

витку як базисного інструменту реалізації. При цьому інноваційна модель розвитку національної економіки передбачає перехід підприємств до інноваційного типу розвитку.

У свою чергу інноваційний розвиток підприємства являє собою перехід системи до якісно нового рівня функціонування, визначається групами чинників і є можливим при наявності певного рівня інноваційної спроможності, а також визначається рівнем розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Указ Президента України № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.
2. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б.Є. Патона. – К. : Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. – 72 с.
3. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rada.gov.ua/>.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Касс М.Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами : монография / М.Е. Касс. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2011. – 159 с.
6. Князь О.В. Оцінювання та регулювання інноваційного розвитку машинобудівних підприємств : автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008 р.
7. Козлова А.І. Інноваційна модель розвитку економіки України: міжнародні пріоритети / А.І. Козлова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15046/1/19_125-129_Vis_725_Ekonomika.pdf.
8. Конспект лекцій з дисципліни «Управління інноваційним розвитком» / Укладачі: С.М. Ілляшенко, О.А. Біловодська. – Суми : Вид-во СумДУ, 2006. – 129 с.
9. Лабунська С.В. Проблеми оцінки інноваційної спроможності в системі економічної безпеки підприємства / Лабунська С.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16281/1/128_Labunska_232_233_Modern_Problems.pdf.
10. Левченко Ю.Г. Сутність та складові інноваційного потенціалу підприємства / Левченко Ю.Г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4048/1/levchen_sutnist.pdf.
11. Смолінська Н.В. Методичні підходи до оцінювання рівня інноваційної спроможності підприємства / Смолінська Н.В. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. I. – С. 215-221.
12. Типы и факторы экономического роста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://futureaccess.ru/Medaicenter/biznes-statii/constinnovgrow/>.
13. Устойчивое инновационное развитие [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://modern-econ.ru/makro/rost-razvitie/tipy.html>.
14. Чинники інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://leksii.net/2-62728.html>.

УДК 338.2424.2

Вікулова А.О.

*аспірант кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

ИНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню концептуальних основ комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ) як одного з головних системоутворюючих чинників економіки знань, що здатен перетворити результати інтелектуальної діяльності на прибуток та створити базис як для подальшого безперервного руху капіталу, так і розвитку науки і техніки загалом. У статті виявлено особливості об'єктів права інтелектуальної власності, запропоновано визначення «комерціалізації інтелектуальної власності», та виокремлено суб'єктів і об'єктів процесу комерціалізації. Розглянуто підходи до класифікації ОПІВ. Автором запропоновано шляхи пошуку джерел для комерціалізації ОПІВ, сформовано схему взаємодії суб'єктів ІВ в процесі комерціалізації, і визначено їх інтереси та ризики.

Ключові слова: інтелектуальна власність, об'єкти права інтелектуальної власності, комерціалізація.

Вікулова А.О. ИНТЕЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК ОБЪЕКТ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена исследованию концептуальных основ коммерциализации объектов права интеллектуальной собственности (ОПИС) как одного из главных системообразующих факторов экономики знаний, который способен преобразовать результаты интеллектуальной деятельности на прибыль и создать базис как для дальнейшего непрерывного движения капитала, так и развития науки и техники в целом. В статье выявлены особенности объектов права интеллектуальной собственности, предложено определение «коммерциализации интеллектуальной собственности», и выделены субъекты и объекты процесса коммерциализации. Рассмотрены подходы к классификации ОПИС. Автором предложены пути поиска источников для коммерциализации ОПИС, сформирована схема взаимодействия субъектов ИС в процессе коммерциализации, и определены их интересы и риски.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, объекты права интеллектуальной собственности, коммерциализация.

Vikulova A.O. INTELLECTUAL PROPERTY AS AN OBJECT OF COMMERCIALIZATION

The paper deals with the conceptual bases commercialization of intellectual property rights (IPR) as one of the main factors backbone of the knowledge based economy that is able to convert the results of intellectual activity income and create a basis for further continuous movement of capital and the development of science and technology in general. The paper revealed features of intellectual property rights, proposed definition of «commercialization of intellectual property» and singled out the subjects and objects of commercialization process. The author presents classification approaches to the IPR and offers sourcing for commercialization of IPR. A. Vikulova formed a scheme of interaction of IP commercialization process and defines their interests and risks.

Keywords: intellectual property, intellectual property right, commercialization.

