

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

**Ефективна
ЕКОНОМІКА**

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



Переглянути у форматі pdf

Р. М. Крамаренко, О. Ю. Кардаков
СУЧАСНІ МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ЗДОБУТКІВ КРАЇН СВІТУ

№ 11, 2015 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 005.336.4(100)+33-026.15]:347.77/.78:005.342

*Р. М. Крамаренко,
к. е. н., професор кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ
О. Ю. Кардаков,
здобувач, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ*

СУЧАСНІ МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ЗДОБУТКІВ КРАЇН СВІТУ

*R. M. Kramarenko,
PhD in economics, Professor of the Department of international accounting and auditing,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
O. Yu. Kardakov,
researcher of the Department of international accounting and auditing,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

MODERN MODELS OF WORLD INTELLECTUAL ACHIEVEMENTS COMMERCIALIZATION

В статті проаналізовано сучасні моделі комерціалізації інтелектуальної діяльності країн світу. Визначено основні складові сучасної моделі комерціалізації інтелектуальної діяльності. Запропоновано найбільш оптимальну для України модель комерціалізації інтелектуальної власності. Визначено рівні ідентифікації комерційного ефекту в інтелектуальній сфері.

This article deals with analysis of modern model of intellectual activity commercialization. The main components of modern intellectual activity commercialization model were determined. The most optimal for Ukraine model of intellectual property commercialization were proposed. The main levels of commercial effect identification were determined.

Ключові слова: комерціалізація, інтелектуальна діяльність, пітчінг, інтелектуальний потенціал, креативні ідеї.

Keywords: commercialization, intellectual activity, pitching, intellectual potential, creative ideas.

Постановка проблеми. Будь – яка сучасна модель не може носити лише внутрішній характер, адже як відомо, замкнених систем в глобальній економіці не існує. У разі ж штучного формування такої, вона буде суттєво обмежувати конкуренцію, ізолювати учасників ринку та робити їх кооперативні зв'язки неефективними. З огляду на це, відомий британський науковець N. Nugent дійшов думки, що створювальна комерційна модель інтелектуалізації у своїй основі має спиратись на мережну політику інтеграційного союзу, що забезпечуватиме ділові зв'язки між урядовими структурами усіх рівнів та зацікавленими групами [1, р. 440].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інтелектуалізації економіки проводили у своїх наукових працях такі зарубіжні і вітчизняні вчені: Волес В., Сведсен Г., Джоунс Р., Мусис Н., Нугент Н., Зубченко Л.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз існуючих моделей комерціалізації інтелектуальної діяльності країн світу та пошук найбільш оптимальної для України моделі комерціалізації інтелектуальної власності.

Виклад основного матеріалу. Важливим підходом до моделювання інтелектуалізації є запропонований, свого часу, українською дослідницею Е. Лібановою підхід з позицій низького або ж високого рівня оплати праці [2]. Розвиваючи цю тему, вітчизняні науковці О. Амоша, В. Антонюк та ін. [3] зазначають, спираючись при цьому на думку В. Полтеровича [4], що важливим елементом розроблення сучасної моделі є надання переваги промисловій та інтелектуальній еліті, винахідництву та відповідних, передбачених законом, преференцій. Ще на одну ознаку моделі, а саме – інноваційного прориву, вказує вітчизняний науковець А. Яценко [5].

Таким чином, сучасна модель комерціалізації інтелектуальних здобутків країни являє собою сукупність системних дій суспільства, яка скерована на створення умов для креативного розвитку найбільш талановитих людей з метою одержання новітніх розробок, які дозволяють принципово змінити технології виробництва, і за рахунок інноваційної сегментації ринку, реформувати систему правового захисту відкриттів, винаходів, раціональних пропозицій, їх швидкого запровадження, рекламування та фінансової підтримки з боку держави та бізнесу отримати додатковий прибуток, що забезпечує відповідний рівень конкурентоспроможності.

На нашу думку, сучасна модель комерціалізації інтелектуальної діяльності має охоплювати такі етапи здійснення цього процесу:

- діагностування стану та характеру інтелектуального потенціалу (форми та моделі організації компанії, оцінювання інтелектуальної конкурентоспроможності регіону, країни, інтеграційного угруповання);
- селектування ринку. Обов'язковим, при цьому є секторальний аналіз переваг і недоліків тих креативних сфер, що визначають спеціалізацію регіону/компанії та їх позицій на відповідних ринках;
- оцінювання та порівняння існуючих механізмів (інструментів) підтримки новітніх технологій;
- сприйняття ідеї інтелектуалізації економіки місцевими політичними елітами та бізнесом, ступінь їх готовності йти на ризик та створювати венчурні компанії та фонди;
- ступінь сатисфакції (задоволеності) креативної частини трудових ресурсів характером використання результатів їхньої праці в різних сферах суспільного життя.

