуг), поліпшення технології їх виготовлення, що забезпечує конкурентні переваги на ринку і скорочення витрат виробництва. В результаті інноваційної діяльності підприємств створюється продукція, що відповідає сучасним науковим, технічним, соціальним та економічним вимогам. Таким чином, відбувається реалізація нового знання в нових продуктах, послугах, технологіях виробничого процесу. Досягнення науки стають джерелом прибутку, тобто самостійним затребуваним товаром, що має свою ринкову вартість [4].

У зв'язку з викладеним велике значення на стадії відбору наукових розробок для комерціалізації має визначення їх конкурентоспроможності. Відбір наукових розробок здійснюється на основі аналізу та оцінки розробок за такими критеріями, як прибуток, рівень конкуренції, потенціал ринку, ступінь ризику, виробнича потужність підприємства, доступність ресурсів, загальні й відносні витрати, термін окупності, прибутковість вкладень. Роботи, пов'язані з відбором розробок для комерціалізації, з пошуком інвесторів, проведенням маркетингових досліджень, отриманням дослідного зразка, охоронних документів на інтелектуальну власність, з оцінкою ефективності інновації, реєструються за строками, витратами та іншими характеристиками для розрахунку очікуваного прибутку й ухвалення рішень. Проведені роботи можна представити у вигляді інноваційного проекту, який включає комплект наукової, технічної, правової, маркетингової, фінансової, виробничої документації, необхідний для комерційної реалізації інновації. Такий проект являє собою план дій з організації, фінансування інноваційного процесу від проведення наукових досліджень і розробок до створення, освоєння виробництва і виведення на ринок нової наукомісткої продукції.

Інноваційний проект, що відображає споживчі і вартісні властивості, можливість виготовлення, ринковий попит нововведення, його конкурентоспроможність, можна розглядати як форму управління комерціалізацією результатів інноваційної діяльності [5].

Комерціалізація результатів наукових досліджень означає залучення їх в господарський обіг. Існують різні форми реалізації результатів наукових досліджень як товару, наприклад, інженерні послуги з раціоналізації діяльності підприємств; замовлені дослідження підприємств; продаж ліцензій на винаходи; програми для ЕОМ, бази даних, захищені авторським правом, та ін. На етапі комерціалізації розповсюдження інновацій відбувається за допомогою обміну, що носить як комерційний, так і некомерційний характер. Комерційний обмін передбачає торгівлю науково-технічною продукцією на основі укладення договорів купівлі — продажу або використання різних типів ліцензійних договорів, договорів поступки або розподілу прав на об'єкти інтелектуальної власності. Права на комерційне використання можуть бути передані: на промислове і комерційне використання винаходу, захищеного патентом; на ноу-хау; технології; промислові зразки; бази даних та ін. Некомерційний обмін інноваційними продуктами відбувається шляхом проведення конференцій, семінарів, науково-технічних публікацій, організації виставок.

Комерціалізованість інноваційних продуктів характеризується обсягом інвестиційного попиту на нововведення, прибутковістю з урахуванням можливих ризиків. Ризик в інноваційній діяльності — це вірогідність втрат, які можуть виникнути при вкладанні коштів в розробку нової техніки, технологій, у виробництво нових товарів і послуг, які не принесуть очікуваного прибутку. До основних ризиків можна віднести зміну вартості активів в період інвестування і комерційної реалізації інноваційної продукції, невірогідність економічної оцінки інноваційного продукту, можливість втрати капіталу у зв'язку зі зміною попиту і пропозиції, невдалий результат інновації, неповну інформацію про конкурентів. Ризики, що виникають в процесі інноваційної діяльності підприємств, неминучі, застосування методів управління ризиками дозволяє скоротити розмір втрат. Класифікація і характеристика видів ризику, методи оцінки ризику і способи зниження ризиків описані [7].

Головним критерієм успіху в комерційній діяльності підприємства є конкурентоспроможність товару, що виходить на ринок. Для випуску конкурентоспроможної продукції необхідні: сучасне устаткування і новітні технології, постійне оновлення технологічної бази виробництва; поліпшення якості продукції, що випускається; управління і регулювання виробництва і збуту товарів і послуг на основі вивчення кон'юнктури ринку і адекватної реакції підприємства на зміни вимог ринку.