Постановка проблеми. В сучасних умовах основною рушійною силою економічного зростання постають наукові знання, інтелектуальні продукти, інформація та науковий потенціал суспільства, що зумовило посилення ролі інтелектуальної власності в світі. Всеосяжна інтелектуалізація інноваційних процесів спричинена зростанням домінанти людського фактора в управлінні, формуванням суспільства знань і розвитком нових соціогуманістичних управлінських парадигм. Найважливішими завданнями інноваційних підприємств є формування нових конкурентних переваг на засадах ефективного нагромадження інтелектуального потенціалу, розвиток інтелектуальної активності персоналу та удосконалення управлінського циклу. Підприємства існують у постійно змінному середовищі, а тому змушені також змінюватися, щоб функціонувати в суспільстві ринкових відносин, бути конкурентоспроможними, мати можливість максимізувати свій прибуток і забезпечувати постійне зростання національної економіки. Зважаючи на розгляд цих питань, стає зрозумілим, що лише якісні прогресивні зміни, що визначають цілеспрямоване формування інноваційного потенціалу і його раціональне використання, можуть бути основою зростання як кожного окремого підприємства, так і економіки взагалі. Саме здатність розвиватися інноваційно заснована на нових знаннях інформаційного суспільства, забезпечує постійне зростання інтелектуального капіталу. Нині інноваційна діяльність стає визначальним чинником економічного зростання як окремих підприємств, так і національних економік у цілому. Крім того, з прискоренням всіх процесів у суспільстві інформатизації та інтелектуалізації інновації можуть стати і засобом передбачення майбутніх людських потреб, що підтверджують слова відомого дослідника і автора методики творчого вирішення проблем Р. Акоффа: «Часто стимулом для руху одних є голод інших» [1]. Проте створення інноваційних розробок можливо лише при умові комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ), за допомогою якої результати ДіР своєчасно трансформуються в продукти та послуги на ринку. Відтак, саме комерціалізація ІВ є головним важелем, що перетворює винаходи в повноцінну, життєздатну інновацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні тенденції формування ефективної інноваційної моделі економічного розвитку в контексті інтернаціоналізації та міжнародної економічної інтеграції відображені в дослідженнях вітчизняних науковців: Д.М. Черваньова, В.Д. Базилевича, О.І. Жилінської, Ю.М. Бажала, В.М. Геця, М.І. Крупки В.П. Семиноженка, та ін. Серед авторів, що займаються питаннями інноваційного менеджменту та управління об'єктами інтелектуальної власності, необхідно виділити В.Д. Базилевича, П.М. Цибульова, В.П. Чеботарьова, В.Г. Зінова, В.Л. Осецького, М.В. Вачевського, В.О. Вале. Вагомий внесок у створенні теоретико-практичної наукової бази економічного програмування та прогнозування внесли О. Алімов, В.Бесєдін, С. Бондаренко, О. Бутнік-Сіверський, М. Гуревич, В. Дроб'язко, В. Жаров, А. Чухно та ін. Також питання комерціалізації інтелектуальної власності опрацювали іноземні вчені: Т. Стюарт, Дж. Гелбрейт, Г. Бромберг, В. Гойл, Г. Десмонд, А. Козирев, Ю. Конов, Б. Леонтьєв, А. Санніков, Н. Сенніков та ін. Серед наукових розробок, присвячених теоретичним основам інноваційної моделі розвитку економіки, впливу інновацій на економічне зростання, продуктивність праці,

стратегій та механізмів формування інноваційних конкурентних переваг, слід відмітити праці таких зарубіжних вчених: Й. Шумпетера, М. Абрамовіца, В. Баумоля, М. Бунчука, С. Глазьева, Е. Денісона, А. Дагаєва, Ч. Едквіста, Ч. Джонсона, Н. Іванової, Л. Канторовича, Б. Лундвала, Г. Менша, Р. Нельсона, Й. Парка, Н. Розенберга, П. Ромера, Б. Санто, Д. Сахала, Р. Солоу, С. Стерна, В. Твісса, С. Уштера, Р. Фостера, К. Фршена, Дж. Фкрмана, Й. Шмуклера, Й. Шумпетера, Ф.Р. Янсена та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових праць та розробок, присвячених інтелектуальній власності та інноваційному менеджменту, слід зазначити, що багато питань залишаються невирішеними. На нашу думку, недостатня увага приділяється найголовнішому процесу, що є основним важелем економіки знань, який здатен перетворити результати інтелектуальної діяльності на прибуток та створити базис як для подальшого безперервного руху капіталу, так і розвитку науки і техніки загалом.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Виявлення особливостей об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), розгляд підкодів до класифікації ОІВ, визначення комерціалізації ІВ та виокремлення суб'єктів та об'єктів комерціалізації ІВ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «Інтелектуальна власність» (ІВ) вперше було впроваджено у 1967 р. Конвенцією, що затверджувала Всесвітню організацію інтелектуальної власності (ВОІВ). Відповідно до Конвенції [2], ІВ є правами, що відносяться до результатів конкретної творчої діяльності людини у науково-технічній, виробничій і гуманітарній галузях. ІВ включає права, що відносяться до: літературних, художніх та наукових творів; виконавської діяльності артистів, звукозапису і передачі; винаходів у всіх областях людської діяльності; наукових відкриттів; промислових зразків; товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових найменувань і комерційних позначень; захисту від недобросовісної конкуренції та всі інші права, що впливають з інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній областях.

