

Кваша Т.К.,  
Кочеткова Е.П.,  
Задорожная Г.П.,  
Паладченко Е.Ф.

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УКРАИНЫ В МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГАХ

Исследованы международные рейтинги конкурентоспособности и позиция Украины в этих рейтингах. На основе материалов Международного института управленческого развития (Institute of Management Development – IMD, Швейцария) проведен анализ комплексных международных рейтингов конкурентоспособности и ее составляющих. Определены направления, по которым необходимо направить усилие с целью повышения конкурентоспособности Украины.

УДК 339

## ШЛЯХИ ТА МЕХАНІЗМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ПРОЕКТІВ, ВИКОНАНИХ В РАМКАХ ДЕРЖАВНИХ ПРОГРАМ

О.О. Складченко,  
В.П. Маслов, докт. техн. наук,  
Н.В. Качур,  
Інститут фізики напівпровідників ім. В.Є. Лашкарьова  
НАН України  
Г.М. Андросюк,  
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

**Постановка проблеми.** Соціально-економічний розвиток різних країн, їхнє економічне і політичне становище на світовій арені, можливості власної реалізації, добробут їхнього населення значною мірою визначаються конкурентоспроможністю їх національних економік та еквівалентно-ефективною участю у світовому зовнішньоекономічному обміні.

Протягом 20 років вітчизняні наукові установи, окремі вчені і винахідники постійно опинялися в ситуації, коли результати їх інтелектуальної діяльності мали виступати товаром на ринку сучасних технологій. Це викликало необхідність визначити перспективні напрями комерціалізації результатів науково-технічних проектів, перетворювати їх на товар, обирати ефективні шляхи просування на ринок.

Проте успішна комерціалізація досягнень науки як об'єктів права інтелектуальної власності можлива лише при прямій взаємодії наукових інституцій і ринку за безпосередньої участі держави. Визначальною особливістю передачі результатів наукових досліджень для їхнього освоєння є створення і розвиток комерційних форм взаємодії науки і виробництва за посередництва неприбуткових інституцій, у створенні яких безпосередню участь повинна брати держава.

Складність процесу впровадження науково-технічних розробок на ринок, до потенційних покупців вимагає раціональної технології просування розробок на ринок.

Важливою умовою успішного пошуку партнерів і інвесторів є наявність привабливості розробки, в першу чергу, для потен-

*Розглянуто та проаналізовано ситуацію в сфері комерціалізації науково-технічних розробок та трансферу технологій. Запропоновано шляхи та механізми комерційного впровадження результатів науково-технічної діяльності, виконаних в рамках державних програм.*

**Ключові слова:** трансфер технологій, комерціалізація, наукова-технічна діяльність, науково-технічний продукт, інвестиції.

ційних партнерів і інвесторів. Безпосередньо пошук покупців розробок може тривати місяцями, а часом і роками, і вимагає відповідного планування, обліку і аналізу результатів з доопрацюванням самої розробки (наприклад, створення пакету «нова речовина – технологія її використання»), коригуванням як бізнес-плану, так і стратегії просування на ринок в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанню комерціалізації результатів науково-технічної діяльності та трансферу технологій присвячено багато наукових праць вітчизняних вчених, державою розроблено та створено правові норми регулювання цієї сфери [1–14], але, на жаль, не вистачає узгоджених та сформульованих концептуальних засад, дієвого та доступного механізму реалізації результатів науково-технічної діяльності.

Саме цьому важливому питанню присвячена дана стаття, **мета її** – запропонувати в стислій, зрозумілій формі шляхи та механізми комерціалізації результатів науково-технічної діяльності та просування їх на внутрішні та зовнішні ринки.

Перший крок на шляху до ринку розпочинається з формування та розуміння мети і чіткого усвідомлення куди йти, перш ніж вирішувати, як туди потрапити.

Для того, щоб скоротити витрати часу на постановку цілей (мети), а також зробити свої цілі зрозумілими соціуму, необхідно сформулювати їх відповідність певним умовам.

