

12. Костюченко В.М. Консолідовані фінансові звіти: порядок складання за МСФЗ і П(С)БО / В.М. Костюченко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 6. – С. 34-41.

УДК 658.1:338.46:378

Буняк Н.М., к.е.н.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ НАУКОВИХ РОЗРОБОК УНІВЕРСИТЕТУ

У статті досліджено роль малого підприємництва у процесі комерціалізації наукових розробок університету. Визначено правові передумови створення університетами малих інноваційних підприємств. Окреслено основні бар'єри на шляху використання малого підприємництва для комерціалізації наукових розробок та розроблено пропозиції щодо їх усунення.

Ключові слова. Університет, наукові розробки, мале підприємництво, комерціалізація, стартап компанія, спін-офф компанія.

The role of small business in the commercialization of universities' scientific developments is investigated in the article. Legal prerequisites of universities small innovative enterprise are defined. The basic obstacles to the use of small business to commercialize scientific developments are outlined and suggestions for their elimination are developed.

Keywords. University, scientific developments, small business, commercialization, startup company, spin-off company.

В статье исследована роль малого предпринимательства в процессе коммерциализации научных разработок университета. Определены правовые предпосылки создания университетами малых инновационных предприятий. Обозначены основные барьеры на пути использования малого предпринимательства для коммерциализации научных разработок и разработаны предложения по их устранению.

Ключевые слова. Университет, научные разработки, малое предпринимательство, коммерциализация, стартап компания, спин-офф компания.

Вступ. Перехід України на інноваційний шлях розвитку є можливим лише за умов прискорення процесів інтеграції освіти, науки і бізнесу, практичного використання результатів наукових досліджень науково-дослідних установ та вищих навчальних закладів.

Особливу роль у цьому процесі повинні відгравати вітчизняні університети, які поряд з підготовкою висококваліфікованих спеціалістів відповідно до запитів ринку праці продукують нові знання та проводять наукові дослідження. Водночас слід відмітити, що наявність університетських наукових розробок за умови відсутності дієвих механізмів їх комерціалізації не сприяє успішному

формуванню в Україні економіки інноваційного типу.

У зв'язку з цим особливого значення набуває пошук ефективних форм комерціалізації результатів наукових досліджень університетів, які б сприяли нарощенню їхніх конкурентних переваг, налагодженню тісних взаємозв'язків з промисловістю.

Аналіз останніх досліджень. Протягом останніх декількох років значно зросла кількість публікацій, присвячених проблемам комерціалізації університетських наукових розробок. Вагомий внесок у дослідження окремих аспектів цієї проблематики зробили такі вчені, як І.А. Головушкін, В.Г. Дем'янчук., В.О. Дьомін, П.А. Златін, С.М. Квіт, М.В. Кісєлев, Л.В.Кожітов, С.Е. Майкова, Т.І. Макаренко та ін..

Методика досліджень. Разом з тим, незважаючи на значну кількість напрацювань у цій сфері, малодослідженими залишаються питання створення при університетах малих інноваційних підприємств для комерціалізації результатів їхніх наукових досліджень. Недостатня теоретична розробленість зазначених вище питань обумовлює необхідність проведення подальших досліджень у цьому напрямку.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення особливостей використання малих інноваційних підприємств у процесі комерціалізації наукових розробок університету.

Результати досліджень. Досвід розвинутих країн світу переконливо свідчить про перетворення університетів у потужні центри інноваційного розвитку, які можуть забезпечувати повний цикл створення інновацій:

– генерацію ідей, проведення фундаментальних і пошукових досліджень, одержання патентів (на цьому етапі інноваційного процесу забезпечується концептуальне розв'язання проблеми створення інновацій);

– прикладні дослідження, дослідно-конструкторські розробки, створення макетних і дослідних зразків нової техніки і технології (на цьому етапі інноваційного процесу забезпечується технічне розв'язання проблеми створення інновацій);

– комерціалізацію результатів наукових досліджень (організацію виробництва інноваційної продукції, розв'язання проблем інвестицій, проведення маркетингових досліджень, виведення готової продукції на ринок, забезпечення технологічного трансферу розробок тощо) [1, с. 89-90].

