

- вдосконалення механізму управління інноваційною діяльністю;
- активізація інноваційної діяльності шляхом надання різних пільг, дотацій, при цьому використовуючи зарубіжний досвід;
- технічне і технологічне переоснащення в сільськогосподарських підприємств.

Отже, інноваційна діяльність є важливою складовою прискорення розвитку сільського господарства та сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції сільського господарства на внутрішньому та зовнішньому ринках.

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 4 липня 2002 р. № 40 // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 144. – С.10-12. 2. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О.І. Дацій. – К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2004. – 428 с.

Довбенко В.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ЗАВДАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ РОЗРОБОК

Особливостями сучасного стану економіки є недостатність коштів на самостійне проведення масштабних досліджень і розробок, велика різниця у рівнях споживання різних видів, розпорошення зусиль для вирішення багатьох завдань та розмитість орієнтирів розвитку у зв'язку з конфліктом інтересів сторін. Зазначені проблеми наносять велику шкоду економіці, соціальній сфері і стану довкілля. Успішне вирішення зазначених проблем можливе за умови поширення передових технологій у виробничу і соціальну сферу за рахунок дифузії та активного впровадження інновацій.

Ідея економіки, заснованої на знаннях, рушійною силою котрої є інновації, в українському суспільстві значною мірою дискредитована, а колись потужний індустриальний потенціал вичерпано. Тому у найближчі роки важливо «започаткувати процеси, які нарощуватимуть інноваційний потенціал, створюватимуть механізми інноваційного розвитку, поступово переводячи економіку на інноваційну основу» [1, с.12].

Провідну роль у сучасному інноваційному процесі мають відіграти інноваційний бізнес, університети і дослідницькі установи. Проте як вчить світовий досвід важлива роль у запуску необхідних механізмів поширення інновацій має відігравати держава. Так у США для подолання кризи комерціалізації державної інтелектуальної власності (тільки 5% патентів залучалося в комерційний оборот) було прийнято закон Бея - Доула (Bayh - Dole Act), згідно з яким наукові та некомерційні організації отримали виняткові права стосовно розпорядження створеними ними винаходами. Даний закон викликав справжню революцію. Його результатом стало створення понад семи тисяч нових компаній, які активно почали використовувати розробки університетів [2]. З метою активізації інноваційної діяльності та трансферу технологій Комісією Європейських співтовариств у 2008 р. було прийнято Кодекс практики для університетів та інших державних науково-дослідних організацій, який передбачає ефективне використання наукових результатів за рахунок заходів із сприяння передачі знань на національному рівні та Створенні Європейського дослідницького простору.

Основними формами передачі технологій у системі міжнародного науково-технічного обміну є патентні та ліцензійні угоди, «ноу-хау», франчайзинг, інжиніринг (табл.).

Сутність основних форм трансферу технологій¹

Основні форми передачі (трансферу) технологій				
Патентна угода (власник патенту уступає свої права на використання винаходу покупцеві)	Ліцензійна угода (власник винаходу чи ноу-хау надає дозвіл на використання технології)	«Ноу-хау» (надання технічного досвіду і секретів виробництва для їх використання)	Франчайзинг (надання прав на використання торгівельної марки чи фірмової назви і послуг)	Інжиніринг (організація проектування, монтаж, управління і передача об'єктів в експлуатацію)

¹Примітка: сформовано автором

З метою комерціалізації результатів наукових розробок університети спільно з іншими учасниками ринку інновацій повинні створити центри трансферу технологій для надання зацікавленим сторонам необхідних консультаційних послуг, допомоги у пошуку та залученні інвестицій у процесі комерціалізації результатів наукових розробок та продуктивному використанні різних форм трансферу технологій.

Необхідно налагодити партнерські взаємини держави, науки і бізнесу шляхом формування ефективних мережевих структур (інноваційних кластерів, центрів трансферу технологій, венчурних фондів, технологічних та наукових парків тощо). Зазначені інфраструктурні складові покликані інтенсивно взаємодіяти між собою, а також з потенційними замовниками ліцензій та інноваційних продуктів. Важливо також забезпечити ефективне управління процесом обміну ідеями та розробками, забезпечити тісну взаємодію сторін у ході реалізації ними перспективних інноваційних проектів.

Суттєво прискорюють швидкість опрацювання нових ідей і комерціалізації результатів розробок відкриті інновації. Одночасно це допомагає зменшити ризики і сприяє притоку ресурсів для досягнення поставлених цілей з виведення нових продуктів на ринок. При цьому зовнішні можливості поєднуються із внутрішнім потенціалом розвитку, тобто суб'єкт господарювання отримує додаткові шанси для розвитку за рахунок ефективних форм зовнішньої кооперації. Відкритий тип інновацій пов'язаний із розвитком аутсорсингу, активною участю споживачів в інноваційному процесі і у значній мірі залежить від розвитку ринків трансферу технологій.