Мета має бути:

- конкретною;
- вимірюваною;
- досяжною;
- реалістичною;
- обмеженою в часі.

Якщо при постановці мети дотримуватися наведених рекомендацій, можна оцінити їх доцільність та корисність. Не виключено, що первинна мета виявиться або заниженою, або завищеною, і в процесі її доведеться скоригувати. Можливо, з'явиться необхідність у додатковій інформації. Врешті-решт, сформулювавши мету, стане легше відповісти на питання «куди?». Після цього необхідно оцінити свій стан та можливості.

Зазвичай книгу читають з початку і до кінця, а в бізнесі все навпаки. Зрозумівши, куди потрібно потрапити, слід визначити, звідки необхідно рухатися. Інакше кажучи, потрібно проаналізувати свій початковий стан відповідно до поставленої мети. В сучасній літературі подібний аналіз часто називають аудитом початкового стану. Ділові люди, як правило, використовують інструмент аудиту, який має назву SWOT-аналіз. Цей універсальний інструмент придатний для аналізу продукції, організації, окремої людини. Його також можна застосовувати і для оцінки початкового стану (табл. 1).

В англійській літературі перераховано п'ять ознак, що об'єднуються аббревіатурою SMART (розумний), складеною зі слів:

*Specific* – конкретність мети – чітка вказівка на конкретний результат, який має бути одержаний.

*Measurable* – вимірність – наявність кількісних або якісних показників, за якими можна об'єктивно судити про те, що мета досягнута («досягаєш те, що вимірюєш»).

*Achievable* – досяжність – упевненість в існуванні можливості, хоча б теоретичної, для отримання потрібного результату.

*Realistic* – реалістичність – у даному випадку це визнання тими, чия думка для вас важлива, вашої здатності до досягнення потрібного результату.

*Timed* – обмеженість у часі – визначення конкретного терміну досягнення мети («до 30 квітня», «протягом 6 місяців» тощо).

Абревіатура SWOT утворена з чотирьох англійських слів, яким відповідають слова: сила, слабкість, можливості, загрози.

Таблиця 1. Приклад виконання первинного SWOT-аналізу

Внутрішні чинники	
Сильні сторони	Слабкі сторони
1.	1.
2.	2.
Зовнішні чинники	
Можливості	Загрози
1.	1.
2.	2.

Після формулювання мети слід оцінити як свої сильні, так і слабкі сторони, наприклад, нестача досвіду, знань у певній галузі, відсутність достатніх ресурсів.

Можливості – чинники навколишнього середовища, сприятливі з погляду руху до мети, наприклад, можливість отримання кредиту.

Загрози – зовнішні чинники, які можуть перешкоджати досягненню мети, наприклад, наявність сильного конкурента.

Слід відмітити, що одні і ті ж чинники можуть потрапити не в одну, а в дві клітинки таблиці, тобто одна і та ж сама характеристика може виявитися одночасно і сильною стороною, і слабкою. Крім того, можливості і загрози можуть перетворюватися на свою протилежність. Наприклад, втрачена можливість, яку використав конкурент, може стати загрозою.

Таким чином, після проведення SWOT-аналізу можна отримати відповідь на питання: «звідки?». Тепер, маючи пункт А,

необхідно з нього потрапити в пункт Б. Абсолютно природно, що наступним питанням буде: «як?» Так можна підійти до поняття стратегії. Іноді не дуже легко встановити відмінності між стратегією і планом. Ці відмінності стосуються в основному ступеня детальності опису. Стратегію можна визначити як «основний напрям», «вибраний напрям». При виробленні стратегії корисно продовжити SWOT-аналіз, розглянувши взаємозв'язки між чинниками, поміченими в різні клітинки таблиці SWOT.

Використовуючи досвід УНТЦ, власні знання та отримані дані, авторами статті було запропоновано та розроблено в рамках виконання державної цільової науково-технічної програми «Нанотехнології та наноматеріали» на 2010–2014 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 28.10.09 №1231, та проекту «Створення інноваційного середовища для комерціалізації та трансферу нанотехнологій у бізнес в Україні» інформаційні матриці (TRF-форми) (табл. 2) [15].