ІВ є особливою формою власності, адже продукти розуму належать до зовсім іншої категорії, ніж матеріальні об'єкти, про що було наголошено ще в середині XVIII ст. [3, с. 22]. Форма ІВ, процес створення, використання, передача, впровадження та отримання прибутку від такого виду власності докорінно відрізняються від матеріального типу власності. Відносини власності, інтелектуальної в тому числі, припускають, що її власники володіють одночасно всією повнотою правомочностей: правом володіння, правом користування та правом розпорядження. В процесі впровадження у економічний обіг результатів ІВ особливою значення набуває власність на знання. В юридичній літературі головною особливістю прав на ІВ (включаючи авторські, винахідницькі і суміжні права) є відсутність екстериторіальної дії цих прав. Відсутність екстериторіальної дії (або територіального характеру) прав на ІВ полягає в тому, що особа, яка опублікувала твір (або запатентувала винахід) на території однієї держави, матиме захист на території тільки цієї держави. Для визнання своїх прав в інших державах автор чи винахідник повинен повторно «заявляти» про свої права: або шляхом видання книги (для захисту авторського права), або шляхом отримання нового патенту (для захисту права на винахід) на території відповідної іноземної

держави. В сучасних умовах велика кількість міжнародних конвенцій дозволяють долати «бар'єр» територіальності. Водночас права на інтелектуальну власність мають й ряд інших особливостей. До них відносяться [4]:

- обмежений термін захисту;
- специфічний зміст;
- особливий порядок передачі;
- невідчужуваність виключних прав.

ОІВ, які є охоронними результатами інтелектуальної діяльності, мають й свої особливості, серед яких:

1. Всі ОІВ – результати (або прояви) діяльності розуму – це прямі або опосередковані прояви людського таланту у галузі науки, техніки, літератури та мистецтва.

2. На відміну від об'єктів речових прав інтелектуальні продукти мають нематеріальний, безтілесний характер.

3. Незважаючи на нематеріальний характер, результати ІВ мають вартісні оцінки, як і інші продукти людської праці.

4. ОПІВ мають змогу використовувати необмежене коло осіб.

4. Продукти інтелектуальної діяльності виступають носіями визначеної інформації.

5. Між ОПІВ існує системний зв'язок, адже нові розробки створюються на основі вже набутих розробок, що є матеріальним вираженням науково-технічних здібностей та набутого досвіду попередніх вчених.

6. ОПІВ мають подвійну природу – економічну та юридичну.

7. ОПІВ набувають сенсу лише у випадку їх комерціалізації.

Статті 420, 421 Цивільного кодексу України [5] визначають суб'єкти та об'єкти інтелектуальної власності. Так, до ОПІВ, зокрема, належать: літературні та художні твори; комп'ютерні програми; компіляції даних (бази даних); виконання; фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення; наукові відкриття; винаходи, корисні моделі, промислові зразки; компонування (топографії) інтегральних мікросхем; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин, породи тварин; комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні зазначення; комерційні таємниці. Суб'єктами права ІВ є: творець (творці) ОПІВ (автор, виконавець, винахідник тощо) та інші особи, яким належать особисті немайнові та (або) майнові права ІВ.

Слід відзначити, що зазначаючи ОІВ, чинне законодавство не містить чітких критерії класифікації ОІВ, проте існує дуже багато різноманітних підходів до їх класифікації, які, на нашу думку, можливо умовно розділити на дві групи:

1. Класифікація ОІВ за характером, що ґрунтується на врахуванні найбільш суттєвих ознак ОІВ, специфіки їх захисту, особливостей реалізації майнових та немайнових прав на ОІВ;

2. Класифікація ОІВ за різноманітними другорядними ознаками, які не розкривають сутність та характер ОІВ, але водночас дають змогу розділити ОІВ на групи відповідно до конкретних завдань дослідження.

Розглянемо підходи, які належать до другої групи. В залежності від сфери інтелектуальної діяльності, яка зумовила створення ОІВ та їх функціонального призначення, вони можуть бути поділені на: результати технічної, мистецької, наукової діяльності або засоби індивідуалізації.

Залежно від необхідності реєстрації для набуття прав ІВ можна виділити об'єкти, для яких не передбачено можливість реєстрації, об'єкти, для яких реєстрація має факультативний характер, об'єкти, для яких реєстрація носить обов'язковий характер. Залежно від ступеня правової захищеності об'єкти інтелектуальної власності можна розділити на захищені і незахищені.

В залежності від використання у господарському обороті слід виокремити продуктивні або активні об'єкти, які комерціалізуються та приносять дохід, а також непродуктивні або пасивні об'єкти, які з тих чи інших причин не комерціалізуються та не приносять дохід.

Відповідно підходів, що належать до першої групи, думки науковців розходяться. П.П. Крайнев [6, с. 25] підрозділяє об'єкти інтелектуальної власності на: об'єкти промислової власності, об'єкти авторського і суміжних прав, комерційні таємниці, захист від недобросовісної конкуренції.

Водночас О.С. Анікін [7, с. 337] серед об'єктів інтелектуальної власності виокремлює: абсолютні блага, які безпосередньо задовольняють споживчі або виробничі потреби і приносять прямий дохід від комерціалізації; відносні блага, які опосередковано задовольняють споживчі або виробничі потреби і приносять непрямий дохід від комерціалізації (наприклад, засоби індивідуалізації).

