УДК 338.2

М. В. Маслак
А. В. Кобєлєва
П. Г. Перерва

РОЗВИТОК МЕТОДІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Анотація. *Розроблено схему ринкової комерціалізації інтелектуальних технологій, яка дозволяє виявити та обґрунтувати основних ринкових суб'єктів цього процесу. В якості ринкових суб'єктів процесу комерціалізації інтелектуальних технологій визначено державу, промислові підприємства – розробники та споживачі технологій, конкретні особистості або творчі колективи науковців, представники джерел фінансування інтелектуально-інноваційної діяльності.*

Ключові слова: інтелектуальна власність, комерціалізація, інноваційні технології, ринок, підприємства

RESEARCH OF ECONOMIC CONTENT OF THE TERM "OUTSOURCING OF DIGITAL SERVICES"

Abstract. *A scheme of market commercialization of intelligent technologies has been developed, which allows to identify and substantiate the main market actors in this process. The state subjects of the process of commercialization of intellectual technologies are the state, industrial enterprises - developers and consumers of technologies, specific individuals or creative teams of scientists, representatives of sources of funding for intellectual and innovative activities.*

Key words: intellectual property, commercialization, innovative technologies, market, enterprises

Перетворення нововведення на товар можливе лише тому випадку, коли інновації виступають як товар над ринком і є можливості її реалізації. У разі, коли інновації не набувають товарної форми (нова техніка і технологія створюється для використання у виробничому циклі компанії), комерціалізація є лише потенційною властивістю інновації та може бути реалізована у перспективі. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій (ІІТ) може бути утруднена у зв'язку з недостатньою ефективністю нової техніки та технології в існуючих економічних умовах.

Інноваційна стратегія - функціональна стратегія, що ув'язує цілі фірми, шляхи їх досягнення інструменти створення конкурентної переваги за рахунок (на основі) пошуку, розробки, впровадження та комерціалізації ІІТ. Ключовим завданням інноваційної стратегії фірми має стати розробка моделі пошуку, адаптації та впровадження нововведень, що створюють стійкий потік інновацій, які забезпечують отримання конкурентних переваг та досягнення стратегічних цілей фірми. В інноваційній стратегії повинні бути сформульовані підходи до створення та розвитку наступних її компонентів: джерел інноваційних ідей; інструментів накопичення інформації та управління знаннями; принципи побудови механізмів оцінки нововведень; концепцій організації досліджень та розробок; інтелектуального потенціалу організації.

Формування та розвиток в нашій країні інноваційної економіки та забезпечення їй сталих показників необхідної конкурентоспроможності на національному та світовому ринках немає сенсу без розвитку ринкових процесів у галузі управління ІІТ, основою яких є об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ), їх створення, комерціалізація та використання. В той же час в українській економіці використовується в практиці виробничо-комерційної діяльності всього близько 10 % інноваційних розробок, в той час як у США значення цього показника значно більше 50 %, а на підприємствах Японії близько 90 %. Частка нашої країни у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією цивільного призначення в останній час не більше 0,1 %, що в 100 разів менше за аналогічний показник в розвинених країнах світу [1, с. 30].

На рис. 1 наведено схему ринкової комерціалізації ІІТ та взаємодії основних суб'єктів, які приймають безпосередню участь в цьому процесі. Аналіз схеми ринкової комерціалізації ІІТ дозволяє виявити та обґрунтувати основних ринкових суб'єктів цього процесу. Їх базовий перелік сформовано в роботі [2, с.415], та використано для відповідного аналізу в роботі [3, с.73], який потребує свого розвитку та більш детального обґрунтування.

