

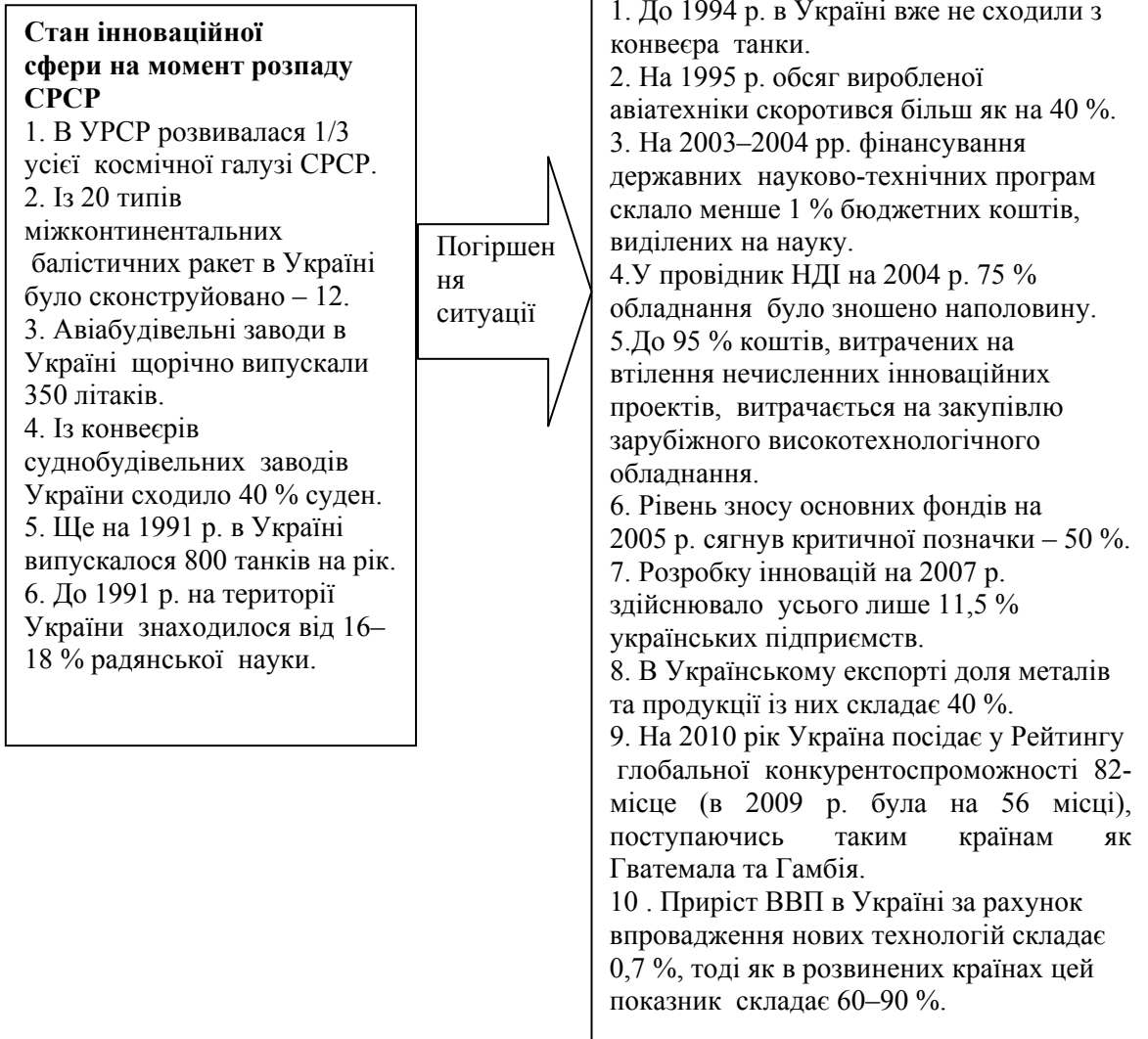
## **ПАТЕНТУВАННЯ, ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ВИНАХОДІВ ВЛАСНИМИ СИЛАМИ ЯК ВИДИ УНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ АКТИВНОСТІ**

