

ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БУДІВЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ

А. Г. Жарінова, д. е. н., доцент, І. О. Цибенко, здобувач, Київський національний університет будівництва і архітектури, tsyb2012@ukr.net

Стаття присвячена проблемам комерціалізації інтелектуального продукту в будівництві, які пов'язані з технологічною, конкурентною, ринковою невизначеністю і ризиком. Розглянуто особливості комерціалізації інтелектуальної власності, яка виникає при використанні результатів інтелектуальної діяльності на умовах укладання договорів між співавторами патенту; між власниками патенту й авторами у зв'язку з виплатою винагороди за використання об'єкта промислової власності; між власниками патенту під час комерційної реалізації інтелектуального продукту. Наголошено, що комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу.

Ключові слова: комерціалізація, інтелектуальний продукт, будівельна галузь, інтелектуальні ресурси, інтелектуальна економіка.

Постановка проблеми. Для ефективного здійснення процесу комерціалізації інтелектуальної власності у будівельних компаніях необхідна реалізація інноваційної стратегії організації управління комерціалізацією інтелектуальної власності в структурі організації, яка згодом зможе не тільки здійснювати процес комерціалізації перспективних розробок, а й здійснювати безперервне і повне управління інтелектуальною власністю з метою найбільш повного використання її економічного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти особливостей комерціалізації інтелектуального продукту досліджені у працях таких вчених як Базилевич В., Кендюхов О., Грик Я., Монастирний Е., Казметский Дж., Малицький Б. та інші [1,5,6,7,12]. Питання пов'язані з комерціалізацією інтелектуальних продуктів є актуальними й перебувають в полі зору суспільства, урядів, парламентів, приватного бізнесу, самих науковців - оскільки саме вона визначає конкурентоздатність товарів і, в остаточному підсумку, рівень життя населення.

Формулювання мети статті. Метою статті є виокремлення проблем, з якими пов'язана комерціалізація інтелектуального продукту в будівництві з огляду на технологічну, конкурентну, ринкову невизначеність і ризик, а також формування напрямів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна ринкова інтелектуальна економіка – це змішана економіка, в якій

інтелектуальний продукт створюється під впливом власних зусиль, що спрямовують підприємницьку активність на зростання інтелектуального капіталу, а держава регулює цей процес, встановлюючи правову структуру бізнесу і контролюючи її додержання. Інтелектуальна економіка зосереджена на питаннях організації підприємницької діяльності, які охоплюють організаційні форми й правові основи бізнесу, методи ціноутворення та оцінки вартості інтелектуального продукту, особливості та проблеми комерціалізації інтелектуального продукту, засоби мобілізації інтелектуального капіталу, систему сучасного обліку, фінансових відносин та процедуру укладання угод [1–5].

Однією з основних причин низького рівня комерціалізації інтелектуальних продуктів в Україні є відсутність послідовної політики у області оцінки об'єктів інтелектуальної власності, що негативно впливає при пошуку інвесторів для виведення на ринок нових інтелектуальних продуктів, так як для комерціалізації підприємства змушені залучати великих інвесторів як приватних так і державних, яким необхідно подати інформацію про вартість об'єкта інтелектуальної вартості. В цих умовах для здійснення комерційної реалізації інтелектуального продукту важливо щоб творці цього продукту і його можливі покупці розуміли один одного і оцінювали інтелектуальний продукт з єдиних позицій.

Комерціалізація інтелектуальних продуктів дає досить широкий спектр страте-

гічних підходів та можливостей щодо особливого поводження з об'єктами права інтелектуальної власності. А саме: право на отримання патенту, know-how; трансфер технології – know-why; право на обладнання, яке використовується в процесі Дослідження + Розвиток (R & D); гарантії, що патент або інші об'єкти права інтелектуальної власності не порушують права третіх осіб; право представляти свої наукові дослідження у випадку якщо патент має наукові результати, та/або пов'язаний із іншими видами діяльності, які можуть бути комерціалізованими, або ж набувати права інтелектуальної власності.

Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу. Як вважає Дж. Казметський, «комерціалізація ... являє собою процес, за допомогою якого результати НДДКР своєчасно трансформуються в продукти і послуги на ринку» [6]. На думку Я. М. Гріка і Е. А. Монастирського, комерціалізація інноваційної ідеї представляє отримання доходу від її продажу або використання у власному виробництві [7]. Великий економічний словник дає наступне визначення: «Комерціалізація – це підпорядкування діяльності цілям отримання прибутку» [10–12]. Але зазначені визначення недостатні. Зокрема, визначення Дж. Казметського вказує на можливість розриву інноваційного процесу на дві частини: власне розробка новацій і їх трансформація в ринкові продукти, в той час як процес комерціалізації повинен нерозривно пов'язувати обидва ці етапи. Крім того, не вказано, які терміни комерціалізації варто вважати «своєчасними».