**Таблиця 2. Приклад розробленої TRF-форми (матриці)**

№ п/п	Назва проекту
1	Назва кінцевого комерційного продукту вашої розробки
2	Короткий опис очікуваних властивостей вашого комерційного продукту
3	Переваги вашого комерційного продукту
4	Сфера застосування
5	Ваші конкуренти (в Україні, світі) та коротка характеристика їхньої продукції
6	Етап готовності вашого продукту та його захист

TRF-матриця дозволяє розробнику зрозуміти свої можливості та результати проекту, а споживачеві чи інвестору оцінити комерційну привабливість вашої науково-технічної продукції [16].

В опис стратегії включається оцінка вартості і необхідних ресурсів. Як правило, розглядається кілька стратегій для досягнення однієї і тієї ж мети і потім здійснюється вибір. При цьому з урахуванням можливих змін зовнішніх чинників може бути розроблено кілька альтернативних стратегій («якщо ..., то»).

Після виконання вищезгаданих рекомендацій слід розглянути механізм з підготовки до комерціалізації науково-технічної продукції, який складається з чотирьох етапів:

технологічний аудит (ТА);  
 маркетингові дослідження (МД);  
 економічний аудит (ЕА);  
 отримання охоронних документів.  
 Мета ТА – оцінка розробок за комерційним потенціалом для подальшого їх впровадження.

Метою МД є вивчення потреб ринку, динаміки росту, розвитку, потенціалу, його готовність до сприйняття нових товарів.

Мета ЕА – розрахунок ризику вкладання інвестицій та періоду їх окупності.

Правова охорона – отримання патентування результатів науково-технічної діяльності як одна з найважливіших умов введення їх у господарський обіг і створення ринку інновацій.

Науково-технічний продукт (технологія, речовина, обладнання та ін.) має обов'язково максимально відповідати вимогам існуючих вітчизняних і європейських стандартів якості ISO 9001 та ISO 14001 (система екологічного менеджменту), що збільшує конкурентоспроможність розроблених науково-технічних рішень.

Після проходження цих етапів та збору необхідних даних настає час пошуку споживачів науково-технічного продукту (фінансових кіл). Для цього слід розглянути певний інструментарій, який стане в нагоді на шляху до комерційного впровадження.

Пошук потенційних покупців розробок – мабуть, один із найскладніших кроків у процесі комерціалізації. Покупець розробок шукає вирішення своїх проблем, а не просто купує певний набір характеристик. Сам покупець, як правило, не приходить, тому потрібні певні зусилля для просування до нього розробок.

На сьогодні підприємницька діяльність у науково-технічній сфері перебуває в дуже складному становищі, що пояснюється високим ступенем ризику, тривалістю обігу капіталу і багатоступінчастістю реалізації подібних проектів.

Інвесторами фактично є не лише ті, хто безпосередньо вкладає гроші, а й партнери, які так чи інакше скорочують потребу у фінансах (безкоштовно або на пільгових умовах надаючи послуги, приміщення, устаткування, виконуючи певні роботи). Зрозуміло, що всі вони повинні мати свій комерційний інтерес в тій або іншій формі.

У процесі пошуку потенційних інвесторів необхідно передбачити весь спектр можливих пропозицій їм, а також оцінити характер і ймовірний розмір очікуваних від них інвестицій. Наприклад: участь у створенні спільного підприємства, укладання ліцензійної угоди, поставка устаткування в лізинг, створення нових робочих місць, отримання частини продукції для реалізації, отримання частки від прибутку, надання права виробництва продукції.

Для пошуку партнерів, інвесторів і покупців використовуються найрізноманітніші шляхи і форми. Перш за все їх шукають серед партнерів або за їх рекомендаціями;

вивчається інформація в пресі та інших засобах масової інформації (реklamних оголошеннях потенційних партнерів), адресних книгах і довідниках, відвідуються виставки, конференції, використовуються різні прийоми привертання до себе уваги (за допомогою реклами, презентацій). Розробник має бути постійно зацікавленим і готовим до ділових контактів.

