

ШЛЯХИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВИХ РОЗРОБОК

Р. В. Бенда, А. С. Бондаренко, кандидати сільськогосподарських наук;

Ю. М. Прядко, І. Є. Федоренко

ДУ Інститут зернових культур НААН України

Досліджені основні форми та методи комерціалізації наукових розробок в агропромисловому виробництві. За рахунок їх використання можливо посилити ефективність поширення, освоєння і впровадження інноваційних розробок серед кінцевих споживачів, що сприяє підвищенню конкуренто-спроможності національного аграрного виробництва на внутрішньому та світовому ринках, розвитку трансферної інфраструктури аграрної науки, належного її функціонування та налагодження тісних зв'язків з агровиробниками.

Ключові слова: комерціалізація, інновації, інтелектуальна власність, методи, освоєння, впровадження, ефективність.

Розвиток науково-технічної та інноваційної діяльності охоплює усі сфери функціонування національної економіки, зокрема і таку найбільш важливу її складову, як аграрна галузь. В сучасних умовах саме вона вирішує найбільш злободенні проблеми життєдіяльності населення будь-якої держави. Перехід аграрної економіки України на інноваційну модель функціонування і розвитку потребує ефективного використання інноваційного потенціалу аграрної науки, оскільки тут склалася парадоксальна ситуація. З одного боку, аграрна наука має сформований потужний науково-інноваційний потенціал і є досить розвинутою, а з іншого – ефективність використання даного потенціалу залишається низькою. Наукові розробки повільно комерціалізуються на ринку. У зв'язку з цим особливе значення надається побудові такої системи управління науково-дослідними роботами, яка б охоплювала повний інноваційний цикл – від ідеї до створення готового інноваційного продукту, його виробництва та впровадження [1]. Тому в рамках загальної стратегії інноваційного розвитку Інститут зернових культур веде активний пошук шляхів ефективного комерціалізації наукових розробок у сфері агропромислового виробництва Дніпропетровської області.

Світова практика переконливо підтверджує, що найбільш ефективним способом просування результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок у практиці є взаємовигідна комерційна взаємодія всіх учасників перетворення наукового результату в ринковий товар. Такий спосіб одержав назву "Комерціалізація результатів наукових досліджень і розробок". При цьому всі учасники інноваційного процесу – вчені та розробники, виробники й інвестори – економічно зацікавлені, тобто мають високу мотивацію щодо швидкого досягнення комерційного успіху від використання інновацій [2].

Так, є досить велика кількість механізмів, за допомогою яких у розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, держава бере участь у створенні належного інноваційного середовища, яке сприяє комерціалізації результатів дослідницької справи. Найбільший досвід у цій сфері мають США, Великобританія, Франція, Канада, Німеччина, Гонконг, Японія, Індія, Китай, ПАР.

Світова практика свідчить, що основними формами комерціалізації наукових розробок є: використання їх у власному виробництві; передача (продаж); створення нових (або спільних) підприємств для просування інновацій.

Основним фактором, що диктує необхідність застосування ринкового механізму комерціалізації наукових досліджень і професійного підходу до консалтингу даного процесу, з економічної точки зору є швидке поширення, освоєння і впровадження інноваційних розробок серед кінцевих споживачів.

Для аграрних підприємств Дніпропетровської області нововведення (інновації) полягають в наступному:

– впровадження нових технологій виробництва сільськогосподарської продукції в

рослинництві й тваринництві;

- вирощування нових високоврожайних, конкурентоспроможних, стійких до хвороб і несприятливих природно-кліматичних умов сортів і гібридів різних сільськогосподарських культур та розведення нових більш продуктивних порід тварин;

- використання біотехнологій для отримання нових і більш якісних продуктів харчування з оздоровчим та профілактичним ефектом;

- впровадження сучасних технічних засобів та удосконалених технологій обробітку ґрунту і вирощування сільськогосподарських культур або окремих їхніх елементів для підвищення продуктивності вирощуваних культур, а також очищення сировини та її зберігання;

- застосування екологічно безпечних технологій для збільшення врожайності культур, продуктивності худоби, мінімізації втрат та збереження довкілля [3–5].

Під інноваційним продуктом в науковій установі розуміють результат інноваційної діяльності, що отримав практичну реалізацію у вигляді нового товару, технології або послуги і який при впровадженні у виробництво дає певний ефект. Тому агроінновацією можна вважати кінцевий результат впровадження новацій (сортів, гібридів, порід, засобу захисту рослин або тварин, технології вирощування тощо), який зумовив отримання прибутку або певного ефекту (економічного, соціального, екологічного та ін.).

