

УДК 69.05:330.13

**КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ НАУКОВИХ РОЗРОБОК В БУДІВЕЛЬНІЙ
ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ РОЗРОБКИ СОУ Д.1.2 „НОРМАТИВИ
ВИТРАТ ТРУДА ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ РОБІТ З ОЦІНКИ
ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЙНОЇ ПРИДАТНОСТІ
КОНСТРУКЦІЙ БУДІВЕЛЬ І СПОРУД”)**

к. е. н., с. н. с Івлєва Н. П.

*Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій
(ДП НДІБК), м. Київ, Україна*

Численні дослідження доводять, що в умовах глобалізації ринкова реалізація інновацій обмежує дію окремих економічних законів. Зокрема закон попиту та пропозиції на ринку науково-технічних розробок не спрацьовує як на рівноважних ринках, де будь-які порушення регулюються механізмом ціноутворення [1]. Виключні права на об'єкти інтелектуальної власності (право власності на ДБН, ГБН, ДСТУ належить державі, будівельні норми не є об'єктом авторського права) дозволяють підтримувати штучний дефіцит та за умови обмеження бюджетного фінансування на розробку нормативної бази у будівництві, встановлення вартості розробок за залишковим принципом, відсутності стимулювання розробок за власні кошти підприємств виводить ринок із стану рівноваги. З огляду цього, єдиним фактором для утримання стабільних лідируючих позицій в умовах глобалізації, який можливо мобілізувати в досить короткий термін, є наукові розробки та отримання плати за їх використання. Для ДП НДІБК різновидом інноваційного продукту може бути СОУ – розроблений та затверджений Стандарт Організації України.

З огляду цього, метою статті є теоретико-економічне обґрунтування категорії „комерціалізація наукових розробок в будівельній галузі”, її способів реалізації на ринку.

Розглянемо способи комерціалізації наукової розробки на прикладі СОУ Д.1.2-02495431-001:2008 “Нормативи витрат труда для визначення вартості робіт з оцінки технічного стану та експлуатаційної придатності конструкцій будівель і споруд”). Нормативний документ було розроблено за власні кошти ДП НДІБК, що склало 40000 грн. станом на 01.06.2008 р., на сьогодні реалізовано 114 примірників за договорами на надання інформаційно-консультаційних послуг. Сума виручки за договорами склала 102000 грн. На безоплатній основі передано підрозділам та співробітникам інституту 52 примірники та 12 – стороннім організаціям (замовникам та експертизі).

В умовах загострення конкурентної боротьби на світових ринках технологій не достатньо лише створити інновацію. Не менш складним та важливим завданням для отримання максимального ефекту від розробки є її швидка комерціалізація.

Категорія «комерціалізація» поєднує два терміни, а саме реалізація та комерція. В загальному розумінні під комерціалізацією розуміють реалізацію на комерційній основі створеного продукту в різноманітних його формах та видах на національному або світовому ринку з метою отримання прибутку [2 с. 56].

Наукова розробка, у вигляді науково-технічної продукції, проходить такі етапи комерціалізації: визначення перспективного напрямку розробок, перетворення НДДКР в об'єкт продажу на ринку, пошук потенційних покупців, адаптація інноваційного продукту до вимог конкретного покупця з подальшою його реалізацією та отриманням комерційного ефекту – прибутку. Тобто в широкому розумінні комерціалізація наукової розробки, поєднуючи елементи маркетингу та менеджменту, ототожнюється з торгівлею таким товаром.

Підсумовуючи різноманітні підходи до визначення поняття «комерціалізація інновацій», зроблено висновок, що це процес реалізації науково-технічної продукції на ринку технологій, шляхом його передачі/надання дозволу на використання або продажу на основі відповідного договору з метою отримання комерційної вигоди [1].

Власне комерційна вигода від реалізації такого товару у вигляді доданої вартості становить неабиякий інтерес для всіх учасників процесу комерціалізації, якими можуть бути наукові організації, інвестори, підприємства-споживачі, посередники, держава.

В умовах кризового стану будівельної науки, загострення конкурентної боротьби на світовому ринку будівельних технологій, досить актуальним постає дослідження і аналіз способів комерціалізації інновацій.

Світова практика виокремила наступні основні системи дій, що дають можливість застосувати інновації відомі як способи їх комерціалізації (рис. 1.)

Кожен із наведених способів комерціалізації є дієвим і спроможний принести власникові СОУ прибутки у разі ефективного їх використання.

Важливим аспектом наукової розробки є те, що не всі результати наукових та науково-технічних робіт стають об'єктом купівлі продажу. Наприклад державний стандарт – ДСТУ, як науково-технічна продукція, вони використовуються в загальнодоступному режимі, тобто всі економічні суб'єкти мають рівні можливості використання науково-технічної продукції. Вільний доступ заперечує додаткової вигоди, а відсутність ознаки унікальності не дозволяє отриманим результатам виступати як товар.

Якщо говорити про використання СОУ *на власному підприємстві*, то розрізняють впровадження у виробництво – використання підрозділами інституту та їх внесення до статутного інтелектуального капіталу технічного комітету базової організації. Перевагами такого способу є те, що даний об'єкт створений максимально відповідним внутрішнім вимогам і потребам інституту та спроможний приносити додаткові прибутки власникові. Тобто даний спосіб комерціалізації є виправданим. Але для цього необхідні неабиякі власні кошти, перш за все, для розробки, створення такого об'єкту і доведення його до стану „чинний”.