Отже, комерціалізація – це процес трансформації результатів НДДКР, що зберігають свою ринкову актуальність і затребуваність, в продукти і послуги на ринку з метою отримання доходу від їх продажу, ліцензування або самостійного використання. При цьому процес комерціалізації передбачає пошук, оцінку (експертизу) і відбір новацій для фінансування, залучення коштів, юридичне закріплення прав на майбутню інтелектуальну власність (новацію), впровадження новації у виробництво, а також подальшу модифікацію і супровід інтелектуального продукту. Оскільки комерціалізація нерозривно пов'язана з інноваційною ді-

яльністю, очевидною стає необхідність забезпечення їх тісному взаємозв'язку. Сьогодні такою можливістю володіють, перш за все, будівельні компанії, на базі яких можливе створення інноваційних фірм, венчурних наукомістких структур різних форм власності, а також таких якісно нових економічних утворень, як бізнес інноваційні центри, інкубатори бізнесу, технопарки, інжинірингові центри, інноваційні кластери, консалтингові фірми і т.ін. Кінцевим результатом інноваційної діяльності будівельних компаній є створення якого-небудь нововведення, проте процес комерціалізації повинен бути не тільки безперервним, як і сам інноваційний пошук, але він також повинен починатися ще до закінчення розробок.

Комерціалізація інтелектуальної власності виникає при використанні результатів інтелектуальної діяльності на умовах укладання договорів, наприклад, між співавторами патенту; між власниками патенту й авторами у зв'язку з виплатою винагороди за використання об'єкта промислової власності; між власниками патенту під час комерційної реалізації інтелектуального продукту та ін. Договори про передачу права власності, як зазначено чинним законодавством України, слід здійснювати у письмовій формі і зареєструвати у чинному порядку.

Зарубіжний дозвід комерціалізації інтелектуальних продуктів показав, що на відміну від вітчизняних підприємств і компаній, специфічні особливості інтелектуальних продуктів, їх потенціал втілення, наприклад, в дохідні нематеріальні активи – об'єкт пильної уваги у високотехнологічних компаніях розвинених країн. Ними цілеспрямовано додаються імпульси до реалізації ендогенного механізму саморозвитку і самовідтворення, здатності нових інтелектуальних продуктів генерувати і поширювати елементи передових технологічних укладів.

Сьогодні у всьому світі динамічно розвиваються і адекватні інституційні структури реалізації комерційного потенціалу підприємств і організацій, включаючи гібридні, – кластери, мережева взаємодія, альянси, партнерства, франчайзинг, лізинг тощо. Все це, безумовно, забезпечує суттєві конкурентні переваги лідерам високотехнологічного виробництва і дозволяє їм отримувати

високі прибутки і надприбутки.

Найбільш успішні компанії, особливо в інформаційно-технологічній сфері, створюють світові технологічні стандарти, технологічні платформи, що дозволяє лідерам, найчастіше монополістам, стабільно отримувати не тільки високий прибуток, але й винагороду – технологічну ренту (переважно у вигляді роялті) з інших учасників ринку, які змушені слідувати цим стандартам.

Успіх такої стратегії і тактики зарубіжних високотехнологічних компаній визначається багато в чому, на нашу думку, науково обґрунтованою і всебічною оцінкою потенціалу інтелектуальних продуктів на всіх її рівнях, вивченням можливостей комерціалізації з урахуванням багатогранності цих продуктів, діалектики їх метаморфоз за видами, формами, комбінаціям втілень при введенні в господарський оборот та може бути обраний як приклад для розвитку і комерціалізації інтелектуальних продуктів будівельних організацій. У високотехнологічних компаніях світу ці особливості інтелектуальних продуктів, можливості їх різноманітних варіацій активно реалізуються.

Перш за все, в процесі комерціалізації інтелектуальних продуктів будівельної галузі потрібно здійснити пошук і відбір проєктів для впровадження у виробництво ще до закінчення НДР. Пошук інноваційних проєктів здійснюється відповідно до критеріїв, які висувуються до них суб'єктом комерціалізації. Зокрема, оскільки мова йде, перш за все, про будівельні компанії, відбір інноваційних проєктів може здійснюватися згідно стратегії компанії. На наступному етапі процесу комерціалізації необхідно залучити інвестиції для фінансування впровадження новації. Оскільки самі будівельні компанії не мають достатньо вільних коштів для фінансування розробок, тут важливим моментом є наявність налагоджених контактів з потенційними споживачами інноваційних продуктів і послуг.

