

Г. П. Ляшенко

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС



СЕРІЯ «НА ДОПОМОГУ СТУДЕНТУ УДФСУ»

Серію «На допомогу студенту УДФСУ» засновано 2016 року.

Редакційна колегія:

Пашко П. В., д.е.н. (голова)

Шевчук О. А., д.е.н. (заступник голови)

Топчій В. В., д.ю.н.

Краєвський В. М., д.е.н.

Кужелєв М. О., д.е.н.

Шевчук С. В., д.е.н.

Суліма Є. М., д.філос.н., член-кореспондент НАПНУ

Горбовий А. Ю., д.т.н.

Чмелюк В. В., к.ю.н.

Малинський І. Й., к.н.фіз.вих.

Шевчук В. А., к.ю.н.

У СЕРІЇ «НА ДОПОМОГУ СТУДЕНТУ УДФСУ» ВИЙШЛИ ДРУКОМ:

2016

- «Методичні основи спеціальної фізичної та технічної підготовки студентів за розділом «Легка атлетика»
- «Самостійна робота студента як одна з форм впливу на функціональну, фізичну та психологічну підготовленість»
- «Організація роботи командира механізованого взводу»
- «5.45-мм автомати Калашникова (АК-74, АКС-74, АК-74Н, АКС-74Н) та 5.45-мм ручні кулемети Калашникова (РПК-74, РПКС-74, РПК-74Н, РПКС-74Н)»
- «Гранатомет підствольний ГП-25»
- «Ручні гранати»
- «Кулемети Калашникова – 7.62, ПК, УЖМ, ПКТ»
- «Ручний протитанковий гранатомет РПГ-7»
- «9-мм пістолет Макарова (ПМ)»

2017

- «Вища та прикладна математика»
- «Цивільний захист»
- «Програмування мовою JAVA : практикум»
- «Інформаційні системи і технології в юридичній практиці»
- «Дослідження операцій : практикум»
- «Чисельні методи»
- «English for Students of Finance»
- «Основи військової розвідки»

2018

- «CASE-технології. Міждисциплінарне інформаційне моделювання»
 - «Економічна інформатика: практикум»
 - «Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка). Політекономія»
 - «Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка). Мікроекономіка»
 - «Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка). Макроекономіка»
 - «Охорона праці»
 - «Економіка і організація діяльності об'єднань підприємств»
 - «Основи християнської культури»
 - «Економіка підприємства»
 - «Фізика»
 - «Трудове право України»
-

2019

«Основи тактичної медицини»

«Аудит»

«Збірник задач. Вища та прикладна математика»

«Міжнародні розрахунки та валютні операції»

«Підготовка озброєння механізованого взводу до бойового застосування»

«Контролінг в управлінні підприємством»

«Актуальні питання судової експертизи (у питаннях і відповідях)»

«Інноваційний менеджмент»

«Організація навчальних занять з фізичного виховання за методом
колового тренування»

«Теорія судових доказів (у таблицях і схемах)»

«Статистика»

«Фінансовий менеджмент проектів і програм»

«Ручний протитанковий гранатомет РПГ-7 (РПГ-7Д)»

«Організація роботи командира механізованого відділення»

«Психологія управління»

«Deutsch und Wirtschaft»

«Основи тактичної підготовки працівників правоохоронних органів»

«Основи кінології»

«Моделювання систем»

«UML. Уніфікована мова моделювання інформаційних систем»

«Історія держави і права України»

«Економічна теорія»

2020

«Менеджмент»

«Бізнес-аналітика та моделювання»

«Безпека життєдіяльності»

«Статистичний аналіз даних»

«Хімія»

«Мікробіологія»

«Медичне право»

«Бухгалтерський облік в управлінні підприємством»

«Загальна психологія»

«Хортинг у закладах вищої освіти»

«Теорія і методика викладання оздоровчого фітнесу»

«Організація охорони державної таємниці в Україні»

«Цивільне право України (особлива частина) »

«Цивільний процес України»

«Оздоровчий туризм»

«English Grammar for Philology Students»

«Фітнес-технології фізичного виховання у закладах вищої освіти»

«Конкурентна розвідка»

«Теорія та методика бойового хортингу»

«Логіка»

«Інституціональна економіка»

«Економетрика: прикладний аспект»

«Основні поняття сучасної алгебри»

«Інтелектуальний бізнес»

УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

СЕРІЯ «НА ДОПОМОГУ СТУДЕНТУ УДФСУ»

Заснована 2016 року

Г. П. Ляшенко

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС

Навчальний посібник

**Ірпінь
2020**

УДК 658:004.738.5(075.8)

ББК 65.290я75

Л99

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Університету державної фіскальної служби України
(протокол № 12 від 29 жовтня 2020 року)*

Рецензенти:

Н. В. Валінкевич, д.е.н., професор, професор кафедри інноваційного підприємництва та інвестиційної діяльності Поліського національного університету;

В. Г. Бодров, д.е.н., професор, професор кафедри економіки підприємства Університету ДФС України.

Ляшенко Г. П.

Л99

Інтелектуальний бізнес : навчальний посібник /

Г. П. Ляшенко ; Університет державної фіскальної служби України. – Ірпінь : УДФСУ, 2020. – 166 с. – (Серія «На допомогу студенту УДФСУ», т. 79).

ISBN 978-966-337-605-9

У навчальному посібнику комплексно і послідовно викладено теоретичні та прикладні аспекти інтелектуального бізнесу. Розкрито особливості об'єктів інтелектуальної власності, які стають першочерговими для специфічного формату бізнесової діяльності, такі як винаходи, промислові зразки, корисні моделі, товарні знаки та ін. Вони є високотехнологічними продуктами, що обумовлюють потребу в інтелектуалізації підприємства.

Для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти четвертого рівня акредитації.

УДК 658:004.738.5(075.8)

ББК 65.290я75

© Ляшенко Г. П., 2020

© Університет державної фіскальної служби України, 2020

ISBN 978-966-337-605-9

ЗМІСТ

Предмова	6
Тема 1. Інтелектуальний бізнес – конкурентоспроможна інноваційність	9
1.1. Інтелектуальний бізнес та його сутність	9
1.2. Призначення, мета та види інтелектуального бізнесу	12
1.3. Бізнес-інтелект як знання «про бізнес» і «для бізнесу»	13
<i>Практикум</i>	17
Тема 2. Інтелектуальні продукти: сутність і особливості створення	20
2.1. Інтелектуальна власність та її значення	20
2.2. Об'єкти і суб'єкти інтелектуальної власності	24
2.3. Інтелектуальний продукт, його сутність і його захист	26
<i>Практикум</i>	31
Тема 3. Нормативно-правові засади інтелектуального бізнесу	35
3.1. Основні нормативні акти, які регулюють відносини у сфері інтелектуальної власності	35
3.1.1. Конституція України	35
3.1.2. Цивільний кодекс України	35
3.1.3. Регулятивні та спеціалізовані нормативно-правові акти. Законопроекти	43
3.1.4. Міжнародні договори, до яких приєдналась Україна	44
<i>Практикум</i>	45
Тема 4. Інтелектуальний капітал – основа інтелектуального бізнесу	48
4.1. Інтелектуальний капітал, його сутність та структура	48
4.2. Особливі властивості інтелектуальних ресурсів	56
4.3. Вимір інтелектуального капіталу компанії з метою управління ним	58
<i>Практикум</i>	60

Тема 5. Основні аспекти управління інтелектуальним бізнесом	64
5.1. Сутність управління інтелектуальним бізнесом.....	64
5.2. Механізм управління інтелектуальним бізнесом та його основні елементи.....	67
<i>Практикум</i>	<i>71</i>
 Тема 6. Інформаційне забезпечення інтелектуального бізнесу	 75
6.1. Інформаційне забезпечення інтелектуальним бізнесом	75
6.2. Інформаційна підтримка розробників об'єктів інтелектуальної власності.....	80
<i>Практикум</i>	<i>83</i>
 Тема 7. Мотивація виробників інтелектуальних продуктів	 87
7.1. Сучасні методи управління персоналом у розвитку інтелектуального бізнесу	87
7.2. Мотиваційний механізм інтелектуальної творчої праці.....	94
<i>Практикум</i>	<i>98</i>
 Тема 8. Ризики інтелектуального бізнесу.....	 101
8.1. Ризики, їх поняття і класифікація.....	101
8.2. Ризики в контексті управління інтелектуальним потенціалом підприємства	106
8.3. Процес оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу.....	115
<i>Практикум</i>	<i>123</i>
 Тема 9. Економічна безпека інтелектуального бізнесу	 126
9.1. Економічна безпека бізнесу: сутність, принципи і функціональні цілі	126
9.2. Інтелектуальна складова економічної безпеки як фактор підтримки ефективності інтелектуального бізнесу.....	129
9.3. Система економічної безпеки інтелектуального бізнесу.....	131
<i>Практикум</i>	<i>136</i>

Тема 10. Віртуалізація інтелектуального бізнесу	140
10.1. Віртуалізація як фактор підвищення інтелектуальної насиченості господарського життя	140
10.2. Віртуалізація як напрям розвитку підприємництва	142
10.3. Віртуалізація інтелектуального бізнесу як нова схема організації управління.....	150
<i>Практикум</i>	<i>152</i>
 Список рекомендованих джерел	155

ПЕРЕДМОВА

Світовий досвід засвідчує, що у ХХІ столітті увага зосереджується на невиробничій сфері і головним фактором стають інформація та знання, тобто розвиток та накопичення (акумулювання) інтелектуальних ресурсів відносять до основних рушіїв науково-технічного і соціально-економічного прогресу. В умовах сьогодення інноваційно-інтелектуальний розвиток кожного підприємства (фірми, компанії, організації) і країни в цілому відбувається завдяки тому, що важливим ланцюгом між розробниками інновацій, нових інтелектуальних продуктів і споживачами інтелектуальних послуг виступає **інтелектуальний бізнес**.

Саме розвиток інтелектуального бізнесу визначає можливості «інноваційно-економічного прориву» та впливає на зростання конкурентоспроможності підприємства і держави на світових ринках.

Об'єктом навчальної дисципліни є інтелектуальний бізнес як основа економічного розвитку кожного підприємства і держави в цілому.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретико-методичні засади існування і розвитку інтелектуального бізнесу та практичні аспекти його функціонування.

Міждисциплінарні зв'язки. Базою вивчення цього курсу є такі дисципліни, як «Економіка підприємства», «Організація виробництва», «Економіка та організація інноваційної діяльності», «Капітал підприємства: формування та використання», «Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків», «Потенціал і розвиток підприємства», «Фінанси підприємства», «Гроші і кредит», «Контролінг», «Оцінка вартості підприємства», «Конкурентоспроможність підприємства» та інші фахові дисципліни.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Інтелектуальний бізнес» є формування у студентів комплексу теоретичних і практичних навичок щодо управління інтелектуальним бізнесом та економічного обґрунтування напрямів його розвитку.

Основними завданнями дисципліни «Інтелектуальний бізнес» є вивчення основних теоретико-методичних засад інтелектуального бізнесу як специфічного формату бізнесової діяльності;

розкриття сутності та специфіки інтелектуальних продуктів; вивчення прийнятних бізнес-моделей та моделювання інтелектуального бізнесу; визначення ризиків інтелектуального бізнесу; розроблення моделей просування та комерціалізації інтелектуальних продуктів.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен знати:

- теоретичні основи щодо управління й організації інтелектуального бізнесу;
- сутність інтелектуальних продуктів і особливості їх створення;
- законодавчу базу в управлінні інтелектуальним бізнесом;
- формування системи управління промисловою власністю і патентною експертизою;
- особливості інтелектуального бізнесу в стратегії підприємницької діяльності;
- інформаційне забезпечення інтелектуального бізнесу;
- практику укладення ліцензійних договорів;
- просування і комерціалізацію інтелектуальних продуктів;

вміти:

- поєднувати інтелектуальні і підприємницькі характеристики бізнесу;
- використовувати нормативні акти в управлінні інтелектуальним бізнесом;
- впроваджувати інновації і нововведення за рахунок розвитку власної науково-дослідної роботи та організації конструкторсько-технологічних підрозділів;
- визначати сумарну оцінку техніко-економічного рівня ліцензій, що заплановані для придбання;
- розробляти системи для мотивації творчих колективів;
- передбачати ризики та загрози в інтелектуальному бізнесі.

Засоби діагностики успішності навчання – комплекти теоретичних запитань, вправ, завдань понятійного апарату, тестових завдань і розв’язання практичних задач.

Критерії успішності – отримання позитивної оцінки можливо у разі активної участі в роботі семінарських, практичних занять, виконанні контрольних робіт, індивідуальної роботи (реферати, доповіді, статті опубліковані у фахових виданнях) і складанні семестрових іспитів.

Для написання цього навчального посібника були використані роботи авторів: В. Д. Базилевича, Л. І. Федулової, М. В. Семикіної, С. І. Грицуленка, А. О. Касича, Е. В. Садаклієвої, В. М. Гейця, О. Б. Бутнік-Сіверського, О. Гаврилова, В. М. Данюка, Н. Кузнецової та інших.

ТЕМА 1

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС – КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНА ІННОВАЦІЙНІСТЬ

- 1.1. *Інтелектуальний бізнес (далі – ІБ) та його сутність.*
- 1.2. *Призначення, мета та види інтелектуального бізнесу.*
- 1.3. *Бізнес-інтелект як новий інструмент управління інноваційним підприємством («про бізнес» і «для бізнесу»).*

1.1. Інтелектуальний бізнес та його сутність

У ринковій системі провідною силою під час здійснення її основної економічної мети є **бізнес і підприємництво** в усіх формах власності.

Підприємництво – це основа бізнесу.

Бізнес (англ. *Business* – «справа», «підприємство») – ініціативна економічна діяльність, здійснювана за рахунок власних або позикових коштів на свій ризик і під свою відповідальність, головна мета якої отримання прибутку, розвиток власної справи або отримання іншої особистої вигоди.

Бізнес – це справа, ділова активність, спрямована на вирішення завдань, пов'язаних у кінцевому підсумку зі здійсненням на ринку операцій обміну товарів і послуг між економічними суб'єктами ринку, з використанням форм і методів конкретної діяльності, які склалися в ринковій практиці. Бізнес здійснюється заради одержання доходу (прибутку) від результатів діяльності у найрізноманітніших сферах – виробництва і торгівлі товарами та послугами, банківській та страховій справах, під час проведення транспортних, орендних та інших операцій як видів діяльності.