Комерційна діяльність господарюючих суб'єктів вимагає від керівників підприємств вибору найефективніших форм економічного обороту результатів інноваційної діяльності, проведення маркетингових досліджень ринку, оцінки ринкової вартості результатів інноваційної діяльності, розробки стратегії просування продукції на ринок, розвитку служб сервісу, проведення оцінки інноваційного потенціалу підприємства, що дозволить виявити проблеми і розробити заходи для їх усунення. Результатами такої діяльності є: випуск нової продукції, що відповідає вимогам ринку, економія ресурсів за рахунок переходу на нову технологію, модернізація або заміна виробничого устаткування.

Для стійкого економічного та інноваційного розвитку потрібне створення механізму, що забезпечує необхідні господарські, фінансові та організаційно - правові умови за рахунок побудови спеціальних товарних відносин між суб'єктами інновацій і механізмів впровадження інновацій у виробництво. Механізм ефективного господарського обороту результатів інноваційної діяльності дає можливість забезпечити єдність попиту і пропозиції на результати інтелектуальної діяльності.

Розв'язання завдань, що стоять перед підприємством, здійснюється в рамках різних організаційних структур, діяльність яких спрямована на виконання певних функцій і досягнення мети функціонування підприємства. Організаційні структури підприємств в процесі функціонування періодично переглядаються відповідно до нових завдань і умов, що змінилися, з метою підвищення продуктивності та якості праці організації.

При комерціалізації результатів інноваційної діяльності основними суб'єктами ринкових відносин є: держава (в особі органів управління); автори винаходів; інвестори, що фінансують виробництво інноваційної продукції; підприємства, що здійснюють інноваційну діяльність; конкуренти, що випускають аналогічну продукцію.

Проблеми, що виникають у взаємовідносинах суб'єктів ринку при комерціалізації результатів інноваційної діяльності, вимагають пошуку особливих підходів до їх врегулювання відповідно до ринкової ситуації, стратегії і тактики поведінки підприємства на ринку. Велике значення при комерціалізації результатів інноваційної діяльності має організація взаємодії інноваційних суб'єктів різних організаційних форм.

Ефективність комерціалізації інновації залежить від результативності маркетингових досліджень просування на ринок нових товарів, технологій. Маркетингові дослідження включають: вивчення характеристик ринку, аналіз розподілу часток ринку між підприємствами, аналіз збуту, вивчення товарів конкурентів, вивчення реакції на новий товар та його потенціалу, вивчення політики цін, довгострокове прогнозування. Проведення маркетингових досліджень дозволяє оцінити потенційні можливості підприємства і на основі дослідження ринкових вимог розробити програми виробничого розвитку і конкурентної поведінки на ринку відповідно до етапів життєвого циклу продукції. Для будь-якого товару, запущеного в комерційне виробництво, характерний свій життє-

вий цикл — процес розвитку продажів та отримання прибутків, що складається з таких п'яти етапів: етапу виведення на ринок, етапу зростання, етапу уповільнення зростання, етапу насичення і етапу занепаду. Існування життєвого циклу товару вказує на те, що підприємство повинно уміти ефективно організувати роботу з товарами на кожному з етапів їх життєвого циклу, оскільки кожен етап вимагає використання різних стратегій маркетингу. Необхідно своєчасно розробляти нові товари для заміни товарів, що знаходяться у стадії занепаду.

Велике значення при комерціалізації результатів інноваційної діяльності підприємств має призначення ціни на свої товари і послуги. Ця процедура включає декілька етапів: постановку завдань ціноутворення, визначення попиту, оцінку витрат, аналіз цін і товарів конкурентів, вибір методу ціноутворення і встановлення остаточної ціни. Вибір методик ціноутворення в основному визначається ухваленим рішенням щодо позиціонування на ринку. Проте при встановленні ціни підприємство може переслідувати такі цілі, як, наприклад, забезпечення тієї, що виживає, завоювання лідерства за показниками частки ринку або за показниками якості товару, максимізація поточного прибутку. З цією метою проводиться регулярний аналіз показників збуту, частки ринку, рівня витрат і рентабельності.

Відзначимо, що головною ознакою інтелектуального продукту, що має потенціал комерціалізації, є віднесення його до категорії “інтелектуальна власність” як до права використання результату інтелектуальної діяльності.

Інновації як кінцевий результат науково-технічної діяльності, що отримали реалізацію в новій продукції, технології, виступають об'єктами інтелектуальної власності, у зв'язку з цим виникає необхідність якнайповнішого їх використання.