Третій етап процесу комерціалізації інтелектуальних будівельних продуктів – розподіл і закріплення прав на інтелектуальну власність. Закріплення авторських прав і продовження процесу комерціалізації інтелектуальної власності є єдино прийнятним механізмом впровадження інновацій в

реальний промисловий сектор, що враховує інтереси правовласників, розробників і замовників новації. Нарешті, останнім етапом комерціалізації є впровадження новації у виробництво з подальшим їх доопрацюванням і технікоправовим супроводом. На даному етапі здійснюється кінцева мета процесу комерціалізації: новація реалізується в конкретному ринковому продукті, приносячи прибуток. Незважаючи на величезні можливості, які таїть в собі ринок інтелектуальної власності в Україні, варто відзначити проблемний характер комерціалізації, а саме: деякі закони допускають помилки і встановлюють суперечливі правові режими; існує плутанина у визначенні правового статусу окремих видів інтелектуальної продукції, відсутності даних для широкого застосування ефективних економетричних методів, розроблених західною і вітчизняною наукою, що необхідно для одного з найважливіших завдань процесу комерціалізації – оцінки інновації та оцінки її комерціалізації.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, приходимо висновку, що досвід реалізації складної системи комерціалізації такого багатогранного об'єкта, як інтелектуальні продукти постійно пов'язаний з технологічною, конкурентною, ринковою невизначеністю і ризиком. Технологічна невизначеність обумовлена комплексом проблем, що ускладнюють досягнення високих технологічних параметрів. Конкурентна і ринкова невизначеність також мають специфічні особливості для інтелектуальних продуктів. Ця невизначеність посилюється й іманентно притаманним ринковій економіці характером циклічного розвитку.

Отже, одним з провідних інструментів мінімізації ризиків всіх учасників процесу комерціалізації, мобілізації факторів, реалізації потенціалу інтелектуальних продуктів, є, на наш погляд, розробка адекватних економіко-математичних моделей, яким, на відміну від бізнес-моделей, у вітчизняній теорії та практиці, приділяється недостатньо уваги.

Література

1. Інтелектуальна власність. / В. Базилевич, В. Ільїн. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/12560607/ekonomika/intelektualna_vlasnist_rinkoviy_ekonomitsi
2. Эрроу К. Возможности и пределы рынка как

механизма распределения ресурсов / К. Эрроу // THESIS. – 1993. – Т. 1. – Вып. 2. – С. 53–68.

3. Чесбро Г. Открытые инновации: создание прибыльных технологий / Г. Чесбро. / Пер. с англ. – М. : Поколение, 2007. – 336 с.

4. Аллен К. Продвижение новых технологий на рынок: [новые технологии – залог успеха бизнеса] / К. Аллен // Пер. с англ. Е. В. Ручкиной. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007. – 455 с.

5. Кендюхов О. В. Эффективне управління інтелектуальним капіталом: Монографія / О. В. Кендюхов. НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП. – Донецьк : ДонУЕП, 2008. – 359 с.

6. Казметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции / Дж. Казметский // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. – М. : АНХ, 1999. – С. 13.

7. Грик Я. Н. Ресурсный подход к построению бизнес-процессов и коммерциализации разработок / Я. Н. Грик, Е. А. Монастырный // Инновации, 2004. – № 7. – С. 85–87.

8. Казметский, Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции / Дж. Казметский / Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. – М. : АНХ, 1999. – С. 13.

9. Комерціалізація технологій як напрям підвищення ефективності винахідницької та інноваційної діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

10. Комерціалізація наукових розробок як фактор конкурентного розвитку підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/10.23.10.100/db/ftp/visnyk/ekonom_148_2013.pdf.

11. Большой экономический словарь. – М. : Институт новой экономики, 1998. – 864 с.

12. Маліцький Б. А. Від фундаментальної науки до реальної практики інноваційного розвитку економіки / Б. А. Маліцький // Наука та наукознавство. – 2010. – N 1. – С. 3–13.

ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОДУКТА

А. Г. Жаринова, д. э. н., доцент, И. О. Цыбенко, соискатель, Киевский национальный университет строительства и архитектуры

Статья посвящена проблемам коммерциализации интеллектуального продукта в строительстве связанного использовании результатов интеллектуальной деятельности на условиях заключения договоров между соавторами патента; между владельцами патента и авторами в связи с выплатой вознаграждения за использование объекта промышленной собственности; между владельцами патента при коммерческой реализации интеллектуального продукта. Отмечено, что коммерциализация является важнейшим элементом с технологической, конкурентной, рыночной неопределенностью и риском. Рассмотрены особенности коммерциализации интеллектуальной собственности возникающие при инновационного процесса.

Ключевые слова: коммерциализация, интеллектуальный продукт, строительная отрасль, интеллектуальные ресурсы, интеллектуальная экономика.

PROBLEMS OF COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL CONSTRUCTION PRODUCTS

A. H. Gharinova, D.E., Ass. Professor, I. O. Tsybenko, applicant, Kyiv National University of Construction and Architecture

The problems of commercialization of intellectual product in construction connected with technological, competitive, market uncertainty and risk are dealt with. Specific features of intellectual property commercialization are considered, in particular the ones that arises when using the results of intellectual activity on the terms of concluding agreements between coauthors of the patent; between the owners of the patent and the authors in connection with the payment of remuneration for the use of the industrial property object; between the owners of the patent during the commercial realization of the intellectual product. It is emphasized that commercialization is an essential element with technological, competitive and market uncertainty and risk. Specific features of intellectual property commercialization of intellectual property in the innovation process are considered.

Keywords: commercialization, intellectual product, construction industry, intellectual resources, intellectual economy.

Рекомендовано до друку д. е. н., проф. Вагоною О. Г. Надійшла до редакції 16.12.17.