Розробка (новація) вважається закінченою (інновація), коли повністю виконано план дослідження та отримано певний результат. Причому, в першу чергу потрібно провести виробничу перевірку даного напрацювання. Наприклад, щодо нових сортів та гібридів сільськогосподарських культур, цією стадією є державне сортовипробування відносно нової техніки або технології вирощування та ін. Поряд із виробничою перевіркою наукової розробки йде стадія оформлення закінчених розробок як об'єктів інтелектуальної власності, видача патентів і ліцензій. Наукова розробка стає інновацією тільки після апробації та рекомендації її до масового впровадження у виробництво [6].

Аналіз стану ринку об'єктів інтелектуальної власності у галузі рослинництва свідчить про існування певного диспаритету між селекційними та технологічними інноваційними розробками. Якщо селекційні інновації ще в процесі створення мають товарну форму у вигляді насіння і захищені у правовому середовищі як об'єкт інтелектуальної власності, то переважна більшість технологічних інновацій або елементів технологій, які додаються вже до існуючих базових технологій у таких галузях, як рослинництво, землеробство і зоотехнія, розглядаються як розробки "ноу-хау". Такий стан призводить до того, що комерційне використання технологічних інновацій супроводжується значними ускладненнями, а попит на них як на об'єкти інтелектуальної власності досить обмежується [7, 8].

Незважаючи на те, що поняття "передача технологій" застосовується на законодавчому, практичному і договірному рівнях, прав на технологію в цілому як на окремий об'єкт не існує. Тому виникає потреба в розкладанні її на об'єкти права інтелектуальної власності, договірні права на ноу-хау, зразки, обладнання та інші засоби матеріалізації технології.

Продаж і купівля виключних прав на запатентовану технологію або дозвіл використовувати її (ноу-хау) здійснюються в рамках правових відносин між власником виключних прав або постачальником ноу-хау і фізичною або юридичною особою, яка купує ці права або отримує дозвіл на їх використання. Характер відносин і тип угоди, яка укладається в результаті переговорів про передачу технології, залежать від низки факторів: складності й рівня розробки; потреб покупця; технічних можливостей покупця та можливостей використання і (або) адаптування тієї чи іншої технології; актуальності, наявності та рентабельності альтернативних видів технологій; ціни; інших умов передачі, що пропонуються одержувачам – супровід протягом або після передачі, підтримка в освоєнні і адаптації нової технології або прав на удосконалення, або адаптацію переговорних позицій обох сторін (які в свою чергу залежатимуть від різних факторів –

обсягу, технічного сектору, попиту на технологію, числа конкурентів тощо); виду відносин, що плануються між сторонами (довгострокових, короткострокових або разових при закупівлі продукції або послуг); питань, які стосуються відповідальності, відшкодування або гарантії на продукцію тощо [1].

Секрет успіху угоди про передачу технології криється в тому, щоб кожна сторона сприймала іншу як свого партнера у корисному і спільному процесі.

Досить важливими з огляду на комерціалізацію наукових розробок та реалізацію наукоємної продукції в Інституті є попит ринку на інновації у галузі селекції – у вигляді оригінального, елітного та репродукційного насіння. Найбільш важливими для Інституту, в першу чергу, є ті регіони, де зосереджені споживачі наукоємної продукції, що являються провайдерами і сприяють просуванню селекційних інновацій установи в товарній формі: оригінального, елітного і репродукційного насіння. На сьогодні досить чітко простежується регіональна спеціалізація і концентрація виробників насіння. Причому, Дніпропетровська область посідає провідні позиції по зернових культурах, кукурудзі, соняшнику. Тому побудова маркетингового та інформаційного супроводження селекційних інновацій Інституту будується з урахуванням наявних реалій і тенденцій, маючи на увазі, що комерціалізація наукових досліджень є важливою складовою ланцюга "наука – виробництво – ринок".

У зв'язку з цим особливо актуальним є завдання правової охорони об'єктів інтелектуальної власності. Такий підхід забезпечує якісне проведення інвентаризації об'єктів права інтелектуальної власності та проведення оцінки їх як нематеріальних активів.

За рахунок посилення роботи в напрямку комерціалізації науки в Інституті постійно зростає кількість об'єктів інтелектуальної власності, які використовуються за угодами (табл. 1).

1. Об'єкти права інтелектуальної власності (ОПІВ), захищені охоронними документами

Об'єкт права інтелектуальної власності (за групами)	Наявність в установі ОПІВ, одиниць		
	всього	з них отримано охоронних документів	
		2014 р.	2015 р.
Винаходи	53	–	–
Корисні моделі	65	4	3
Сорти рослин	851	74	143
Всього	969	78	146

Важливим етапом комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності, які особливо поширені, є вибір форми трансферу: патентні угоди, ліцензійні угоди, ноу-хау, інжи-ніринг, франчайзинг.

