

УДК 658.5: 330.1

О. Б. Бутнік-Сіверський,
д.е.н., професор,
Інститут післядипломної освіти НУХТ МОНМС України, м. Київ

ІННОВАЦІЙНИЙ ДОХІД ПІДПРИЄМСТВА ВІД ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Анотація. У статті окреслено проблему отримання доходу від інтелектуалізації сучасних виробничих систем. Висвітлені питання трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт. Розглянуто процес побудови виробничих систем нового покоління, що спирається на стратегічний курс України та впровадження інноваційної моделі розвитку економіки.

Annotation. The article outlines the problem of income from intellectualization of modern manufacturing systems. The matter of the transformation of intellectual property in innovative product are in the article. The author considered the process constructing new generation manufacturing systems, that relies on strategic course of Ukraine and introduction innovative model development economy.

Ключові слова: дохід, інновації, інтелектуальна власність, інноваційний дохід, інтелектуальний капітал.

I. Вступ. Світовий досвід економічного розвитку свідчить, що на сучасному етапі інноваційним технологіям немає альтернативи.

На межі XX і XXI ст. у світовій промисловості прискорилися зміни — в технології, структурі, масштабі, територіальному розміщенні та організації виробництва, а також у взаємозв'язку цих факторів.

Ключовими є інновації, які перетворилися на промислову релігію кінця XX ст. Компанії сприймають інновації як засіб збільшення доходів та прибутків і завоювання більш місткого сегмента ринку. Уряди багатьох держав вважають їх панацеєю для прискореного економічного зростання через підвищення конкурентоспроможності країни у світі.

Ось чому Україна не може стояти осторонь від цих процесів, а їх вивчення з позиції світового досвіду розв'язання цих проблем сприятиме визначенню шляхів реалізації інноваційної політики України з урахуванням певних умов. Сьогодні ж уряд України турбує тенденція до технологічного відставання України порівняно з іншими розвиненими країнами. Понад 90% продукції, яка виробляється промисловістю України, не має сучасного рівня науково-технічного забезпечення. Частка України у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією, за оцінками експертів, становить лише 0,1%. Це на порядок нижче, ніж частки Польщі і Китаю, і на два порядки — Німеччини [1].

Лише прискорений розвиток інноваційних процесів, який базується на ефективному використанні науково-технічного потенціалу, є основним чинником економічного зростання країни. Актуальною є задача побудови виробничих систем нового покоління, які спиратимуться на стратегічний курс України та впровадження інноваційної моделі розвитку економіки.

II. Постановка завдання. Відповідно до Закону України "Про інноваційну діяльність" (2002 р.), інновації — це новостворені (засновані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукти чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [2].

Зацікавленість в інновації обумовлюється тим, що приріст обсягів збуту та доходів має місце на тих підприємствах, які впроваджують інновації. Підштовхує до цього прагнення підприємств своєчасно виявляти тенденції розвитку ринку і просувати на ньому нові високоякісні товари, орієнтовані на задоволення сучасних, а також майбутніх потреб і бажань споживачів. Така поведінка зумовлює можливість підприємства отримувати додатковий інноваційний дохід.

Тому метою статті є розгляд можливості отримання доходу від інтелектуальної власності, та пошук сприяючих цьому чинників.

III. Результати. Інноваційна діяльність — це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

В основу інноваційної діяльності покладена інноваційна політика, яка здійснюється на рівні держави (макрорівні) або на рівні підприємств (мікрорівні).

Орієнтація на інноваційний шлях розвитку вимагає від національних суб'єктів господарської діяльності перебудови системи управління, створення на основі принципів маркетингу системи оперативного пошуку нових сфер та способів реалізації власного потенціалу, які спиралися б на нові товари, нові технології, нові методи організації виробництва і збуту.

Зауважимо, Україна має вагомі об'єктивні передумови формування інноваційної стратегії довгострокового економічного розвитку. Перехід України до відкритої економіки може стати неможливим без синхронізації її економічної структури та реформ, аналогічних проведеним у високорозвинених країнах.

