

Михайлов А.М.*, Кабанець О.В.**

КОМЕРЦІОНАЛІЗАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ РОЗШИРЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В статті йде мова про комерціалізацію прав об'єктів інтелектуальної власності. Розвиток світогосподарських зв'язків та інтернаціоналізація економіки вимагають ефективної адаптації підприємств до сучасних умов господарювання.

Ключові слова: інтелектуальна власність, комерціалізація права, нематеріальні активи, патенти, інтернаціоналізація, анархономіка.

В статье идет речь о коммерциализации прав объектов интеллектуальной собственности. Развитие мирохозяйственных связей и интернационализация экономики требуют эффективной адаптации предприятий к современным условиям хозяйствования.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, коммерциализация права, нематериальные активы, патенты, интернационализация, анархономіка.

The article refers to the commercialization of intellectual property rights. The development of economic relations and the internationalization of the economy require effective adaptation of enterprises to the modern business environment.

Keywords: intellectual property, commercialization rights, intangible assets, patents, internationalization, anarconomy.

Постановка проблеми в загальному вигляді. В умовах формування інформаційного суспільства та розвитку економіки знань найбільшу цінність набувають нематеріальні активи. Досвід передових країн свідчить, що ті підприємства, які володіють об'єктами інтелектуальної власності, мають конкурентні переваги і їх ринкова вартість може в декілька разів перевищувати балансову. Це в повній мірі відноситься і до сільськогосподарських підприємств. Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності здійснюється на умовах її комерціалізації. У цьому процесі є обов'язково як мінімум чотири учасники: автор розробок (винаходу, сорту рослин, корисної моделі тощо), стратегічний партнер, менеджер та інвестор.

Механізм комерціалізації — це відтворення руху інтелектуального капіталу з метою отримання продукту. Для менеджера інтелектуальний капітал має два основних компоненти: людський капітал та інтелектуальні ресурси. Людський капітал чи інтелектуальна сила створюють інновації, і те, що можна описати й ідентифікувати, стає інтелектуальними ресурсами. Особливої актуальності набувають процеси комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності за умов розширення зовнішньоекономічних зв'язків України.

* кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції Сумського національного аграрного університету

** магістрантка спеціальності «Менеджмент ЗЕД» Сумського національного аграрного університету

Аналіз досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності зробили О. Підопригора, О. Підопригора, В. Долга, В. Белов, Г. Виталиев, Г. Денисов, О. Ноговіцин, Є. Онисько, Т. Шевелева, І. Дахно, Г. Андрощук, В. Кунцевич, О. Святоцький, В. Петрова та інші. Разом з тим, залишаються не розкритими повністю питання адаптації підприємств до умов інтернаціоналізації економіки та розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Мета дослідження. Обґрунтувати теоретичні, методичні та практичні засади удосконалення процесу комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності за умов розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств та реалізації інтеграційних прагнень України.

Виклад матеріалу основного дослідження. На сучасному етапі розвитку суспільства та активізації міжнародної торгівлі питання, пов'язані із комерціалізацією та використанням результатів інтелектуальної творчої праці людини, стають все більш актуальними. Тому доктрина комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності є однією з найбільш важливих у формуванні ідеології інноваційної моделі розвитку суспільства.

Інтелектуальна власність є винаходом, ідеєю, продуктом чи процесом, які зареєстровані урядом і надають винахіднику (чи автору) ексклюзивні права на використання винаходу протягом певного періоду часу. Уряди використовують декілька методів захисту інтелектуальної власності. Авторські права надаються з метою захисту оригінального авторства. Торговельні марки надають виробникам ексклюзивні права на характерне ім'я. Патенти закріплюють за винахідником на термін 15 і більше років ексклюзивне право виробляти, використовувати чи продавати винахід [1].

Метою комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності є отримання прибутку за рахунок їх використання у власному виробництві або шляхом продажу чи передачі прав на їх використання іншим юридичним чи фізичним особам. Розрізняють такі шляхи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності:

- використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві;
- внесення прав на об'єкти інтелектуальної власності до статутного капіталу підприємства;
- передача (продаж) прав на об'єкти інтелектуальної власності [2].

