

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ РОЗРОБОК – КЛЮЧОВА ЛАНКА ІННОВАЦІЙНОГО ЦИКЛУ

Терьохіна Л.А., кандидат с.-г. наук,
Червона Л.Л., молодший науковий співробітник,
Інститут овочівництва і баштанництва НААН

Проаналізовано основні проблеми інноваційної діяльності в овочівництві. Визначено способи комерціалізації науково-технічної продукції в інституті. Удосконалено схему створення і комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та переходу до рівня інноваційного провайдингу.

Ключові слова: інноваційний продукт, конкурентоспроможність, маркетингові дослідження, овочевий ринок, попит, пропозиція.

Вступ. Основними проблемами інноваційної діяльності в овочівництві є: відсутність системи трансформації результатів наукових розробок в інноваційну конкурентоспроможну продукцію, розбалансування попиту та пропозиції на наукоємну продукцію, відсутність механізму ціноутворення інновацій і, як наслідок, загроза втрати внутрішнього ринку науково-технічної продукції та нестача інвестиційних ресурсів. З розвитком ринкової економіки формується принципово новий економічно-фінансовий підхід до інтелектуального продукту, який в умовах товарно-грошових відносин набуває ознак товару або капіталу, а результативність інноваційної діяльності науково-дослідних установ визначається, насамперед, наявністю необхідних внутрішніх і зовнішніх джерел інвестування наукових розробок, можливістю їхньої швидкої мобілізації [1].

Необхідною умовою досягнення високих темпів економічного розвитку являється розробка і освоєння інноваційних продуктів та технологій. У сучасних умовах для реалізації цього завдання необхідно більше уваги приділити розробці моделей і механізмів комерціалізації і трансферу технологій, що, у свою чергу, прискорить

© Терьохіна Л.А., Червона Л.Л., 2016

темпи інноваційної діяльності суб'єктів господарювання і створить додаткові стимули для активізації науково-технічної діяльності на рівні регіону [2].

Світова практика свідчить, наприклад, у США є офіси комерціалізації технологій, які відповідають за роботу з промисловими підприємствами. Відбувається розподіл функцій – вчені займаються своєю справою, яка дає можливість їм самореалізуватися, а ті, хто працює на ринку – своєю, отримуючи при цьому комерційний зиск та забезпечуючи нормальні умови роботи вчених [3].

Однією з ключових проблем, пов'язаних з прискоренням інноваційного розвитку нашої країни, є проблема комерціалізації результатів наукових досліджень. Актуальність розроблення даної проблеми обумовлена необхідністю дослідження особливостей залучення науково-дослідної сфери до ринкового середовища, з'ясування впливу ринкових відносин на інноваційні процеси, визначення форм і методів інтеграції науки з виробництвом на комерційних засадах.

Вагомий внесок у розроблення поставленої проблеми внесли такі вчені, як В.Я. Амбросов, С.А. Володін, Т.Г. Маренич, О.В. Пічкур, В.І. Покотилова, П.П. Руснак, В.П. Ситник, Л.І. Федулова, О.О. Чередниченко та ін. Пріоритетними і достатньо розробленими напрямками досліджень можна вважати законодавчі аспекти захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності, механізми залучення провайдерських структур до співпраці з науково-дослідними установами, особливості функціонування посередників на ринку інновацій тощо. Але деякі інші аспекти даної проблеми потребують подальшого дослідження.

Комерціалізація результатів наукових розробок є ключовою ланкою інноваційного циклу. Саме завдяки їй стає можливим процес впровадження інновацій у виробництво, досягається відповідний економічний і соціальний ефект від отриманих наукових досягнень. Процес комерціалізації наукових розробок тісно пов'язаний з використанням інституту права на об'єкти інтелектуальної власності, їх капіталізацією і перетворенням на нематеріальні активи підприємств чи установ [4].

Однією з основних задач маркетингового забезпечення інноваційної діяльності є трансформація науково-технічного напрацювання розробки на ринкову перевагу та адаптація її до

конкретних потреб споживача. Тому *метою наших досліджень* було розробити науково-методичні підходи та ринково орієнтований інструментарій створення науково-технічних розробок (селекційні розробки, елементи технологій), їх випробування та доведення до рівня інновацій.

Методика досліджень. У рамках досліджень застосовано абстрактно-логічний метод, методи наукової інтуїції, морфологічного аналізу, порівняння, метод синтезу і узагальнень, монографічний, метод анкетування. Джерелами інформації були звітні матеріали сільськогосподарських підприємств, анкетні опитування, статистична звітність обласних управлінь сільського господарства, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, звітні матеріали діяльності науково-дослідних установ.

Результати досліджень. Дослідження проводили в лабораторії інноваційно-інвестиційного розвитку овочевого ринку та інтелектуальної власності. У результаті роботи вдосконалено схему створення і комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та переходу до рівня інноваційного провайдингу.

Схема передбачає створення інтелектуальної продукції, а це і селекційні інновації, які мають товарну форму у вигляді насіння і добре вписуються в правове середовище як об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ); технологічні інновації на рівні розробок типу «ноу-хау» або на рівні елементів технології, які накладаються на вже існуючі базові технології та комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності, яка дає власнику надлишок доходу над їх витратами, тобто можливість збагачення.

