

Модуль 3. Економічні аспекти комерціалізації інтелектуальної власності та захист прав

Тема 2. Економічні аспекти комерціалізації інтелектуальної власності.

Мета. Дослідження ступеня впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства, спрямованого на покращення капіталізації нематеріальних активів такого суб'єкта господарювання в ринкових умовах. **Методика дослідження.** Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці провідних вітчизняних і зарубіжних науковців, присвячені розгляду інституційно-правових та економічних аспектів утворення і застосування об'єктів інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів підприємства, питань управління об'єктами інтелектуальної власності з боку підприємств. В роботі використано метод теоретичного узагальнення; системний підхід; метод аналізу і синтезу. **Результати.** В роботі доведено, що інтелектуальна власність підприємства є стратегічним активом, що забезпечує сталі конкурентні переваги та покращує конкурентоспроможність підприємства. Встановлено, що отримані за рахунок використання об'єктів інтелектуальної власності конкурентні переваги є нестабільними, а їх стан значним ступенем залежить від багатьох неконтрольованих або слабо контрольованих факторів у складі системи її управління. Як такі фактори, для українських підприємств виділено: низьку швидкість трансферу сучасних технологій; недосконалість правового захисту результатів інтелектуальної діяльності; неналежний стан соціально-економічних умов для розвитку ефективного ринку інтелектуальної власності; ускладненість в розрахунках економічної ефективності використання її об'єктів та ін. **Наукова новизна.** Отримав подальший розвиток теоретичний підхід до обліку економічного аспекту впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства шляхом побудови стратегічного ланцюга «інтелектуальна власність – конкурентоспроможність підприємства», який є логічним процесом управління і дозволяє встановлювати стійкі взаємозв'язки в процесі управління означеними категоріями. **Практична значущість.** Рекомендовано процес розробки і впровадження стратегії управління нематеріальними активами підприємства здійснювати за принципом побудови господарського портфелю з урахуванням результатів аналізу стратегічного середовища відносно впливу на об'єкти інтелектуальної власності та у невід'ємному зв'язку такої стратегії з функціональними стратегіями підприємства.

Постановка проблеми.

Планування, розробка і виробництво конкурентоздатної продукції є одним з пріоритетних напрямів розвитку суб'єктів господарювання. В працях зарубіжних та українських вчених такі поняття, як конкуренція, конкурентоздатність (конкурентоспроможність), конкурентні переваги висвітлено доволі ємно. Але питання розкриття змісту та встановлення впливу такого фактору конкурентоспроможності як інтелектуальна власність потребує подальшого дослідження, оскільки за останні роки збільшилася увага до нематеріальних активів суб'єктів господарювання. Водночас, дослідження такого впливу не завжди є пріоритетним серед керівників сучасних українських підприємств, що негативно відображується на капіталізації вітчизняного бізнесу й конкурентоспроможності національних товаровиробників. Отже, дослідження інтелектуальної власності як складової нематеріальних активів, характеристика та опис її структури, встановлення ступеня проблематичності її впливу на конкурентоспроможність українських підприємств є актуальною й потребує розробки відповідного теоретико-методичного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Інституційно-правові аспекти, проблематика утворення і застосування інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів, питання управління підприємствами об'єктами інтелектуальної власності висвітлено в працях таких українських дослідників, як Наберухіна В.А. [1], Проскуріної Н.М. [2], Семенової В.Г. [3], Павленко Т.В. [4], Перерви П.Г. [5], Тесли А.І. [6], Череп О.Г. [7], Гарної С.О. [8], Бриля І.В. [9], Фоміної О.В. [10] та ін.

Невирішені складові загальної проблеми.

Однак, приймаючи до уваги численні дослідження українських вчених, слід зазначити, що певні питання стосовно визначення ступеня впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання залишаються актуальними і потребують більш детального вивчення.

Формулювання цілей статті.

Метою статті є дослідження ступеня впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства, спрямованого на покращення капіталізації нематеріальних активів такого суб'єкта господарювання в ринкових умовах.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Швидкоплинність умов ринкового середовища, високий ступінь невизначеності й необхідність стратегічних змін, загострення ринкової конкуренції стають головними викликами для довгострокового успіху підприємств. Крім того, необхідність ефективного застосування інтелектуальних ресурсів, активізація інноваційної діяльності є підґрунтям для обліку збільшення в структурі капіталу підприємств вартості об'єктів інтелектуальної власності.