Я.С. Кисельова [8, с. 25] поділяє ОІВ на об'єкти промислової власності (до яких відносить і засоби індивідуалізації), об'єкти авторського права, об'єкти суміжних прав, тоді як А.П. Сергєєв [9, с. 34] виділяє об'єкти авторського права, об'єкти патентного права, інші об'єкти інтелектуальної власності. В.В. Семеніхін поділяє об'єкти інтелектуальної власності на: результати творчої діяльності, що охороняються патентним правом, засоби індивідуалізації та результати творчої діяльності, що охороняються. В.Д. Базилович [10, с. 158] серед об'єктів інтелектуальної власності виокремлює: об'єкти авторського та суміжного права, об'єкти промислової власності, права на засоби індивідуалізації учасників цивільного обігу товарів, послуг, права на нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності.

На нашу думку, найбільш вдалою та більш повною є класифікація В.Д. Базиловича, адже засоби індивідуалізації, об'єкти промислової власності, об'єкти авторського та суміжних прав та права на нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності володіють важливими родовими ознаками.

Таким чином, маємо чотири інститути ОПІВ: 1) авторське право і суміжні права (літературні, наукові, художні твори; виконання фонограми, відеограми; передачі (програми) організацій теле-, радіомовлення; комп'ютерні програми; бази даних); 2) право промислової власності (винаходи; промислові зразки; корисні моделі; раціоналізаторські пропозиції); 3) права на засоби індивідуалізації учасників цивільного обігу товарів (фірмові найменування; товарні знаки; знаки обслуговування; географічні зазначення); 4) права на нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності (селекційні досягнення (сорти рослин, породи тварин); компонування інтегральних мікросхем; комерційні таємниці, ноу-хау; захист від недобросовісної конкуренції). Ці чотири інститути складають цілісну систему їх правової охорони та охоплює практично всі результати інтелектуальної діяльності та засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, продукції, робіт, послуг. В.І. Мухопад [11, с. 72] важливо підкреслює,

що в основі цієї системи має бути закладено *єдиний системоутворюючий принцип*, а саме право охорони різноманітних груп об'єктів інтелектуальної власності з урахуванням особливостей, що входять в ці групи об'єктів охорони.

Необхідно зауважити, що в основі процесі розвитку права ІВ прослідковується тенденція до збільшення кількості ОПІВ, так, вже нині обговорюються питання про можливість віднесення до об'єктів інтелектуальної власності ще й доменних імен та результатів генетичної інженерії. В умовах стрімкого розвитку освоєння нових технологій, збільшення кількості охоронних ОПІВ актуалізуються питання, пов'язані із створенням, управлінням та використанням ОПІВ, адже результати інтелектуальної діяльності здатні принести своєму власнику високий дохід, але розміри цього доходу залежать не лише від потенціалу ОПІВ, але й від готовності розробника ефективно його використати. Проте нині значна частина розробок, що є результатами наукової та творчої діяльності, залишаються невикористаними.

Головним здобутком ІВ є саме результати наукової та творчої діяльності, що набувають сенсу лише в процесі комерціалізації, коли ОІВ впроваджуються в економічний обіг та починають приносити не лише прибуток, а й користь суспільству.

Законодавство України у сфері інтелектуальної власності не дає тлумачення терміну «комерціалізація», хоча ст. 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» 40-IV [12] згадує термін «комерціалізація», проте у контексті іншого визначення: «Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг». Проблематика впровадження результатів науково-технічної діяльності є актуальною в роботах багатьох науковців. Під комерціалізацією ІВ Г. Ступнікер [13] розуміє процес активної реалізації технологічного капіталу підприємства як складової його інтелектуального капіталу з метою підвищення прибутку і забезпечення зростання ринкової капіталізації підприємства. В. І. Мухопад [14, с. 52] визначає комерціалізацію ІВ як підприємницьку діяльність, пов'язану з перетворенням результатів інтелектуальної діяльності та засобів індивідуалізації в прибуток з використанням різноманітних форм та засобів торгівлі. Заслугує на увагу думка П.Н. Завліної [15, с. 27], яка наголошує, що комерціалізацією є остання фаза інноваційного циклу, коли результати ДІР виводяться на ринок як готова до реалізації продукція. В.Д. Базилевич [10, с. 262] під комерціалізацією ІВ розуміє процес залучення результатів інтелектуальної діяльності в господарський обіг шляхом продажу виключних майнових прав інтелектуальної власності на договірній основі. Дискусійною є точка зору О. Прохорова [16], що вважає, що комерціалізація ІВ – це процес виділення коштів на створення об'єктів ІВ та поетапного контролю за їх витрачанням, включаючи оцінку і передачу завершених і освоєних у промислових умовах результатів інтелектуальної діяльності. На нашу думку, наведені трактування комерціалізації ІВ дещо відрізняються, а для нашого дослідження необхідним є однозначне тлумачення терміну, відтак, під комерціалізацією ІВ пропонуємо розуміти процес впровадження результатів наукової, інтелектуальної та творчої діяльності у господарський обіг з метою отримання прибутку та/або забезпечення соціальної користі. Варто зазначити, що комерці-