Поняття «бізнес» ширше ніж «підприємницька діяльність», оскільки до бізнесу відносять здійснення діяльності у будь-якій сфері, що направлена на отримання доходу.

Бізнес – це спочатку організація виробництва, економічна діяльність, а уже потім робота грошей.

У західних підручниках домінують системні визначення бізнесу. Досить типове визначення бізнесу у підручнику «Концепція бізнесу», що підготували вчені університетів Техасу й Іллінойсу (США), а саме:

- бізнес – це система ведення бізнесу;
 - бізнес – це створення продукції, що потрібна людям;
 - бізнес – це робота;
 - бізнес – це центральна магістраль у соціально-економічній системі;
 - бізнес – це те, як ми живемо;
 - бізнес – це те, у чого є покупець.
- Отже, бізнес поділяється на дві складові (рис. 1.1).

1. Підприємництво	Господарська діяльність у сфері матеріального виробництва (результатом виступають матеріальні блага, тобто товар)
2. Комерція	Господарська діяльність у нематеріальній сфері (результатом виступають нематеріальні блага, тобто послуги)

Рис. 1.1. Складові бізнесу

У XVIII–XIX стст. економісти сперечалися про природу і роль послуг та до якого сектору економіки їх можна віднести. Тільки 1935 року (XX ст.) Алан Фішер запропонував вважати сферу послуг **третинним** сектором економіки після добувного «**первинного**» і оброблювального «**вторинного**» секторів. 1940 року Колін Кларк конкретизував модель Фішера, яка потім стала загальновизнаною як модель Кларка-Фішера.

1. «Первинний», тобто аграрний сектор	Сільське господарство і видобуток корисних копалин
2. «Вторинний», тобто індустріальний сектор	Обробна промисловість
3. «Третинний», тобто постіндустріальний (сервісний) сектор	Послуги – від транспорту і зв'язку до освіти і державного управління

Рис. 1.2. Модель Кларка-Фішера

На сьогодні вже існує велика кількість компаній, які надають послуги, наприклад з права, маркетингу, рекламної діяльності, програмного забезпечення та інших форм інтелектуальної діяльності.

У ХХІ столітті розпочався перехід до економіки, яка базується на знаннях, тобто її основою є інтелектуальні ресурси, інтелектуальний капітал (далі – ІК), наука, трансферт результатів інтелектуальної діяльності у виробництво.

Відтак будь-який бізнес складається з двох елементів: ідеї та праці, тобто без ідеї не буде функціонувати бізнес. Отже, можна стверджувати, що інтелектуальний бізнес – це ідеї, а в життя вони трансформуються за допомогою фізичної праці та інтелектуальної діяльності. Інтелектуальний бізнес передбачає продаж нематеріальних складових. В інтелектуальному бізнесі товаром є знання, ідеї, досвід, навички, створення і розвиток яких потребує великої творчої праці. Американський вчений, професор, декан Університету Техасу в Остині А. Р. Червітц висловив таку думку, що інтелект не може бути обмежений академічною науковою школою, а підприємництво – це не бізнес, це установка на оволодіння світом, це процес культурної інновації, і підкреслив, що інтелектуальним підприємцем може бути бізнесмен, вчений, студент, аспірант, художник, музикант, продюсер будь-хто. За концепції А. Р. Червітца основою інтелектуального підприємництва є:

Чотири ціннісні орієнтири			
1. Бачення і відкриття	2. Власність і відповідальність	3. Інтегральне мислення і дія	4. Співпраця та взаємодія

Рис. 1.3. Ціннісні орієнтири

Отже, початок ХХІ століття стало народженням інтелектуального бізнесу.

Автор О. М. Петіна [68] вважає, що **інтелектуальний бізнес** можна розглядати дуальним процесом: з одного боку, це процес створення і використання інтелектуальної власності, що дозволяє отримати прибуток, а з іншого – процес реалізації ідей розробника

(творця) інтелектуального продукту за допомогою розумової праці. **Інтелектуальний бізнес** – це особливий вид економічної діяльності, що характеризується інноваційністю, ризиковістю, вільним проявом ініціативи і спрямований на ефективну мобілізацію матеріальних, фінансових, трудових ресурсів для отримання прибутку.

Плодами інтелектуального бізнесу є конкурентоспроможна інноваційність.

Об'єктом інтелектуального бізнесу є інтелектуальна власність, яка базується на таких елементах, як промислова власність, авторське право і суміжні права.

1.2. Призначення, мета та види інтелектуального бізнесу

Інтелектуальний бізнес ґрунтується на формуванні, наданні та реалізації послуг творчої діяльності і в кінцевому підсумку – на створенні та реалізації нових інтелектуальних продуктів.

Мета інтелектуального бізнесу полягає у створенні та реалізації певної ідеї (проєкту), що заснована на інтелектуальній діяльності і може забезпечити задоволення попиту споживачів, при цьому отримавши прибуток.

Інтелектуальний бізнес і товарно-фізичний бізнес мають відмінності, наприклад у стратегії розвитку і плануванні, в управлінні та організації роботи персоналу, в маркетинговій діяльності, у створенні та реалізації інтелектуального продукту тощо.

Результатом інтелектуальної діяльності можуть бути – твори мистецтва, художні, літературні твори, музичні твори, фонограми, комп'ютерні програми, відкриття, винаходи, промислові зразки, селекційні рослини, різні корисні моделі, ноу-хау, унікальні ідеї, знання, технології і виробництва.

Розглянувши сутність інтелектуального бізнесу, можна запропонувати вид інтелектуального бізнесу (рис. 1.4).

Назвати все, що належить до інтелектуального бізнесу просто неможливо, тому що творчість людини не має меж, і у зв'язку з цим постійно можуть виникати все нові і нові його види.



Рис. 1.4. Види інтелектуального бізнесу (далі – ІБ)

1.3. Бізнес-інтелект як новий інструмент управління інноваційним підприємством («про бізнес» і «для бізнесу»)

Бізнес-інтелект – це безперервна інновація в системі бізнес-аналітики інноваційного підприємства, що сприяє процвітанню фірми на базі грамотного управління стратегіями, фінансами, маркетингом, бізнес-процесами, персоналом, активами тощо.

На сьогодні є різні визначення бізнес-інтелекта (далі – БІ): з точки зору інформаційних технологій БІ – це сучасне інтегроване програмне забезпечення бізнес-аналітики; з точки зору економіки БІ – це стратегічний агрегований дослідницький нематеріальний актив підприємства, який формалізує знання в різних сферах діяльності підприємства для ефективного кінцевого результату, тобто отримання прибутку; з точки зору управління БІ – це інструмент як стратегічного, так і тактичного управління підприємством.

БІ підтримує такі управлінські функції, як економічне планування, бюджетування, прогнозування, моніторинг бізнесу в реальних умовах розвитку тощо, тому що саме БІ на різних рівнях менеджменту організації створює таку сферу економічних знань, у якій фахівці швидко і з мінімальними витратами збирають інформацію про підприємство і застосовують її з метою прийняття обґрунтованих рішень. Відтак вчені і практики пропонують БІ

як сучасні стратегічні знання економіки підприємства. Цінність Бі полягає у вимірі можливостей і загроз підприємства й у виборі і використанні ключових показників діяльності (далі – КПД) на різних (функціональних, операційних, процесних) рівнях стратегічної карти економічного зростання.

Структура Бі складна, бо базується на інтегрованих програмних рішеннях. Не піддаючи цю проблему глибокій експертизі в спеціальній літературі, виділяють найбільш значні елементи структури Бі, а саме (рис. 1.5):

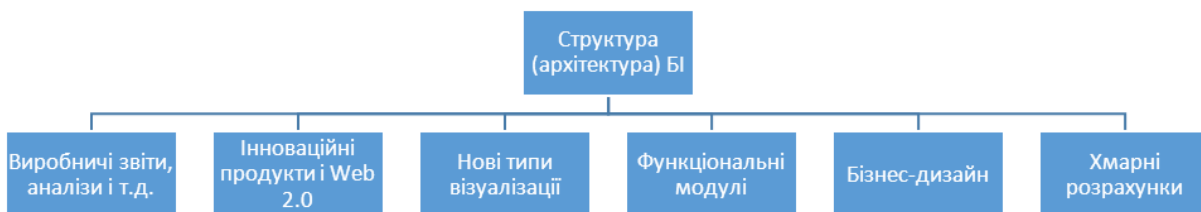


Рис. 1.5. Структура бізнес-інтелекту

Важливе значення має бізнес-дизайн. Він виступає у вигляді панелі управління КПД. Панелі управління КПД – це інструменти, які дозволяють легко консолідувати неструктуровані і структуровані із багатьох джерел у вигідні, відслідковувати у реальному часі вибрані користувачем для аналізу й управління показники, розрахунки, бази даних, схеми, графіки тощо. Панелі управління пов’язують індивідуальну діяльність керуючих із організаційними цілями і стратегіями.

Бі виділяють як вартісний ланцюг виміру діяльності підприємства. Бі як конкретне економічне знання дозволяє сформулювати зв’язок похідних бізнес-стратегій (далі – БС) фірми для досягнення успіху в економічному зростанні. Для цього на базі економічного аналізу розробляють:

- ключові бізнес-пріоритети відповідно до стратегічних економічних цілей;
- суттєвий економічний вклад для забезпечення виручки від реалізації виділених активів високої якості;
- суттєвий економічний вклад у скорочення витрат за рахунок інноваційних активів високої якості, які забезпечують економію і бережливість;

- виграшну кореляцію діючих активів з ринковими можливостями, що швидко виникають;
- організаційну антисилосну структуру для швидкої і безперешкодної циркуляції управлінського економічного знання.

1. Розробка стратегії БІ (основна метрика панелі управління)	Витрати, прибуток, вартість, час кругообігу
2. Планування ризиків в метриках БІ	Забезпечення ризиків, ліміти інвестицій, результати
3. Калькуляція метрик	Попередні дані, межі допустимих значень, симуляція
4. Бенчмаркінг	План/факт, порівняння з конкурентами, галуззю, факторний причиново-наслідковий аналіз відхилень
5. Кінцеві результати	З урахуванням поправок
6. Кінцеві результати	З урахуванням ризику інвестицій
7. Показники ефективності	Показники продуктивності, рентабельності фондів та ін.
8. Відображення КПД в БІ	У кожному елементі структури БІ

Рис. 1.6. Загальна концепція управління БІ (як правило, має такий вигляд)

Застосування БІ в маркетинговій діяльності підприємства

Щоб розробити конкретні аспекти маркетингового БІ за аналогією з економічним аналізом, виділяють такі види маркетингового аналізу: експрес-маркетинговий аналіз (від одного універсального показника до декількох) і комплексний аналіз (набір деяких необхідних показників).

Аналогічно із макроекономічних, маркетингові показники можуть бути (рис. 1.7):

Назва маркетингових показників	
1. Лідуючі	– обсяг споживацьких замовлень у фірми; – обсяг маркетингового бюджету на наступний період; – майбутні поставки фірмі; – витрати на рекламу
2. Поточні	особисті доходи споживача
3. Відстаючі	оборотність запасів і дебіторської заборгованості

Рис. 1.7. Маркетингові показники

У маркетинговий БІ необхідно включати діагностичні і попереджувальні метрики для обґрунтування продажу і бюджетів.



Рис. 1.8. Ключові показники діяльності у бізнес-інтелекті

БІ необхідно використовувати ефективно. У деяких американських компаніях вводять посаду керівника, який відповідає за ефективність. БІ можливо використовувати ефективно, якщо для цього на підприємстві є такі організаційні умови:

- наявність лідерства в організації;
- відсутність організаційного силосу;
- утримання і розвиток талановитих фахівців і управлінців.

Для оцінки позитивного впливу застосування БІ на економічну ефективність підприємства використовують:

1. Фінансово-економічні показники	• нарощування продажу; • виручка від реалізації; • прибуток; • рентабельність активів і власного капіталу; • зростання доходу на одного зайнятого; • скорочення накладних витрат; • витрати на управління тощо
2. Нефінансові бенефіти	• розвиток інноваційних здібностей і компетенцій; • ефективні комунікації на підприємстві; • скорочення часу на прийняття інноваційних рішень; • покращення репутації і лідерства та ін.

Рис. 1.9. Показники для оцінки позитивного впливу застосування бізнес-інтелекту

БІ інтелектуального підприємства дозволяє аналітично об'єднати всі види діяльності для ефективної і сталої організації бізнесу.

Практикум

Базові терміни і поняття: бізнес, інтелект, інтелектуальний бізнес, підприємництво, комерція, види інтелектуального бізнесу, бізнес-інтелект, бенефіси, бізнес-дизайн, метрика, дорожня карта продукту.

Контрольні запитання і завдання

1. Розкрити сутність бізнесу.
2. Розкрити особливості третинного (сервісного) сектору.
3. Розкрити сутність інтелектуального бізнесу (далі – ІБ).
4. Охарактеризувати види ІБ.
5. Розкрити сутність поняття «бізнес-інтелект» (далі – БІ).
6. Розкрити сутність структури БІ.
7. Роль БІ в маркетинговій діяльності підприємства.
8. Охарактеризувати нефінансові бенефіси.
9. Розкрити сутність понять «про бізнес» і «для бізнесу».

Доповіді

1. Бізнес-інтелект – інструмент управління підприємством.
2. Бізнес-центральна магістраль у розвитку соціально-економічної системи.

Тести

1. *До складових бізнесу відносять:*
 - а) роботу;
 - б) підприємництво;
 - в) створення продукції;
 - г) аграрний сектор.
2. *Основою інтелектуального підприємництва виступають ціннісні орієнтири:*
 - а) бачення і відкриття;

- б) індустріальний сектор;
- в) комерція;
- г) активність.

3. До видів інтелектуального бізнесу (ІБ) відносять:

- а) реалізацію ідей;
- б) задоволення попиту споживачів;
- в) науково-технічні;
- г) персонал.

4. Структура бізнес-інтелекту (БІ) складається з таких елементів:

- а) художні твори;
- б) інноваційні продукти;
- в) бенчмаркетинг;
- г) вартість бренда.