Практика переконливо доводить, що можна ходити по найкращим чорноземам у світі, отримувати за лізинговими угодами найсучаснішу техніку, навіть мати необхідні фінансові ресурси, проте отримати найкращі результати господарювання можна тільки за умови використання інноваційних технологій та накопичених людськими ресурсами знань та навиків, що становлять результати інтелектуальної праці. Саме не усвідомлення чи ігнорування цього положення може звести нанівець намагання ведення ефективного агробізнесу [3]. Беззаперечним є те, що найуспішнішими організаціями є такі, які постійно здійснюють інновації на основі впровадження нових технологій, а також використання знань, досвіду та навиків своїх працівників. Можна стверджувати, що цінність компанії все в більшій мірі генеруються активами, які мають нематеріальну форму. Саме люди і знання, якими вони володіють, та їх здатність до інновацій, а також ноу-хау, ліцензійні угоди, організаційна культура та інші нематеріальні активи стають найбільш важливими ресурсами для розвитку організації.

З іншої сторони, з розвитком сучасних цифрових технологій, та пришвидшення темпів інтеграції України у світовий економічний простір, контроль за дотриманням прав на інтелектуальну власність стає дедалі важчим. Деякі вчені та експерти взагалі вводять новий термін, як «Анархономіка». Так, згідно з доповіддю Копенгагенського інституту

дослідження майбутнього анархономіка це ситуація, коли анархічні, творчі, та комерційні мережі комерційні компанії конкурують та доповнюють один одного [4, с. 64].

Ми всі спостерігаємо швидке розповсюдження безкоштовного контенту та сервісу як в Інтернеті, а також і в офлайновому світі: Вікіпедія, відкрите програмне забезпечення, книги, музика, дизайн, тощо. Подібний контент створюється та розповсюджується самими користувачами на добровільній основі в саморегулюючій мережах на основі принципів анархії. Все це кидає виклик традиційному бізнесу. Це і є анархономіка. Як зазначають дослідники Копенгагенського інституту дослідження майбутнього анархономіка вибереться за межі інтернету і радикально змінить економіку фізичного світу. Все, що може бути оцифровано, буде оцифровано, а ціна цифрових товарів прагне до нуля. Дистрибуція через соціальні мережі чи мобільний Інтернет теж прагне до нуля. Знання та ідеї, будучи цифровими товарами, звичайно ж, відрізняються від фізичних товарів, але ми бачимо, що речі фізичного світу рухаються в бік оцифровки. Як може існувати економіка в таких умовах? [4]

Вплив анархономіки на ринку в майбутньому утвердиться і посилиться під впливом кількох чинників. Ємність і потужність комп'ютерів зросте. Більш поширеним стане і мобільне підключення до інтернету. У результаті з'являться більш ефективні способи стиснення зображення і звуку. Інтернет продовжить своє проникнення. Особливий поштовх розширенню додасть зростання мобільних мереж. Стане більше історій, контенту і розмов. Користувачі отримають більш досконалі інструменти для виробництва відео і музики. Більше сервісів стануть орієнтуватися на місце розташування користувача. Все зростаюче розмаїття інтересів користувачів інтернету буде оформлятися в групи, мережі, мови, віртуальні світи і форми відносин практично до безкінечності.

У майбутньому в Інтернеті досягне успіху той, хто розуміє як знайти те, що шукаєш, як знайти корисне в океані мережевих розмов, як перетворити знання в дію.

Об'єктом для поглиблених емпіричних досліджень процесів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності нами обрано Інститут луб'яних культур та ФФС НААН м. Глухів Сумської області.