алізувати можна не лише охоронні ОПІВ, а й неоохоронні (наприклад, ноу-хау). Проте головною ж метою комерціалізації залишається забезпечення фінансового ефекту – отримання прибутку, хоча в сучасних умовах актуалізується й забезпечення соціального ефекту. Як зазначає В.Г. Павленко, у своїй праці [17], не для всіх інноваційних компаній трансфер технологій та комерціалізація ІВ є головними напрямками діяльності. Деякі інноваційні центри вже свідомо не ставлять для себе комерційних цілей, фокусуючись лише на соціально важливих проектах, інші, навпаки, роблять акцент виключно на комерційній стороні. Найбільш перспективним представляється поєднання соціально важливих та комерційних цілей – свого роду диверсифікація. Дослідження на конкретних прикладах, що були проведені Едвіном Мансфілдом [18, с. 385] та іншими вченими, довели, що соціальний ефект від винаходу (цінність цього винаходу для всіх споживачів і виробників) приблизно в декілька разів вище обертаємого прибутку цього винаходу.

З метою забезпечення безперервного руху капіталу, що є можливим завдяки процесу комерціалізації, необхідним постає виокремлення суб'єктів та об'єктів комерціалізації ІВ для формування подальшого дослідження.

Так Р. Арчібальд [19, с. 168] вважає, що суб'єктами процесу комерціалізації ІВ є індивіди, що створюють та реалізують технології. Одразу зазначимо, що суб'єктом комерціалізації ІВ може бути не лише індивід, а й юридичні особи (центри комерціалізації технологій, технопарки, інноваційні брокери, бізнес-інкубатори тощо) та держава.

М.В. Шингур [20] суб'єктом комерціалізації визначає юридичну чи фізичну особу, яка приймає рішення та бере на себе обов'язки щодо виконання комплексу організаційно-економічних заходів, спрямованих на отримання прибутку від ринкової реалізації наявного знання у певній сфері науки чи техніки. Водночас зазначає, що потенційним суб'єктом комерціалізації може вважатись кожний учасник інноваційного циклу, а також сторонні суб'єкти господарювання, які через наявність підприємницького хисту, інформаційної обізнаності та фінансових ресурсів прагнуть отримати надприбуток за рахунок нових науково-технічних розробок.

В.Д. Базилевич [10, с. 264] вважає, що основними суб'єктами комерціалізації ІВ в сучасній ринковій економіці є: автори, творці інтелектуальних продуктів; трудові колективи, організації, діяльність яких пов'язана зі створенням та використанням ОІВ; органи державного управління національною інноваційною системою; інвестори, що фінансують створення та використання ОІВ; виробники та споживачі інтелектуальної продукції.

Зважаючи на те, що «суб'єкт» з лат. *subjectum* – те, що знаходиться в основі, суб'єктом комерціалізації ІВ, пропонуємо вважати учасника цивільних відносин, що безпосередньо займається впровадженням результатів наукової, інтелектуальної та творчої діяльності або закріпленими у вигляді прав на ОПІВ у господарський обіг з метою отримання прибутку та/або забезпечення соціальної користі.

Щодо визначення об'єктів комерціалізації думки науковців різняться. Так, Р.С. Косцик у своїй праці [21] зазначає, що об'єктом комерціалізації є інноваційна продукція (винахід, корисна модель, промисловий зразок тощо). На нашу думку, в такому визначенні об'єкту комерціалізації науковець припустив одразу дві неточності, адже:

1. Інновація є наслідком взаємодії світу техніки та світу бізнесу, що ілюструє відома шумпетерівська триада. Якщо нове відбувається лише у світі техніки внаслідок інтелектуальної діяльності винахідника, воно залишається винаходом, коли винахід втілює у виробництво і виводить на ринок підприємець-новатор (світ техніки вступає у взаємодію зі світом бізнесу), суспільство отримує інновацію [22, с. 327]. Відтак, інноваційна продукція як втілення інновації – це вже комерціалізовані результати наукової діяльності, тому вона не може бути об'єктом комерціалізації.

2. Винаходи, корисні моделі та промислові зразки стануть інноваційною продукцією лише при умові їх комерціалізації, коли новація вийде на ринок.

На думку М.В. Шингура [21], об'єктом комерціалізації є результати завершеної однієї чи декількох

стадій інноваційного циклу. В залежності від готовності до промислового впровадження об'єкти комерціалізації мають форму відкриття, теоретичної розробки, винаходу, ноу-хау, новинки, нововведення.

На нашу думку, об'єктом комерціалізації можна визначити патентоспроможну ідею або вже готовий ОІВ, відтак, можна виділити два головних джерела об'єктів комерціалізації ІВ.

I. Виявлення об'єкту комерціалізації серед існуючих ОІВ

II. Створення об'єкту комерціалізації

Якщо в першому випадку об'єкт комерціалізації ІВ не було знайдено або не були задоволені деякі умови (наприклад не було отримано згоди автора), то об'єкт комерціалізації ІВ можна створити шляхом проведення послідовного або паралельного проходження етапів інноваційного процесу (фундаментальні дослідження; прикладні дослідження; експериментальні розробки). При вдалому проведенні всіх цих етапів будемо мати об'єкт комерціалізації ІВ. В процесі комерціалізації відбуваються взаємовідносини між суб'єктами комерціалізації ІВ. Сформуємо схему взаємовідносин суб'єктів в процесі комерціалізації ІВ.