Зазначимо що, на нашу думку, аналіз створення передових технологій обов'язково має розглядатися в межах тих секторальних змін, що панують у суспільстві, адже з цього випливатиме, з одного боку, формування відповідних пріоритетів, які підтримує держава, проте, з другого – стають відомими ті

селективні сфери, в яких системне лідерство тримає приватний у т.ч. міжнародний бізнес, котрий значно активніше, за державу, орієнтується на глобальний попит та глобальну пропорцію. Ось чому саме на секторальному рівні відбивається існуюча в світі станом на певний час кон'юнктура на передові технології. Неабияку роль відіграють також підходи глобальних гравців щодо комерціалізації та трансферу інтелектуальних продуктів.

Важливим доповнюючим елементом дослідження секторальних змін є інтерпретація категорії «створення корисної моделі», в якій абсолютне лідерство посідає сектор «охорона здоров'я» (45,2%). Як показує світовий досвід, подібний до цього є результат (45 – 55%), мають найбільш розвинуті країни Європи, зокрема Швеція та Швейцарія.

Як показав досвід, значною проблемою пострадянських країн є повільне впровадження новітніх технологій, адже великий бізнес, приміром, в Україні, як правило, концентрує свою увагу на виробництві товарів та послуг другого – третього технологічного укладу, натомість гальмуючим фактором для малого і середнього підприємництва завжди виступає обмеженість інвестицій.

Важливою особливістю сучасної інтелектуальної сфери України є продукування кількості раціоналізаторських пропозицій, загальна кількість котрих на 100 підприємствах, що були обстежені в 2014 році дорівнювала 11,1 тис. Такі пропозиції удосконалення надійшли від 10,6 тис. працівників, з котрих лише 11,2% становили жінки [6, с.1].

Комерціалізація інтелектуальної власності в Україні включає в себе систему послідовних дій, скерованих на отримання доданої вартості на відповідних рівнях її ідентифікації в якості ідей, сформованих та унормованих пропозицій, конкретних продуктів у вигляді готових продуктів, детального опису, промислової моделі (зразка), принципово нового технічного вирішення певної проблеми, нового дизайнерського, креативного рішення, витвору мистецтва, літератури тощо.

Будь – яке рішення в технічній або ж креативній сфері завжди несе в своїй основі сконцентрований досвід минулих поколінь і, водночас, сучасні здобутки у вигляді знань, вмінь, навичок, а також інтелектуальних та світоглядних переконань, що створює так званий фундамент для продукування нових компетенцій та розроблення нових, раніше не відомих рішень, моделей, систем тощо. За сучасних умов такі продукти можуть з'являтися як в межах конкретних інституцій, так і в певних глобальних чи віртуальних системах, в яких локалізація не відіграє ніякої ролі, адже між їхнім виробництвом та споживанням можуть лежати десятки тисяч кілометрів.

Пропонований автором (рисунок 1) підхід до визначення рівнів отримання прибутку передбачає існування трьох комерційних ліній його отримання від експлуатації прав інтелектуальної власності, кожна з яких передбачає наявність декількох систем відтворення певного продукту, його рекламування, поширення, трансфер та використання.

Якщо формування творчих особистостей в науковій та креативній сферах нами було описане вище і не потребує уточнення, то на проблемі пітчінгу слід зупинитися додатково, адже його ідентифікація в світовій економіці є доволі складною процедурою. Пітчінг (або продаж ідей) став, останнім часом, важливим інструментом швидкої комерціалізації творчих ідей, адже, як відомо, ту чи іншу ідею зовсім необов'язково доводити до завершеного технічно – і юридично – обґрунтованого рішення. Однак авторство нової моделі завжди потребує переконливих доказів того, як подібного роду ідея зародилася, яких формальних ознак вона набула і як її можна ідентифікувати. Інтелектуальний пітчінг (на рисунку це перша комерційна лінія) як раз й передбачає формування, форматизацію та продаж ідей, як креативних так і технологічних, а також, можливо, що й дизайнерських, креативних, творчих, які сформувалися на їх перетині. Разом з тим формалізовані ідеї, які відповідають певним параметрам можуть набувати певної вартості минуючи пітчінг, проте вже маючи на наступному етапі другої комерційної лінії певні охоронні документи. Саме тепер, перебуваючи на глобальному ринку технологій, дизайнерських рішень та креативних моделей (третя комерційна лінія) вони уособлюватимуть в собі усі ознаки товару, що купується, споживається, трансформуються в інші товари та послуги та розповсюджуються по всій планеті. Разом з тим описаний вище ринок не є самодостатнім, адже потребує інвестицій, інституційної взаємодії (наприклад корпорації між патентними службами різних країн), механізмів та інструментів регулювання, основу чого утворює правова система країни, інтеграційного угруповання, глобальної економіки взагалі.