5. Основні ключові показники діяльності (далі – КПД) в бізнес-інтелекті у сфері інновацій продукту і ринкової реакції:

- а) вартість і рентабельність продукту в кожній його стадії життєвого циклу;
- б) канали товароруху;
- в) репутація і лідерство підприємства;
- г) доходи споживача.

6. До найнижчих маркетингових показників відносять:

- а) витрати на рекламу;
- б) ризики;
- в) оборотність дебіторської заборгованості;
- г) бізнес-дизайн.

7. До концепції управління бізнес-інтелектом відносять:

- а) показники ефективності;
- б) функціональні моделі;
- в) консалтингові послуги;
- г) корисні моделі.

8. До науково-технічних видів ІБ відносять:

- а) сферу освіти;
- б) твори художньої літератури;

- в) живопис;
- г) технічні пристрої.

9. До основної метрики панелі управління бізнес-інтелекту відносять:

- а) симуляцію;
- б) час кругообігу;
- в) ліміти інвестицій;
- г) рентабельність активів.

10. До маркетингових показників, які лідирують, відносять:

- а) оборотність запасів;
- б) кінцеві результати з урахуванням ризику інвестицій;
- в) обсяг споживацьких запасів у підприємства;
- г) дебіторську заборгованість.

Список використаних джерел:

[24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 44, 55, 61, 85, 86, 91, 103].

ТЕМА 2

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПРОДУКТИ: СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ

- 2.1. Інтелектуальна власність та її значення.*
- 2.2. Об'єкти і суб'єкти ІВ.*
- 2.3. Інтелектуальний продукт, його сутність і його захист.*

2.1. Інтелектуальна власність та її значення

Інтелектуальна власність (далі – ІВ) в умовах ринкової економіки у господарському кругообігу набуває статусу інтелектуального капіталу. Інтелектуальна власність – складний феномен, який в ринковій інтелектуальній економіці знайшов теоретичне обґрунтування і базується на загальних основах теорії ринку, капіталу і бізнесу.

Отже, економіка інтелектуальної власності – це галузь знань, яка вивчає теорію і практику функціонування ринкових структур і механізмів взаємодії суб'єктів економічної діяльності, що пов'язані з інтелектуальним капіталом.

Поняття «інтелектуальна власність» (ІВ) виникло в процесі тривалої практики юридичного закріплення за окремими особами їхніх прав на результати інтелектуальної діяльності у сфері науки, виробництва, мистецтва і літератури.

Інтелектуальна власність (ІВ) – це закріплені законом права на результати інтелектуальної діяльності в промисловій, науковій, художній, виробничій та інших сферах. Законодавство, яке визначає права на ІВ, базується на праві кожного володіти, використовувати і розпоряджатися результатами своєї творчої діяльності, які є матеріальними благами, зберігаються за його творцями і можуть використовуватися іншими особами за згодою з ними, крім випадків, що визначені законодавством.

ІВ є основним стратегічним ресурсом, який забезпечує конкурентоспроможність кожного підприємства і економіки країни в цілому. Тобто економіка знань створила нове середовище

конкуренції, в якій йде боротьба за виключні права на інтелектуальні продукти (нові ідеї та винаходи), і в таких умовах ринковий успіх підприємства базується на нових знаннях, а ІВ є фактором процвітання будь-якої країни світу.

Поняття ІВ у правовій світовій системі з'явилося у ХІХ столітті. 1883 року була підписана Паризька конвенція з охорони промислової власності, 1886 року – укладена Бернська конвенція з охорони літературних і художніх творів, 1891 року досягнуто Мадридську угоду про міжнародну реєстрацію знаків. Активно почала розвиватися міжнародна співпраця у сфері охорони прав на результати творчої діяльності у ХХ столітті, а саме: 1925 року укладена Гаагська угода про депонування промислових зразків, 1958 року підписана Лісабонська угода про охорону найменування місць походження та їх міжнародної реєстрації, 1961 року підписана Римська конвенція з охорони прав виконавців, виробників фонограм і органів радіо і телебачення, 1989 року – Договір про міжнародну реєстрацію аудіовізуальних творів та ін.

Отже, основною ознакою ІВ є творчий характер. Об'єктом ІВ завжди є результат творчості людей і відповідає установленим вимогам закону. Результат творчості, запозичений без дозволу автора, не може бути об'єктом ІВ другої особи. ІВ має свої особливості і свою специфіку, тому вона і є однією з видів власності.

Найважливіша особливість ІВ – це всі результати інтелектуальної діяльності людини, для отримання правової охорони повинні бути належним чином оформлені або надана їм належна об'єктивна форма.

Взагалі ІВ відрізняється від загального поняття власності певними особливостями (рис. 2.1)

Одною з основних особливостей ІВ є те, що вона повинна приносити матеріальну користь (прибуток у сфері матеріального виробництва) або іншу користь (створення додаткових труднощів для конкурентів, допомагати духовному розвитку громадян). Для того щоб отримати цю користь від права на об'єкт інтелектуальної власності (далі – ОІВ), спочатку треба понести витрати фінансові, людські і витратити час, а конкурент може незаконно виготовляти

ті самі вироби по тій самій технології і його товари будуть дешевшими і конкурентоспроможними. На такі обставини вперше звернули увагу в Англії в період швидкого розвитку мануфактури. Уже на початку XIV століття королівська влада надавала підтримку виробництву у формі даріння особі, яка впровадила нову технологію, виключного права використання цієї технології упродовж терміну, якого достатньо для її освоєння. Це виключне право давало розробнику переваги у конкурентній боротьбі, а це, у свою чергу, давало можливість королівству зміцнювати своє економічне становище.

Об'єкти загального поняття власності	Об'єкти ІВ
1. Матеріальні предмети (рухоме і нерухоме майно)	1. Нематеріальні об'єкти, блага (ідеї, зразки, символи, технічні рішення, поєднання звуків та ін.)
2. Власність не обмежується термінами часу, вона належить будь-якому суб'єкту довічно з певним винятком	2. ІВ обмежена визначеними термінами і тільки, коли ці терміни настають, результат ІВ є надбанням суспільства
3. Способи набуття і оформлення прав власності	3. Способи придбання і оформлення прав власності
4. Способи захисту прав	4. Способи захисту прав

Рис. 2.1. Об'єкти загального поняття власності та інтелектуальної власності

Система патентного права постійно вдосконалювалася і уже на початку XVII століття були закладені її основи. У сучасних умовах розвитку патенти – це вид ІВ (промислової власності), що використовується як інструмент, який регулює створення і передачу нових технологій.

Наступним об'єктом промислової власності є торгова марка, тобто знак у вигляді символів, який відображали ремісники на товарах, скотарі наносили на тварин «клеймо». Термін «товарний знак» (товарна марка) почали вживати тільки у XIX столітті. Доцільно зазначити, що чим більше використовувалися товарні марки, тим більше було випадків їх незаконного копіювання. У зв'язку з цим зародилася заборона на ведення справ під іншим ім'ям: ніхто не мав права видавати свої товари за товари іншої особи.

На початку ХХ століття було завершено розвиток законодавства про торгові марки (Німеччина – 1936 р., Великобританія – 1938 р., США – 1946 р.). У загальних рисах ці закони не втратили своєї значущості і сьогодні.

У XV столітті розпочало розвиватися авторське право. Поштовхом до цього стало створення печатного верстату, що дозволило копіювати літературу, а не писати вручну. У цих умовах з'явилися виробники і копіювальники незаконних копій. У зв'язку з цим в Англії, Франції, Німеччині розпочали надавати підприємцям пільги у вигляді виключних прав на відтворення копій і їх розповсюдження упродовж обмеженого терміну. Якщо хтось порушував правила, то застосовували заходи захисту: штрафи, арешти, конфіскацію незаконних копій та ін.

З моменту, коли розпочали друкувати книги, збільшився обсяг продажу та дохід виробників і продавців. У зв'язку з цим автори книжок порушили питання про захист своїх прав. Відтак 1709 року в Англії вийшов перший закон про авторське право (копірайт). Цей закон забезпечував автору виняткове право друкувати і публікувати книгу упродовж 14 років з дати першої публікації, а також передавати це право продавцю. Закон також передбачав подвоєння цього терміну ще на 14 років, якщо автор живий.

Форма закону про копірайт закріплена і в законі США (1976 р.), який передбачає захист досягнення упродовж усього життя автора і 50 років після його смерті.

Але варто зазначити, що існують концептуальні відмінності щодо копірайта в країнах загального права і країнах із кодифікованим цивільним законодавством. У країнах із загальним правом до копірайта ставляться як до форми власності, яка може бути створена індивідуальним або колективним автором і підлягає комерційній реалізації так само, як і інша власність. У цій ситуації складові права копірайта направлені виключно на отримання економічної вигоди.

У країнах із кодифікованим цивільним законодавством авторське право направлене на захист економічного змісту ІВ. Але і в цьому випадку авторське право втілює ідею про те, що твір автора є відображенням його особистості і потребує такого ж захисту, як і економічний потенціал твору.

2.2. Об'єкти і суб'єкти інтелектуальної власності (ІВ)

Згідно з Цивільним кодексом України (ст. 421) суб'єктами права інтелектуальної власності є: творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності (автор, виконавець, винахідник тощо) та інші особи, яким належать особисті немайнові та (або) майнові права інтелектуальної власності відповідно до цього кодексу, іншого закону чи договору.

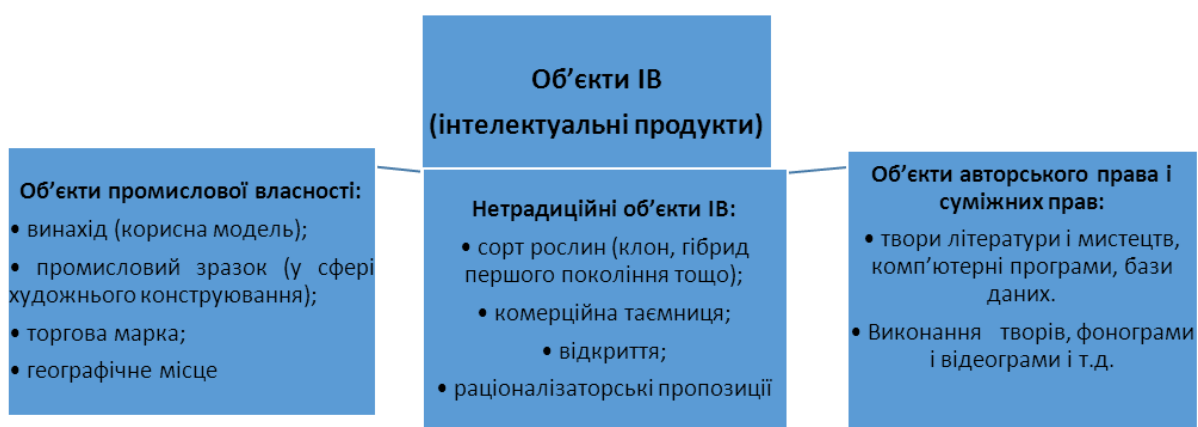


Рис. 2.2. Інтелектуальні продукти

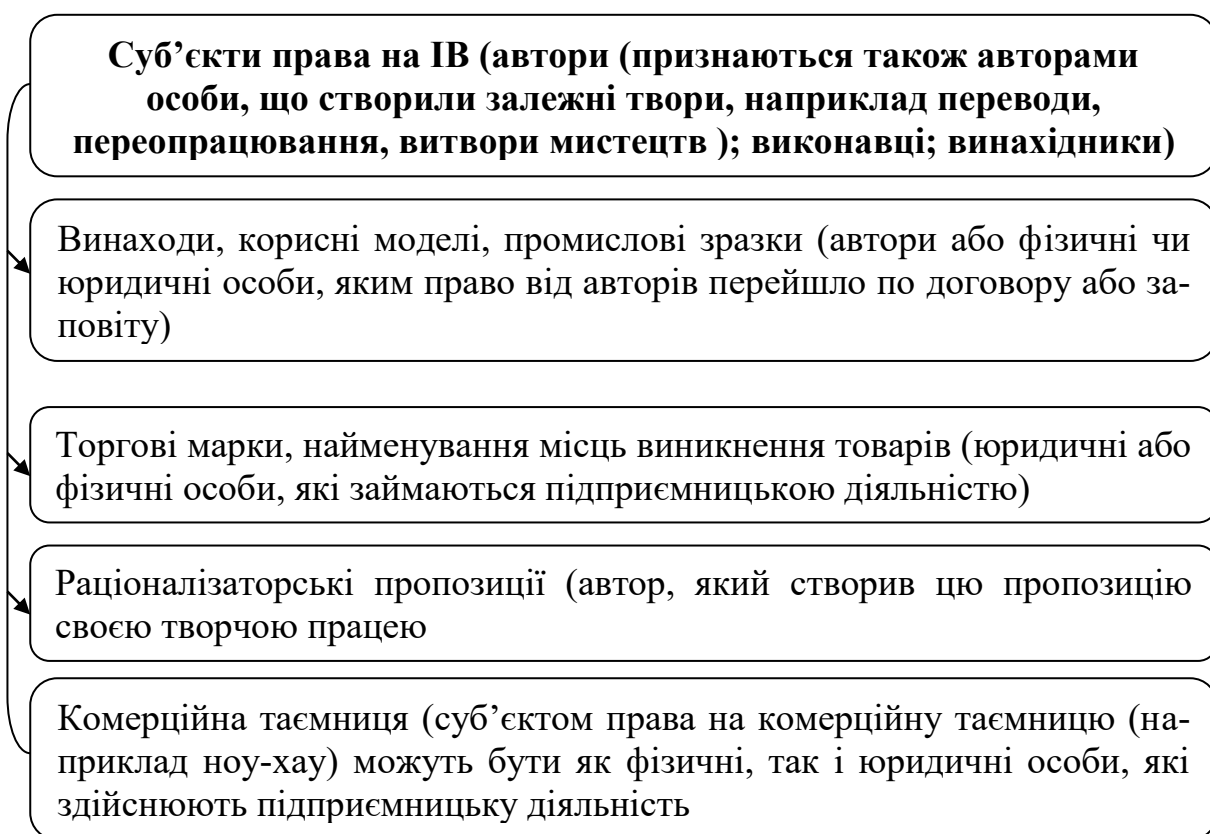


Рис. 2.3. Суб'єкти права на інтелектуальну власність

Отже, варто зазначити, що до суб'єктів авторського права відносять:

- авторів творів;
- спадкоємців та інших правонаступників;
- організації, керуючих майновими правами авторів на колективній основі.