Для сучасної економічної системи конкуренція є закономірною та потребує випуску високоякісної продукції з метою утворення ефективного споживчого ринку, здатного задовольнити платоспроможний попит населення. Для того, щоб здійснювати стабільне економічне зростання, підприємствам необхідно реалізовувати активну інноваційну політику, засновану на застосуванні наукових високотехнологічних виробництв, розвитку матеріальної наукової бази, виробничій модернізації, утворенні об'єктів прав інтелектуальної власності та ринку інноваційної продукції.

Зараз слід враховувати те, що нематеріальні активи відіграють провідну роль в процесі формування капіталу, все більшу частину діяльності економічної сфери складає обмін інформацією, ідеями, послугами та досвідом. Тобто, спрямовуючи розвиток підприємств в інноваційне русло та створюючи науково-технічний потенціал, можна вивести з кризового стану економіку країни в цілому. Промислова діяльність підприємств має бути пов'язаною з оновленням продукції та виробництва, що є на ринку умовою для виживання. На сьогоднішній день інтелектуальний капітал є одним з ресурсів для покращення ефективності економіки, який має пріоритет у сучасному виробництві та є гарною перевагою у боротьбі з основними конкурентами підприємства.

Останнім часом в розвинутих європейських країнах можна спостерігати зміщення акцентів в бік уваги саме до інтелектуальних фондів, ніж до фінансових й матеріальних, як основних виробничих факторів. Саме тому могутнім ресурсом покращення конкурентоспроможності підприємства є його інтелектуальна власність. Маючи виняткові зареєстровані права на винахід або технологію виробництва, продукція підприємства стає більш привабливою для споживача і має покращені споживчі якості. При цьому, технічне рішення, на яке оформлюється патент на винахід, має відповідати таким критеріям, як світова новизна, винахідницький рівень, промислова застосовність тощо. Існування патенту вказує на особливі властивості продукту та унікальність, що є ознакою якості.

Сьогодні підприємства розуміють, що, окрім застосування традиційних фінансових ресурсів, ще існує і право на інтелектуальну власність, з його допомогою можна не лише покращити прибуток, а й захистити себе від конкуренції, оновити продукцію свого підприємства, з метою покращення її привабливості на ринку.

Фірми, що швидше освоїли виробництво товару, першими вийдуть на ринок та візьмуть кращу частку на ньому. Для послідовників буде ж потреба в подоланні порога виходу на ринок, а саме:

– фірми, які першими освоїли товарне виробництво та винайшли новітню технологію або фірми, які використали під час виробництва продукту ноу-хау та утримують їх, утворюють для послідовників підвищений поріг виходу на ринок;

– фірми, які першими освоїли товарне виробництво, раніше конкурентів почнуть «рухатись» по кривій свого досвіду та до моменту виходу конкурентів на ринок вже пройдуть по ній певний шлях, зменшуючи свої виробничі витрати;

– фірми, які першими освоїли товарне виробництво, раніше за інших з'являться на ринку та отримають імідж першопрохідника в певній області, у них будуть в наявності споживачі-прихильники, що ускладнить конкурентам вихід на ринок.

Правильне застосування в діяльності підприємства інтелектуальної власності є запорукою покращення його конкурентних позицій на ринку, а також може слугувати джерелом зниження собівартості продукції й отримання додаткового доходу за рахунок ліцензійних платежів з боку зацікавлених партнерів, що користуються такими продуктами на законних засадах. Отже, підприємство зацікавлене у безпосередній комерціалізації власних об'єктів інтелектуальної власності й розробці на цій основі сучасних, затребуваних ринком товарів, робіт, послуг. Крім того, до такого кроку їх можуть підштовхувати такі фактори споживчого ринку, як виникнення нових запитів з боку споживачів, загроза переходу продукції зі стадії зрілості в стадію занепаду, посилення конкуренції на ринку тощо. Створення унікальної продукції вирізнятиме підприємство серед основних гравців на ринку та формуватиме його конкурентні переваги за рахунок умовної монополізації сегмента, на якому буде присутня така продукція. Об'єкт інтелектуальної власності володіє першочерговим пріоритетом щодо розподілу ресурсів підприємства, формування його іміджу та іміджу його торговельної марки.