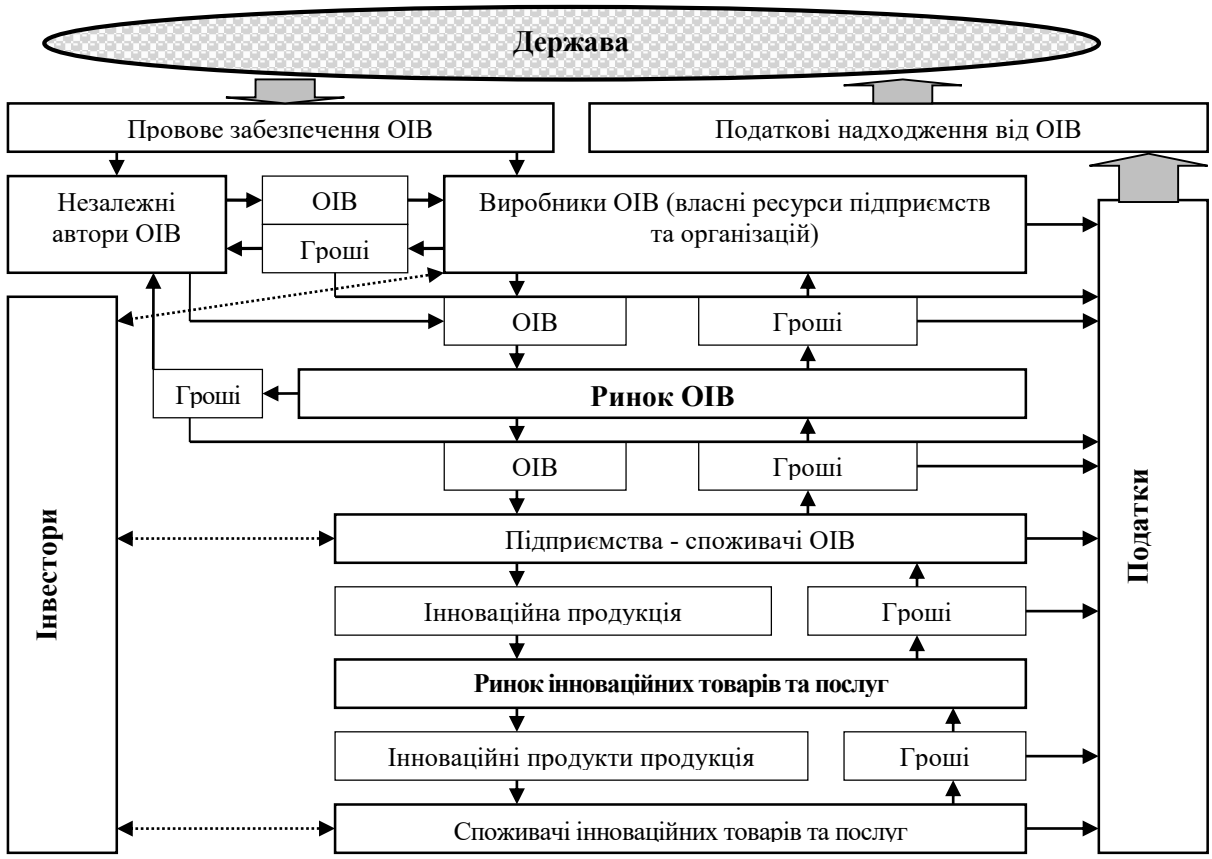

Рис. 1. Схема ринкової комерціалізації інноваційно-інтелектуальних технологій

По-перше, в якості одного з основних суб'єктів ринкової комерціалізації ІІТ виступає держава, яка забезпечує правову охорону та правовий захист виключних прав ІІТ та регулює загальні правові та господарські відносини між ринковими суб'єктами. В свою чергу, інші суб'єкти мають в основному матеріальні (грошові) відносини з державою, так як на кожному етапі процесу комерціалізації необхідно здійснювати законодавчі платежі та відрахування в національний, регіональний та місцевий бюджети. Уникнути матеріальних (грошових) відносин з державою неможливо, так як вони чітко зафіксовані в податковому законодавстві.

По-друге, це підприємства та організації, виробничо-комерційна діяльність яких має чітке інтелектуально-інноваційне спрямування, в результаті якої і з'являються ІІТ. В багатьох випадках отримані цими підприємствами результати не становлять потребу для їх подальшої діяльності і для забезпечення рентабельності своєї роботи вони вступають в ринкові відносини з тими виробниками, які потребують ці результати діяльності. Для цього ці підприємства пропонують свої ІІТ на ринку ОІВ. Характер цих відносин і показано на рис.1. В тих випадках, коли отримані підприємствами та організаціями інтелектуально-інноваційного спрямування результати використовуються у власних бізнес-процесах, то етап «Ринок ОІВ» схеми на рис.1 для них немає сенсу і зразу здійснюється перехід на етап «Ринок інноваційних товарів та послуг».