У праці «Нові межі відкритих інновацій» Г.Чесбро разом із В. Вангавербеком і Ж. Вестом запропонували механізм запуску моделі відкритих інновацій, який включає такі етапи [3, с.40]:

- 1) визначення вихідних умов (формулювання проблеми, укладення угод з партнерами, визначення зобов'язань сторін, пошук та виділення ресурсів);
- 2) пошук учасників (підбір учасників за обраними критеріями, забезпечення мотивації учасників та їх підготовка до співпраці);
- 3) організування співпраці (управління процесом співпраці, визначення платформи та інструментів взаємодії, визначення організаційних структур)
- 4) використання результатів реалізації спільних проектів.

Функції інноваційного посередництва у США взяли на себе Innocentive.com, vet2.com, Ninesigma, YourEncore та IdeaConnection, які в якості провайдерів надають послуги компаніям у процесі розроблення та реалізації інноваційних стратегій. Вони організують конкурси оригінальних ідей, управлінських і технологічних рішень, допомагають широко розповсюджувати їх результати серед потенційних винахідників та відіграють активну роль у процесі передачі технологій.

Серед основних труднощів комерціалізації, з якими стикаються університети, наукові установи, великі і малі підприємства, а також приватні особи при комерціалізації науково-технічних розробок, можна виділити [4, с.17]:

- перетворення науково-технічних розробок у товар на ринку технологій;

- виявлення, оцінка й охорона інтелектуальної власності;
- розроблення бізнес-плану і пошук партнерів та інвесторів;
- вибір шляхів просування розробок (товарів, послуг) на ринок;
- вибір форми комерціалізації (реалізації) на ринку технологій.

Дані проблеми є комплексними і важливо забезпечити системний інтегрований підхід до їх вирішення. Для цього необхідно сформувати екосистему інновацій, де суб'єкти інноваційної діяльності матимуть можливість розкривати свій потенціал і мати широкий спектр варіантів його продуктивного застосування відповідно до свого бачення перспектив розвитку економіки.

1. *Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с.* 2. *Нагачевська Т.В. Сучасні тенденції міжнародного трансферу технологій та перспективи України //www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009.../09ntvpou.pdf.* 3. *Chesbrough H. New Frontiers in Open Innovation / Henry Chesbrough, Wim Vanhaverbeke, Joel West. Oxford University Press, 2014. – 345 pp.* 4. *Бутко М.П. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності в умовах поглиблення інтеграційних процесів /М.П. Бутко О.В. Попело. Проблеми і перспективи економіки і управління. – 2015. – № 1 (1). – с.7-20.*

Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

ОЦІНКА ДОДАНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ВАРТОСТІ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Ринок як інститут суспільства інтегрує соціальні дії людей у всіх сферах життєдіяльності: виробничій, побутовій, освітній, духовній та інших – і перетворює їх у ринкову поведінку економічних суб'єктів [1].

Ринок освітніх послуг (ОП) являє собою цілісну, взаємопов'язану багатокомпонентну систему соціально-економічних відносин між вищими навчальними закладами (ВНЗ) та споживачами (зовнішніми стейкхолдерами) з метою продажу і покупки освітніх послуг. Підвищення ефективності його функціонування передбачає впровадження маркетингового підходу у сфері освітніх послуг [2].

Нормальне функціонування будь-якого ринку передбачає наявність розвиненої системи засобів, що забезпечують здійснення обміну між його суб'єктами. Дана система повинна включати різні способи та організації, за допомогою яких відбувається рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів та робочої сили. Ця система отримала назву інфраструктури ринку. Інфраструктура будь якого ринку, в тому числі і ринку ОП, – це основа, підґрунтя, фундамент економічної системи та її підсистем, її внутрішня будова, що забезпечує цілісність. Завдяки інфраструктурі здійснюється рух потоків товарів і послуг від продавця до покупця [3].

Таким чином, у проекції до освіти, інфраструктура ринку це комплекс інститутів, служб, підприємств, організацій, які забезпечують нормальний режим безперебійного функціонування ринку. Суб'єктами ринку освітніх послуг є виробники послуг даного типу, споживачі послуг, посередники і держава, а також органи державного і муніципального управління і місцевого самоврядування [4].

Виробниками освітніх послуг і продуктів виступають освітні установи, які формують товарну пропозицію освітніх послуг. До них відносяться загальноосвітні установи (школи, ліцеї, коледжі); ВНЗ (університети, академії, інститути); навчальні заклади (бізнес-школи, освітні центри по підготовці та перепідготовці кадрів та ін.);