У процесі просування розробок корисно фіксувати та аналізувати пропозиції потенційним партнерам, інвесторам і покупцям, зроблені кроки і результативність цих пропозицій, відзначені недоліки і слабкі місця в розробці. В розвиненій ринковій економіці кількість потенційних партнерів, інвесторів і покупців досить велика, хоча знайти того, хто якнайповніше відповідає вашим побажанням, також непросто. У них, як і у розробників, є свої інтереси і пріоритети (галузеві, географічні тощо). Для полегшення пошуку в багатьох країнах існують спеціальні комп'ютерні бази даних, довідники і каталоги. Суттєвий вклад у комерціалізацію розробки можуть внести потенційні партнери, якщо грамотно їх виявити і зацікавити. Вони можуть надати різні послуги, свою матеріально-технічну базу, фахівців, збутову мережу, виступити гарантом кредиту. Партнером, наприклад, може бути майбутній завод – виробник устаткування.

Як відомо, тільки пошук інвесторів займає в середньому шість місяців і вимагає витрат до 5% від необхідної суми інвестицій. Отже, вибрати шлях просування розробки на ринок, включаючи пошук інвестицій, часом складніше за маркетингове дослідження або розробку бізнес-плану. Вибір оптимальної стратегії (саме стратегії!) пошуку інвесторів і просування на ринок підвищує шанси на успіх і обіцяє значне скорочення необхідних витрат.

Великого поширення набув конкурсний механізм надання підтримки і комерціалізації розробок. Ініціаторами конкурсів можуть бути: інвестори, зацікавлені в якомога вигіднішому вкладенні фінансових та інших ресурсів; органи влади і управління, що прагнуть найбільш ефективно та економічно вирішувати проблеми регіону та

націлені на виявлення найперспективніших розробок для їх підтримки, просування на ринок і комерціалізації.

Виставки і ярмарки є найзручнішим місцем для налагодження контактів, отримання необхідної інформації з перших рук, проведення прямих переговорів з потенційними партнерами, встановлення довірчих особистих відносин. На відміну від рекламних повідомлень, газетних публікацій, проспектів, каталогів, комп'ютерних баз даних, які містять лише коротку вторинну інформацію про розробку, на виставці можна отримати первинну інформацію про розробку, включаючи відомості про фірму, бізнес-план, результати випробувань, зразки продукції та ін. На виставках часто присутні автори розробок, які можуть дати повну і конкретну інформацію. Дуже важливо правильно представити розробку, оскільки розробка на виставці-ярмарку – це вже товар, а не тільки продукт наукового дослідження. Саме встановлення прямих довірчих відносин партнерів і інвесторів з розробником та його командою може слугувати одним із чинників подальшого розвитку їх партнерських відносин. Участь у виставці бажано комбінувати з іншими шляхами просування розробки до інвесторів.

Велике значення для просування розробок на ринку та пошуку партнерів, інвесторів і покупців мають традиційні засоби масової інформації – друк, радіо, телебачення. Кожне з них має свої особливості, переваги і недоліки. Проте в цілому вони вирішують завдання реклами нового товару або нової технології і призначені для первинного інформування та залучення потенційних інвесторів і покупців.

Який би шлях просування розробки на ринок не використовувався, завжди настає час безпосереднього її представлення потенційному партнеру, інвестору або покупцю. Для представлення результату розробки може використовувати презентації із запрошенням потенційних партнерів, інвесторів і покупців. Найважливішими для останніх є особисті, ділові і професійні якості розробника та членів його команди як найважливіший гарант успіху комерціалі-

зації розробки. Головне завдання презентації – переконати в тому, що розробник і команда здатні досягти успіху, вони сповнені енергії та ентузіазму, але при цьому реально оцінюють обстановку.