Інститут луб'яних культур та ФФС НААН на сьогодні є світовим лідером з проблем коноплярства. Розробки вчених інституту користуються попитом на ринку різних країн світу. Найбільшою популярністю, як в Україні, так і за її межами користуються різні сорти конопель, насіння конопель, методичні розробки з проблем селекції та насінництва, колекції сортів конопель, технологічні розробки щодо вирощування конопель та їх первинної переробки. За 75 років існування Інститутом одержано понад 100 охоронних документів (авторські свідоцтва, патенти на винаходи і корисні моделі) у галузях збирання, первинної переробки та селекції луб'яних культур (льону, конопель, кенафу, джуту і канатнику). Патентний фонд Інституту налічує понад 11 тисяч повних описів винаходів і біля 13 тисяч рефератів по селекції, збиранню та первинній переробці луб'яних культур. Сфера використання конопель постійно розширюється, розробляються нові технології, які дозволяють підвищити ступінь використання усіх складових компонентів стебла, що створює умови коноплям конкурувати з іншими сільськогосподарськими культурами.

В умовах розвитку ЗЕД та глобалізації економіки співпраця Інституту з торгівлі правами інтелектуальної власності отримує нового поштовху. Так, міжнародна торгівля з Російською Федерацією та Китайською Народною Республікою полягає в реалізації насінневого матеріалу, сорту ЮСО – 31 сільськогосподарським підприємством України, здійснюється обмін генетичним матеріалом з науковими установами, популяризації до-свіду вирощування конопель та первинної їх переробки.

Співробітництво інституту з країнами Європейської Співдружності та Американського континенту здійснюється, як на пряму, так і через Французьку Федерацію конопель. Так, обмін генетичним матеріалом, методичними розробками в селекції та насінництві та іншими консультаційними питаннями відбувається безпосередньо між інститутом та зацікавленими суб'єктами підприємницької діяльності, а також науковими установами інших держав. Реалізація насінневого матеріалу сортів конопель в країни Європи та Американського континенту відбувається через Французьку Федерацію конопель, з якою інститут має угоду, щодо представлення інтересів інституту в даних регіонах через популяризацію розробок інституту, вирощування та реалізацію насінневого матеріалу. Так, насіння інституту висівається через Французьку Федерацію конопель у Франції, Великобританії, Чехії, Польщі, Німеччині, Латвії та Литви (рис.1).

Співробітництво інституту з країнами Європейської Співдружності та Американського континенту здійснюється, як на пряму, так і через Французьку Федерацію конопель. Так, обмін генетичним матеріалом, методичними розробками в селекції та насінництві та іншими консультаційними питаннями відбувається безпосередньо між інститутом та зацікавленими суб'єктами підприємницької діяльності, а також науковими установами інших держав.

Реалізація насінневого матеріалу сортів конопель в країни Європи та Американського континенту відбувається через Французьку Федерацію конопель, з якою інститут має угоду, щодо представлення інтересів інституту в даних регіонах через популяризацію розробок інституту, вирощування та реалізацію насінневого матеріалу. Так, насіння інституту висівається через Французьку Федерацію конопель у Франції, Великобританії, Чехії, Польщі, Німеччині, Латвії та Литви.

