

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Проаналізовано основні етапи комерціалізації інтелектуальної власності та розглянуто основні елементи структури управління інтелектуальною власністю.

Аннотация. Проанализированы основные этапы коммерциализации интеллектуальной собственности и рассмотрены основные элементы структуры управления интеллектуальной собственностью.

Annotation. Basic stages of commercialization of intellectual property and basic elements of the structure of intellectual property management are analyzed.

Ключові слова: інтелектуальна власність, комерціалізація, підрозділ інтелектуальної власності, підрозділ трансферу технологій.

Інтелектуальна власність, впливаючи на підвищення якості продукції і на розширення її споживчих властивостей, сприяє зростанню обсягу продажів і отриманню надприбутку. Підходи до інтелектуалізації виробничих процесів, ускладнення систем управління підприємствами та організаціями нагально потребують детального аналізу інтелектуальних ресурсів та інтелектуального капіталу, які в цей час набувають статусу основних ресурсів виробництва [1]. На жаль, процеси стратегічного управління на багатьох підприємствах і в організаціях не чітко визначені і та формалізовані і ефективність управлінської діяльності недостатньо висока. Специфіка економічного змісту цих процесів надає підвищену актуальність та значущість проблемам комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності як особливим виробничим активам сучасних підприємств.

Методологія, теоретичні і практичні основи інтелектуальної власності, зокрема процеси її комерціалізації, певним чином розроблені в дослідженнях таких науковців, як: Бромберга Г. В., Бубенка П. Т., Власенко О. С., Волинкової М. В., Журіна К. В., Зінова В. Г., Іжевського П. Г., Козирева А. М., Крайнева П. П., Линніка М. В., Макарова В. Л., Новосельцова О. В., Орлова П. А., Перерви П. Г., Цибульова П. М., Щедріної Т. І. та ін.

Аналіз напрацювань науковців дозволяє зробити висновок про існування проблеми з формуванням організаційного механізму комерціалізації інтелектуальної власності.

Комерціалізація – процес трансформації результатів НДДКР, що зберігають свою ринкову актуальність, в продукти і послуги на ринку з метою отримання доходу від їх продажу, ліцензування або самостійного використання.

Мета даної роботи – обґрунтування теоретичних положень і методичних рекомендацій з формування і реалізації процесу комерціалізації інтелектуальної власності.

Кінцевим результатом інноваційної діяльності є створення певного нововведення, однак процес комерціалізації не тільки повинен бути безперервним, як і сам інноваційний пошук, а повинен починатися ще до закінчення розробок. Система менеджменту процесом інновацій передбачає створення центральних служб для координації інноваційної діяльності [2].

На середніх підприємствах дуже істотною умовою ефективного управління ІВ, як найважливішою частиною корпоративної інноваційної системи, є формалізація процесу управління – визначення функцій, послідовності їх виконання, керуючих факторів і ресурсів, а також учасників процесу. Основними елементами структури управління ІВ є підрозділ інтелектуальної власності, підрозділ трансферу технологій (інновацій), а також орган, що координує управління ІВ у рамках загальнокорпоративної інноваційної системи. Підрозділ трансферу технологій характерний скоріше для університетів і дослідницьких організацій, але наявність підрозділу фахівців, що виконують функції комерціалізації нових розробок на підприємствах також досить актуально. По-перше, багато компаній мають свої власні дослідницькі, конструкторські підрозділи і підрозділ трансферу взаємодіє з ними, здійснюючи технологічний аудит і внутрішньофірмовий трансфер технологій. Підрозділ трансферу технологій може бути як окремою структурою, так і об'єднаним із підрозділом ІВ.

Роль координуючого інноваційну діяльність підрозділу крім спеціально створюваних для цієї мети комісій можуть виконувати вже наявні на підприємствах структури, такі, як, наприклад, науково-технічні ради. У компетенцію такого підрозділу повинні входити питання загальнокорпоративного управління інноваційною діяльністю та спеціальні питання, пов'язані з управлінням ІВ, такі, як:

прийняття рішень про спосіб комерціалізації технологій;

узгодження ліцензійних договорів;

узгодження договорів про взаємини між підприємством і працівником (винахідником);

розгляд спорів та вирішення конфліктів у сфері інтелектуальної власності.