Сучасний рівень розвитку інформаційних технологій забезпечує користувачам практично необмежений доступ до найрізноманітнішої інформації, що міститься в базах даних у різних країнах. Професійні бази даних (БД) – це робочий інструмент для учених, фахівців з різних галузей та бізнесменів. Доступ до цих баз даних дозволяє у багато разів підвищити ефективність аналітичних і науково-дослідних робіт, надає можливість практично миттєво одержувати інформацію для вирішення таких завдань, як пошук потенційних партнерів і інвесторів, пошук нових ринків для науково-технічних розробок, патентний пошук, збір інформації про конкурентів і т.п. Компанії-продавці професійних БД все активніше починають розміщувати свої бази у Світовій павутині.

На сьогодні в Україні існує невідкладна потреба у створенні національних ресурсів для забезпечення процесу трансферу технологій та впровадження науково-технічної продукції, а саме: маркетингове, консалтингове, правове та інформаційне супроводження. Це б дозволило оперативно розміщувати інформацію про існуючі розробки та вивчати попит на нові технології, забезпечуючи при цьому оперативний пошук інвесторів та аналіз потреб ринку.

Автори статті є співвиконавцями державної цільової науково-технічної програми «Нанотехнології та наноматеріали», що стосується розділу «Забезпечення розвитку нааноіндустрії», в якій головною організацією виступає Інститут фізики НАН України. І тому для вирішення вищезгаданих потреб ними та представниками інших установ НАН України на цей вид діяльності було отримано патент України на корисну модель «Спосіб створення електронного центру віртуального офісу (віртуальних офісів) трансферу технологій» [17]. На основі отриманого патенту в процесі впровадження його у виконання було створено:

- Інтернет-офіс трансферу технологій, що об'єднуватиме та координуватиме діяльність фахівців відділів трансферу з різних установ НАН України для просування розробок, здійснених за кошти Державної програми «Нанотехнології та наноматеріали».

- Інтернет-портал «Нанотехнології та наноматеріали», в якому розміщується інформація про дослідження і розробки, здійснені при виконанні державної цільової науково-технічної програми «Нанотехнології та наноматеріали».

Це дало змогу не створювати додаткові відділи трансферу технологій як окремі структурні одиниці, а об'єднати існуючі відділи та спеціалістів у структурі НАН України на інтернет-площадці, а саме – інтернет-офісі трансферу технологій. Було залучено фахівців із різних установ НАН України, які працюють у різних галузях науки та мають досвід з етапів трансферу технологій, що дозволить охопити основні наукові напрями цієї програми. Спеціалісти з відділів трансферу технологій в on-line режимі обмінюються інформацією, практичними порадами, вдосконалюють свою кваліфікацію, не залишаючи при цьому власного робочого місця.

Використовуючи можливості порталу, можна розміщувати інформацію про розробки, пов'язані з науково-технічними проектами за державним замовленням. Це дозволить здійснювати оперативний моніторинг комерційної привабливості та рівня науково-технічних розробок (прототипи, аналоги). Вищенаведене може стати інструментом для забезпечення створення сприятливого середовища для комерціалізації науково-технічних розробок, підвищення інноваційної культури. В подальшому планується тісна співпраця з Європейською мережею трансферу технологій.

У розвинених країнах цей вид діяльності вже не новий, а на теренах України він тільки починає набирати оберти.

Успіх підприємницької діяльності в науково-технічній сфері значною мірою визначається повнотою та якістю інформації, доступної її учасникам (розробникам, підприємцям, органам влади, потенційним

партнерам з просування та реалізації проектів, потенційним інвесторам в Україні та за кордоном). Але часто доступна інвесторам інформація уривчаста і не дозволяє зробити обґрунтованого вибору об'єкта інвестування. Учасникам інвестиційного процесу необхідно надавати оптимальний обсяг інформації, пов'язаної з розробкою, для того щоб кожен з них міг ухвалити обґрунтоване рішення за проектом. Обов'язкові для інвестора демонстраційні зразки, хоча можливість (неможливість) передачі їх потребує спеціального дозволу розробника з огляду на розкриття ноу-хау.

