

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК ВНЗ УКРАЇНИ**

**Ворона Т. Ю.**

**Науковий керівник: Кудінова М. М., к.е.н.**

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

У сучасних умовах розвиток суб'єктів господарювання стає більш залежним від ефективного використання нововведень. Саме успішне впровадження інновацій сприяє економічному зростанню, підвищенню конкурентоспроможності підприємств і країни в цілому. Проте впровадження різного роду нововведень на вітчизняних підприємствах, як правило, здійснюється час від часу, а не на постійній основі, що обумовлюється слабким розвитком інноваційної діяльності.

Невід'ємним завданням сучасного університету, разом з освітньою і науковою діяльністю, стала інноваційна діяльність. Сьогодні інноваційна діяльність і трансфер технологій - це реальність сучасних взаємовідносин між наукою, промисловістю і ринком. У всьому світі визнано, що університети - найважливіше джерело інновацій. Саме тут здійснюється значна частина фундаментальних, прикладних досліджень і технологічних розробок. Проте в Україні підприємства та ВНЗ майже не співпрацюють.

Законом України від 04.07.2002 р. №40-IV «Про інноваційну діяльність» визначено: інновації - новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Інновацією стають тільки ті нововведення, які забезпечують суспільний прогрес, економію витрат, підвищення рівня ефективності, рентабельності виробництва. Інновація це не просто нововведення, а нова функція виробництва та управління, якій притаманне іншу якість і розглядається в динаміці як процес.

Причинами низької інноваційної активності в Україні, разом з недостаткою фінансових та інших ресурсів, недосконалою нормативно-правовою базою, браком належного досвіду в управлінні інноваціями є відсутність діючого механізму взаємодії ВНЗ та підприємств.

Комерціалізація інновацій представляє собою технологію перетворення науково-технічного результату, у вигляді продукції або технологічної розробки в комерційний результат. При цьому комерційні результати можуть бути отримані будь-яким учасником інноваційного процесу, що супроводжує етапи життєвого циклу інновацій.

Проблема комерціалізації інновацій була та залишається у центрі уваги вітчизняних та зарубіжних вчених.

Досвід розвинутих країн свідчить, що комерціалізацією технологій повинні займатися фахівці у сфері передачі технологій, які працюють у спеціально утворення для цих цілей структурах. У більшості зарубіжних університетів діють офіси по ліцензуванню і трансферу технологій - спеціалізовані відділи з передачі технологій: офіси ліцензування технологій - TLO, офіси трансферу технологій - OTT, як їх називають у США, або відділи по зв'язку з промисловістю: промислове відділень зв'язку - МОП, як їх називають у Великобританії. Вони виконують такі функції:

1. надання необхідної інформації викладачам і науковим співробітникам, адміністрації університету, компаніям та ін.;

2. аналіз змісту і ходу виконання договорів про проведення наукових досліджень на предмет комерційної значимості обороноспроможності отриманих результатів;
3. реклама окремих розробок університету та його можливостей;
4. проведення переговорів з питань стратегії і тактики використання і інтелектуальної власності та комерційної таємниці та інше.

Інновації, створювані в Україні, практично не представлені на міжнародному ринку, їх виробництво неухильно падає, хоча для їх реалізації існує інфраструктура (академічні, галузеві та навчальні заклади, наукові та інноваційно-технологічні центри, технопарки, які беруть участь у міжнародних проектах). Відсутня системність у створенні мотивацій і механізмів для інноваційної активності, реального руху до масової «економіки знань». Змінити ці тенденції на шляху «наздоганяючого розвитку» за рахунок купівлі зарубіжних технологій і простого копіювання, зарубіжних організаційно-управлінських рішень неможливо. Потрібен власний інноваційний підхід - необхідно створити цілісну систему, в якій будуть взаємодіяти ВНЗ та підприємства.

Традиційна проблема реалізації вузівських інновацій була пов'язана з певною відірваністю інноваційної діяльності вузівської науки від практики в порівнянні з галузевими науково-дослідними установами. У той же час світовий досвід показує, що саме навколо університетських комплексів часто формуються малі інноваційні підприємства, по суті визначають подальший хід технологічного розвитку економіки.

Основними принципами комерціалізації вузівських інновацій, є: доведення результатів інноваційних розробок до кінцевого комерційного результату, залучення для комерціалізації інновацій талановитих людей, забезпечення зацікавленості всіх учасників процесу комерціалізації в кінцевому результаті, визначення умов отримання максимального ефекту від комерціалізації як компромісу між часом виведення інновації на ринок по відношенню до конкурентів і ступенем досконалості пропонованої інновації, контроль інтелектуальної власності.

Ґрунтуючись на аналізі досвіду розвинених країн, по комерціалізації наукових розробок, а також працях вітчизняних і зарубіжних вчених, запропонований і обґрунтований механізм комерціалізації інноваційних розробок ВНЗ, представлений на рис. 1.