В умовах загострення конкуренції між університетами, скорочення бюджетного фінансування саме комерціалізація результатів наукових досліджень розглядається більшістю з них як альтернативне джерело фінансування діяльності, а відтак і виживання.

Процес комерціалізації охоплює всі аспекти трансформації результатів наукових досліджень в комерційно привабливі продукти та послуги з метою отримання прибутку:

– технічні аспекти й фактори виробництва (доступ до виробничого обладнання, наявність кваліфікованої робочої сили, підготовка виробництва, дизайн продукту та ін.);

– бізнес-менеджмент й аналіз ринків (комплекс планування бізнесу, вивчення ринку, маркетингу, комерційних аспектів виробництва, управління інтелектуальною власністю);

– фінансування виробництва (наявність власних фінансових ресурсів, запозичення коштів, кредитів банків, інвестиційних коштів та ін.) [2, с. 21].

Комерціалізація наукових розробок ВНЗ може передбачати повну або часткову передачу права власності на них, а також створення малого інноваційного підприємства для їх практичного використання. При цьому основними критеріями вибору способу комерційного трансферу є можливості університету та цілі, які він переслідує.

На думку С. Квіта, комерціалізація інтелектуальної власності у складі інноваційної продукції або інноваційних послуг є найвигіднішою. Хоча додана вартість, що була генерована інтелектуальною власністю в одиниці продукції, може бути малою, але, будучи помноженою на кількість продукції, вона досягає великого значення [3].

Досвід розвинутих країн світу переконливо свідчить, що саме малі інноваційні підприємства створені при університетах є найбільш ефективною формою комерціалізації його наукових розробок. Вони виступають з'єднувальною ланкою між наукою та бізнесом, забезпечують перетворення результатів наукових досліджень в готову продукцію, а також виводять її на ринок.

До основних переваг самостійної комерціалізації слід віднести отримання всього прибутку від реалізації інноваційного продукту, відсутність конкуренції на ринку та конфліктів інтересів, які можуть виникати при використанні інших її форм.

Правові засади створення малих інноваційних підприємств вітчизняними університетами закладені у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» та Законі України «Про наукову і науково-технічну діяльність».

Зокрема у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» зазначається, що «майнові права на технологію та/або її складові, що створені у процесі виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, які фінансуються за рахунок бюджетних коштів, належать установам, організаціям та підприємствам – виконавцям цих робіт» [4].

Згідно нової редакції Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015р. державні університети «мають право бути засновниками та співзасновниками господарських товариств та беруть участь у формуванні статутного капіталу такого господарського товариства виключно шляхом внесення до нього майнових прав інтелектуальної власності, виключні

майнові права на які зберігаються за державною науковою установою або державним університетом, академією, інститутом» [5]. Фактично ВНЗ отримали можливість створювати підприємства для комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності.

Мале інноваційне (академічне) підприємництво може реалізуватись в різних формах залежно від того, хто ініціює цей процес: окремий вчений чи сам університет.

У розвинутих країнах світу значного поширення набули стартап та спін-офф компанії, які відрізняються між собою способами створення, джерелами фінансування та взаємодією з університетом.

Стартап компанія (від англ. start up – «запускати») – це новостворена інноваційна компанія, або компанія, яка знаходиться ще в процесі створення. Її засновники мають новаторську бізнес-ідею, яку хочуть реалізувати, для цього проводить дослідження ринку, а також здійснюють пошук необхідних ресурсів. Класичні стартапи формуються без будь-якої підтримки з боку університету і є результатом прикладання зусиль окремого індивіда чи їх групи. Їхня співпраця з вищим навчальним закладом може обмежуватись звичайним ліцензійним договором.