Таким чином, інтелектуальна власність – це запорука впровадження ефективної інноваційної складової в діяльності підприємства, а також ціннісний елемент у складі його нематеріальних активів. Зокрема, інтелектуальна власність здатна забезпечити дохід суб'єкту господарювання за рахунок комерціалізації захищеної патентом (свідоцтвом) продукції або послуги, нарощуючи його присутність на національному ринку, а також за рахунок продажу майнових прав на випуск такої продукції або об'єктів інтелектуальної власності як такий. Крім того, наявна інтелектуальна власність підвищує інвестиційну привабливість підприємства в очах майбутніх інвесторів та збільшує його ринкову вартість.

В означеній площині взаємодії інтелектуальної власності та конкурентоспроможності підприємства існує низка проблем, що потребують вирішення, зокрема:

– неповнота аналізу результатів впровадження інновацій в господарську діяльність підприємств;

– недостатній ступінь правової захищеності інтелектуальної власності в країні;

– недостатній рівень свідомості суб'єктів господарювання відносно використання об'єктів інтелектуальної власності;

– недосконалість системи державного регулювання ринку інтелектуальної власності та ін.

Наведений перелік засвідчує необхідність першочергової розбудови на теренах України системи інтелектуальної власності, яку б було визнано у провідних країнах світу, та яка б відповідала міжнародним стандартам з її захисту. Крім того, функціонування такої системи сприяло б стимулюванню і розвитку творчого та винахідницького потенціалу, покращувало інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання.

На думку авторів [7], саме утворення на підприємствах ефективної системи управління об'єктами інтелектуальної власності дозволить покращити прибутковість їх інтелектуальної діяльності, а продукування об'єктів інтелектуальної власності сприятиме насиченню ринку й застосуванню нових правових, економічних та організаційних управлінських механізмів.

Отже, формування ефективної системи інтелектуальної власності починається саме на мікрорівні, тобто зі створення об'єкта інтелектуальної власності та реалізації основних функцій з його управління. Основними завданнями такого управління виступають

розвиток інтелектуального та інноваційного потенціалу у складі стратегічного середовища підприємства, комерціалізація результатів інтелектуальної власності, забезпечення належного рівня економічної безпеки, підвищення конкурентоспроможності підприємства на засадах використання нематеріальних активів тощо. Сам механізм управління може бути опосередкованим у вигляді певної функціональної стратегії підприємства, що складається з окремих стратегічних альтернатив.

Перевагами правильно розробленої стратегії управління об'єктами інтелектуальної власності є дії, спрямовані на досягнення стратегічних результатів від створення та використання об'єктів інтелектуальної власності:

- зміцнення ринкових позицій підприємства за рахунок використання у виробництві та маркетингу результатів новітніх НДДКР;
- покращення фінансових позицій підприємства шляхом підвищення прибутковості основної діяльності від скорочення витрат на виробництво;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок виробництва і реалізації продукції та послуг високої якості, використання нових ринкових можливостей і запобігання загроз посилення конкурентного тиску на засадах використання інтелектуальної власності та ін.

Економічна складова розгляду проблематики впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства в загальному випадку полягає у розгляді їх характеристик в контексті функціонування вільного ринкового механізму. За цих умов капіталізація результатів використання 55 об'єктів інтелектуальної власності є результатом інтегральної взаємодії факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а економічна ефективність і конкурентоспроможність підприємства зумовлюються певними показниками, що мають абсолютний (технологічність, економічність, потужність, ресурсоємність) та відносний (конкурентний статус, конкурентна позиція) вираз. Отже, схема впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства матиме наступний вигляд (рис. 1).

Рис. 1. Схема впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємств

Інтелектуальна власність
Підвищення якості та ефективності
Підвищення капіталізації
Конкурентоспроможність підприємства

Реалізація послідовності ланок в ланцюгу «інтелектуальна власність – конкурентоспроможність підприємства» є логічним процесом управління, спрямованим на забезпечення тривалого успіху суб'єкта господарювання, під час якого потрібно враховувати складність стратегічного середовища та його мінливість. При цьому, розробка і впровадження стратегії управління нематеріальними активами повинна враховувати усі сильні та слабкі сторони, можливості і загрози для створення і використання об'єктів інтелектуальної власності, і може здійснюватися за одним із трьох напрямів, інтегрованих до складу функціональних стратегій підприємства за принципом формування господарського портфелю:

- по-перше, виробнича стратегія зі спрямованістю на забезпечення підтримки технічної виробничої переваги товаровиробника;
- по-друге, збутова стратегія, орієнтована на забезпечення, повноцінне охоплення, розширення та збереження існуючих ринків збуту, а також освоєння нових;
- по-третє, ліцензійна стратегія, метою якої є отримання додаткового прибутку від реалізації прав на використання об'єктів інтелектуальної власності.