Однією з перспективних форм передачі прав власності на об'єкти інтелектуальної власності є ліцензійні договори. Використання об'єктів інтелектуальної власності юридично оформляється ліцензійним договором, який відрізняється від інших договорів купівлі-продажу тим, що продається або купується нематеріальний об'єкт. Основними видами ліцензійних платежів є: роялті, паушальний та комбінований платежі [9–11].

Роялті в інноваційному процесі практично замикає цикл і робить всю систему само-відтворюваною і автономною. Тобто відбувається те, що наука реально заробляє позабюджетні кошти на свій розвиток та забезпечує реалізацію науково-технічного прогресу в агропромисловому виробництві.

Так, в Інституті за рахунок комерціалізації селекційних розробок у період з 2010 по 2015 рр. отримано понад 15 млн грн роялті (табл. 2).

Такий підхід у стратегії побудови інноваційної діяльності установи сприяє динамічному нарощуванню коштів спеціального фонду, які йдуть на розвиток науки.

Тому для наповнення ринку інноваційною продукцією Інституту потрібно якомога більше уваги приділяти розвитку трансферної інфраструктури аграрної науки і

належному її функціонуванню, налагодженню тісних зв'язків з агровиробниками з метою посилення їх інтересу до інтелектуальної продукції. В цілому це стане основою для просування на ринок наукоємних новацій.

2. Комерціалізація селекційних розробок Інституту сільського господарства степової зони

Рік	Кількість укладених ліцензійних договорів, шт.	Сума роялті, тис. грн	% до рівня попереднього року
2010	115	805,8	–
2011	147	1236,5	+53,4
2012	234	1927,9	+56,0
2013	256	1919,0	-0,5
2014	103	3010,68	+56,9
2015	112	6956,2	+131
Усього	967	15856,08	–

Таким чином, зростанню добробуту української нації сприятиме підвищення конку-рентоспроможності національного аграрного виробництва на внутрішньому та світовому ринках продовольства і сировини шляхом впровадження новітніх технологій, сучасних сортів та гібридів різних груп сільськогосподарських культур, піднесення тваринництва і підвищення його продуктивності, використання альтернативних джерел енергії у сільській місцевості, впровадження інформаційних систем, поліпшення організації господарської діяльності та удосконалення структур управління нею, пошуку нових моделей розвитку економіки тощо.

Бібліографічний список

1. Володин С. А. Теоретико-методологічні та організаційні засади інноваційного провайдингу на наукоємному аграрному ринку; Інноваційний провайдинг / С. А. Володин. – К.: ЗАТ Нічлава, 2007. – 384 с.: ил.
2. Комерціалізація результатів наукових досліджень: проблеми, підходи, інструменти, напрями розвитку / Т. К. Куранда, В. М. Євтушенко. – К.: УкрІНТЕІ, 2010. – 72 с.
3. Нагірна Л. В. Інновації як умова формування конкурентних переваг підприємства – [Елек-тронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Economics/6_55803.doc.htm
4. Кот О. В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення / О. В. Кот // Проблеми науки. – 2008. – № 9. – С. 30–37.
5. Андреев П. А. Инновационные процессы в сельском хозяйстве / П. А. Андреев. – М.: Агро-Вестник, 2000. – 182 с.
6. Дацій О. І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О. І. Дацій. – К.: ННЦ Ін-т аграр. економіки, 2004. – 428 с.
7. Марчук Л. П. Особливості інвестиційно-інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві / Л. П. Марчук // Економіка АПК.– 2007. – № 7. – С. 96.
8. Федулова Л. І. Напрямки підвищення результативності наукової сфери в Україні / Л. І. Федулова // Економіст. – 2005. – № 5. – С. 58–61.
9. Дорошенко Ю. А. Управление формированием и развитием инновационного потенциала предприятия / Ю. А. Дорошенко, О. В. Кочеткова // Совершенствование механизма хозяйс-твования в современных условиях: Междунар. науч.-практ. интернет-конф.: сб. докл. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conf.bstu.ru/docs/0033/0761.doc>
10. Тивончук С. О. Організаційні форми трансферу технологій в агропромисловому виробництві / С. О. Тивончук, Я. О. Тивончук // Вісн. сумського нац. аграр. ун-ту. – 2012. – № 2. – (Серія "Фінанси і кредит").
11. Гриник І. В. Проблеми і перспективи наукового забезпечення трансферу інновацій в АПК / І. В. Гриник; за ред. В. П. Ситника та ін. – Х.: Магда LTD, 2008. – 136 с.