**Висновки.** Визначальною особливістю передачі результатів наукових досліджень для їхнього освоєння є створення та подальший розвиток комерційних форм взаємодії науки і виробництва за посередництва неприбуткових інституцій, створених державою.

У процесі пошуку потенційних інвесторів необхідно передбачити весь спектр можливих пропозицій, а також оцінити характер і ймовірну величину очікуваних від них інвестицій.

Особливий акцент слід зробити на обмінні науково-технічною інформацією про власні національні розробки. Інакше кажучи, потрібно створити високорозвинену систему горизонтальних інформаційних зв'язків між підприємствами, науководослідними організаціями, державою та її відомствами.

У зв'язку з цим необхідно вирішити завдання оптимального сполучення механізму генерування й механізму поширення науково-технічної інформації. Дуже важливо суворо дотримуватися принципу захисту прав інтелектуальної власності.

Запропоновані авторами статті шляхи та механізми впроваджуються в державній цільовій науково-технічній програмі «Нанотехнології та наноматеріали», що стосується розділу «Забезпечення розвитку nanoіндустрії». Їх доцільно, на думку авторів, використовувати в ході виконання інших державних науково-технічних програм. При цьому одним із дієвих механізмів на шляху комерціалізації, який не потребує

великого фінансування, може бути використання віртуальних інтернет-офісів та віртуальних підприємств.

Комерціалізація результатів науково-технічних проєктів буде успішнішою та вагомішою, якщо підтримка держави мати-

ме концептуальний, сталий та узгоджений характер, з менш бюрократичними перепонами, що в свою чергу зробить цей вид діяльності більш відкритим та привабливим для інвестора.

## Література

1. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 № 143-V.
2. Постанови Кабінету Міністрів України:
  - «Про затвердження Порядку проведення державної акредитації фізичних та юридичних осіб на право провадження посередницької діяльності у сфері трансферу технологій» від 26.06.2007 № 861;
  - «Деякі питання реалізації Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 01.08.2007 № 995;
  - «Про затвердження мінімальних ставок винагороди авторам технологій і особам, які здійснюють їх трансфер» від 04.06.2008 № 520;
  - «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 26 червня 2007 р. № 861» від 04.11.2009 № 1178.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України: «Про передачу МОН повноважень на затвердження порядку ведення Державного реєстру договорів про трансфер технологій» від 06.02.2008 № 252-р.
4. Гець В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Х.: Константа, 2006. – 272 с.
5. Федюлова Л.І. Технологічний розвиток економіки України. – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2006. – 627 с.
6. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / Т.О. Андрощук, В.О. Дем'яненко, І.Б. Жилияєв, Л.В. Сахарова, В.І. Полохало, С.В. Таран (упорядкування). – К.: Парламентське вид-во, 2008. – 448 с.
7. Шпак А. Передача технологій в Україні: ситуація і проблеми // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 6–7.
8. Михайлушкин А.И., Шимко П.Д. Международная экономика. – М.: Высшая школа, 2002. – 250 с.
9. Чумаченко Б. Международный трансфер технологий: опыт американских корпораций // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – №2. – <http://www.ptpu.ru>
10. Верхлюст Г. Международная торговля технологиями – лицензирование ноу-хау и промышленные секреты. – <http://www.wipo.int>
11. Сервантес М. Университетское патентование: Как университеты и государственные исследовательские организации используют свою интеллектуальную собственность для поощрения исследований и стимулирования новаторских предприятий. – <http://www.wipo.int>
12. Дагаев А. Передача технологий как инструмент государственной инновационной политики // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – №5.
13. Лисенко В.С., Склярєнко О.О., Соловійов В.П. Фінансові інститути у сфері інноваційної діяльності // Проблеми науки. – 2004. – №9. – С. 13–20.
14. Склярєнко О.О., Маслов В.П., Фесенко О.М., Андрощук Г.М. Інтернет-портал як інструмент трансферу технологій // Проблеми науки. – 2011. – №11. – С. 20–24.
15. Розробка схеми формалізації відносин між учасниками програми «Нанотехнології та наноматеріали» / Маслов В.П., Склярєнко О.О., Кияк Ю.П., Качур Н.В., Андрощук Г.М. // Звіт з науково-дослідної роботи ІФН ім. В.Є. Лашкарьова НАНУ, реєстраційний номер 01110U005956. – 2010.
16. Розробка системи (критеріїв, методики) оцінки ринкової привабливості та аналіз інформації, зібраної на основі матриць науково-технічної продукції, створеної в рамках Державної цільової науково-технічної програми «Нанотехнології та наноматеріали» / Маслов В.П., Склярєнко О.О., Кияк Ю.П., Качур Н.В., Андрощук Г.М. // Звіт з науково-дослідної роботи ІФН ім. В.Є. Лашкарьова НАНУ, реєстраційний номер 0111U007601. – 2011.
17. Патент України №62271 на корисну модель, Україна, МПК G06F 15/173(2006.01). Спосіб створення електронного центру віртуального офісу (віртуальних офісів) трансферу технологій / Фесенко О.М., Гищенко В.В., Маслов В.П., Склярєнко О.О., Рагуля А.В., Луговська Г.Г., Андрощук Г.М., Кияк Ю.П., заявка u201015936 від 29.12.2010., опубл. 25.08.2011, Бюл. №16.