Таким чином, на сьогодні управління нематеріальними активами є невід'ємним компонентом стратегічного управління підприємством в контексті використання

результатів інтелектуальної власності. А, враховуючи актуальність використання інтелектуальної праці при створенні високоякісної продукції, можна стверджувати про незаперечність її ролі у формуванні конкурентоспроможності підприємства в цілому. Отже, інтелектуальна власність стимулює розробку стратегічних рішень стосовно впровадження її об'єктів у виробничі та збутові процеси, поширення на ринках товарів, послуг і технологій, що, в кінцевому випадку, сприяє нарощуванню стратегічного конкурентного потенціалу підприємства. Інтелектуальна власність Підвищення якості та ефективності Підвищення капіталізації Конкурентоспроможність підприємства

Висновки з проведеного дослідження.

Беззаперечно, інтелектуальна власність підприємства є стратегічним активом, що забезпечує сталі конкурентні переваги та покращує конкурентоспроможність підприємства.

Розгляд економічного аспекту впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність дозволив побудувати стратегічний ланцюг «інтелектуальна власність – конкурентоспроможність підприємства» та встановити стійкі взаємозв'язки в процесі управління означеними категоріями.

При цьому, отримані за рахунок використання об'єктів інтелектуальної власності конкурентні переваги є нестабільними, а їх стан значним ступенем залежить від багатьох неконтрольованих або слабо контрольованих факторів у складі системи її управління.

Одними із таких факторів в Україні є: низька швидкість трансферу сучасних технологій; недосконалий правовий захист результатів інтелектуальної діяльності; неналежний стан соціально-економічних умов для розвитку ефективного ринку інтелектуальної власності; ускладненість в розрахунках економічної ефективності використання її об'єктів та ін.

Подолання їх негативного впливу є пріоритетним завданням при розробці стратегії управління нематеріальними активами, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українських підприємств та капіталізації бізнесу в сучасних ринкових умовах.

Постановка проблеми.

Однією з передумов нового вектору розвитку України є комерціалізація результатів інтелектуальної діяльності науковців. В зв'язку з цим питання вдосконалення механізму комерційної реалізації інтелектуальної власності належить до найбільш важливих теоретичних і практичних аспектів економічного розвитку, а в умовах сучасної української економіки дана проблема набуває виняткової важливості. Це пов'язано з тим, що невпинно зростає потреба впровадження у виробництво ефективних технологій і нововведень, тому для більшості управлінців модернізація та удосконалення технологічної бази вітчизняної промисловості є усвідомленою необхідністю. Питання комерційного використання об'єктів інтелектуальної власності є актуальним ще й тому, що інновації сьогодні визначають економічну незалежність кожної держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні й методологічні основи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності певним чином розроблені в дослідженнях таких провідних вчених: В.М. Жук, Л.В. Бражна [1], О.Б. Бутнік-Сіверський [2], Л.С. Вербовська [3], М.М. Капінос [7], Ю.С. Рудченко [9], Г.Л. Ступнікер [10] та інші. Однак проблеми комерційного обігу інтелектуальної власності залишаються повністю не вирішеними, що й зумовлює необхідність продовження досліджень в даному напрямку.

Метою статті є обґрунтування теоретико-концептуальних засад комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, формування основних шляхів комерціалізації за стадіями втілення комерційної ідеї та виділення основних проблемних аспектів функціонування об'єктів інтелектуальної власності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В сучасних умовах економіки значно зростає роль та значимість використання об'єктів інтелектуальної власності в діяльності суб'єктів господарювання. Питанням інтелектуальної власності дедалі більше приділяють увагу на державному та комерційному рівнях, однак так було не завжди, і вже сьогодні офіційно зафіксовано, що за час приватизації вітчизняних підприємств Україна втратила близько 800 млрд грн у зв'язку з тим, що саме інтелектуальні активи не були враховані у процесі проведення такої приватизації [3, с. 78]. Це знизило вартість підприємств, за якою вони були відображені в обліку на 50–80%. Більше того, за час незалежності Україна втратила 2 млрд грн. тому, що в балансовій вартості підприємства є тільки 1% інтелектуальних активів порівняно з країнами ЄС, у яких це число, за деякими оцінками, сягає від 70% цієї вартості. За даними Державного департаменту інтелектуальної власності [8] за останні п'ять років зареєстровано понад 160 тис. об'єктів майнових прав на інтелектуальну власність. Щороку збільшується кількість нових запатентованих винаходів, корисних моделей, зразків. І це закономірний процес, який відображає світові процеси формування інноваційної економіки, основним ресурсом якої є знання [6, с. 81].