Поряд із фізичними особами власниками авторських прав можуть бути юридичні особи, які придбали окремі авторські повноваження, згідно з договором з автором, або отримали їх за заповітом або в якихось інших випадках.

Суб'єктами авторського права після смерті автора стають його спадкоємці згідно з законом (тільки громадяни, які є законними спадкоємцями) або за заповітом (авторські права можуть бути передані будь-якому громадянину).

Строк чинності майнових прав інтелектуальної власності на твір спливає через сімдесят років, що відліковуються з 1 січня року, наступного за роком смерті автора чи останнього із співавторів, який пережив інших співавторів, крім випадків, передбачених законом (ЦК ст.446).

Згідно зі ст. 434 Цивільного кодексу України до об'єктів авторського права не належать:

- 1) акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування (закони, укази, постанови, рішення тощо), а також їх офіційні переклади;
- 2) державні символи України, грошові знаки, емблеми тощо, затверджені органами державної влади;
- 3) повідомлення про новини дня або інші факти, що мають характер звичайної пресінформації;
- 4) інші твори, встановлені законом.

2.3. Інтелектуальний продукт, його сутність і його захист

Автор В. С. Новіков [65] зазначає, що інтелектуальний продукт, створений у результаті творчих зусиль окремої особистості чи колективу, становить основу інтелектуальної власності. Він може мати різні форми: відкриття та винаходи, зразки нової продукції і техніки, нові технології, науково-виробничі, консалтингові, економіко-фінансові, управлінські, маркетингові послуги, а також різні види літературно-художньої творчості. На думку автора Бутнік-Сіверського, **інтелектуальний продукт** – це результат розумової, інтелектуальної праці. Це продукт творчих розумових зусиль, що має змістовне значення для певного інтелектуально підготовленого кола осіб, втілений на матеріальному носії. Інтелектуальний продукт має свої особливі властивості, а саме: автономність, взаємодію з людиною, індивідуальність, реакційну здатність [41].

Інтелектуальна діяльність у соціально-економічному розвитку є важливим фактором успішного виробничого і комерційного функціонування високотехнологічних підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності і в зв'язку з цим виникає проблема щодо створення ефективної системи охорони і захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності (далі – ОІВ).

У сучасних умовах розвитку результати інтелектуальної діяльності охороняються у зв'язку з існуванням їх ринкової цінності, залученням до ринкового обороту, що потребує специфікації і відповідних прав власності. Тобто охорона і захист прав ІВ є важливим інструментом регулювання відносин на ринку.

Світовий досвід свідчить, що ефективний механізм охорони прав ІВ є важливим елементом економічної політики, яка направлена на розвиток наукових досліджень, впровадження інновацій, залучення інвестицій в інноваційні проєкти, зростання зайнятості, стимулювання розвитку міжнародної торгівлі, конкурентоспроможність національної економіки в глобальному ринковому середовищі та ін.

Основні потреби в охороні і захисті інтелектуальних продуктів полягають в такому:

- забезпечення зацікавленості винахідників шляхом надання їм обмежень у часі щодо контролю за використанням своїх витворів, заохочення творчої активності і впровадження її результатів у соціально-економічний розвиток суспільства;

- активізація інвестиційної й інноваційної діяльності, впровадження досягнень науково-технічного прогресу в усі сфери суспільного життя;

- створення цивілізованого ринкового середовища, надійного захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції, яка пов'язана із неправомірним використанням об'єктів ІВ;

- захист економічної безпеки держав в умовах глобалізації;

- створення сприятливих умов для трансфера нових технологій;

- розповсюдження інформації, яка направлена на пошук шляхів розв'язання науково-технічних і соціально-економічних проблем.

Варто зазначити, якщо інтелектуальні продукти стають відомими суспільству, то винахідники не можуть створювати контроль за їх використанням. Отже, формування інституту охорони і захисту прав ІВ є важливою закономірністю розвитку інформаційного суспільства.

На думку дослідників, еволюція розвитку сучасного інституту охорони і захисту прав ІВ, як правило, має такі тенденції:

- 1) розповсюдження режиму охорони прав ІВ на нові об'єкти і нетрадиційні сфери їх застосування;

- 2) підсилення режиму правової охорони і захисту ІВ;

- 3) впровадження більш жорстких покарань за порушення виключних прав;

- 4) спрощення процедури отримання правової охорони ОІВ;

- 5) лібералізація відношень щодо використання результатів інтелектуальної діяльності, яка фінансується за рахунок державного бюджету і спеціалізованих фондів;

б) інтенсифікація міжнародного співробітництва у сфері охорони прав ІВ в умовах глобалізації.

Одним із основних механізмів захисту ІВ є патентна система, в основі якої лежить патентне право – сукупність норм права, які регламентують систему охорони об'єктів промислової власності шляхом видачі патентів.

Патентне право, як правило, характеризується таким:

1. Територіальним принципом охорони, тобто патент видається відповідно до національного законодавства і всі пов'язані з ним права з географічної точки зору обмежені кордонами країни або регіону.

2. Виданням патентними органами охоронного документа (патента, свідоцтва), який діє упродовж визначеного терміну, після закінчення терміну ОІВ переходить у суспільну власність.

За своєю природою патентне право є виключним правом, яке належить до науково-технічної сфери творчої інтелектуальної діяльності.

На сьогодні патентний захист перетворюється в стратегічну ціль як окремої компанії, так і держави в цілому. Нині лідерські місця у сфері патентування займають: США, Західна Європа, Японія.

Американські фахівці зазначають, що в США провідні компанії намагаються отримати патенти для блокування конкуренції, отримання роялті; укріплення свого лідерства, здійснення перехресного ліцензування; активного просування своїх товарів на ринок. Відтак патентування виконує такі функції:

– оборонну, яка направлена на захист від конкурентів уже завойованих сегментів ринку;

– агресивну, яка направлена на завоювання нових сегментів ринку.

У спеціальній літературі відображаються і характеризуються принципи патентного права.

У сучасній науковій літературі сформовані такі основні економічні концепції:

1. Стимулювання винахідництва, згідно з яким патентування спонукає винахідників до творчості.

2. Розкриття, згідно з яким патентний захист забезпечує широкий доступ до інформації про винаходи та їх використання, стимулюючи винахідників не держати в секреті результати їхньої творчої праці.

3. Розвиток і комерціалізація, відповідно до яких патентування стимулює інвестиції, які необхідні для розвитку і комерціалізації ІВ.

4. Розвиток перспективних досліджень, згідно з якими патентознавство зумовлює кумулятивний ефект розвитку винахідництва на виробництві.

Основні принципи патентного права
1. Надання правової охорони лише тим об'єктам ІВ, які офіційно визнані патентоспроможними на основі критеріїв новизни, позачерговості і промислового застосування
2. «Патентна чистота» об'єктів промислової власності, яка потребує використання цих об'єктів не порушуючи патентних прав інших осіб
3. Визначення за власником патента виключних прав на використання запатентованих ОІВ і установлення санкцій, якщо ці права будуть порушені. Санкції – це захист об'єктів патентного права. У практиці використовуються такі види санкцій: • заборона в подальшому неправомірного використання об'єкта промислової власності у господарюванні; • відшкодування патентовласнику понесених збитків (як прямих витрат, так і не отриманих вигод); • накладення на порушника обов'язків щодо виплати штрафу; • публікація рішення суду з метою захисту ділової репутації власника патенту
4. Погодження інтересів власників патентів і суспільства в цілому на основі впровадження виключень із сфери патентної монополії, що продиктовані суспільними потребами

Рис. 2.4. Принципи патентного права

Світовий досвід свідчить, що є держави, які надають правову охорону такому ОІВ, як корисні моделі. Це обумовлено:

– підвищенням ролі і значення малого та середнього інноваційного бізнесу, який зацікавлений в швидкому і недорогому оформленні виключних прав на власні розробки;

– збільшенням кількості нових технічних рішень, які у своєму рівні перевищують раціоналізаторські пропозиції, але не досягають рівня винаходів;

– підвищенням ролі і значення галузей, які випускають товари народного споживання, це, як правило, вироби, що мають короткий термін використання і пов'язані з інститутом корисної моделі.

У більшості держав на корисну модель видається охоронний документ, який може називатися: «свідоцтвом», «патентом» або «малим патентом». Сутність цих документів полягає в тому, що власник має виключні права на цю модель, але термін дії на них коротший (але достатній), ніж на винахід. Переваги прав на корисні моделі, порівняно з винаходами, є такі: швидка і проста їх реєстрація, нижчий рівень вимог, ніж до винахідницького рівня, короткий термін охорони (у більшості країн національний патент можна отримати за 2–3 роки, європейський – за 4 роки, а реєструється корисна модель упродовж 6-ти місяців).

Нині загальною світовою тенденцією стають «службові винаходи». У такій ситуації власниками патентів є не окремі особи (автори), а їх правонаступники, тобто приватні фірми, державні установи. Це стосується тих винаходів, які зможуть забезпечити високу економічну віддачу.

При розвинених ринкових умовах вирішальним фактором зростання комерційної цінності благ є врахування смаків споживачів. Відтак оформлення зовнішнього вигляду виробів має важливе значення у підвищенні конкурентоспроможності товаровиробників. У зв'язку з цим охорона права на промислові зразки направлена на захист результатів творчої діяльності дизайнерів. Основним охоронним документом при цьому є патент, а вирішальними умовами патентоспроможності корисних моделей є новизна, промислове застосування і обов'язково наявність у зовнішньому вигляді виробу художньо-естетичних рис.

Варто зазначити, що, на відміну від патентного права, є ще й охорона таємниці, яка не пов'язана із реєстрацією і формальною процедурою видачі охоронного документа. Але здійснюється ряд заходів, які направлені на збереження її конфіденційності

(наприклад, шляхом укладення угоди про нерозголошення із суб'єктами, які мають доступ до цієї інформації).

Найбільш розвинену законодавчу базу щодо захисту таємниці мають США. Важливими документами в США щодо охорони таємниць є Єдиний закон про торгові таємниці (1976 р.) і Закон про економічний шпіонаж (1996 р.). Згідно з законодавством США за грабіж ІВ передбачається позбавлення волі терміном до 15 років і штраф у розмірі 500 тис. дол.

Патент – це державний охоронний документ на нове технічне рішення в певній сфері, що підкреслює його пріоритет і авторство й установлює виключні права патентовласника, які дійсні на території держави, в якій був виданий цей охоронний документ, упродовж законодавчо установленого терміну.

Практикум

Базові терміни і поняття: інтелектуальна власність (далі – ІВ), промислові зразки, винаходи, нематеріальні об'єкти, виключне право, патент, патентне право, патентна чистота, торгова марка, авторське право, нетрадиційні об'єкти ІВ, об'єкти авторського права, корисні моделі, інтелектуальний продукт.

Контрольні запитання і завдання

1. Охарактеризувати ІВ як ресурс, який забезпечує конкурентоспроможність підприємства.
2. Розкрити особливості ІВ.
3. Охарактеризувати торгову марку як об'єкт промислової власності.
4. Охарактеризувати сутність розвитку авторського права.
5. Розкрити сутність ОІВ.
6. Охарактеризувати суб'єкти ІВ.
7. Розкрити механізм охорони прав ІВ як важливий елемент економічної політики.
8. Охарактеризувати основні принципи патентного права.
9. Розкрити сутність охорони таємниць.

Тестові завдання

1. У чому полягають основні потреби в охороні і захисті інтелектуальних продуктів:

- а) створення сприятливих умов для трансфера нових технологій;
- б) підсилення режиму правової охорони і захисту ІВ;
- в) завоювання нових сегментів ринку;
- г) патентна чистота об'єктів промислової власності.

2. Які види санкцій використовуються у практиці:

- а) інтенсифікація міжнародного співробітництва у сфері охорони прав ІВ в умовах глобалізації;
- б) публікація рішення суду з метою захисту ділової репутації власника патенту;
- в) спрощення процедури отримання правової охорони ОІВ;
- г) захист економічної безпеки держави в умовах глобалізації.

3. В еволюції охорони і захисту прав ІВ виділяють такі тенденції:

- а) розповсюдження інформації, яка направлена на пошук шляхів вирішення науково-технічних проблем;
- б) охорона, яка спрямована на захист від конкурентів уже завойованих сегментів ринку;
- в) впровадження більш жорстких покарань за порушення виключних прав;
- г) накладання на порушення обов'язків щодо виплати штрафу.

4. Чим обумовлена правова охорона такого ОІВ, як корисні моделі:

- а) розвиток перспективних досліджень, згідно з якими патентознавство породжує кумулятивний ефект, розвиток винахідництва на виробництві;
- б) збільшення кількості нових технічних рішень, які у своєму рівні перевищують раціоналізаторські пропозиції, але не досягають рівня винаходів;

- в) стимулювання винахідництва, згідно з яким патентування спонукає винахідників до творчості;
- г) завоювання нових сегментів ринку.

5. Особливі властивості інтелектуального продукту:

- а) рекреаційна властивість;
- б) спадкоємність;
- в) юридичні особи;
- г) інтелектуальний потенціал.

6. Об'єкти ІВ:

- а) рухоме майно;
- б) способи придбання й оформлення прав власності;
- в) технічні рішення;
- г) створення додаткових труднощів для конкурентів.

7. У країнах із кодифікованим цивільним законодавством авторське право спрямоване на:

- а) економічні вигоди;
- б) захист економічного змісту ІВ;
- в) творчий характер;
- г) загальні основи теорії ринку, капіталу і бізнесу.

8. Суб'єкти ІВ:

- а) фонограми, відеограми;
- б) географічне місце;
- в) переклади;
- г) громадяни, які не є спадкоємцями.

9. З якою метою провідні компанії намагаються отримати патенти:

- а) для блокування конкуренції;
- б) для визначення за власником виключних прав;
- в) для погодження інтересів власників патентів і суспільства;
- г) для збільшення технічних рішень.