Процес трансферу і комерціалізації розробок включає в себе етапи, починаючи з аналізу та оцінки наявного науково-технічного доробку. При цьому послідовно відбувається трансформація науково-технічних розробок (звітів, макетів, зразків і т.д.) на перспективні для комерціалізації проекти, потім на технологічний пакет для просування на ринок технологій. Після визначення конкретних потенційних покупців технології та виявлення їх специфічних вимог проводиться адаптація вихідного технологічного пакета відповідно до вимог конкретного покупця і отримання, товару для реалізації – технологічного пакета чи іншої форми науково-технічної продукції.

Дана схема комерціалізації науково-технічної продукції буде інтегрована до системи маркетингового забезпечення інноваційної діяльності. Такі дії відповідатимуть маркетинговому підходу до

інноваційної діяльності, враховуватимуть особливу природу науково-технічної продукції, збільшать ймовірність отримання комерційного ефекту від трансферу технології та сприятимуть нівелюванню ризиків та інвестиційної невизначеності.

Першочерговим завданням організації маркетингового забезпечення інноваційної діяльності є поєднання результатів кожного з етапів процесу комерціалізації науково-технічної продукції та маркетингової інноваційної діяльності [5]. Оскільки бажаним результатом інноваційної діяльності є отримання комерційного ефекту від трансферу інновацій, процес комерціалізації науково-технічної продукції визначено як основний та першочерговий. Використання маркетингового інструментарію повинно створити зважену аналітичну основу для прийняття ключових рішень стосовно інноваційної діяльності, а саме:

- визначення напрямків комерціалізації науково-технічної розробки;
- вибір потенційного ринку та цільових ринкових сегментів;
- вибір оптимальних форм та методів комерціалізації інновацій;
- формування технологічного пакету та подальша його адаптація до потреб конкретних споживачів.

Як було зазначено раніше, однією з головних задач маркетингового забезпечення інноваційної діяльності є трансформація науково-технічного напрацювання розробки на ринкову перевагу та адаптація її до конкретних потреб споживача. Запропонована методика використання маркетингового інструментарію при комерціалізації результатів науково-технічної діяльності сприяє виконанню цих головних цілей.

Основними способами комерціалізації науково-технічної продукції в Інституті овочівництва і баштанництва НААН є:

1. Пряме господарське використання об'єктів права інтелектуальної власності (ОІВ): ліцензійні договори про передачу права на використання ОІВ Інституту третім особам; замовлення на створення похідних ОІВ на основі об'єктів права інтелектуальної власності Інституту; ліцензійні договори про передачу «ноу-хау» з авторським супроводом; договори про передачу майнових прав на ОІВ третім особам (продаж).

2. Використання створеної науково-технічної продукції при виконанні господарських договорів: договори на створення НТП з

українським та зарубіжними юридичними особами; угоди (договори) про виконання науково-дослідних робіт в рамках міжнародних проєктів; договори про надання платних науково-технічних послуг юридичним або фізичним особам.

3. Платні послуги, що можуть бути надані фізичним і юридичним особам, а саме : вимірювання в сфері контролю якості та безпеки рослинної продукції, визначення агрохімічних властивостей ґрунту та ін.

Для поліпшення трансферу інновацій потрібно створювати технологічні парки з вирішення актуальних питань галузі, які покликані об'єднати виробничі й фінансові ресурси та забезпечити повний життєвий цикл інновацій: дослідження – розробка – випробовування – впровадження.

Пріоритетними джерелами фінансування наукових досліджень мають бути приватні інвестиції, які дозволять зменшити частку державного фінансування та послаблять навантаження на бюджет країни (рис. 1).



Рис. 1. Схема комерціалізації ОПІВ та переходу до рівня інноваційного провайдингу

Висновки. Для залучення інвестицій у науку необхідно змінити підходи до планування робочих програм шляхом розробки інноваційних проєктів, а на кінцевих етапах Н Д Р – інвестиційних бізнес-проєктів, які б урахували актуальні питання галузі та потреби потенційних інвесторів.

Бібліографія

1. Саблук П. Т. Стратегічні напрямки аграрних реформ – перехід на інноваційну модель розвитку // Економіка АПК. – 2002. – № 12. – С. 7 – 12.

2. Володін С. А. Наукові основи інноваційного провайдингу на прикладі наукоємної сфери АПК / С. А. Володін. – К. : Дія, 2006. С. – 95 – 96.

3. Варналій З.С. Конкуренція і підприємство: моніторинг / З.С. Варналій. – К. : Знання України, – 2015. – 464 с.

4. Володін С. А. Концентрація інноваційного провайдингу на наукоємному ринку АПК. – К., 2005. – 70 с.

5. Терьохіна Л.А. Наукове забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності інноваційних розробок / Л.А. Терьохіна, Є.М. Льнова // Овочівництво і баштанництво : міжвідомчий науковий збірник. – Х. : Плеяда, 2015. – № 61. – С. 272 – 276.

Терёхина Л.А., Червона Л.Л.

Коммерциализация результатов научных разработок – ключевое звено инновационного цикла.

Резюме. Проанализированы основные проблемы инновационной деятельности в овощеводстве. Определены способы коммерциализации научно-технической продукции в институте. Усовершенствована схема создания и коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и перехода к уровню инновационного провайдинга.

Terekhina L.A., Chervona L.L.

The commercialization of the results of scientific research it is a key of link in the innovation cycle.

Summary. There have already been analyzed the main problems of innovation activity in horticulture. There have already been identified ways to commercialize scientific and technological products at the institute. There have already been improved scheme of creation and commercialization of intellectual property and the transition to the level of innovation providing.