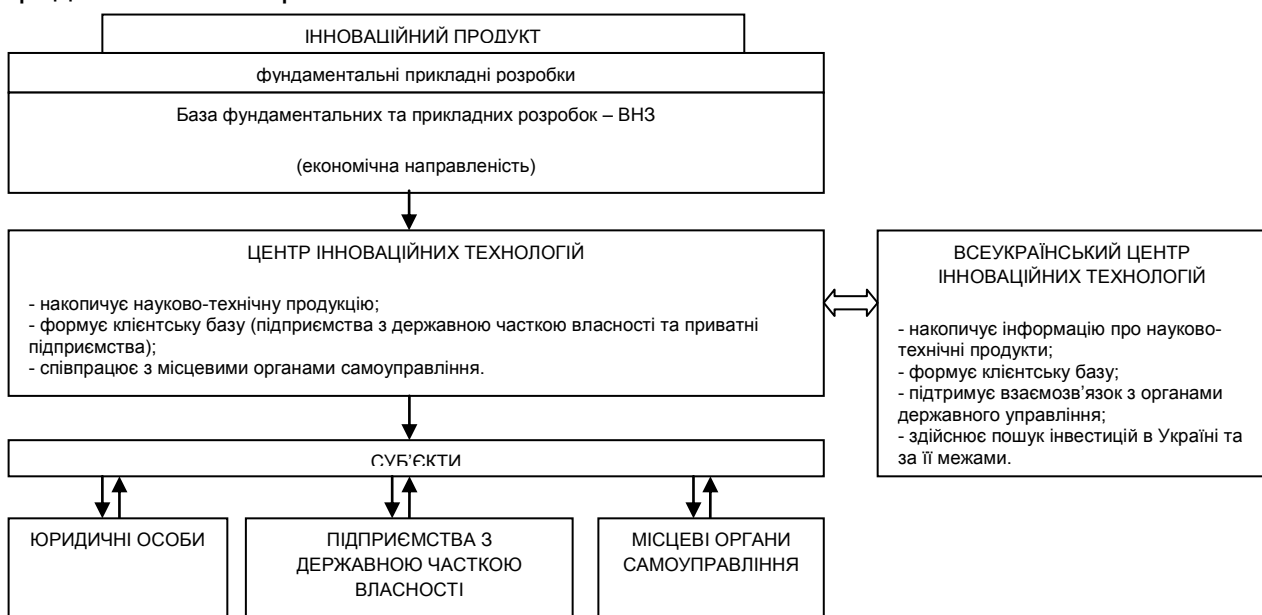


Рис. 1 Механізм комерціалізації інноваційних розробок ВНЗ (авторська розробка)

Кожен ВНЗ має свої інноваційні продукти, які, сьогодні, на жаль, нікому не потрібні. Переконалива демонстрація комерційної привабливості наукової ідеї або розробки дозволить вже на ранніх стадіях досліджень формувати інноваційні проекти, залучаючи для їх реалізації виробників і комерційні кошти. З'являється можливість значно прискорити інноваційний процес і скоротити час від розробки до створення і виведення на ринок нового конкурентоспроможного продукту. Для вирішення даної проблеми доцільно створення посередника - Центр Інноваційних Технологій (який може створюватися за бажанням в кожному ВНЗ).

На Центр Інноваційних Технологій покладаються такі функції:

1. накопичувати інформацію про науково-технічну продукцію ВНЗ;
2. займатися просуванням наукових розробок ВНЗ;
3. забезпечувати захист об'єктів інтелектуальної власності вузу;
4. формувати і накопичувати клієнтську базу;
5. співпрацювати з органами місцевої влади;
6. здійснювати пошук інвесторів;
7. створювати і розвивати освітні програми та навчально-методичні комплекси спільно з провідними вітчизняними та зарубіжними вченими, співробітниками;
8. інше.

Важливими складовими елементами комерціалізації виступають підприємства з часткою державної власності та місцеві органи влади. На наш погляд, доцільно, законодавчо зобов'язати керівників підприємств з державною часткою власності купувати інновації. Приватні ж підприємства законодавство зобов'язати не може, але може «заохочувати» - надавати пільги, тому що підприємство стимулює розвиток інноваційної діяльності, а, отже, зростання конкурентоспроможності регіону і держави в цілому.

Необхідно популяризувати Центр Інноваційних Технологій, ми вважаємо доцільним створення сайту з надання вичерпної інформації для потенційного споживача. Прибуток даної організації буде йти на заохочення творців інновацій і розвиток центру.

В якості координаційного центру пропонується створити Всеукраїнський Центр Інноваційних Технологій (ВЦІТ), який буде обмінюватися інформацією з кожним ЦІТ. Виконувати він буде ті ж функції тільки на державному рівні.

Створення та ефективне функціонування Центру Інноваційних Технологій надасть певні переваги для вузу, організацій та держави в цілому та буде виступати одним з інструментів вдосконалення механізму комерціалізації інноваційних розробок ВНЗ України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. - №40- IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. - №36. – С. 266.
2. Сурат Л.И. Механизм коммерциализации вузовских инноваций в малых инновационных предприятиях: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Л.И. Сурат: [Государственная академия профессиональной переподготовки и повышения квалификации руководящих работников и специалистов инвестиционной сферы]. – Москва, 2011. – 21 с.
3. Федулова Л.І. Комерціалізація технологій / Л.І.Федулова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006.- №3.- С. 27-30.