10. Основні принципи патентного права:

- а) розвиток і комерціалізація, згідно з якими патентування стимулює інвестиції;

б) підвищення ролі галузей, які випускають товари народного споживання, і, як правило, ці товари мають короткий термін служби;

г) надання правової охорони об'єктам ІВ, які визнані патентоспроможними, на основі критеріїв новизни і промислового застосування.

Список використаних джерел:

[2, 3, 4, 24, 25, 28, 32, 41, 62, 65, 89].

ТЕМА 3

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1. Основні нормативні акти, які регулюють відносини у сфері інтелектуальної власності.

3.1.1. Конституція України.

3.1.2. Цивільний кодекс України.

3.1.3. Регулятивні та спеціалізовані нормативно-правові акти. Законопроекти.

3.1.4. Міжнародні договори, до яких приєдналась Україна.

3.1. Основні нормативні акти, які регулюють відносини у сфері інтелектуальної власності

3.1.1. Конституція України

Частиною 2 статті 41 Конституції України передбачено право кожного володіти, користуватися і розпоряджатися результатами своєї інтелектуальної та творчої діяльності.

Згідно з **частиною 2 статті 54** Конституції громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової творчості, захист інтелектуальної власності, їх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності. Кожен громадянин має право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності; ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, встановленими законом.

3.1.2. Цивільний кодекс України

2003 року Верховною Радою України прийнято Цивільний кодекс, в якому висвітлено право інтелектуальної власності (книга 4 глави: 35–46 ст. 418–508).

Цивільний кодекс (далі – ЦК) надає роз'яснення таким поняттям, як інтелектуальна власність, об'єкти та суб'єкти права інтелектуальної власності (глава 35), а також авторське право

(глава 36), суміжні права (глава 37), наукове відкриття (глава 38), винахід, корисна модель та промисловий зразок (глава 39), компонування інтегральної мікросхеми (глава 40), раціоналізаторська пропозиція (глава 41), сорт рослин, порода тварин (глава 42), комерційне найменування (глава 43), торговельна марка (глава 44), географічне зазначення (глава 45) і комерційна таємниця (глава 46).

У ЦК право інтелектуальної власності є непорушним. Ніхто не може бути позбавлений права інтелектуальної власності чи обмежений у його здійсненні, крім випадків, передбачених законом (ст. 418).

Стаття 419 ЦК відображає співвідношення права ІВ та права власності.

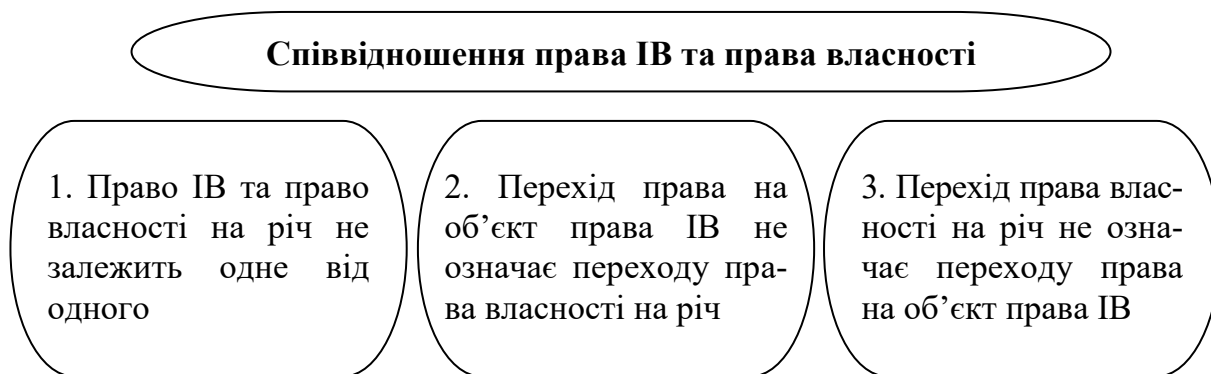


Рис. 3.1. Права інтелектуальної власності, права власності та їх співвідношення

Об'єкти права ІВ (ст. 420)	
1.	Літературні та художні твори
2.	Комп'ютерні програми
3.	Компіляції даних (бази даних)
4.	Виконання
5.	Фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення
6.	Наукові відкриття
7.	Винаходи, корисні моделі, промислові зразки
8.	Компонування (топографії) інтегральних мікросхем
9.	Раціоналізаторські пропозиції
10.	Сорти рослин, породи тварин
11.	Комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні зазначення
12.	Комерційні таємниці

Рис. 3.2. Об'єкти права інтелектуальної власності

Інтелектуальна власність – це немайнові і майнові права.

До особистих немайнових прав ІВ належать (ст. 423):

- право на визнання людини творцем (автором, виконавцем, винахідником тощо) об'єкта права інтелектуальної власності;

- право перешкоджати будь-якому посяганню на право інтелектуальної власності, здатному завдати шкоди честі чи репутації творця об'єкта права інтелектуальної власності;

- інші особисті немайнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

2. Особисті немайнові права інтелектуальної власності належать творцеві об'єкта права інтелектуальної власності. У випадках, передбачених законом, особисті немайнові права інтелектуальної власності можуть належати іншим особам.

3. Особисті немайнові права інтелектуальної власності не залежать від майнових прав інтелектуальної власності.

4. Особисті немайнові права інтелектуальної власності не можуть відчужуватися (передаватися), за винятками, встановленими законом.

Майнові права інтелектуальної власності (ст. 424)

1. Право на використання об'єкта права інтелектуальної власності.

2. Виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності.

3. Виключне право перешкоджати неправомірному використанню об'єкта права інтелектуальної власності, в тому числі забороняти таке використання.

4. Інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

5. Законом можуть бути встановлені винятки та обмеження в майнових правах інтелектуальної власності за умови, що такі обмеження та винятки не створюють істотних перешкод для нормальної реалізації майнових прав інтелектуальної власності та здійснення законних інтересів суб'єктів цих прав.

6. Майнові права інтелектуальної власності можуть, відповідно до закону, бути вкладом до статутного капіталу юридичної

особи, предметом договору застави та інших зобов'язань, а також використовуватися в інших цивільних відносинах.

Строк чинності прав інтелектуальної власності (ст. 425)

1. Особисті немайнові права інтелектуальної власності є чинними безстроково, якщо інше не встановлено законом.

2. Майнові права інтелектуальної власності є чинними протягом строків, встановлених цим кодексом, іншим законом чи договором.

3. Майнові права інтелектуальної власності можуть бути припинені достроково у випадках, встановлених цим кодексом, іншим законом чи договором.

Використання об'єкта права інтелектуальної власності (ст. 426)

1. Способи використання об'єкта права інтелектуальної власності визначаються цим кодексом та іншим законом.

2. Особа, яка має виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності, може використовувати цей об'єкт на власний розсуд з додержанням при цьому прав інших осіб.

3. Використання об'єкта права інтелектуальної власності іншою особою здійснюється з дозволу особи, яка має виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності, крім випадків правомірного використання без такого дозволу, передбачених цим кодексом та іншим законом.

4. Умови надання дозволу (видачі ліцензії) на використання об'єкта права інтелектуальної власності можуть бути визначені ліцензійним договором, який укладається з додержанням вимог цього кодексу та іншого закону.

Захист права інтелектуальної власності судом (ст. 432):

1. Кожна особа має право звернутися до суду за захистом свого права інтелектуальної власності відповідно до статті 16 цього Кодексу.

2. Суд у випадках та в порядку, встановлених законом, може постановити рішення, зокрема, про:

1) застосування негайних заходів щодо запобігання порушенню права інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів;

2) зупинення пропуску через митний кордон України товарів, імпорт чи експорт яких здійснюється з порушенням права інтелектуальної власності;

3) вилучення з цивільного обороту товарів, виготовлених або введених у цивільний оборот з порушенням права інтелектуальної власності та знищення таких товарів;

4) вилучення з цивільного обороту матеріалів та знарядь, які використовувалися переважно для виготовлення товарів з порушенням права інтелектуальної власності або вилучення та знищення таких матеріалів та знарядь;

5) застосування разового грошового стягнення замість відшкодування збитків за неправомірне використання об'єкта права інтелектуальної власності. Розмір стягнення визначається відповідно до закону з урахуванням вини особи та інших обставин, що мають істотне значення;

6) опублікування в засобах масової інформації відомостей про порушення права інтелектуальної власності та зміст судового рішення щодо такого порушення.

Загальні положення ЦК України містять також характеристику про охорону прав на винаходи (корисні моделі), промислові зразки (ЦК, глава 39, ст. 459, 460, 461, 462, 464):

1. Винахід, корисна модель, промисловий зразок вважаються придатними для набуття права інтелектуальної власності на них, якщо вони, відповідно до закону, є новими, винахід має винахідницький рівень і придатні для промислового використання.

2. Об'єктом винаходу, корисної моделі може бути продукт (пристрій, речовина тощо) або процес у будь-якій сфері технології, промислового зразку, як правило, це можуть бути форма, малюнок чи розфарбування або їх поєднання, що визначають зовнішній вигляд промислового виробу.

3. Законом можуть бути встановлені продукти та процеси, які не є придатними для набуття права інтелектуальної власності на них відповідно до цієї статті.

Потрібно зазначити, що набуття права інтелектуальної власності на винахід, корисну модель, промисловий зразок засвідчується патентом.

Обсяг правової охорони визначається формулою винаходу, корисної моделі, сукупністю суттєвих ознак промислового зразка.

Умови та порядок видачі патенту встановлюються законом.

МАЙНОВІ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ВИНАХІД, КОРИСНУ МОДЕЛЬ, ПРОМИСЛОВИЙ ЗРАЗОК (ЦК, ст. 464)	
1. Право на використання винаходу, корисної моделі, промислового зразка	
2. Виключне право дозволяти використання винаходу, корисної моделі, промислового зразка (видавати ліцензії)	
3. Виключне право перешкоджати неправомірному використанню винаходу, корисної моделі, промислового зразка, в тому числі забороняти таке використання	
4. Інші майнові права ІВ, встановлені законом	
Майнові права ІВ на винахід, корисну модель, промисловий зразок належать тому, хто володіє відповідним патентом, якщо інше не встановлено договором чи законом	

Рис. 3.3. Майнові права інтелектуальної власності

Строк чинності майнових прав інтелектуальної власності на винахід, корисну модель, промисловий зразок (ЦК, ст. 465)

1. Строк чинності виключних майнових прав інтелектуальної власності на винахід спливає **через двадцять років**, що відліковуються від дати подання заявки на винахід в установленому законом порядку. Цей строк може бути продовжений в установленому законом порядку щодо винаходу, використання якого потребує спеціальних випробувань та офіційного дозволу.

2. Строк чинності виключних майнових прав інтелектуальної власності на корисну модель спливає **через десять років** від дати подання заявки на корисну модель в установленому законом порядку.

3. Строк чинності виключних майнових прав інтелектуальної власності на промисловий зразок спливає **через п'ятнадцять років** від дати подання заявки на промисловий зразок в установленому законом порядку.

Право інтелектуальної власності на раціоналізаторську пропозицію (ЦК, глава 41, ст. 481, 482, 483, 484)

Раціоналізаторською пропозицією є визнана юридичною особою пропозиція, яка містить технологічне (технічне) або організаційне рішення у будь-якій сфері її діяльності.

Об'єктом раціоналізаторської пропозиції може бути матеріальний об'єкт або процес.

Обсяг правової охорони раціоналізаторської пропозиції визначається її описом, а також кресленнями, якщо вони надані.

Суб'єктами права інтелектуальної власності на раціоналізаторську пропозицію є її автор та юридична особа, якій ця пропозиція подана.

Автор раціоналізаторської пропозиції має право на добросовісне заохочення від юридичної особи, якій ця пропозиція подана.

Юридична особа, яка визнала пропозицію раціоналізаторською, має право на використання цієї пропозиції у будь-якому обсязі.

Право інтелектуальної власності на торговельну марку (ЦК, глава 44, ст. 492, 493, 494)

Торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів.

Суб'єктами права інтелектуальної власності на торговельну марку є фізичні та юридичні особи.

Право інтелектуальної власності на певну торговельну марку може належати одночасно кільком фізичним та (або) юридичним особам.

Набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку засвідчується свідоцтвом. Умови та порядок видачі свідоцтва встановлюються законом.

Обсяг правової охорони торговельної марки визначається наведеними у свідоцтві її зображенням та переліком товарів і послуг, якщо інше не встановлено законом.

Набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку, яка має міжнародну реєстрацію або визнана в установленому законом порядку добре відомою, не вимагає засвідчення свідоцтвом.

Майнові права інтелектуальної власності на торговельну марку (ЦК, ст. 495)
1. Право на використання торговельної марки
2. Виключне право дозволяти використання торговельної марки
3. Виключне право перешкоджати неправомірному використанню торговельної марки, в тому числі забороняти таке використання
4. Інші майнові права ІВ, встановлені законом

Рис. 3.4. Майнові права інтелектуальної власності на торговельну марку

Майнові права інтелектуальної власності на торговельну марку належать володільцю відповідного свідоцтва, володільцю міжнародної реєстрації, особі, торговельну марку якої визнано в установленому законом порядку добре відомою, якщо інше не встановлено договором.

Строк чинності майнових прав інтелектуальної власності на торговельну марку (ЦК, ст.496) – **десять років** з дати, наступної за датою подання заявки на торговельну марку в установленому законом порядку, якщо інше не встановлено законом. Зазначений строк може бути **продовженим щоразу на десять років** у порядку, встановленому законом.

Право інтелектуальної власності на комерційну таємницю (ЦК, глава 46, ст. 505)

1. Комерційною таємницею є інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які зазвичай мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію.

2. Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого

характеру, за винятком тих, які, відповідно до закону, не можуть бути віднесені до комерційної таємниці.

Майнові права ІВ на комерційну таємницю (ЦК, ст. 506)
1. Право на використання комерційної таємниці
2. Виключне право дозволяти використання комерційної таємниці
3. Виключне право перешкоджати неправомірному розголошенню, збиранню або використанню комерційної таємниці
4. Інші майнові права ІВ, встановлені законом

Рис. 3.5. Майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю

Майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю належать особі, яка правомірно визначила інформацію комерційною таємницею, якщо інше не встановлено договором.