Університетські стартапи утворюють студенти/випускники або викладачі, які розробили нові технології та запатентували їх, і відповідно хочуть отримати прибуток від їх реалізації. Вони, як правило, створюються при університетах на базі яких створено бізнес-інкубатори, що надають консалтингові, інфраструктурі, навчальні та інші послуги. Основними передумовами їхнього успіху на ринку є наявність унікальної ідеї, команди однодумців, а також необхідних ресурсів.

Спін-офф компанії (від англ. spin-off – «відгалуження») – це малі підприємства, інтелектуальний капітал яких сформувався за рахунок університету, який і був ініціатором їхнього створення. Спін-офф компанії отримують від нього підтримку у вигляді різноманітних ресурсів та виконують роль каналу передачі об'єктів права інтелектуальної власності, створених за рахунок коштів державного бюджету на ринок з метою отримання прибутку.

В створенні спін-офф компаній, як правило, беруть участь чотири сторони: розробник, університет, підприємець та венчурний інвестор. У випадку відсутності венчурного інвестора в його ролі виступає сам університет.

Незалежно від того, у якій організаційній формі створені малі інноваційні підприємства при університеті, їхньою основною метою є комерціалізація його наукових розробок.

Механізм комерціалізації університетських інновацій в малих інноваційних підприємствах приведений на рис. 1.



Рис. 1. Механізм комерціалізації університетських інновацій в малих інноваційних підприємствах [6]

Основними завданнями управління комерціалізацією наукових розробок університету за участі малих інноваційних підприємств є:

- оцінка та відбір результатів науково-дослідної діяльності, які володіють високим комерційним потенціалом;
- створення портфеля технологій, призначених для комерціалізації, а також портфеля замовлень на наукові розробки, які потребує ринок;
- організація та проведення патентних досліджень;
- надання послуг щодо забезпечення охорони різних видів інтелектуальної власності і ноу-хау;

- підготовка ліцензійних угод, контрактів на надання інженерно-консультаційних послуг, договорів про науково-технічну і виробничу співпрацю і т.п.;
- оцінка інтелектуального вкладу в інноваційній підприємства, що створюються;
- правова допомога у випадку порушення прав патентоволодіння і недобросовісної конкуренції;
- координація управління створеними малими підприємствами [7].

Загалом успіх малого інноваційного підприємства на ринку закладається вже на стадії його створення і визначається різними факторами (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори, що впливають на успіх комерціалізації результатів наукових досліджень [8, с.5]

Ступінь впливу	Фактори успіху
Вирішальний	- обрана вдала розробка (товар); - високопрофесійна команда спеціалістів; - продумана охорона інтелектуальної власності
Найважливіший	- ефективний маркетинг і перспективний ринок збуту; - підтвердження високого рівня розробки; - професійна фінансова робота на підприємстві
Важливий	- вдала реклама розробки; - пропозиція розробки у формі товарного пакета; - супровід розробки після продажу
Сприяючий	- раціональне використання кредитів; - отримання на розробку достатніх коштів; - відсутність недобросовісної конкуренції

Як видно з таблиці, ефективність комерціалізації результатів наукових досліджень передусім буде залежати від правильності їхнього вибору.

При прийнятті рішення про доцільність створення малих інноваційних підприємств при університетові необхідно враховувати не тільки наявність наукових розробок, що мають науково-технічний потенціал та ринкові перспективи, але й рівень підприємницького потенціалу вчених та студентів.

Малі інноваційні підприємства дозволяють університетові не лише диверсифікувати джерела фінансування, вони також:

- сприяють формуванню його привабливого іміджу як серед талановитої молоді, так і потенційних спонсорів, інвесторів, промислових підприємств;
- створюють робочі місця для студентів і тим самим сприяють формуванню у них професійних компетенцій;
- стимулюють наукову діяльність працівників університету;
- забезпечують реалізацію наукових інноваційних проектів університету;
- підвищують рівень конкурентоспроможності студентів на ринку праці.