Для невеликих підприємств із щорічним числом заявок на реєстрацію об'єктів ІВ у кількості 10 – 15 одиниць більш ефективним є наявність координуючого підрозділу або менеджера, наділеного функціями управління ІВ

Для великих компаній, підприємств, дослідних інститутів більш доцільним може бути формування власного підрозділу ІВ – центру розвитку, що виконує повний комплекс робіт у сфері ІВ.

Центри розвитку – це нова форма організації інноваційного процесу, що передбачає створення самостійних підрозділів, не пов'язаних з основними видами діяльності організації. Вони призначені для розробки інновацій, які скорочують витрати виробництва, підвищують якість продукції, забезпечують виробництво нової продукції, стимулюють розширення обсягу продажів і сприяють завоюванню ринкових позицій. Для стимулювання керівників і персоналу центру запроваджується особливий порядок. Зарплатня співробітників і винагорода менеджерів залежать від комерційних результатів діяльності центру, комерційні ризики і невдачі, пов'язані з упровадженням інновації, не спричиняють покарань за умови відсутності помилкових управлінських рішень.

У іншому випадку доцільне формування цільових проектних груп чи центрів з розробки інновацій, організацію консультативної допомоги у сфері інновацій. Центральні служби координації діяльності забезпечують комплексний підхід до такої діяльності: розробляють єдину науково-технічну політику, контролюють і координують інноваційну діяльність, проведену у різних виробничих підрозділах. Дані підрозділи координують інноваційну діяльність залежно від етапу комерціалізації.

Етапи комерціалізації наведені на рис. 1.

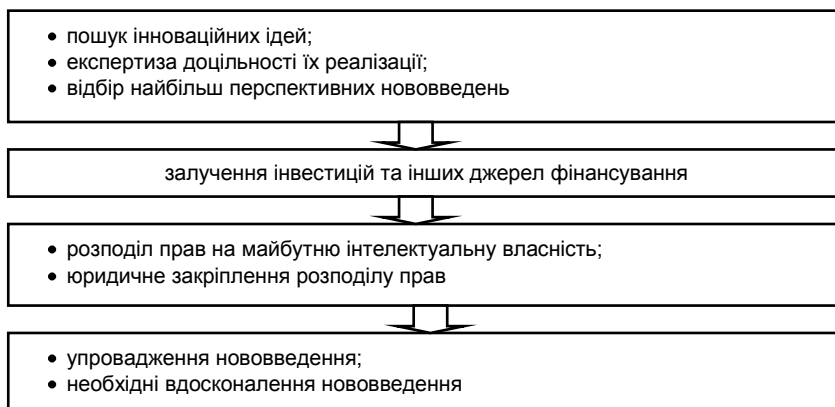


Рис. 1. Етапи комерціалізації

Перш за все, в процесі комерціалізації відбувається пошук і відбір проектів для впровадження у виробництво. Експертиза проектів є оцінкою комерціалізації проекту за деякими критеріями, на підставі яких і здійснюється подальший відбір інновацій, їх можна розбити на два блоки (рис. 2).

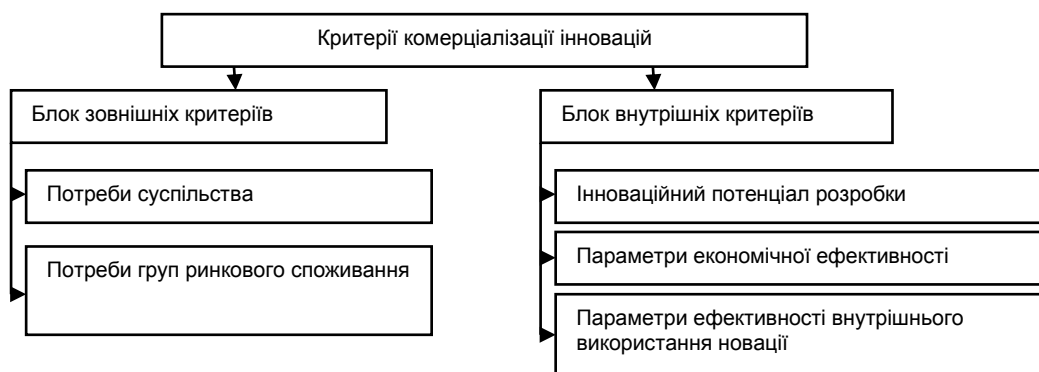


Рис. 2. Критерії комерціалізації інновацій

Для реалізації першого етапу комерціалізації доцільне створення спеціальних підрозділів та програмно-цільових груп.