Строк чинності права інтелектуальної власності на комерційну таємницю обмежується строком існування сукупності ознак комерційної таємниці, встановлених частиною першою статті 505 цього Кодексу.

3.1.3. Регулятивні та спеціалізовані нормативно-правові акти. Законопроекти

Сучасний економічний розвиток у суспільстві неможливо уявити собі без участі об'єктів інтелектуальної власності. Основна проблема їх споживання – законне введення в цивільний оборот, без порушення прав авторів і правовласників. Для цього в Україні розроблені і прийняті такі закони, які регулюють відносини у сфері інтелектуальної власності, а саме:

Закон України «Про авторське право і суміжні права»;

Закон України «Про видавничу справу»;

Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»;

Закон України «Про електронний цифровий підпис»;

Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»;

Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах»;

Закон України «Про інформаційні агентства»;

Закон України «Про інформацію»;

Закон України «Про кінематографію»;
Закон України «Про науково-технічну інформацію»;
Закон України «Про наукову і науково-технічну експертизу»;
Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі»;
Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів»;
Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»;
Закон України «Про охорону прав на промислові зразки»;
Закон України «Про охорону прав на сорти рослин»;
Закон України «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем»;
Закон України «Про професійних творчих працівників та творчі спілки»;
Закон України «Про рекламу»;
Закон України «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних»;
Закон України «Про систему суспільного телебачення і радіомовлення України»;
Закон України «Про телебачення і радіомовлення».

3.1.4. Міжнародні договори, до яких приєдналась Україна

Бернська конвенція (Паризький акт 1971 р.);
Римська конвенція 1961 р.;
Женевська конвенція 1974 р.;
Договір ВОІВ про авторське право;
Паризька конвенція, Стокгольмський акт;
Договір про патентну кооперацію 1970 р.;
Договір про патентне право 2000 р.;
Мадридська угода 1891 р.;
Мадридський протокол 1989 р.;
Договір про закони щодо товарних знаків 1994 р.;
Міжнародна конвенція про охорону нових сортів рослин;
Будапештський договір 1977 р.

Практикум

Базові терміни і поняття: Конституція України, Цивільний кодекс України, авторське право, суміжні права, раціоналізаторська пропозиція, комерційне найменування, географічне зазначення, комерційна таємниця, немайнові права ІВ, майнові права ІВ.

Контрольні запитання і завдання

1. Охарактеризувати сутність і значення Цивільного кодексу України.
2. Розкрити сутність Конституції України стосовно права кожного громадянина щодо його інтелектуальної та творчої діяльності.
3. Охарактеризувати немайнові і майнові права ІВ.
4. Розкрити сутність охорони прав на винаходи (корисні моделі), промислові зразки.
5. Розкрити сутність права ІВ на торговельну марку.
6. Розкрити сутність права ІВ на комерційну таємницю.

Завдання для самостійної роботи

1. Право ІВ на літературний, художній та інший твір (авторське право).
2. Право ІВ на виконання, фонограму, відеограму та програму (передачу) організації мовлення (суміжні права).
3. Право ІВ на географічне зазначення.
4. Право ІВ на раціоналізаторську пропозицію.

Тестові завдання

1. *Об'єкти права ІВ:*
 - а) торговельна марка;
 - б) право ІВ та право власності на річ не залежить одне від одного;
 - в) творча діяльність;
 - г) майнові права.

2. Немайнові права ІВ:

- а) комерційна таємниця;
- б) право на визнання людини творцем (автором, виконавцем, винахідником);
- в) немайнові права не залежать від майнових прав;
- г) видача ліцензії.

3. Суб'єкти права ІВ:

- а) географічні зазначення;
- б) виключне право дозволяти використання об'єкта права;
- в) виконавець, винахідник;
- г) право ІВ непорушне.

4. Немайнові права ІВ:

- а) наукові відкриття;
- б) право використання об'єкта права ІВ;
- в) дострокове припинення майнового права ІВ;
- г) майнові права є вкладом до статутного капіталу юридичної особи.

5. Передання майнових прав ІВ:

- а) майнові права ІВ можуть бути передані повністю або частково;
- б) немайнові права ІВ, створені за замовленням, належать творцеві цього об'єкта;
- в) право на використання комерційного найменування;
- г) право ІВ на певну торговельну марку може належати одночасно кільком фізичним та (або) юридичним особам.

6. Суб'єкти права ІВ на торговельну марку:

- а) раціоналізаторська пропозиція;
- б) фізичні та юридичні особи;
- в) пристрій, речовина або процес у будь-якій сфері технології;
- г) компіляції даних.

7. Суб'єкти суміжних прав:

- а) право ІВ на виробника відеограми виникає з моменту першого його здійснення;

б) виконавець, виробник фонограми, відеограми, організація мовлення;

в) право на використання об'єкта суміжних прав;

г) оренда оригіналу чи примірника фонограми.

8. Право на наукове відкриття:

а) автор наукового відкриття має право надати науковому відкриттю своє ім'я;

б) право ІВ на винахід засвідчується патентом;

в) право ІВ на komponування інтегральної мікросхеми засвідчується свідоцтвом;

г) організаційне рішення у будь-якій сфері діяльності.

9. Обсяг правової охорони раціоналізаторської пропозиції визначається:

а) добросовісним заохоченням від юридичної особи, якій подана раціоналізаторська пропозиція;

б) правом на комерційне найменування;

в) описом, кресленнями, якщо вони подані;

г) одночасною належністю кільком фізичним або юридичним особам.

10. Суб'єкти права ІВ на географічне зазначення:

а) виробники товарів, асоціації споживачів;

б) органи державної влади;

в) фізичні та юридичні особи;

г) рослини, породи рослин.

Список використаних джерел:

[1, 2, 3, 4, 16, 17, 18, 25, 51].

ТЕМА 4

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ – ОСНОВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

4.1. Інтелектуальний капітал, його сутність та структура.

4.2. Особливі властивості інтелектуальних ресурсів.

4.3. Вимір інтелектуального капіталу компанії з метою управління ним.

4.1. Інтелектуальний капітал, його сутність та структура

На сьогодні ще нема єдиного підходу щодо визначення і структурного змісту інтелектуального капіталу (далі – ІК). Найбільш відомі визначення і класифікація ІК розглядаються у таких авторів, як Е. Брукінг, Т. Стюард і Л. Едвінсон.

У своїй роботі «Intellectual Capital: Core Assets for the Third Millennium Enterprise» Енні Брукінг [39] визначає інтелектуальний капітал як «термін, що визначає нематеріальні активи, без яких компанія не може діяти».

Е. Брукінг розглядає ІК як комбінацію чотирьох складових (рис. 4.1).

У 1997 році американський дослідник природи ІК Томас Стюарт визначає його як «знання, інформацію, інтелектуальну власність, досвід, які можуть бути використані для формування багатства» [73]. Робота Т. Стюарта «Інтелектуальний капітал. Нове джерело багатства організацій» є однією із найбільш цитованих і стала на сьогодні класикою в концепції інтелектуального капіталу.

Т. Стюарт вважається автором трьохкомпонентної структури інтелектуального капіталу (але в своїй роботі він віддає перевагу канадському банкіру Хьюберту Сент-Онжу), яка сьогодні використовується у більшості науково-практичних досліджень і застосовується під час впровадження практик управління інтелектуальним капіталом компанії [73]. Перше місце Т. Стюарт

відводить людському капіталу, який підтримується структурним і споживацьким капіталом.



Рис. 4.1. Інтелектуальний капітал Е. Брукінг [39]

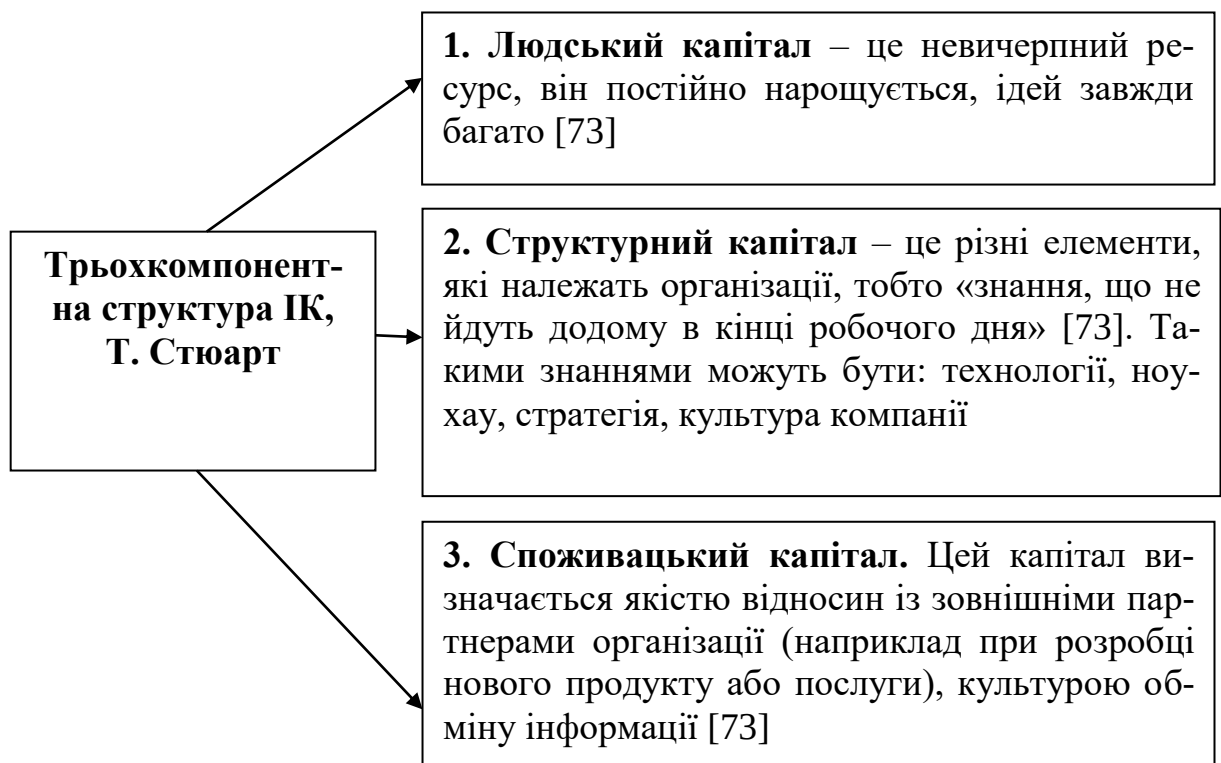


Рис. 4.2. Структура ІК, Т. Стюарт

Т. Стюарт зазначає, що людський, структурний і споживацький капітали фірми взаємодіють, вони можуть як підсилити, так і ослабити один одного. Отже, при інвестуванні в ці види капіталу необхідно враховувати їх тонку матерію взаємовпливу.

Представник бізнес-середовища Лейф Едвінсон, який багато років пропрацював у датській компанії «Скандія», визначив інтелектуальний капітал як «інформацію і знання, що можуть використовуватися для створення цінності» [78]. Саме з точки зору створення цінності фірми (англ. «власність» – value) Л. Едвінсон із своїми колегами розглядають структуру інтелектуального капіталу. У своїй праці «Корпоративна довгота» Л. Едвінсон зазначає, що «на початку 1990-х років інтелектуальний капітал у Скандії не мав ніякого значення. Інтелектуальний капітал не вважався серйозною цінністю і не мав вартісної оцінки. Компанія Скандія, яка існує із 1855 року і має більш ніж 10 тис. працюючих, були знання, досвід, ідеї, відкриття, але про них забували, на них просто не звертали уваги і не використовували для збільшення доданої вартості. Цінність цього потенціалу ігнорувалася і не визнавалася, лише на початку 2000 року інтелектуальний капітал компанії був оцінений приблизно в 15 млрд доларів. Крім того, середня продовженість початкової стадії освоєння нових бізнесів скоротилася в Скандії із семи років до шести місяців » Л. Едвінсон запропонував двокомпонентну структуру ІК (рис. 4.3).

Ця структура майже не відрізняється від приведеної класифікації Стюарта. Людський капітал розглядає Едвінсон як реальні і потенційні інтелектуальні здібності, а також відповідні практичні навички працівників компанії. Структурний капітал включає в себе клієнтський і організаційний капітал. Клієнтський капітал являє собою цінність, яка відіграє роль у відносинах з клієнтами. Організаційний капітал поділяється на дві складові: інноваційний капітал (патенти, ліцензійні угоди, торговельні марки, ідеї й інші.); процесний капітал – це інфраструктура компанії (інформаційні технології, робочі процеси тощо), тобто капітал, матеріалізований в ефективних внутрішніх бізнес-процесах компанії.



Рис. 4.3. Структура ІК за Едвінсоном

Л. Едвінсон стверджує, що в умовах сучасної економіки основним фактором бізнес-успіху компанії все більше буде ставати не фінансовий капітал, з яким пов'язана так звана «корпоративна широта», а саме інтелектуальний капітал, з яким пов'язана так звана «корпоративна довгота».

Якщо зіставити зміст окремих компонентів інтелектуального капіталу, то можна зробити висновок, що вони багато в чому ідентичні (рис. 4.4).

Брукінг	Стюарт	Едвінсон
Людські активи	Людський капітал	Людський капітал
Інфраструктурні активи	Структурний капітал	Структурний капітал:
Ринкові активи	Споживацький капітал	1. Організаційний капітал
		2. Клієнтський капітал

Рис. 4.4. Зіставлення різних класифікацій інтелектуального капіталу

Необхідно пам'ятати, що вибір тієї чи іншої структури інтелектуального капіталу індивідуальний для кожної компанії. Якщо вибираємо ту чи іншу класифікацію, то вибрана класифікація повинна достатньо повно описувати інтелектуальний капітал компанії і його характеристики, які відповідають специфіці діяльності. Опис інтелектуального капіталу повинен допомагати

керівникам, акціонерам, працівникам, клієнтам або інвесторам максимально уявити структуру інтелектуальних активів компанії (явних и скритих), особливо тих, які найбільш тісно пов'язані із основними факторами успіху в конкретній галузі.