У різних країнах проблема реалізації нововведень вирішується по-різному, хоч і можна простежити певні моменти, спільні для більшості сучасних лідерів науково-технічного прогресу.

Завдання України — побудувати і реалізувати інноваційну модель розвитку (перетворень), в основу якої покладена інноваційна складова, яка визначає мету інноваційної стратегії та механізми підтримки пріоритетних програм і проєктів.

В пріоритетному використанні сукупності інноваційних факторів в розвитку економіки і полягає сутність переведення її на якісно новий тип розвитку, що дозволяє набуті їй в ринковому середовищі економічну збалансованість [3, 4].

Стан економічної збалансованості як інтегрованої властивості цілісного господарського організму характеризує тип його розвитку. Як наукова категорія економічна збалансованість відтворює сутність особливого стану господарської системи в складному ринковому середовищі, яке характеризує гарантію цілеспрямованості її руху сьогодні і прогнозованому майбутньому. Вона сполучає в собі сукупність властивостей самої системи і найважливіших складових її виробничої та комерційної діяльності, у тому числі якість продукції та її новаторські властивості, науково-технічну розвиненість основного капіталу, стабільність обновлюваного ресурсного забезпечення, розвиненість постійно прогресуючого кадрового та інтелектуального потенціалів, наявність інноваційного менеджменту. Тобто, тип розвитку економіки характеризується не лише переважно використовуваними факторами, але й станом процесів, які пов'язані з народженням і результативністю використовуваних факторів — ресурсів, з виробництвом товарів — інновацій.

Сьогодні головними факторами розвитку будь-якої господарської системи є інноваційні, тобто ті інноваційні компоненти, які в комплексі можуть перетворити виробничу сферу, оновлюючи виробничий апарат, готуючи і спонукаючи людей ефективно її використовувати.

З означених позицій можна виділити інноваційний тип розвитку господарської системи, коли інноваційна діяльність здійснюється як на макрорівні (держава в

цілому, регіональна або галузева економіка), так і на мікрорівні (підприємства, об'єднання підприємств).

Структура інноваційної моделі розвитку господарської системи представлена на рис. 1.



Рис. 1. Структура інноваційної моделі розвитку господарської системи

Інноваційна модель розвитку господарської системи в своїй основі повинна враховувати інноваційний тип розвитку економіки в ринковому середовищі. Інноваційний тип розвитку господарської системи спирається на інноваційну діяльність, в основі якої здійснюється інноваційна політика. За своєю суттю і економічним змістом інноваційна політика знаходить своє відображення при розробці стратегії інноваційної моделі розвитку.

Стратегія інноваційної моделі розвитку – це досягнення якісно нового типу розвитку господарської системи, яка характеризується [4]:

- новаторськими цілями, інноваційними результатами виробничої діяльності (товари, послуги, ефективність, конкурентноздатність тощо) в тактичному і стратегічному плані;

- інноваційними засобами досягнення цілі (факторами – інноваціями у вигляді новітньої техніки і технології, нової організації і мотивації праці і виробництва);

- можливостями відтворення інноваційного спрямування на збалансованій основі, щоб господарська система мала всі організаційно-управлінські, ресурсні і мотиваційні умови для цього;

- пріоритетним використанням сукупності інноваційних факторів при визначенні обсягу і форми здійснюваних інвестицій, які реалізуються в різній часовій послідовності, а саме: послідовному, паралельному і інтегральному проходженні процесу вкладання капіталу і отримання прибутку.

Реалізація інноваційної політики можлива лише за умов послідовного здійснення інноваційного процесу.

Організаційно-матеріальною основою інвестиційного процесу повинна стати організаційно-виробнича, науково-дослідна та дослідно-конструкторська інфраструктура, яка спрямована на здійснення інноваційної діяльності.

Зауважимо, що перехід економіки на інноваційний тип розвитку повинен починатися з первинного і корпоративного виробничого ланцюга, на основі якого формуються промислово-фінансові групи, технопарки, спільні підприємства та інші господарські формування – інноваційні структури, але за умови сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату на макро- і регіональному рівні.