По-третє, це безпосередньо автори (конкретні особистості або творчі колективи науковців) результатів інтелектуально-інноваційної діяльності (ОІВ). Слід вказати, що авторство, як правило, належить особистостям, а правовласниками вони не завжди можуть бути. Наприклад, коли ОІВ створено в порядку виконання службового завдання і в робочих час, то правовласником інтелектуального результату буде підприємство, на якому працює цей автор. Не виключаються з розгляду і випадки, коли окремі творчі особистості самостійно працюються над вирішенням якихось наукових виробничих проблем і, у випадку їх позитивного вирішення, мають або самостійно вийти на ринок ОІВ зі своїми напрацюваннями, або ввійти в господарські відносини з підприємствами, основним або супутнім видом діяльності є розробка або використання ІІТ. Ці варіанти дій самостійних авторів-розробників ОІВ також показано на рис.1.

По-четверте, це підприємства-споживачі ІІТ, основним видом виробничо-комерційної діяльності є випуск і представлення на ринок інноваційної продукції, при виробництві якої

використано ті чи інші ОІВ. Результати своєї діяльності ці підприємства представлять на ринок інноваційних товарів та послуг, де вони і знаходять свого кінцевого споживача.

По-п'яте, це представники джерел фінансування ІІТ, в результаті чого і з'являються ОІВ та їх втілення у інноваційну продукцію. До цієї групи слід віднести власні кошти підприємств, інвестори, різного роду фонди підтримки інноваційної діяльності. В багатьох випадках суттєву підтримку інтелектуально-інноваційним процесам надають державний, регіональний та місцевий бюджети.

В роботах [2; 3] вказується на можливості використання в якості суб'єктів ринкової комерціалізації ІІТ виробників контрафактної продукції. Не заперечуючи проти цієї групи в цілому (її наявність в кожній країні в більшій чи меншій мірі безперечно має місце), в свій аналіз ми цю групу не включаємо. Хоча виключні права на ОІВ при виробництві контрафактної продукції можуть належати цим виробникам на законній підставі, все ж таки ці підприємства займаються незаконною діяльністю, які відноситься до господарських злочинів.

Інновації є у нашому житті і вони необхідні для розвитку різних сфер діяльності. Як правило, інновації спрощують наше життя, виводять виробництво на новий рівень. Тому більшість розвинених країн вкладають величезні гроші у розвиток інновацій, створюються умови для молодих учених. Але важливим аспектом у розвитку інновацій є їхня комерціалізація. Проекти мають приносити прибуток, окупатися. У більшості країн не більше 10% проектів втілюється у життя. На шляху комерціалізації існує багато труднощів, наприклад, запатентувати свою інновацію. Цей процес може тривати до року. Потім необхідно вирішувати: втілити проект у життя самостійно, продати ліцензію чи продати всі права. Але якщо проект проходить через усі труднощі та успішно втілюється на практиці, то він може окупитись десятки разів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андронова О.Ф., Череп А.В. Трансфер технологій в реалізації інноваційної діяльності. К. : Кондор, 2007. 356 с.
2. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом. М.: Омега-Л, 2007. 552 с.
3. Горбачев Н.Н., Мальченко Н.С., Якимахо А.П. Рынок интеллектуальной собственности в экономике знаний. *Открытое образование*. 2010. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-intellektualnoy-sobstvennosti-v-ekonomike-znaniy

Маслак Марія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», e-mail: mariya.maslak2016@gmail.com.

Кобєлєва Анна Валеріївна – аспірант кафедри економіки бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», e-mail: ann.foto.file@gmail.com.

Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», e-mail: pgpererva@gmail.com

Maslak Maria Vladimirovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Business Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: mariya.maslak2016@gmail.com.

Kobielieva Anna Valeriyivna – graduate student of the Department of Business Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: ann.foto.file@gmail.com.

Pererva Petro Gryhorovych – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Business Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: pgpererva@gmail.com