Використання інтелектуальної власності в ринковій економіці здійснюється на засадах її комерціалізації, механізм якої уможливорює безперервний рух інтелектуального капіталу та отримання прибутку.

Задача вдосконалення механізму комерційної реалізації результатів інтелектуальної діяльності відноситься до числа найважливіших теоретичних і практичних аспектів економічного розвитку.

Метою комерціалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності є отримання прибутку за рахунок використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві або продажу чи передачі прав на їх використання іншим юридичним чи фізичним особам [12, с. 72].

Комерціалізація інтелектуальної власності в даний час в світі перетворилася в самостійну сферу економічних відносин і за оцінками експертів складає близько 5 трлн дол. США на рік. Темпи зростання комерціалізації таких об'єктів на міжнародному ринку становлять 12%, що істотно вище темпів росту промислового виробництва (2,5–3% на рік).

Завдяки комерціалізації інновацій провідні країни світу займають домінуючі позиції на міжнародному ринку наукомісткої продукції, частка яких становить: США – 39%, Японія – 30%, Німеччина – 16%, в той час як частка України – менше 0,1%. Тому проблема комерціалізації результатів науково-дослідної діяльності підприємств має принципово важливе значення для інноваційного розвитку вітчизняної економіки [2, с. 51].

Аналізуючи точки зору провідних вчених, можна зауважити, що науковці по-різному підходять до трактування цього терміна. Деякі автори описують комерціалізацію як один із етапів інноваційної діяльності підприємства, як правило, останній. Інші науковці розглядають її як результат науково-дослідної діяльності, як процес, як практичне використання наукових розробок, як сприяння продажу інновацій, як набір певних дій, призначених для трансформації науково-технічної продукції в об'єкт купівлі-продажу тощо. О.Б. Бутнік-Сіверський у своїй праці поділяє комерціалізацію на два рівні. Комерціалізація на макрорівні – це складова національної інноваційної системи та, водночас, запорука забезпечення економічного розвитку країни. Комерціалізація на мікрорівні розглядається з чотирьох позицій: як інструмент упровадження результатів інноваційної діяльності; як умова досягнення комерційного ефекту; як послідовна зміна інноваційних етапів; як кінцевий етап процесу розроблення нового товару [2, с. 52].

На наш погляд, комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності це процес перетворення результатів науково-технічної та інноваційної діяльності в товар і їх ефективна реалізація в промислових масштабах з метою отримання прибутку. Комерціалізація починається з моменту виявлення перспектив комерційного використання

нової розробки й закінчується реалізацією розробки на ринку й одержанням комерційного ефекту.

Існує ряд проблем комерціалізації інтелектуальної власності, серед яких варто виділити наступні: недостатньо розроблена нормативно-правова база, яка характеризується суперечностями та колізіями трьох основних напрямів: юридичного, податкового та бухгалтерського;

– нерозвиненість процесів комерціалізації інтелектуальної власності на підприємстві;

– відсутність єдиного підходу до оцінки об'єктів інтелектуальної власності, а також підходів до оцінки унікальних об'єктів інтелектуальної власності; – низька інноваційна активність підприємств;

– недостатня кількість висококваліфікованих спеціалістів з питань обліку, охорони, оподаткування та управління інтелектуальною власністю.

За словами П. Цибульова, об'єкти права інтелектуальної власності можуть бути придатними до комерціалізації, якщо: обсяг потенційного ринку більше ніж у 100 разів перевищує витрати на розробку і просування нового продукту до ринку;

– наявна висока компетентність персоналу;

– наявні виключні права на ОПІВ;

– існує сприятливе конкурентне відношення: ціна/якість;

– продукція відповідає стандартам;

– наявний бренд [11, с. 112–113].