А.А. Складенко,  
В.П. Маслов,  
Н.В. Качур,  
Г.Н. Андросюк

## ПУТИ И МЕХАНИЗМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ, ВЫПОЛНЕННЫХ В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ

Рассмотрена и проанализирована ситуация в сфере коммерциализации научно-технических разработок и трансфера технологий.

Предложены пути и механизмы реализации результатов научно-технической деятельности, выполненных в рамках государственных программ.

УДК 338.45:330.341.1

## МОНОПОЛІЗМ В ЕКОНОМІЦІ ЯК ГАЛЬМО НА ШЛЯХУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

М.В. Пискун,

Київський національний економічний університет  
ім. В. Гетьмана

*Розглянуто явища недобросовісної конкуренції в підприємницькому середовищі України протягом останніх двох-трьох років, зокрема, монополізації секторів та цілих галузей економіки. Проаналізовано їхній вплив на внутрішньоекономічні процеси в державі. Надано рекомендації державним інституціям щодо усунення проявів неринкової поведінки суб'єктів господарської діяльності.*

**Ключові слова:** монополізація, злиття, поглинання, неконкурентне середовище, Антимонопольний комітет України (АМКУ).

**Постановка проблеми.** У пострадянський період українська економіка так чи інакше спирається на практичний фундамент методології промислово-виробничого комплексу, основою якого була база, закладена ще за часів СРСР. Суть його полягала в концентрації та монополізації економічної діяльності, яка мала не лише господарське значення, але й політичну складову, головною метою якої була нейтралізація навіть паростків приватної власності та прагнення до дрібної особистої справи на рівні селянських господарств як загрози системі та політичному устрою. Натомість нав'язувався принцип штучної та примусової зайнятості на підприємствах державного сектору. Це нейтралізувало власну ініціативу людини та її індивідуальність, перетворивши суспільство на люмпенізовану масу, яка ладна бути покірною та бездумно виконувати вказівки згори від управлінців загальнодержавної монополізованої влади.

**Аналіз публікацій та досліджень.** Виходячи з даних Антимонопольного комітету України, інших галузевих офіційних даних та звітів державної влади, а також публікацій у засобах масової інформації про укрупнення окремих фінансово-промислових груп як через горизонтальну, так і вертикальну інтеграцію, доводиться констатувати факт зниження ефективності у діяльності самого АМКУ та інших владних інститутів, що створює внутрішні загрози для самої держави.

Проведені дослідження засвідчують, що Закон «Про захист економічної конкуренції» [1], який встановлює поріг у 35% частки ринку для окремої компанії, давно подолано монополістами. І формується подальше укрупнення груп компаній за рахунок поглинання, до того ж не завжди через економічні механізми, а