Структура інтелектуального капіталу, яку можемо виділити, повинна відповідати стратегічним і тактичним завданням та пріоритетам організації. Наприклад, одні компанії основними параметрами успіху називають фінансовий капітал, а до людського потенціалу ставляться як до другорядного (порівняно з матеріальними) ресурсами. Інші розглядають людський капітал як рушійну силу інновацій і ставлять за ціль створення такої організаційної системи, в якій можуть «розцвітати» людські таланти. Крім того, структура інтелектуального капіталу вибирається виходячи із цілей конкретного аналізу і статистичної інформації, яка є в наявності. Розглянувши класичні визначення і підходи щодо структури інтелектуального капіталу компанії, неможливо не зупинитися на останніх тенденціях у теорії і практиці управління, які мають місце у цій сфері. Найпершим трендом є розробка структур інтелектуального капіталу із урахуванням взаємного пересічення окремих компонентів. Найбільш відомою є трьохлистова модель Родов і Леліарта [Rodov, Leliaer, 2002].

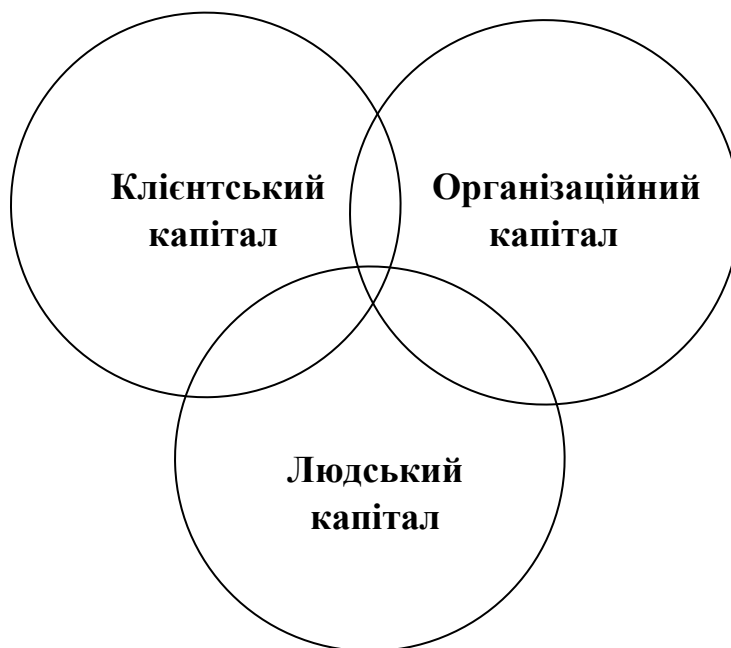


Рис. 4.5. Трьохлистова структура інтелектуального капіталу

Відповідно до цієї моделі людський, споживацький і структурний капітали між собою пересікаються і виникають компоненти інтелектуального капіталу, що є комбінацією двох або трьох складових. Якщо пересікаються людський і клієнтський капітали, то розвиваються індивідуальні відносини із покупцями.

Коли пересікаються людський і структурний капітали, то можуть бути процеси обміну знаннями, сумісне використання неявного і розповсюдження явного знання. Здібність організації притягувати клієнтів за допомогою сітєвих технологій, сили бренду та інших інтелектуальних ресурсів є комбінацією клієнтського і структурного капіталів.

Наступним важливим трендом є інтеграція інтелектуальних ресурсів як ресурсів із високим потенціалом створення цінності в стратегічний портфель компанії. У зв'язку з цим до інтелектуальних ресурсів застосовуються стандартні методи аналізу й управління, а також розробляються нові, що враховують особливі властивості цього виду ресурсів. Підкреслюється роль взаємного впливу традиційних ресурсів компанії й інтелектуальних ресурсів, значимість зовнішнього середовища (з точки зору наявності комплементарних активів) при визначенні потенціалу створення цінності компанії. Подвижниками цього напрямлення, як правило, називають Н. Бонтіса, Й. Рууса, С. Пайка, В'єдма, Бонфората та інших. Портфель ресурсів компанії за Й. Руусом і С. Пайком запропонований на рис. 4.6.

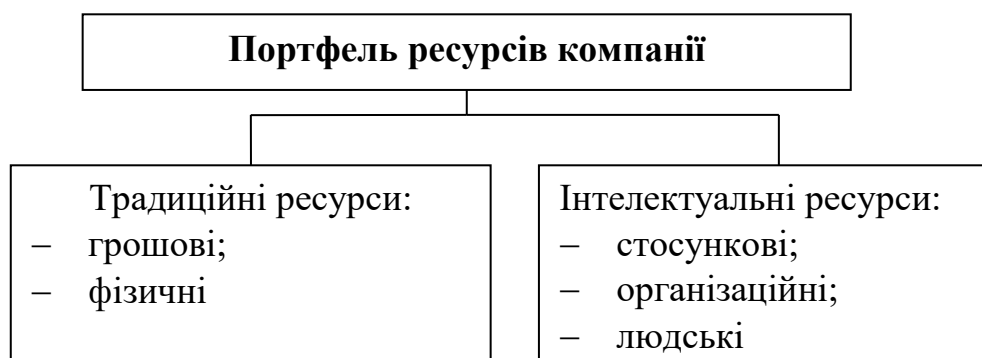


Рис. 4.6. Портфель ресурсів компанії

Стратегічний портфель ресурсів компанії включає в себе як традиційні види ресурсів, так і інтелектуальні. При цьому одні й

інші мають як матеріальну, так і нематеріальну природу (табл. 4.1). З метою ефективного управління необхідно ідентифікувати всі види ресурсів, які беруть участь у створенні цінності. Для цього проводиться декомпозиція до рівня, що відповідає стратегії компанії.

Таблиця 4.1

Стратегічний портфель ресурсів компанії

Природа ресурсів	Форма ресурсів				
	Традиційні економічні ресурси		Інтелектуальні ресурси		
	Грошові	Фізичні	Відносини між людьми	Організаційні	Людські
1	2	3	4	5	6
Матеріальна	Грошові засоби; інвестиції; дебіторська заборгованість; кредиторська заборгованість тощо	власність, будівлі й устаткування; матеріально-виробничі запаси; стандартні активи; фізичні умови праці		документальні системи; документальні процеси; патенти; бренди; титульні дані; права доступу; управлінські контракти; контракти з персоналом; програми підвищення кваліфікації; системи управління результатами діяльності; списки клієнтів і контактна інформація; договори з клієнтами; договори з постачальниками; формальні союзи	

Продовження таблиці 4.1

1	2	3	4	5	6
Нематеріальна	кредитні рейтинги; хороші показники балансу; стабільність руху грошових засобів	місцезнаходження підприємства	підтримка зацікавлених сторін; привілейований статус; репутація організації; право брати участь в торгах, проектувати і брати участь у прибутках; сент; податки і мито	Організаційна структура; організаційна культура	Лідерство; здібність вирішувати проблеми; здібність взаємодіяти; залучення і відбір персоналу; планування кар'єрного зростання; нагороди і подяки; задоволення працівників; утримання персоналу; відносини з персоналом; знання працівників (зокрема неявні); досвід

З метою ефективного управління необхідно ідентифікувати всі види ресурсів, які беруть участь у створенні цінності. Для цього проводиться декомпозиція до рівня, що відповідає стратегії компанії.

Критерії ідентифікації ресурсів за Руусом і Пайком зображено на рис. 4.7.

Враховуючи останні тенденції, в літературі пропонується визначення інтелектуального капіталу.

Інтелектуальний капітал – це стратегічні ресурси, які здатні створювати цінність компанії.

Але інтелектуальні ресурси недоступні великому числу компаній, тому що їх складно замінити іншими видами ресурсів,

володіють низькою мобільністю і формують майбутнє тяжкоімітуємі ключові компетенції компанії. Інтелектуальні ресурси, як правило, мають нематеріальну природу і не включаються у фінансову звітність компанії. Створення цінності на базі інтелектуальних ресурсів залежить від їх взаємного сполучення, вбудованості в ресурсний портфель компанії в цілому і взаємодоповненості із компонентами зовнішнього середовища.

Розрізненість	Визначення ресурсу повинне бути чітким і відмінним від визначень усіх інших ресурсів на відповідному рівні
Повнота	Не повинно бракувати ніяких значимих ресурсів на відповідному рівні
Незалежність	Якщо з іншим ресурсом відбуваються зміни, то ні один із наступних ресурсів не повинен автоматично змінюватися
Адекватність	Декомпозиція повинна бути приведена до рівня, який відповідає цілям управління всього ресурсного портфеля компанії

Рис. 4.7. Критерії ідентифікації ресурсів

4.2. Особливі властивості інтелектуальних ресурсів

Інтелектуальний капітал володіє такими властивостями, які суттєво ускладнюють його вимір і оцінку. Роботи, що були присвячені особливій економічній поведінці інтелектуальних ресурсів, були написані відомими вченими Ерроу і Уільсоном.

Огляд літератури дозволяє виділити відмінні властивості, які впливають на вимір і оцінку інтелектуальних ресурсів компанії.

Зазначимо, що інтелектуальний капітал розглядається як унікальний ресурс, володіє довговічністю, рідкістю, неоднорідністю, складністю імітації, заміщення і низькою мобільністю.

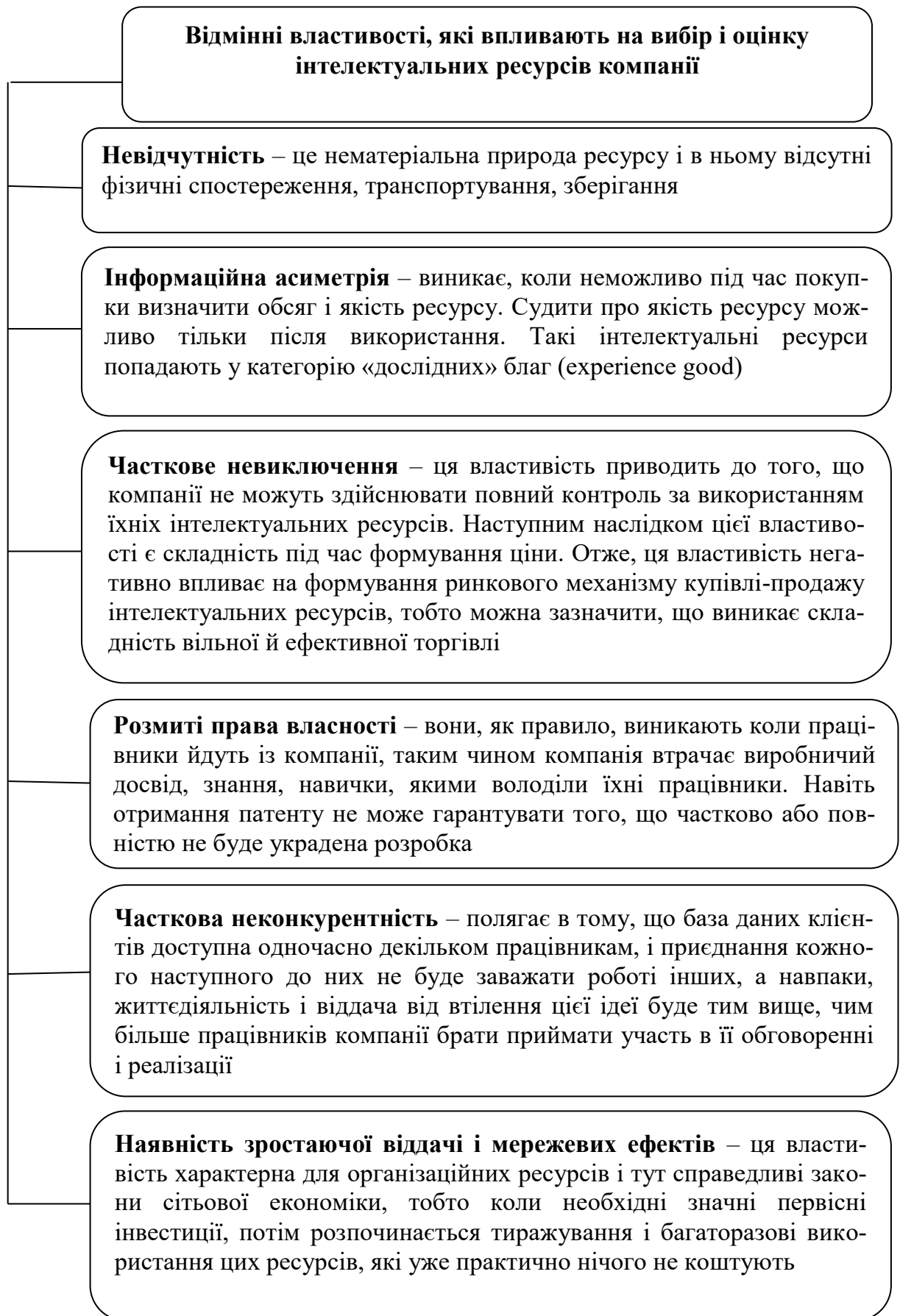


Рис. 4.8. Відмінні властивості та їх вплив на вибір і оцінку інтелектуальних ресурсів

4.3. Вимір інтелектуального капіталу компанії з метою управління ним

Щоб підвищити ефективність роботи компанії в цілому, необхідно грамотно управляти інтелектуальним капіталом, а для цього його треба виміряти, оцінити. В цьому випадку на рівні компанії необхідно своєчасно забезпечити всіх зацікавлених осіб (як всередині компанії, так і за її межами) якісною і достовірною інформацією про стан інтелектуального капіталу компанії. У літературі виділяють п'ять основних мотивів виміру інтелектуального капіталу.

П'ять мотивів виміру інтелектуального капіталу	
1. Формування стратегії компанії	Ці три мотиви пов'язані із внутрішнім прийняттям рішень як мотиви максимізації операційного результату, що виражається в отриманні максимальної виручки за мінімальних витрат і підтримці найкращих взаємовідносин із постачальниками і клієнтами
2. Моніторинг виконання стратегії	
3. Допомога в прийнятті рішень про диверсифікацію і розширення компанії	
4. Використання результатів виміру як основи для винагороди	Цей мотив належить до сфери управління персоналом
5. Надання інформації всім зацікавленим особам про зростання фірми за рахунок її інтелектуальних активів	Цей момент стосується сигналізування стейкхолдерів компанії

Рис. 4.9. Мотиви виміру інтелектуального капіталу

На думку автора Й. Рууса та інших [71], система виміру інтелектуального капіталу з метою управління ним розробляється відповідно до чотирьох базових критеріїв, а саме:

- 1) прозорість (перевіряємість) і достовірність;
- 2) відсутність великих накладних витрат;
- 3) співвіднесення зі стратегічними і тактичними цілями організації;
- 4) генерування необхідної інформації для акціонерів, інвесторів та інших стейкхолдерів, тобто для всіх зацікавлених сторін.