Спільне використання інноваційних продуктів передбачає різні форми кооперації з іншими підприємствами. При формуванні спільних Технічних комітетів також можливо вкладення прав на СОУ до статутного інтелектуального капіталу. Це дозволяє брати участь в організаційно-управлінських процесах Технічних комітетів і отримувати певні прибутки залежно від розміру вкладених прав. Тобто такого роду права (співавторство при розробці СОУ) становлять собою на сьогодні нематеріальний актив, що має реальну цінність, створює додаткову ринкову вартість підприємства і може бути формою участі у інтелектуальному капіталі інших підприємств, приносити реальну вигоду власників. Віднесення прав на СОУ до статутного інтелектуального капіталу дозволяє збільшити його, що, в свою чергу, є привабливим з точки зору інтересу кредиторів та інвесторів до даного підприємства.



Рис. 1. Способи комерціалізації наукових розробок
Джерело: Складено автором на основі [2, 5, 6]

У випадку успішного виконання інноваційного проекту інноваційний продукт - СОУ можливо комерціалізувати шляхом *продажу виключних прав на наукову розробку* або *передачі прав на її використання* на основі договорів між правовласником (продавцем) та покупцем.

В першому випадку відбувається процес відчуження-присвоєння інноваційного продукту та прав власності на нього як при звичайній торгівлі товарами. Але в зв'язку з унікальністю товару найбільш привабливим є договори на використання об'єкта інтелектуальної власності у вигляді угод лізингу, франшизи. У випадку їх укладання майнове право у частині його володіння залишається за власником, передаються лише права користування.

Загалом, слід зазначити, що такий підхід до комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності становить собою неабиякий інтерес для обох сторін угоди. Правовласник одержує прибуток у вигляді платежів за користування переданим ним правом іншій особі, тим самим компенсує понесені свого часу витрати на створення такого об'єкту. Друга сторона даного процесу (лізингоотримувач, франчайзі), у свою чергу, отримує вже готові розробки, технологію, „торгову марку” - як то „розроблено ДП НДІБК”, імідж, ім'я тощо, маючи економію на витратах за наукові дослідження та розробку нормативних документів за власні кошти. Тому ефективна організація такого формату ведення бізнесу є привабливою для обох сторін угоди.

За угодою *лізингу* лізингодавцем надається право користуватись інноваційним продуктом СОУ лізингоотримувачу у вигляді розміщення в інформаційних автоматизованих системах та як складові програмних продуктів для розрахунку кошторисної вартості робіт з використанням комп'ютерів. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в господарській діяльності розвинутих країн застосовують оперативний (сервісний), фінансовий (капітальний), прямий, зворотний або частковий лізинг, сублізинг.

Варто зазначити, що укладання угоди лізингу має як позитивну сторону, так і негативну. Серед переваг такого способу комерціалізації виділяють початок платежів після фактичної поставки предмету лізингу, наявність гнучкої системи платежів, ризик морального зносу, як-то зміна чинного законодавства, цілком лежить на лізингодавці, тощо. Недоліком лізингу є завищення платежів у зв'язку з передбаченням необхідності перегляду/переробки СОУ, при опрацюванні програмних продуктів за умови фінансового лізингу все одно потрібно здійснювати платежі.

Але найбільш вагомою перешкодою комерціалізації наукових розробок є порушення авторського права. Більшість розробників програмних продуктів (українські та російські) - електронних бібліотек, комп'ютерних програм для розрахунку кошторисної вартості будівництва безсоромно використовують розробки на свій розсуд, з помилками. На сьогодні не існує дієвого механізму заборони використання без дозволу та відповідальності за помилки. (На прикладі вирішення питань з розробником комп'ютерної програми для

розрахунку кошторисної вартості будівництва зазначеного СОУ, справа зупинилася на стадії ігнорування розробником-порушником авторського права листа від Мінрегіону)

За договором *франшизи* покупець за власний кошт створює необхідні творчі колективи для розробки СОУ, а продавець надає йому технологічний та навчальний супровід та інші послуги, що дозволяють покупцю більш впевнено, швидко і з меншими витратами вийти на ринки збуту та постачання інноваційного продукту - СОУ.

З огляду вищевикладеного комерціалізацію наукових розробок можна вважати стратегічним джерелом досягнення конкурентних переваг на будівельному ринку. Вибір тієї чи іншої форми та способу комерціалізації інноваційних продуктів має бути обґрунтованим з точки зору мети створення інновацій та очікуваного прибутку від їх комерційної реалізації. В ході цього процесу власники інноваційного продукту повинні отримувати гідну винагороду, а сама інновація впроваджуватися в практику. При цьому встановлюються тісні зв'язки з проєктувальниками, будівельниками та бізнес-замовниками, зростають доходи та, як наслідок, покращується економічний стан країни в цілому.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Зубко О.В. Теоретичні аспекти комерціалізації інновацій в умовах глобалізації / Зубко О.В /Будівельна наука в системі забезпечення ефективної роботи будівельної галузі України. – К.: 2010 – С. 2.-10
2. Владыка М.В. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности ВУЗов: цели, формы, проблемы // Владыка М.В. Университетское управление. 2009. – №5. – С.54-63.
3. Соболев Н.А. Предпринимательская деятельность в сфере коммерциализация инноваций [Текст]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/Соболев Н.А. –М., 2007. – 190 с.
4. Шингур М.В. Організаційно-економічний механізм комерціалізації науково-технічних розробок [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.02.02/ Шингур М.В. – Київ.нац.ун-т ім. Шевченка. – К., 2003. – 21 с.
5. Мешко Н.П. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності у сфері міжнародного науково-технічного обміну/ Мешко Н.П., Робота П.В. Економічний простір, 2008. – №12/1. С. 40-46.
6. Железный В.Б. Коммерциализация прав на результаты научно-технической деятельности./ Железный В.Б. Знание. Понимание. Умение. 2007. –№ 3. – С. 162–169