Нинішній етап світового розвитку відзначається належністю розвинених країн до інноваційної моделі реформування економіки, тобто тієї моделі, в якій підприємства різної галузевої належності мають здатність виробляти інноваційні товари і послуги [1, с. 3]. Тож, вища освіта, яка беззаперечно є одним із найважливіших видів економічної діяльності у постіндустріальному суспільстві, нині також має виробляти інноваційний продукт як у формі інноваційних методів навчання, так і у формі ринкових товарів і послуг.

Виходячи із значного погіршення ситуації у сфері інновацій в Україні після розпаду СРСР (рис. 1), перед університетами стоїть непроста задача входження у тісну взаємодію із інноваційним бізнесом на ринкових засадах. Така взаємодія передбачає багатоканальність фінансування вищої освіти, що для університетів західних країн є притаманним вже досить давно: державне фінансування, ведення університетами освітньої діяльності на комерційній основі, надходження коштів за рахунок проведення наукових досліджень, фінансування міжнародними освітніми програмами та спонсорська допомога університетам, створення на базі університетів дослідницьких парків для поширення партнерств по науковому або бізнесовому розвитку між приватним сектором, урядовими структурами і академічним дослідницьким сектором.

Як бачимо, на даний час для університетів України основними є лише перші два джерела фінансування. Ця ситуація потребує радикальних змін, з огляду на постійну нестачу коштів в бюджеті та недобір студентів, який очікується у наступні роки з огляду на трансформації в системі освіти.

Кабінет Міністрів України 17 лютого 2010 р прийняв Постанову «Про затвердження Положення про дослідницький університет» [2]. Зважаючи на світовий досвід, саме дослідницькі університети мають потенціал для розвитку інноваційної діяльності в масштабах країни. Однак, декларування наявності певних структур в економіці, як свідчить, приміром, досвід більшості українських технопарків, замало. Необхідне створення ринкових засад для взаємодії університетів і бізнесу, а саме наявність попиту і пропозиції.



*Рис.1. Зменшення в Україні інноваційного потенціалу після розпаду СРСР*

Пропозиція з боку університетів може бути оцінена за кількістю патентів на винаходи, а також за рівнем людського капіталу університетів. З іншого боку, попит бізнесу на винаходи університетів можна оцінювати за активністю трансферу технологій – тобто за кількістю ліцензованих іншим фірмам університетських патентів, за кількістю проданих патентів або за кількістю винаходів, що вступили до етапу комерціалізації як в рамках спільних університетсько-бізнесових утворень, так і в рамках стартових компаній, створених при університетах (адже сам університет може створювати попит на власну пропозицію через фірми при університетах). Згідно статистики, за 2002–2004 рр. 66 університетами Німеччини було зареєстровано 2953 патенти (по 44,74 патенти на університет в середньому). За 2002 р. університети США отримали 3673 патентів [3].

Що стосується розподілу прав інтелектуальної власності при трансфері технологій, розробка яких частково або повністю фінансувалася із державного бюджету, то у світі існує два альтернативних варіанти вирішення цієї проблеми. Перший варіант – ліберальний, ґрунтується на тому, що майнові права закріплюються за виконавцем НДДКР, тобто за науковими установами, що самостійно вирішують усі питання, пов'язані із новинками. Такий підхід орієнтований на підвищення імовірності використання новинки. Другий варіант передбачає збереження прав власності за державою. Прихильниками першого варіанту вирішення зазначеної проблеми є такі країни як Великобританія і США, що дозволяє їм вводити в оборот до 70 % результатів науково-технічних досліджень. Відповідно до Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», права інтелектуальної власності на результати наукової роботи, що фінансувалася державою чітко не зафіксовані, допускається на прописування цих особливостей у договорі про виконання науково-дослідницьких робіт.