Спеціалізовані підрозділи – ради, комітети з розробки інноваційної політики – створюються переважно у великих організаціях, що випускають наукоємну продукцію. Завданням таких підрозділів є визначення ключових напрямів інноваційного процесу і подання конкретних пропозицій вищому керівництву для ухвалення рішень.

Програмно-цільові групи з проведення наукових досліджень нової продукції та технології – це самостійні господарські підрозділи для здійснення інноваційного процесу пошуку ідей конкретної програми. Вони створюються на середньому рівні менеджменту у складі підрозділів маркетингу, ІДКР, служб головного конструктора і технолога. Цільові групи, що створюються на тимчасовій чи постійній основі терміном на 1 – 5 років, сприяють ефективній організації творчого пошуку.

На другому етапі процесу комерціалізації необхідно залучити інвестиції для фінансування впровадження новації. Для цього на підприємстві створюються венчурні підрозділи та спеціалізовані централізовані фонди стимулювання інновацій, які організуються за допомогою частини прибутку організації і використовують для пришвидшення впровадження інновації у виробництво. Завдяки централізованим фондам фінансують дослідження і розробки, що мають значення для діяльності всієї організації.

Також створюються консультативні чи аналітичні групи, що складаються з дослідників, менеджерів і представників функціональних підрозділів, відповідають за прогнозування розвитку технології і попиту на нову продукцію, вибір перспективних ідей, визначення тематики досліджень, координацію роботи вчених, конструкторів, технологів.

Третій етап процесу комерціалізації – розподіл і закріплення прав на інтелектуальну власність. Даний момент є особливо важливим, оскільки інновація не захищена належним юридичним чином, фактично не належить своєму розробнику і може бути вільно скопійована і продана іншими дослідниками.

Четвертий етап комерціалізації – впровадження новації у виробництво з подальшим її доопрацюванням і техніко-правовим супроводом. Таким чином, досягається кінцева мета процесу: новація реалізується в кінцевому ринковому продукті, приносячи прибуток у зворотному напрямі від виробника до правовласника.

Виконання останніх двох етапів забезпечується підрозділом трансферу та координуючим підрозділом.

Ступінь участі різних підрозділів у розробці інновації визначається значною мірою сферою діяльності організації і характером продукції, що випускається. В організаціях із виробництва споживчих товарів визначальна роль щодо асортиментної політики належить фахівцям із маркетингу. Натомість у компаніях, що спеціалізуються на випуску продукції виробничого призначення, важливіша роль у науково-технічній політиці належить конструкторським і технологічним підрозділам.

Ініціатива розробки інновації, що надходить від керуючих маркетинговою діяльністю, представлена як результат маркетингового дослідження, що містить інформацію про потреби і попит ринку, про технологічні потреби і можливості організації, конкурентні аналоги на ринку. Коли ідеї про розробку інновації надходять від конструкторських і технологічних підрозділів, вони представлені як результат цілеспрямованої дослідницької діяльності щодо перспективних виробів і технологій.

Особливу роль при формуванні систем управління ІВ підприємства грає узгодженість з корпоративною інноваційною системою. Система управління ІВ може стати першим кроком створення інноваційної системи і тому особливо важливим при розробці ідеології та механізмів управління ІВ є їх орієнтація на комерціалізацію нових знань, інноваційний розвиток організації та підвищення ефективності інноваційних процесів.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Валдайцев С. В. Оценка интеллектуальной собственности / С. В. Валдайцев. – М. : Изд. Экономика, 2009. – 420 с.
2. Кендюхов О. В. Интеллектуальная собственность / О. В. Кендюхов. – К. : ІнЮре, 2009. – 500 с.