Рис. 1. Лінії комерціалізації інтелектуальної власності

Для України, в процесі її взаємодії з Європейським Союзом, надзвичайно важливо залишається комерціалізація ідей і поступовий перехід від першої комерційної лінії до другої і третьої, в межах яких питома вага доданої інтелектуальної і комерційної вартості є значно вищою.

Висновки. Сучасна модель комерціалізації інтелектуальної діяльності включає: діагностування стану та характеру інтелектуального потенціалу, селектування ринку, оцінювання та порівняння існуючих механізмів (інструментів) підтримки новітніх технологій, сприяння розвитку креативної економіки з боку місцевих політичних та бізнес еліт, ступенем сатисфакції креативної частини сукупної робочої сили щодо результатів своєї праці. Найбільш оптимальною для України моделлю комерціалізації інтелектуальної власності слід вважати: формування креативних, дизайнерських та технологічних ідей, інтелектуальний пітчінг, міжнародну ідентифікацію створеного в країні інтелектуального продукту, позиції на глобальному ринку технологій, обсяги продажу, відповідних груп товарів, а також творчих рішень. Лініями ідентифікації комерційного ефекту в інтелектуальній сфері слід вважати три рівні: пітчінговий, ідентифікаційний, глобалізаційний.

Література.

1. Nugent N. The Government and Politics of the European Union. 7th Edition. – London: Palgrave Macmillan, 2010. – 486 p.
2. Либанова Э. Бюджетные инновации: прицел на инновации? // Зеркало недели. – 2006. – 7 – 13 окт. – С. 1 – 9
3. Амоша О., Антонок В., Землянкін А. Активізація інноваційної діяльності: організаційно – правове та соціально – економічне забезпечення. Монографія. – Донецьк: Інститут економіки промисловості; 2007. – 328 с.
4. Полтерович В. Институциональные ловушки и экономические реформы // Экономика и экономические методы. – 1999. – т.35. – №2. – С. 3 – 20
5. Яценко А. Державне регулювання інвестиційно – інноваційної діяльності в глобальному економічному середовищі. – К.: КНЕУ, 2010. – 468 с.
6. Створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України у 2014 році. Експрес – випуск. Державна служба статистики 22.04.2015 №112 /0/ 05. 3 вн. – 15. – 3 с.

References.

1. Nugent N. (2010) *The Government and Politics of the European Union*. 7 th Edition. London: Palgrave macmillan,.
2. Libanova E. (2006) *Biudzhetye innovacii: pricel na innovacii* [Budget innovations: aims on innovation], Zerkalo nedeli 7-13 oct 2006.
3. Amosha O., Antoniuk V., Zemliakin A. (2007) *Aktyvizaciia innovaciinoi diialnosti: organizaciino-pravove ta socialno-economiche zabezpechennia: monografiia* [Activization of innovation activity: the legal and socio-economic support: Monography], Instytut ekonomiky promyslovosti, Donetsk
4. Polterovych V. (1999) *Institucionalnye lovushkli I ekonomicheskie reform* [Institutional traps and economic reforms], *Economica I ekonomicheskie metody*
5. Yacenko A. (2010) *Derzhavne regulivannia investytsiino-innovaciinoi diialnosti v globalnomu ekonomichnomu seredovyschi* [Government regulation of investment and innovation in the global economic environment], K.:KNEU
6. Derzhavna sluzhba statystyky (2015) *Sivorennia ta vykorystannia peredovyh tehnologii ta obektiv prava intelektualnoi vlasnosti na pidpriemstvah Ukrainy u 2914 roci* [Creation and use of advanced technology and intellectual property rights in the Ukraine in 2014], *Ecspres* vypusk 22/04/2015 #112/0/04 3 vn

Стаття надійшла до редакції 18.11.2015 р.