Інноваційний процес – це послідовність дій на створення ідей можливого нововведення, маркетинг інновацій виробництво, продаж і поширення цього нововведення, оцінка ефективності інновацій [5].

Саме інноваційний процес з позиції його складових і послідовності здійснення є предметом дискусії, різних поглядів в різних джерелах, як наукового, так і практичного спрямування [3, 4, 5, 6, 7].

Слід відмітити, що інноваційний процес спрямований на отримання кінцевого продукту, яким є інноваційний продукт та інноваційна продукція. В основу цього процесу покладена трансформація інтелектуальної власності в кінцевий продукт інноваційної діяльності, яку можна здійснити лише в інноваційному процесі.

Структуризація інноваційного процесу показана на рис. 2.

Стимулом впровадження інноваційного процесу, або передумовою процесу є отримання (накопичення) відповідної інформації про наміри, досвід, здійснення, впровадження інновацій.

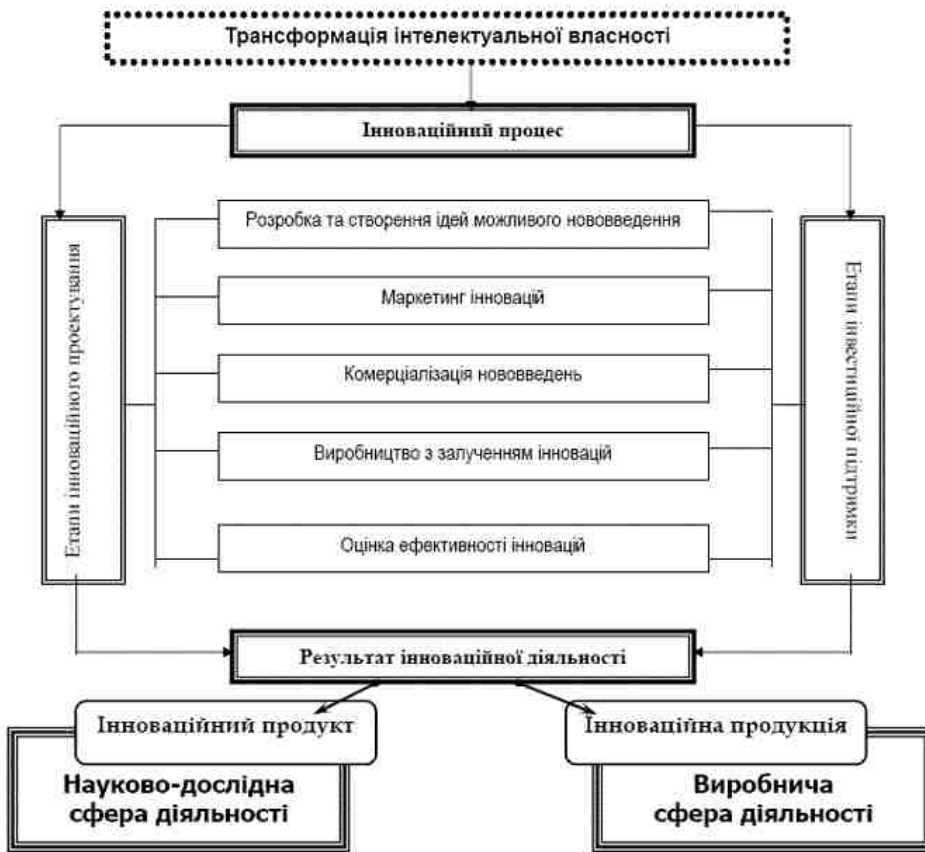


Рис. 2. Структуризація інноваційного процесу

Відмітимо, що інформаційними джерелами при створенні нових продуктів, технологій, техніки можуть бути [5]:

- інформація від клієнтів, у тому числі за допомогою вивчення їх думки і спеціальних опитувань;
- інформація, отримана з періодичних видань, відвідувань ярмарок, виставок, конференцій;
- інформація, отримана при здійсненні порівняльного аналізу продукції, технології і методів роботи конкурентів (з використанням прийомів бенчмаркетинга);
- надходження раціоналізаторських пропозицій, в тому числі шляхом організації "гуртків якості", груп "мозкової атаки";
- інформація, отримана при вивченні причин браку та рекламцій;
- інформація, яка з'являється при "випадкових" ідеях тощо.