Інтелектуальна власність є основою сучасної інноваційної економіки, тому одне з найважливіших завдань держави — створення ринку інтелектуальної власності як головної умови інноваційного шляху розвитку.

Аналіз літератури і сучасної практики в області використання об'єктів інтелектуальної власності на вітчизняних підприємствах показав, що для ефективного використання об'єктів інтелектуальної власності та їх комерціалізації необхідні:

- створення на підприємствах спеціалізованого патентного відділу, що має сучасне інформаційне забезпечення;
- проведення занять з підвищення кваліфікації і професійної перепідготовки співробітників підприємств;
- навчання фахівців з питань охорони, оцінки, інвентаризації та обліку об'єктів інтелектуальної власності;
- постановка на облік результатів інтелектуальної діяльності як нематеріальних активів з метою підвищення ринкової капіталізації підприємства;
- контроль над використанням інтелектуальної власності на підприємстві;
- безперервний пошук перспективних форм використання інтелектуальної власності з метою трансформації об'єктів інтелектуальної власності в технологічний процес, готову продукцію або види послуг, які можуть бути виведені на ринок;
- створення ефективного організаційно-економічного механізму передачі технологій;
- управління створенням, перетворенням, нарощуванням і реалізацією інтелектуальної власності;
- створення системи комерціалізації промислових технологій на основі передачі інтелектуальної власності від наукових організацій до виробництва;
- створення ефективного системи маркетингу і збуту з метою постійного виявлення нових вимог покупців, що висуваються до якості товарів і послуг, які виробляються;
- активізація інноваційної діяльності з метою вдосконалення виробничих процесів, що забезпечують випуск конкурентоздатної продукції.

Інтелектуальний капітал є важливим економічним ресурсом і при ефективному управлінні процесами створення, комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, правової охорони може стати реальним чинником економічного розвитку країни.

Для стимулювання комерціалізації інновацій необхідні:

- забезпечення державної підтримки науки і підприємств, надання фінансової підтримки патентної і винахідницької діяльності;
- формування галузевих інноваційних фондів для стимулювання процесів створення, впровадження і комерціалізації інновацій;
- розвиток різних форм організації малого і великого інноваційного бізнесу, що відображають різнобічність інновацій та умов їх комерційного використання (наукові фірми, технопарки, бізнес-групи і т.д.);
- розвиток інфраструктури, що забезпечує комерціалізацію результатів інноваційної діяльності;
- розвиток інформаційної інфраструктури;
- наявність кадрів, здатних керувати інноваційними процесами, здійснювати реалізацію інновацій;
- володіння діловими принципами комерціалізації технологій.

Ключову роль у стимулюванні комерціалізації інновацій має відігравати держава. Державна політика у напрямку активізації економічних суб'єктів щодо комерціалізації інтелектуальної власності повинна бути спрямована на розробку стимулів для приватних суб'єктів підприємництва, стимулювання комерціалізації інтелектуальної власності, що у результаті приведе до збільшення податкової бази і надходження коштів до державного бюджету. Світова практика показує, що серед таких стимулів на першому місці є використання податкових пільг, що сприяє прискоренню оновлення виробничого устаткування, технологічних процесів, розробці і виведенню на ринок нових видів продукції.

Одним з пріоритетів державної політики є розвиток сектора малого інноваційного бізнесу, надання підтримки в розробці і впровадженні у виробництво нових технологій, товарів з використанням результатів науково-технологічних досліджень, що мають потенціал комерціалізації.

В підсумку відзначимо, що прискорення процесів комерціалізації результатів досліджень та інноваційної діяльності підприємств вимагає швидкого перегляду економічних і правових відносин у сфері інтелектуальної власності з метою її більш ефективної реалізації.

Таким чином, розглянуто актуальні питання комерціалізації результатів інноваційної діяльності та ключові аспекти забезпечення ефективності і стимулювання комерціалізації інновацій.