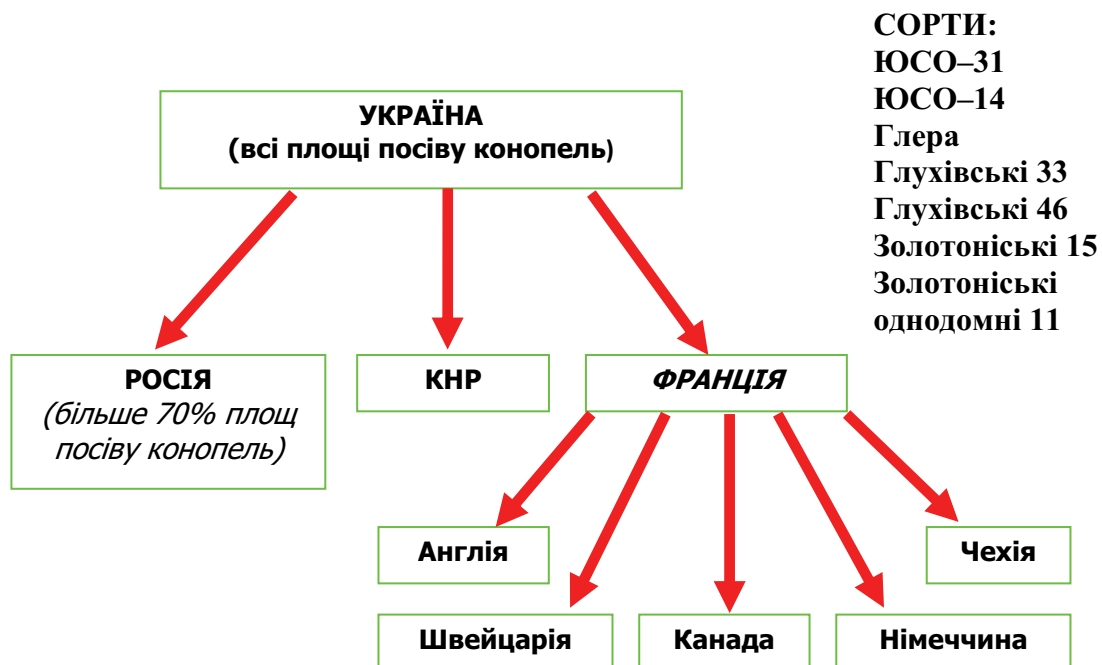


Рис. 1 Схема розповсюдження сортів конопель в світі селекції Інституту луб'яних культур та фітофармацевтичної сировини НААН України

Джерело: складено авторами.

Використовуючи та реалізуючи українські сорти для посівів, Французька Федерація конопель сплачує інституту роялті – грошову винагороду за користування інтелектуальною власністю, динаміка обсягів яких подана в табл.1.

Безперечно, кошти є зовсім незначними, але проблема полягає у відсутності адаптованих методик комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, їх оцінки та віддзеркалення у балансах підприємств.

Таблиця 1
Динаміка обсягів надходження роялті до ІЛК ФФС від ФФК

Показник	Роки			2010 від 2008, +/-
	2008	2009	2010	
Обсяги надходження роялті за право використання сортів, тис. грн.	84	68	110	+26.0

Джерело: складено авторами

Інтеграція України у світогосподарський простір потребує приведення до світових стандартів процесів управління об'єктами інтелектуальної власності.

Висновки. Зовнішньоекономічна діяльність інституту є невід'ємною і важливою частиною господарської діяльності підприємства. Вона допомагає позиціювати наукові розробки вчених інституту на зовнішньому ринку та отримувати фінансові, додаткові надходження. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності є необхідною передумовою підвищення іміджу підприємства, його ринкової вартості та конкурентоздатності.

Для досягнення кращих результатів на зовнішньому ринку необхідно нарощувати обсяги сільськогосподарського виробництва, відмовлятися від застарілих технологій і освоювати нові, вживати заходів щодо зниження собівартості конкурентоспроможної продукції та підвищення рівня рентабельності. Досягти поставленої мети можна взявши за основу інноваційний шлях розвитку, який вважається наразі найефективнішим.

Список використаних джерел

1. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальна економіка – складова інноватики та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / О.Б. Бутнік-Сіверський // Матеріали XIII Міжнародної научно-практичної конференції «Актуальні питання розвитку інноваційної діяльності» – Режим доступу : http://www.innovations-crimea.gov.ua/content.php?cid=innov2008_1.
2. Потехіна В.О. Інтелектуальна власність / В. О. Потехіна. – К.: ЦУЛ, 2008. – 414 с.
3. Михайлова Л.І. Людський капітал: формування та розвиток в сільських регіонах. Монографія / Л.І.Михайлова. – К.: Центр учбової літератури. – 2008. – 388 с.
4. Анархоніка. Доклад Копенгагенського інституту досліджень майбутнього / Переклад публікується по матеріалам двох докладів Institutet for Fremtidsforskning (Copenhagen Institute for Futures Studies), «Anarconomy» (3/2009) и «Out of Control» (1/2010) на умовах ліцензії Creative Commons. // Єкатеренбург: Ультракультура 2.0, 2011.
5. Шевелева Т. Правові аспекти регулювання відносин, пов'язаних з комерційною таємницею, в проекті Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю» / Т. Шевелева // Інтелектуальна власність. – 2008. – № 7. – С. 9–14.