Становлення механізму комерціалізації інтелектуальної власності це складний процес як зі сторони економічних вимог, так і зі сторони його правового забезпечення. Головною метою в цьому процесі є отримання прибутку, а значить досягнення відповідної узгодженої комерціалізації з вимогами, які висуває правоздатність господарської діяльності з об'єктами права інтелектуальної власності – нематеріальними активами та відповідної економічної результативності ОПІВ в господарській діяльності, спрямованої на створення та реалізацію інноваційного продукту або інноваційної продукції. Механізм комерціалізації являє собою систему економічних і юридичних засобів перетворення прав на результати інтелектуальної діяльності на прибутковий товар шляхом його введення у цивільний оборот і отримання прибутку від його використання [2, с. 53]

Загалом існують такі основні способи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності: використання їх у власному виробництві; внесення прав до статутного капіталу; передача прав на об'єкт інтелектуальної власності (що передбачає, у свою чергу, передачу прав власності шляхом їх продажу і передачу прав використання). Кожний із наведених способів комерціалізації є дієвим і спроможний принести власникові прав гідні прибутки у разі ефективного їх використання [4, с. 45].

Вважається, що комерціалізація через використання об'єктів інтелектуальної власності у виробництві товарів і послуг є найбільш вигідною з точки зору отримання прибутку. Адже весь прибуток, що генерується об'єктами права інтелектуальної власності у процесі виробництва товару, залишається у правовласника об'єкта інтелектуальної власності [3, с. 80]. В той же час цей спосіб комерціалізації пов'язаний зі значними витратами на розроблення технології, запровадження продукції у виробництві тощо. Тому існує емпіричне правило, згідно з яким приступати до комерціалізації в такий спосіб слід у випадках, коли очікуваний прибуток від використання ОПІВ у виробництві у 100 і більше разів перевищуватиме витрати на створення ОПІВ.

Продаж ліцензій на використання об'єктів права інтелектуальної власності є одним з найпопулярніших способів їх комерціалізації, передача прав за договором комерційної концесії (франшизи) сприяє поширенню бізнесу, а вибір такої схеми комерціалізації, як лізинг, дозволяє підприємцям початківцям відкривати свою власну справу навіть за умов обмеженого стартового капіталу.

На практиці найчастіше передається лише право користування об'єктом інтелектуальної власності. Власник прав (ліцензіар) може продати ліцензію (видати дозвіл на користування об'єктом інтелектуальної власності) будь-якій особі (ліцензіату). Продаючи ліцензію, вони переслідують мету отримати прибуток, не втрачаючи капіталу на виробництво та освоєння ринку. Продаж ліцензії – це шлях упровадження технології на ринку без продажу товарної продукції [12, с. 73].

На практиці передача прав на використання об'єктів інтелектуальної власності передбачає отримання доходу ліцензіаром у вигляді роялті та паушального платежу, за рахунок отримання яких власник патенту покриває свої витрати на наукові дослідження. В Донецькій державній сільськогосподарській дослідній станції Національної академії аграрних наук України використовується змішана система винагороди за використання ОПВ, яка передбачає отримання паушального платежу під час підписання угоди та щорічну виплату роялті (5–9% від вартості реалізованого насіння ліцензіатами) після того, як ліцензійна угода набирає чинності. Економічна доцільність впровадження даної системи для наукової установи полягає в наступному: спочатку ліцензіар отримує суму грошових коштів від ліцензіата, яка не залежить від зриву впровадження, неуспішної експлуатації ліцензії, невдалої кон'юнктури ринку, а потім отримує грошові надходження у вигляді роялті у разі успішної реалізації та збуту продукції ліцензіатом.

Динаміка надходження договорів на реєстрацію у 2014–2015 рр. за Даними Державної служби інтелектуальної власності наведена в табл. 1 [8].

Статистичні дані Державної служби інтелектуальної власності України [8] свідчать, що у 2015 році зареєстровано 2086 договорів стосовно розпорядження майновими правами на об'єкти промислової власності (ОПВ), що приблизно на 3% менше, ніж у попередньому році. Наведені дані свідчать про те, що у 2015 році, порівняно з минулим, на 27% зменшилася кількість зареєстрованих ліцензійних договорів на використання об'єктів інтелектуальної власності (невиключні, виключні ліцензії). Також зменшилася кількість внесених до державних реєстрів відомостей про передання права власності на корисні моделі, промислові зразки та знаки для товарів і послуг, однак дещо збільшилася кількість зареєстрованих договорів про передання права власності на винаходи.

Осередком створення більшості інноваційних продуктів є науково-дослідні інститути. Однак саме в науковій галузі найбільше проблем, пов'язаних з комерційним використанням інновацій. Результати комерціалізації наукової та наукоємної продукції науково-дослідних установ НААН за 2011–2015 рр. наведено в табл. 2 [5, с. 492].