Як видно зі схеми, процес комерціалізації ІВ здатен задовольнити інтереси одразу всіх суб'єктів комерціалізації: автора (творця); розробника; промислові та торгівельні підприємства; інвестора; споживача. Автор винаходу (його творець), окрім доходу від ІВ (залежить від форми комерціалізації), отримує ще й моральне задоволення від свого виробу, а споживачі, в свою чергу, отримують інновацію, що спрямована на покращення життя. Дослідження на конкретних прикладах, що були проведені Е. Мансфілдом [18, с. 385] та іншими вченими, довели, що соціальний ефект від винаходу (цінність цього винаходу для всіх споживачів і виробників) приблизно в декілька разів вище обертаємого прибутку цього винаходу.

Як видно з таблиці, в процесі комерціалізації важливо забезпечити баланс інтересів: з одного боку, необхідно надати тимчасові виключні права раціоналізаторам, щоб у них була змога окупити свої капіталовкладення, а з іншої сторони необхідно надати нові знання в розпорядження майбутніх раціоналізаторів. Водночас актуалізується й охорона на ІВ, адже недостатня охорона ІВ в процесі комерціалізації не лише створює

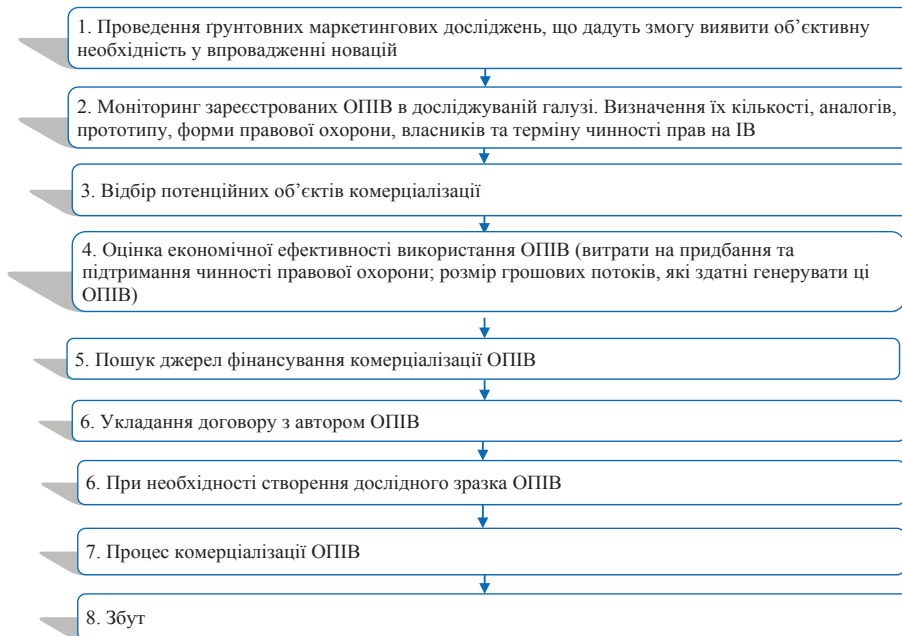
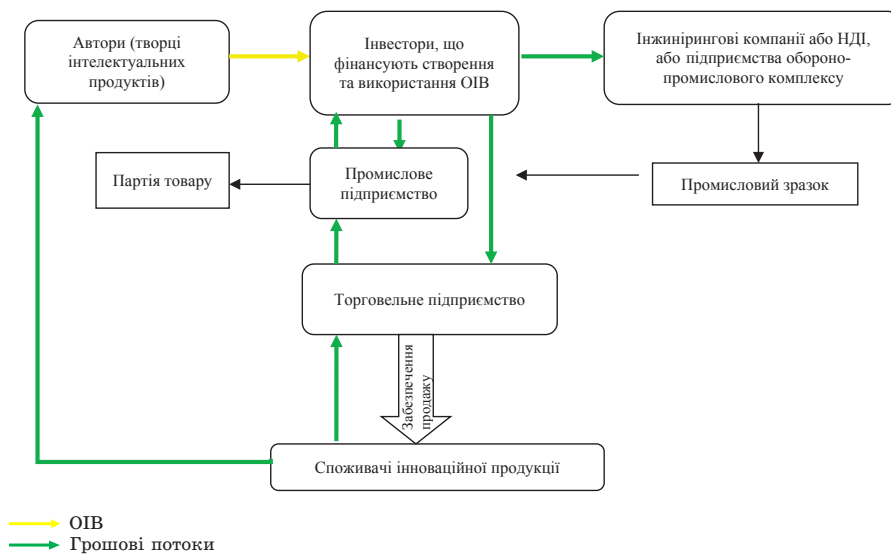