При цьому, якщо ідеї про нову продукцію надходять з ринку збуту чи від раціоналізаторів, то це є частковим її оновленням. Якщо ж ця ідея надходить з ринку науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) під впливом науково-технічного прогресу, то при цьому пропонується принципово новий товар, нова технологія тощо.

З метою визначення оптимального строку використання обладнання, технологій чи визначення оптимального часу для оновлення продукції або впровадження принципово нової, керівництво підприємств повинно вивчати *життєвий цикл продукції*. При цьому, слід правильно передбачити його динаміку і тривалість.

Криві життєвого циклу продукції показують, що при зниженні попиту на один вид продукції, підприємство повинне своєчасно спланувати випуск іншого виду товару.

З життєвим циклом продукції пов'язаний і *життєвий цикл нововведень*, який структурно відображає процес перетворення знань, процес перетворення ідеї у новий продукт.

Життєвий цикл нововведень відтворює *інноваційний цикл*: "наука – технології – виробництво - сфера споживання" [1].

Життєвий цикл нововведень призводить до появи інноваційного продукту або інноваційної продукції, на всіх його стадіях, до яких належать [5]:

- нові результати досліджень - ідеї та відкриття, винаходи та інновації, які захищені патентами;
- нові проекти та розробки;
- нові товари (продукція, технології);
- нові знання про те, як впровадити, опанувати та використати нові твори ("ноу-хау");
- нові послуги, нові способи передачі товарів та послуг.

Результатом такого виду нововведень є інноваційний продукт чи інноваційна продукція, які мають відповідну відмінність, яка пов'язана зі сферами діяльності та видами інноваційного проектування.

Інноваційний продукт – це результат науково-дослідної і/або/ дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам до інноваційної діяльності.

Інноваційна продукція – це нові конкурентноздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам до інноваційної діяльності.

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 зв'язує науку зі споживачем. Це пов'язано з тим, що розроблювачі погано розуміють доміанти ринку, потреби споживача, у них немає досвіду технологічного підприємництва [6].

Трансформація інтелектуальної власності через інноваційний процес з метою досягнення результату інноваційної діяльності не може не враховувати такі складові інноваційного процесу, до яких віднесено (рис. 2) :

- етапи інноваційного проектування;
- етапи інвестиційної підтримки.

Це є організаційно-матеріалізована складова трансформації інтелектуальної власності, яка має свій апарат здійснення, методичне забезпечення та джерела фінансування. Слід відмітити, що етапи інвестиційного проектування і етапи інвестиційної підтримки мають однакові спрямування як в цілому, так і окремо по кожній складовій, враховуючи різні часові виміри здійснення інвестиційного процесу.

Трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт передбачає структурування інноваційного процесу, до якої традиційно відносять:

Генерування нової ідеї - Експериментальна реалізація нової ідеї - Освоєння в виробництві - Масовий випуск - Споживання.

При розгляді більш детальної структури інноваційного процесу виділяють перелік таких етапів:

- 1) вибір варіанту створення нового виробу або нової продукції (на основі діючої моделі, розробки принципово нового виробу або нової продукції);
- 2) генерація і відбір найбільш вдалих ідей створення нового виробу або нової продукції;
- 3) фільтрація (відбір) ідей - виключення невідповідних для подальшого розгляду;
- 4) кінцевий вибір ідей;

5) етап НДДКР і створення конструкторського прототипу;
 6) продукції для дослідження в ринкових умовах;
 7) реалізація більш масштабних планів: модифікація виробів та їх дрібносерійне виробництво або модифікація продукції та її невелике виробництво, освоєння ринку та його сегментів; визнання, що ідея була помилковою; припинення виробництва;
 8) зустрічне рішення про випуск нового виробу та його серійне чи його масове виробництво або виробництво нової продукції у великих розмірах.