Незважаючи на те, що мале підприємництво є ефективною формою комерціалізації результатів наукових досліджень університетів, на шляху їх створення в Україні сьогодні існує ряд бар'єрів:

- низький рівень інноваційної підприємницької культури у викладачів та студентів університетів;
- виробничо-технологічна інфраструктура більшості університетів є застарілою;
- обмежені фінансові можливості університетів та низька активність венчурного капіталу в країні;
- нестача в більшості науковців спеціальних знань у сфері створення підприємницьких структур, а також бажання комерціалізувати результати власних досліджень;
- відсутність у більшості університетів результатів наукових досліджень придатних для комерціалізації (дуже часто науковці проводять дослідження заради самих досліджень)
- різноманітні перешкоди юридичного характеру.

Нашу думку, основними передумовами розвитку малого підприємництва при вітчизняних університетах є:

- наявність розвинутої інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва;
- створення університетських інкубаторів.
- налагодження взаємодії з бізнесом, владою та інвесторами;
- формування у викладачів та студентів підприємницької культури;
- розробка програми розвитку студентського підприємництва, яка б передбачала різні види активності (конкурси бізнес-проектів, тренінги, майстер-класи тощо).

Висновки. Отже, створені при університеті малі інноваційні підприємства є ефективною формою комерціалізації результатів наукових досліджень. Вони забезпечують ефективне використання наявного інноваційного потенціалу та сприяють нарощенню конкурентних переваг вищих ВНЗ.

Перспективними напрямками подальших наукових досліджень є вивчення зарубіжного досвіду щодо бізнес-інкубування в університеті як важливої передумови створення малих інноваційних підприємств.

Список використаних джерел

1. Организация инновационной деятельности в вузе : монография / Л.В. Кожитов, П.А. Златин, В.А. Дёмин и др. – М. : МГИУ, 2009. – 296 с.
2. Дем'янчук Г. В. Деякі проблеми комерціалізації інновацій / Г.В. Дем'янчук // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної відео-конференції, Львів, 23-24 травня 2012 р. / Національний університет «Львівська політехніка» та ін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 21-22.
3. Квіт С. Беззахисна інтелектуальна власність, або Як подолати «долину смерті» / С. Квіт // Дзеркало тижня. – 2015. – 31 жовтня - 6 листопада (№ 41). – С. 1, 12.

4. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Закон України від 9.12.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/143-16>

5. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 26.11.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/848-19>

6. Макаренко Т. И. Механизм коммерциализации научно-технических разработок в малых инновационных предприятиях при ВУЗах / Т. И. Макаренко // Развитие предпринимательства: проблемы, тенденции и перспективы: Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная Дню российского предпринимательства. – 2014. – С. 117-121.

7. Майкова С.Э. Коммерциализация результатов научно-исследовательской деятельности как основной фактор инновационного развития национального исследовательского университета [Электронный ресурс] / С.Э. Майкова, И.А. Головушкин // <http://cyberleninka.ru/article/n/kommertsializatsiya-rezultatov-nauchno-issledovatel'skoy-deyatelnosti-kak-osnovnoy-faktor-innovatsionnogo-razvitiya-natsionalnogo#ixzz47gnpRjzi>

8. Киселев М.В. Проблемы и перспективы развития малых инновационных предприятий при КГТУ / М. В. Киселев // Вестник Костромского государственного технологического университета. – 2012. – № 2(29). – С. 3-9

УДК 657.1

Бурак І.О., к.е.н,

Савчук М.М.

Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ГУДВІЛУ

У статті розглядається економічна сутність гудвілу та практичне застосування методів його оцінки. Дана робота визначає підстави віднесення гудвілу до нематеріальних активів та відображення його в системі обліку нематеріальних активів підприємства.

Ключові слова. гудвіл, ділова репутація, інтелектуальний ресурс, інтелектуальний капітал, нематеріальний актив, позитивний гудвіл, негативний гудвіл.

The article deals with economic essence of goodwill and practical application of methods of assessment. This work defines the base of the allocation of goodwill to intangible assets and reflect it in the accounting system for intangible assets.

Keywords. goodwill, business reputation, intellectual resource, intellectual capital, intangible asset, positive goodwill negative goodwill.