Рис. 1. Схема виявлення об'єктів комерціалізації ІВ серед наявних в державі ОІВ

Розроблено автором



→ ОІВ
→ Грошові потоки

Рис. 2. Схема взаємодії суб'єктів ІВ в процесі комерціалізації

Розроблено автором

Таблиця 1

Інтереси та ризики суб'єктів комерціалізації

Суб'єкт комерціалізації ІВ	Діяльність	Ризик	Мінімізація ризику	Інтерес
Автор (творець)	Створення ОПВ	Втрата часу та недоотримання доходу	Нерозголошення ідеї стороннім особам до отримання охоронного документу	Отримання доходу з ІВ
Інвестор	Надання фінансових ресурсів на інноваційний проект	Втрата фінансових ресурсів	Страховання та грамотний прорахунок ризиків	Отримання дивідендів
Інжинірингові компанії або НДІ, або підприємства оборонно-промислового комплексу	Розробка промислового зразка	-	-	Можливість заробити та отримати новий досвід
Промислове підприємство	Виробництво необхідної партії товару	-	-	Отримання доходу
Торговельне підприємство	Продаж нового інноваційного товару кінцевим споживачам	Невизначеність щодо успіху товару на ринку	1. Проведення маркетингових досліджень конкретного інноваційного товару 2. Правильно сплановані фінансові потоки 3. Продумана система просування інноваційного товару	Отримання доходу
Споживач	Купівля інноваційного товару	Ризик за ті ж самі фінансові ресурси знизити існуючу користь споживання		Отримання задоволення від споживання інновації

Розроблено автором

невпевненість та невизначеність у правових та економічних взаємовідносинах, тим самим стримуючи інвестиції та інноваційну активність, а й є головним захистом інноватора у жорсткому конкурентному середовищі. Після створення інноваційної розробки та/або її виходу на ринок конкуренти намагаються створити імітацію успішної інновації, що йде на користь споживачам, адже розробник має знижувати ціну щоб конкурувати, проте це не дає можливості раціоналізатору отримати прибуток, достатній для того, щоб окупити не лише першочергові капіталовкладення в ДіР, необхідні для розробки успішних продуктів чи послуг, а й витрати на численні невдалі проекти ДіР, які також довелося здійснити перш ніж вдалося досягнути перспективної інновації. Так, якщо раціоналізатори будуть щоразу виявляти, що вони не в змозі окупити витрати на інноваційний процес через подальшу конкуренцію зі сторони імітаторів, це позбавить їх стимулів для продовження раціоналізаторської роботи та навіть не будуть намагатися займатися інноваціями [23]. Таким чином, необхідним постає захист продуктів новаторства. Захист прав інтелектуальної власності передбачає отримання відповідних охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності та певні дії відносно правопорушників.

Необхідність охорони та захисту прав інтелектуальної власності зумовлена рядом потреб, серед яких: забезпечення інтересів творців шляхом надання їм обмежених у часі прав щодо контролю над використанням власних творів, стимулювання творчої інтелектуальної праці, заохочення творчої активності та впровадження її результатів у інтересах соціально-економічного прогресу суспільства; активізації інвестиційної та інноваційної діяльності, впровадження досягнень науково-технічного прогресу та нововведень у всі сфери суспільного життя; створення цивілізованого ринкового середовища, надійного захисту

суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції, пов'язаної з неправомірним використанням об'єктів інтелектуальної власності; захисту економічної безпеки держав за умов глобалізації світогосподарського розвитку, створення сприятливих умов для трансферу нових технологій; поширення інформації, уникнення втрат внаслідок дублювання зусиль, спрямованих на пошук шляхів вирішення нагальних науково-технологічних і соціально-економічних проблем; захисту інтересів суспільства щодо вільного доступу до світової інтелектуальної скарбниці [24]. В процесі захисту ІВ необхідним постає стратегія охорони прав ІВ, яку можна розглядати:

- як один із засобів досягнення цілей організації, пов'язаний із набуттям і комерціалізацією прав на ОПВ для зміцнення життєздатності і конкурентоспроможності суб'єктів комерціалізації;
- як детальний комплексний план забезпечення конкурентних переваг на основі формування оптимального портфелю прав на ОПВ та його ефективного використання.