Найбільший дохід Національній академії аграрних наук України приносять договори від реалізації наукоємної продукції, на другому місці – господарські договори, на третьому – ліцензії. Майже не укладаються угоди про повну передачу прав власності на об'єкти права інтелектуальної власності. Що стосується результатів комерціалізації Донецької державної сільськогосподарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України, варто відмітити, що найбільший дохід отримано в результаті реалізації наукової продукції та надходження коштів від ліцензійних угод за такими сортами: сорт озимої пшениці Богиня (312942,0 грн. або 18,9% від загальної суми грошових надходжень), сорт озимої пшениці Донецька 48 (130357,0 грн. або 7,9%), ярого ячменю Донецький 14 (410891,0 грн. або 24,7%).

Як стверджують Ю.С. Юрченко та І.В. Жураковська: «основними причинами недостатнього залучення результатів селекції і генетики як об'єктів інтелектуальної власності в господарський обіг є [9, с. 81]:

- відсутність економічного механізму комерціалізації результатів інноваційної діяльності в сільському господарстві;

- не розроблено порядок вартісного (грошового) оцінювання результатів інтелектуальної діяльності;

– відсутність галузевої методики обліку об'єктів інтелектуальної власності, яка враховувала б тісний взаємозв'язок інновацій із біологічними активами та землею».

Патентовласник може отримати додатковий прибуток від використання свого об'єкта інтелектуальної власності за рахунок платежів за договором франшизи (в Україні – це договір комерційної концесії). Правовласник дозволяє іншій особі використовувати права на промислові зразки, фірмові найменування, торгівельні марки, технології, комерційну таємницю тощо. Різниця договору франшизи від звичайного ліцензійного договору у тому, що права передаються на пільговій, привілейованій основі. Так, користувач отримує вже готову технологію під відомою торгівельною маркою. Тому йому не потрібно відвойовувати місце на ринку, а його ризики зводяться до мінімуму.

Відносно новою формою комерціалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності є лізинг. За договором лізингу передається різне технологічне обладнання, верстати, прилади тощо, які виконані на рівні винаходів і захищені патентами. Тобто разом з технологічним обладнанням і процесом передається право користуватися об'єктом інтелектуальної власності. Вибір такої форми комерціалізації, як лізинг дозволяє починаючим підприємцям відкривати і розширяти свій бізнес навіть при досить обмеженому стартовому капіталі, оперативно використовуючи у виробництві сучасні досягнення науково-технічного прогресу [12, с. 82].

Таким чином, порівнюючи вищезазначені способи комерціалізації інтелектуальної власності можна зазначити, що спосіб комерціалізації шляхом використання об'єктів інтелектуальної власності у виробництві товарів може принести найбільший прибуток серед існуючих способів, він пов'язаний із найбільшими ризиками. Тому що від моменту прийняття рішення про комерціалізацію і до моменту випуску продукції минає багато часу і за цей час можуть статися події (виробничого, фінансового, політичного характеру), що перешкоджатимуть здійсненню інноваційного проекту або будуть ускладнювати його здійснення. Серйозною перешкодою для цього способу комерціалізації є те, що він вимагає значних початкових інвестицій (внутрішніх або зовнішніх) [10, с. 168].

Висновки : розвиток організаційно-економічного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності є необхідною і невід'ємною частиною побудови національної інноваційної системи, що направлена на підвищення конкурентоспроможності національної економіки і забезпечує перехід до стійкого економічного зростання. Таким чином, вибір найбільш прийняттого способу комерціалізації має бути обґрунтованим з точки зору очікуваного прибутку, який він може принести власникові прав в конкретних умовах. В результаті дослідження доведено, що економічний ефект від використання об'єктів права інтелектуальної власності у господарській діяльності забезпечує підприємству потенційні можливості: створення нової технології, освоєння нових ринків, зниження витрат на виробництво, поліпшення якісних характеристик продукції та її споживчої цінності. Аналіз дослідження показав, що застосування стратегічних підходів у питанні комерціалізації дозволить підприємству виходити на новий рівень у отриманні додаткових доходів та створенні нових інноваційних товарів. Подальші дослідження слід спрямувати на певне удосконалення механізму правової охорони та захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності, як такі, що гарантують отримання доходів від комерціалізації інтелектуальної власності.