Організаційною основою трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт є побудова і реалізація інноваційного проекту за відповідними стадіями інвестиційного проектування, до яких належать (рис. 3):

- початкова стадія (1), на якій здійснюється розробка бізнес-плану інноваційної діяльності;
- передінвестиційна стадія (2), на якій розробляється техніко-економічне обґрунтування інвестицій в інноваційну діяльність;
- передкінцева стадія (3), на якій здійснюється оцінка ефективності інноваційного проекту;
- інноваційний проект (4) – стадія, на якій формується інноваційний проект;
- кінцева стадія (5), на якій впроваджується інноваційний проект. На цій стадії підключається інвестиційна стадія (2), якій передують передінвестиційна стадія (1), коли здійснюється пошук і використання фінансових ресурсів інвестиційної діяльності.

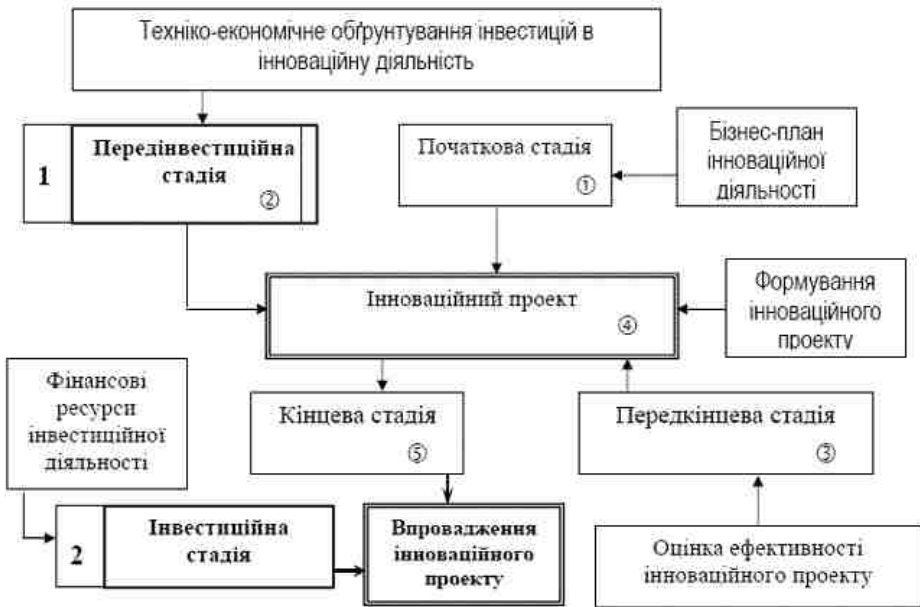


Рис. 3. Стадії інвестиційного проектування

Передінвестиційна стадія інноваційного проектування включає розробку техніко-економічного обґрунтування (ТЕО) інвестицій в інноваційну діяльність. Цей документ є основним, що обґрунтовує доцільність та ефективність інвестицій до інноваційного проекту, що розглядається. В межах ТЕО деталізуються та уточнюються рішення, що прийняті на стадіях передпроектного обґрунтування інвестицій – техніко-технологічні, проектні, конструктивні, природоохоронні; можливість правової охорони інновацій; екологічна ефективність та соціальні наслідки.

Початкова стадія дозволяє здійснити розробку бізнес-плану інноваційної діяльності. Бізнес-план інноваційної діяльності – це основний документ, що дозволяє здійснити оцінку та обґрунтувати інноваційний проект. В ньому проводиться опис аспектів майбутнього інноваційного проекту, аналізуються проблеми, що можуть виникнути в процесі його здійснення, визначаються шляхи їх рішення.

Бізнес-план інноваційної діяльності дозволяє здійснити оцінку можливостей інноваційного проекту на прикінцевій стадії, визначити доходи та витрати, здатність самофінансування, розрахувати потік реальних коштів, проаналізувати окупність інноваційного проекту та повну окупність кредитних коштів, що залучаються.