Висновки з даного дослідження. В сучасних умовах економіки знань необхідним постає якісно новий підхід до розуміння сутності інтелектуальної власності як такої та результатів інтелектуальної діяльності, що потребують особливої уваги й створення умов для їх комерціалізації задля забезпечення безперервного руху капіталу, розвитку науки і техніки й постають визначальним чинником економічного зростання. У результаті проведеного аналізу з'ясовано, що визначення сутності поняття комерціалізації та виокремлення суб'єктів і об'єктів комерціалізації ІВ є першим кроком для успішного виходу результату інтелектуальної діяльності на ринок. Це дало змогу виявити основні інтереси та ризики суб'єктів комерціалізації, що, в свою чергу, є базисним підґрунтям для розробки подальшої стратегії комерціалізації ІВ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Апшай Н.І. Інтелектуалізація навчального процесу у ВНЗ в умовах розвитку інформатизації / Н.І. Апшай // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. – 2010. – № 9. – С. 3–5.
- Convention Establishing the World Intellectual Property Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=283854#P50_1504.
- Валле В. Спадок Джеймса I та королеви Анни: охорона інтелектуальної власності у часі і просторі / В. Валле. – К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2010. – 216 с.
- Понятие интеллектуальной собственности и особенности прав на интеллектуальную собственность. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mchpravо.ru/poonyatie-intellektualnoj-sobstvennosti-i-osobennosti-prav-na-intellektualjnyuy-sobstvennostj.html>.
- Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page8>.
- Крайнев П.П. Інтелектуальна економіка: управління промисловою власністю : [монографія] / П.П. Крайнев. – К. : Концерн «Видавничий дім ІнСре», 2004. – 448 с.
- Орищенко В.Г. Шляхи формування інтелектуального потенціалу нації у системі національної освіти / В.Г. Орищенко // Матер. міжнародної наук. конф. – Львів, 1996. – С. 337–338.
- Киселева Я.С. Классификация субститутів інтелектуальної власності / Я.С. Киселева // Вопросы современного права : сб. мат. межд. нач.-практ. конференции. – Новосибирск, 2012. – С. 22–30.
- Кулис Л.А. Основы управления интеллектуальной собственностью : [учебно-методическое пособие] / [Л.А. Кулис, Л.Г. Шишканова, Е.В. Максименко]. – Минск : БГТУ, 2010. – 95 с.
- Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В.Д. Базилевич ; 3-тє вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2014. – 671 с.
- Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности / В.И. Мухопад. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2012. – 512 с.
- Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
- Ступнікер Г.Л. Комерціалізація інтелектуальної власності як інструмент управління інтелектуальним капіталом / Г.Л. Ступнікер // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 163–170.
- Мухопад В.И. Маркетинг интеллектуальной собственности / В.И. Мухопад, А.Н.Устинова, И.В. Суслина. – М. : ИНИЦ Роспатента, 2001. – 158 с.
- Быстров В.В. Основы организации и управления инновационными процессами в условиях рыночной экономики / В.В. Быстров. – Владивосток : ДВГАЭУ, 2000. – 205 с.
- Прохоров А.Н. Зарубежный опыт построения процесса коммерциализации интеллектуальной собственности / А.Н. Прохоров // Вестник Тюменского гос. ун-та. – 2011. – № 11. – С. 66–70.
- Павленко В.Г. Зарубежный опыт коммерциализации интеллектуальной собственности / В.Г. Павленко // Человек. Сообщество. Управление. – 2004. – № 1. – С. 134–141.
- Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон, Э. Нордхаус ; 18-е издание ; под ред. А.А. Старостиной. – М. : ООО И.Д. «Вильямс», 2007. – 1360 с.
- Archibald R. Managing High-Technology Programs and Projects. New York. N. Y.: Wiley; 1976.
- Шингур М.В. Організаційно-економічний механізм комерціалізації науково-технічних розробок: дис. ... к. е. н.: спец. 08.02.02 / М.В. Шингур ; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2003. – 329 с.
- Косцик Р.С. Комерціалізація інноваційної продукції: сутність, значення та принципи здійснення / Р.С. Косцик // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : зб. наук. праць ; відп. ред. О.Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 320–328.
- Міждисциплінарний словник з менеджменту : [навч. посіб.] ; за ред. Д.М. Черваньова, О.І. Жилінської. – К. : Нічлава, – 2011. – 624 с.
- Intellectual Property Commercialization. Policy Options and Practical Instruments. New York; Geneva: United Nations. – 2011. – 124 p.
- Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: креатини метафізичного пошуку / В.Д. Базилевич, В.В. Ільїн. – К. : Знання, 2008. – 687 с.

УДК 330.33.012:330.117

Герасименко А.Г.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики
Київського національного торговельно-економічного університету

ВЕЛИКИЙ БІЗНЕС І ДЕРЖАВА: ПОШУК ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ

Стаття присвячена аналізу альтернативних підходів до організації взаємодії великого, наділеного ринковою владою бізнесу і держави, що використовуються в різних національних економіках. На їх основі автором розроблено власну мікроекономічну модель такої взаємодії, обґрунтовано її переваги над іншими в умовах лібералізації сучасних економічних систем. Запропоновано використання окремих інструментів її реалізації в сучасній економіці України.

Ключові слова: держава, великий бізнес, ринкова влада, економічна рента, інвестиції.

Герасименко А.Г. БОЛЬШОЙ БИЗНЕС И ГОСУДАРСТВО: ПОИСК ЭФФЕКТИВНОЙ МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Статья посвящена анализу альтернативных подходов к организации взаимодействия большого, наделенного рыночной властью бизнеса и государства, которые используются в разных национальных экономиках. На их основе автором разработана собственная микроэкономическая модель такого взаимодействия, обоснованы ее преимущества по сравнению с другими в условиях либерализации современных экономических систем. Предложено использование отдельных инструментов ее реализации в современной экономике Украины.

Ключевые слова: государство, большой бизнес, рыночная власть, экономическая рента, инвестиции.

Gerasyenko A.G. LARGE BUSINESS AND STATE: LOOKING FOR THE EFFECTIVE MODEL OF INTERACTION

The article analyses alternative approaches to the organizing of interaction of the large business with market power and the government, which are used in different national economies. On this basis the author has developed its own microeconomic model of such an interaction and has proved its advantages over the others in the terms of liberalization of the current economic systems. The certain instruments for its implementation in the modern Ukrainian economy are proposed.

Keywords: state, large business, market power, economic rent, investments.