Література

1. Бутнік-Сіверський, О.Б. Інноватика та інтелектуальна економіка (теоретико-методичний аспект) / О.Б. Бутнік-Сіверський // Теорія і практика інтелект. власності. — 2007. — № 6. — С. 68 — 81. — 2008. — № 1. — С. 63 — 77.
2. Бут, С.Ю. Механізм комерціалізації результатів інноваційної діяльності / С.Ю. Бут, І.О. Совершенна // Інновац. економіка: Всеукр. наук.-виробн. журн. — 2009. — № 2. — С. 20 — 23.
3. Суїні, Ю. Управління і комерціалізація інтелектуальної власності в університетах та дослідницьких центрах / Ю. Суїні // Інтелект. власність. — 2006. — № 4. — С. 20 — 31.
4. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: моногр. / О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землякін та ін.; НАН. України. Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк, 2007. — 328 с.
5. Цибульов, П.М. Управління інтелектуальною власністю: [моногр.] / П.М. Цибульов., В.П. Чеботарьов, В.Г. Зінов. — К.: "К.І.С.", 2005. — 450 с.
6. Ландик, В.И. Инновационная стратегия предприятия: проблемы и опыт их решения / В.И. Ландик. — К.: Наук. думка, 2003. — 364 с.
7. Завлин, П.Н. Оценка эффективности инноваций / П.Н. Завлин, А.В. Васильев. — СПб.: Бизнес-пресса, 2003. — 216 с.
8. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010 – 2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / М.В. Стріха, В.С. Шовкалюк, Т.В. Боровіч та ін. — К.: МОН, 2009. — 30 с.

References

1. Butnik-Siverskyi, O.B. Innovatyka ta intelektualna ekonomika (teoretyko-metodychnyi aspekt) [Innovatics and Intellectual Economics (Methodical-Theoretical Aspect)] / O.B. Butnik-Siverskyi // Teoriia i praktyka in-

- telekt. vlasnosti [Theory and Practice of Intellectual Property] — 2007. — # 6. — PP. 68 — 81. — 2008. — # 1. — PP. 63 — 77.
2. But, S.Yu. Mekhanizm komertsializatsii rezultativ innovatsiinoi diialnosti [Commercialization Mechanism of Innovation Activity Results] / S.Yu. But, I.O. Sovershenna // Innovats. ekonomika: Vseukr. nauk.-vyrobn. zhurn. [Innovation Economy: All-Ukrainian Sci.-Indust. Journal] — 2009. — # 2. — PP. 20 — 23.
 3. Suini, Yu. Upravlinnia i komertsializatsiia intelektualnoi vlasnosti v universytetakh ta doslidnytskykh tsentrakh [Intellectual Property Management and Commercialization in Universities and Research Centers] / Yu. Suini // Intel. vlasnist [Intellectual Property] — 2006. — # 4. — PP. 20 — 31.
 4. Aktyvizatsiia innovatsiinoi diialnosti: orhanizatsiino-pravove ta sotsialno-ekonomichne zabezpechenia: monohr. [Innovation Activity Activization: Organizational and Legal Support: monogr.] / O.I. Amosha, V.P. Antoniuk, A.I. Zemliankin etc.; NAN. Ukrainy. In-t ekonomiky prom-sti [Nation. Acad. of Sci. of Ukraine. Institute of Industrial Economics] — Donetsk, 2007. — 328 p.
 5. Tsybulov, P.M. Upravlinnia intelektualnoiu vlasnistiu: [monohr.] [Management of Intellectual Property: [monogr.]] / P.M. Tsybulov., V.P. Chebotarov, V.H. Zinov. — Kyiv, 2005. — 450 p.
 6. Landik, V.I. Innovatsionnaya strategiia predpriatiya: problemy i opyt ikh resheniya [Innovation Strategy of an Enterprise: Problems and Experience of their Solution] / V.I. Landik. — Kyiv, 2003. — 364 p.
 7. Zavlin, P.N. Otsenka effektivnosti innovatsiy [Innovations Efficiency Evaluation] / P. N. Zavlin, A.V. Vasil'ev. — St.-Petersburg, 2003. — 216 p.
 8. Stratehiia innovatsiinoho rozvytku Ukrainy na 2010 – 2020 roky v umovakh hlobalizatsiinykh vyklykiv [Innovation Activity Strategy of Ukraine for 2010-2020 under the Conditions of Globalization Challenges] / M.V. Strikha, V.S. Shovkaliuk, T.V. Borovich etc. — Kyiv, 2009. — 30 p.

Рецензент канд. техн. наук, доц. Одес. нац. політехн. ун-ту Коваленко О.М.

Надійшла до редакції 20 вересня 2011 р.