Безумовно, бізнес-план інноваційної діяльності є складовою бізнес-плану розвитку підприємства або бізнес-плану інвестиційної діяльності, бізнес-плану санації підприємства.

Інноваційний проект, який охоплює стадію інноваційної діяльності підприємства як частину загального інноваційного процесу, а саме: організацію нового виробництва (мале, велике); випуск нової продукції; організацію сервісної підтримки нової продукції – *є підприємницьким*.

Цей інноваційний проект описує стадію підприємництва в загальному інноваційному процесі. Одночасно, якщо результатом цієї стадії інноваційного проектування стає інноваційний продукт (відкриття, винаходи, інші інновації), який може бути проданий (комерціалізований), то цей процес завершується *стадією комерціалізації*.

Інноваційний проект, який охоплює стадію інноваційної діяльності науково-дослідних, дослідно-конструкторських установ як частину загального інноваційного процесу, а саме: пошук і розробка ідей (фундаментальні і пошукові науково-дослідні роботи, відкриття, задуми, пропозиції); здійснення НДДКР (створення дослідного зразка, діючого прототипу, тобто демонстрація реалізації ідей); проведення цілеспрямованої науково-дослідної роботи, розробка технологічного процесу та його матеріального забезпечення – *є науково-дослідним*.

Цей інноваційний проект описує стадію науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт в загальному інноваційному процесі.

Одночасно, якщо результатом цієї стадії інноваційного проектування стає інноваційна продукція (наукові розробки, винаходи, інші інновації), яка може бути продана (комерціалізована), то цей процес завершується *стадією комерціалізації*. Досвід показує, що в реальних умовах від ідеї створення нового продукту до надходження перших прибутків від його продажу на ринку інновацій проходить приблизно три-чотири роки, у рідкісних випадках – менше.

ІУ. Висновок. Таким чином, розкриваючи трансформацію інтелектуальної власності в інноваційний продукт, як результат інноваційної діяльності в інноваційному процесі, можливості отримання інноваційного доходу підприємствами, ставилась мета узагальнити сучасний погляд на це питання та висловити авторське бачення моделювання цього складного і науково-дискусійного питання в Інтелектуальній економіці.

В рамках цього огляду важко розкрити проблему в повному обсязі, але його можна скласти з позиції економіко-правових проблем може стати предметом більш детального і поглибленого розгляду в означеному напрямку наукового дослідження.

Список використаних джерел:

1. Основна мета урядової політики – підвищення якості життя населення // Урядовий кур'єр, 15.03.2003 р., №70.
2. Про інноваційну діяльність. Закон України № 40-IV від 04.07.2002 р. // Інтелектуальна власність, № 10, 2002. – с. 35-42.
3. Гончарова Н.П. Інноваційний тип розвитку – як фактор сбалансованості економіки // Стратегія економічного розвитку України. – Наук. зб. – Вип. 1 / Головний редактор О.П.Степанов – К.: КНЕУ, 2002. – с. 125-132.
4. Гончарова Н.П. Концептуальний підхід к інноваційному розвитку промисловості // Стратегія економічного розвитку України. – Наук. зб. – Вип. 7 / Головний редактор О.П.Степанов – К.: КНЕУ, 2001. – с. 113-121.
5. Оберемчук В.Ф. Маркетинг інноваційної діяльності // Стратегія економічного розвитку України. – Наук. зб. – Вип. 1 / Головний редактор О.П.Степанов – К.: КНЕУ 2002. – ст. 191-197.

6. Зінов В. Проблеми комерціалізації результатів досліджень і розробок // Інтелектуальна власність, № 3, 2000. – с. 35-42.

7. Гупин В., Баранчев В. Маркетинг на стадії комерціалізації інтелектуальних продуктів в інноваційному процесі //Маркетинг, № 4, 1999. - с. 51-65.

Стаття надійшла до редакції 12.12.2011 р.



ТОВ "ДКС Центр"