Стосовно того, що є ефективнішим – створювати фірми для комерціалізації новинок чи ліцензування іншим фірмам, ні серед університетських управлінців та науковців, ні серед урядовців однозначного висновку немає. Як свідчить досвід західних країн, більшість управлінців університетів схильні до створення нових компаній. Однак, таке рішення часто викликане не ринковим раціональним вибором, а прагненням здобути додаткове державне фінансування на розвиток бізнесу [4, с. 3–4]. З іншого боку, для університетів, що мають власний бізнес-інкубатор чи технологічний парк, або входять складовою до зазначених структур, вочевидь, більш ефективним є створення власної новаторської фірми, адже для цього вже є усе необхідне. При цьому, шлях інноваційної ідеї, створеної в рамках університету, багато в чому залежить від характеру самої ідеї та рис ринку, на якому вона може бути застосована. Існують новинки, що мають широке коло використання і не потребують великих капіталовкладень, а тому можуть комерціалізуватися через новостворену компанію, однак цілий ряд новинок передбачають подальшу доробку, значні капіталовкладення і впровадження в високовитратний бізнес, що під силу лише досвідченим технологічним корпораціям із наявністю необхідних коштів [4, с. 4].

Незважаючи на те, що саме патентування та ліцензування винаходів університетами є одним із показників їх ринкової активності, у такої діяльності є противники, з огляду на те, що першочерговим призначенням університетів є навчання студентів і фундаментальні дослідження. Згадаємо досвід Японії, пов'язаний із втіленням програми

наукових міст, а потім технополісів, коли ці процеси гальмувалися саме через консерватизм університетів і університетської наукової та управлінської еліти. Зазначені суперечності викликали цілу низку досліджень у західних країнах, націлених на аналіз того факту, що бажання університетів патентувати, ліцензувати і комерціалізувати винаходи підштовхує їх до досліджень прикладного характеру, а отже постає загроза занепаду фундаментальних досліджень. Останнє, в свою чергу, несе чималий ризик, оскільки порушується не тільки основна місія університетів, але й знищується одне із джерел виникнення нових ідей товарів. Маркетингові дослідження свідчать, що у той час як 75 % ідей нових товарів виникають внаслідок реалізації результатів прикладних досліджень, спрямованих на задоволення прихованого ринкового попиту, решта – 25 % нових ідей товарів виникають саме в рамках фундаментальних досліджень). Однак, проведений західними дослідниками аналіз стосовно патентної та комерційної активності університетів дає результати, що цілком можуть заспокоїти громадськість. Виявилось, що зазначена активність не суперечить тим показникам успішності університетів що зазвичай використовуються – наявність наукових публікацій, професорсько-викладацький склад, виступи на конференціях. У більшості випадків в університетах, де спостерігається найбільша патентна активність, відзначається і найбільша кількість наукових публікацій [4, с. 4]. Крім того, університети, де відбувається активне патентування винаходів, створюють у своїй структурі служби передачі технологій (Technology transfer offices – TTOs). Такі служби дозволяють не відволікатися університетським дослідникам на організаційні та бізнесові моменти, якщо тільки цього не потребує доробка новинки на етапі комерціалізації. Крім того, статистика свідчить, що у створенні більшості запатентованих новинок в рамках університетів приймали участь студенти та аспіранти, що є позитивним для їх досвіду.

## ЛІТЕРАТУРА

- 1 Щербак В.Г. Інноваційні аспекти управління трудового потенціалу. Монографія / Щербак В.Г. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 332 с.
- 2 Про затвердження Положення про дослідницький університет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://osvita.ua/legislation/Vishya\\_osvita/6826](http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/6826).
- 3 Концепція управління діяльністю в області ІС університета [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.unipat.pu.ru/Russian/policy\\_txt.html](http://www.unipat.pu.ru/Russian/policy_txt.html).
- 4 Сервантес М. Университетское патентирование: как университеты и государственные исследовательские организации используют свою интеллектуальную собственность для поощрения исследований и стимулирования новаторских предприятий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.wipo.int/export/sites/www/sme/ru/.../docs/academic\\_patenting.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/ru/.../docs/academic_patenting.pdf).