Вперше термін «зацікавлені особи» був застосований Е. Фріменом у роботі «Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених осіб» щодо груп і індивідів, які мають вплив на результат, що значимий для організації. Одним із головних завдань під час аналізу цих груп є створення ефективної системи управлінських рішень, яка б враховувала інтереси значимих для організації осіб. Автори Еглом, Мітчеллом і Зонненфільд створили модель, яка класифікує зацікавлені сторони за трьома критеріями: впливовість, легітимність і актуальність.

На практиці відбір зацікавлених сторін здійснюється відповідальною особою, але при цьому через суб'єктивну оцінку відповідальної особи перелік зацікавлених осіб може бути неповним. Наприклад, відповідальна особа може назвати інвесторів, аналітиків, постачальників, клієнтів, але не звернути уваги на персонал компанії, таким чином, персонал компанії не буде включений до цієї групи зацікавлених сторін. У такому випадку у системі виміру не буде врахована перспектива цінності саме тих фахівців компанії, які не ввійшли в групу зацікавлених сторін, і це може під час прийняття рішень завдати шкоди.

Отже, правильно вибудовані відносини із зацікавленими сторонами дозволять забезпечити відповідність між стратегічною і тактичною діяльністю організації і тим, як вона сприймається зацікавленими сторонами [71]. Особливе значення врахування інтересів зацікавлених сторін має місце для державних і некомерційних організацій, тому що інтереси їх різноманітніші, ніж у приватних комерційних організацій.

На думку Й. Рууса та інших [71], аналіз, розроблений керівництвом за виміром нефінансових ресурсів компанії, дозволяє виділити такі типічні помилки, а саме:

- відсутність зв'язку між виміром і стратегією;
- відсутність встановлених причинно-наслідкових зв'язків між мірою і феноменом, який повинен бути вимірюваний;
- неправильне визначення показників роботи і цілей;
- неправильне вимірювання;

- відсутність боротьби з дублюючими або громоздкими вимірювальними системами;
- недоступність аудиту, тобто зовнішньої перевірки;
- відсутність інформації, яка потрібна акціонерам, інвесторам та іншим зацікавленим особам.

У літературі вживають два терміни «вимір» і «оцінка вартості» інтелектуального капіталу, але за своїми поняттями це різні терміни. «Вимірювання – це частина процесу моніторингу діяльності, водночас як оцінка вартості – це визначення розміру очікування потоку коштів від активів або групи активів» [44]. Термін «вимірювання» (англ. *measurement*) застосовується для опису стану, в якому перебуває організація у відповідний момент шляхом співвіднесення кількості ресурсів, що використовуються, і виготовленої продукції.

Раніше в межах управління інтелектуальним капіталом перевагу надавали вимірюванню, а зараз дослідники стали розглядати й оцінку вартості. Важливість цього показника зростає тому, що топ-менеджери хочуть бачити, як управління інтелектуальним капіталом створює фінансову вартість і споживацьку цінність.

Автор Буковіч [44] зазначає, що кількісний вимір використовується для визначення стану компанії і зв'язку між операційною діяльністю і такими показниками, як ефективність і продуктивність. Тому для управління інтелектуальним капіталом необхідно застосовувати як вимірювання, так і оцінку вартості.

Практикум

Базові терміни і поняття: інтелектуальний капітал, структура інтелектуального капіталу, людський капітал, структурний капітал, споживацький капітал, корпоративна довгота, структура ринкової вартості, портфель ресурсів компанії.

Контрольні запитання і завдання

1. Використовуючи «колесо науки» Уоллеса, охарактеризуйте процес вивчення інтелектуального капіталу.

2. Які теоретичні концепції лежать в основі теорії інтелектуального капіталу?
3. Розкрийте визначення інтелектуального капіталу.
4. Охарактеризуйте структуру інтелектуального капіталу.
5. Назвати основні властивості інтелектуального капіталу, які відрізняють його від інших ресурсів компанії.
6. Показати на прикладах взаємозв'язок понять: інтелектуальний капітал, нематеріальні активи й інтелектуальна власність.
7. Показати різницю між поняттями: вимір інтелектуального капіталу й оцінка вартості інтелектуального капіталу.

Завдання для самостійної роботи

1. Прочитати статтю: Kristand G., Bontis N. Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm // Management Decision. Vol. 45. No 9. 2007. p. 1510–1524. available at: <http://www.business.mcmaster.ca/mktg/nbontis//ic/publications/KristandlBontisMD.pdf>.

Дайте відповіді на запитання:

1. Чим керуються різні автори, пропонуючи нові визначення інтелектуального капіталу?

2. Як би ви визначили поняття інтелектуального капіталу? Обґрунтуйте відповідь.

3. Визначте співвідношення нематеріальних активів за українськими і міжнародними стандартами та проаналізуйте близькість цих понять щодо терміна «інтелектуальний капітал».

Опишіть основні помилки, що здійснюються під час виміру інтелектуального капіталу і роз'ясніть причини їх виникнення.

Якими цілями керуються компанії, що займаються виміром свого інтелектуального капіталу?

Тестові завдання

1. *Основний компонент структури інтелектуального капіталу – це:*

- а) методи управління персоналом;
- б) людський капітал;

- в) канали розподілу;
- г) ноу-хау.

2. Компонент ринкової вартості – це:

- а) компетенція;
- б) фінансовий капітал;
- в) покупець;
- г) фізичні ресурси.

3. До людських активів відносять:

- а) технології;
- б) портфель заказів;
- в) знання працівників;
- г) інформацію.

4. Ключовим фактором бізнес-успіху компанії є:

- а) фінансовий капітал;
- б) інтелектуальний капітал;
- в) процесний капітал;
- г) торгова марка.

5. Які компоненти структури інтелектуального капіталу за Бруккінгом, Стюартом, Едвінсоном однакові:

- а) кваліфікація;
- б) грошові активи;
- в) людський капітал;
- г) корпоративна широта.

6. Коли пересікаються людський і структурний капітали, це може призвести до:

- а) створення цінності в стратегічний портфель компанії;
- б) сумісного використання неявного і розпорядження явного знання;
- в) традиційних ресурсів;
- г) розвитку індивідуальних відносин із покупцями.

7. До інтелектуальних ресурсів стратегічного портфеля компанії відносять:

- а) дебіторську заборгованість;
- б) матеріально-виробничі запаси;

- в) інвестиції;
- г) формальні союзи.

8. До нематеріальних ресурсів відносять:

- а) місцезнаходження підприємства;
- б) стабільність руху грошових запасів;
- в) досвід;
- г) показники балансу.

9. Особливими властивостями інтелектуальних ресурсів є:

- а) моніторинг виконання стратегії;
- б) здійснення неповного контролю за використанням інтелектуальних ресурсів;
- в) незалежність;
- г) планування кар'єрного зростання.

10. До мотивів виміру інтелектуального капіталу відносять:

- а) відсутність великих накладних витрат;
- б) безпечні зацікавлені сторони;
- в) сигналізування стейкхолдерів компанії;
- г) прозорість.

Список використаних джерел:

[30, 39, 40, 52, 57, 71, 73, 78, 106].

ТЕМА 5

ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ БІЗНЕСОМ

5.1. Сутність управління інтелектуальним бізнесом.

5.2. Механізм управління інтелектуальним бізнесом та його основні елементи.

5.1. Сутність управління інтелектуальним бізнесом

Конкурентоспроможність підприємств сьогодні визначається тією продукцією, у виробництві якої використані знання та прогресивні технології. Тому джерелом конкурентних переваг у сучасних умовах є знання і творчий потенціал працівників. Отже, створення нових інтелектуальних продуктів і освоєння передових технологій є одним із пріоритетних напрямів розвитку підприємництва. На сьогодні розвиток економічної діяльності базується на виготовленні інтелектуальних продуктів, тобто на інтелектуальній праці – інтелектуальний бізнес або інтелектуальне підприємництво.

У зв'язку з цим необхідно в умовах розвитку нових типів економіки (економіки знань, економіки трансформацій) уточнити понятійно-сміслові аспекти інтелектуального бізнесу і трактування поняття «інтелектуальне підприємництво». Щодо розвитку економіки знань відомий американський економіст П. Друкер [51] висловив свою думку так: «Коли ми говоримо про нову економіку, ми маємо на увазі світ, у якому люди працюють розумово, а не фізично.

Світ, у якому інновації важливіші, ніж масові продукти. Світ, у якому швидкі зміни відбуваються постійно. Світ настільки ж відмінний від індустріального століття, наскільки той відрізнявся від аграрного. Світ настільки інший, що його виникнення можна описати лише словом «революція»!». Отже, інтелектуалізація бізнесу стає провідною парадигмою господарювання, що дозволяє йому перейти у якісно новий стан, у стан

знань. Звертаючи увагу на думки багатьох учених, можна вважати, що інтелектуальний бізнес та інтелектуальне підприємництво – це споріднені поняття, які використовуються для формування нового типу економічних відносин. Багато вчених і практиків основними рушійними силами інтелектуального бізнесу виділяють:

- знання як стратегічний чинник розвитку інтелектуального капіталу;
- глобалізацію в науково-технічних розробках, технологіях, комунікаціях інформації, виробництві, торгівлі, фінансах;
- швидкі й складні зміни, які створюють невизначеність та непередбачуваність.

У розвитку економіки на сьогодні конкурентними перевагами стають знання і творчий потенціал інтелектуалів-підприємців та їх здатність займатися інтелектуальним підприємництвом. Автори Г. Константинов та С. Філонович [83] визначають такі основні ознаки інтелектуального підприємництва:

- 1) інтелектуальна сміливість;
- 2) інформаційна грамотність;
- 3) толерантність до інформаційної надмірності і невизначеності;
- 4) здатність формувати нові знання;
- 5) мотивація до породження нового знання.

У літературі розглядають управління інтелектуальним бізнесом у трьох площинах, а саме:

Назва площин	
1. Управління як процес	Це перетворення одного результату творчої діяльності в інший
2. Управління як функція	Це цілеспрямований інформаційний вплив на людей, в першу чергу на творців інтелектуальних продуктів, що здійснюється з метою направити їх дії й отримати бажаний результат
3. Управління певною структурою	Це розроблення або використання об'єктів права інтелектуальної власності

Рис. 5.1. Управління інтелектуальним бізнесом у трьох площинах

Отже, можна зазначити, що управління інтелектуальним бізнесом – це система, в якій стратегічно пов'язані між собою методи і засоби, спрямована ця система на творчу діяльність новаторів, виявлення резервів досягнення високих результатів та збільшення результативності інтелектуального бізнесу.

На думку автора С. І. Арабаджієва [34], в умовах сьогодення першочерговими завданнями є впровадження механізму управління інтелектуальною власністю:

- різке збільшення інвестицій на наукові дослідження, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи і на людський потенціал;
- розвиток і розповсюдження ключових технологій сучасного й новітнього технологічних укладів, що здатне забезпечити підприємствам конкурентні переваги;
- створення регіональної інфраструктури, що забезпечує комерціалізацію результатів НДДКР;
- збереження інформаційної інфраструктури науково-дослідних робіт, а також захист інтелектуальної власності і підтримання її прав;
- розробка та реалізація програм розвитку територій з високою концентрацією науково-технічного потенціалу;
- створення інститутів розвитку, що здатні забезпечити залучення інвестицій у розвиток інтелектуальної сфери;
- формування механізмів реалізації пріоритетів структурної модернізації економіки на основі випереджаючого розвитку нового технологічного укладу, формування сучасних виробничо-технологічних структур із потенціалом зростання на сучасному ринку.

Потім розпочинається етап інтелектуального підприємництва. Для конкурентних переваг і отримання максимального прибутку представники мікрорівня в інтелектуальному підприємстві вбачають управління інтелектуальними ресурсами й інтелектуальним капіталом. Представники макрорівня вважають інтелектуальне підприємництво новим інститутом (що являє особливу культуру взаємовідносин, систему цінностей і норм), який сформувався внаслідок становлення економіки знань. Отже активізація інтелектуального підприємництва дає можливість інтелектуальному бізнесу

розвиватися більш повною мірою. Але варто зазначити, що інтелектуальний бізнес (хоч він і немає однозначного переводу з англійської) суттєво відрізняється від комерційного бізнесу такими моментами, як: стратегія розвитку і планування, організація та управління персоналом, особливість реклами і сам процес збуту продукції.

Базою формування і розвитку інтелектуального бізнесу в літературі вважають такі принципи:

- оптимізація індивідуальних і колективних знань;
- формування креативних, унікальних знань, які здатні приносити прибуток і покращувати добробут суспільства;
- застосування маркетингу інтелектуальних продуктів та послуг;
- мотивація та стимулювання розвитку інтелектуального капіталу.

Нині інтелектуальна власність – це основний елемент ведення бізнесу нового типу, який заснований на знаннях.

5.2. Механізм управління інтелектуальним бізнесом та його основні елементи

Головною умовою управління інтелектуальним бізнесом є його структура.

Структуру управління інтелектуальним бізнесом вчені і практики визначають за допомогою таких основних завдань:

Пріоритетні завдання			
1. Розвиток інтелектуального бізнесу: - планування; - реалізація; - середовище; - мотивація працівників (сприяти інтелектуальній творчості, впровадження нових науково-технічних розробок та використання їх у виробництві)	2. Аналіз ринку: - конкуренти; - порушники (наприклад, ліцензійних договорів, патентних прав тощо); - систематичний моніторинг свого ринку	3. Захист прав інтелектуальної власності: - отримання охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності та дії стосовно своїх правопорушників	4. Обмін: (комплекс дій, пов'язаний з розпорядженням ІВ): - купівля; - продаж; - ліцензійні договори та ін.

Рис. 5.2. Управління інтелектуальним бізнесом за допомогою пріоритетних завдань

Корпоративне управління ІБ.

У вертикально-інтегрованій компанії, яка має налагоджену систему адміністративного управління і поставила за мету створення системи промислової власності (ПВ), виникають об'єктивні умови для її реалізації (рис. 5.3).

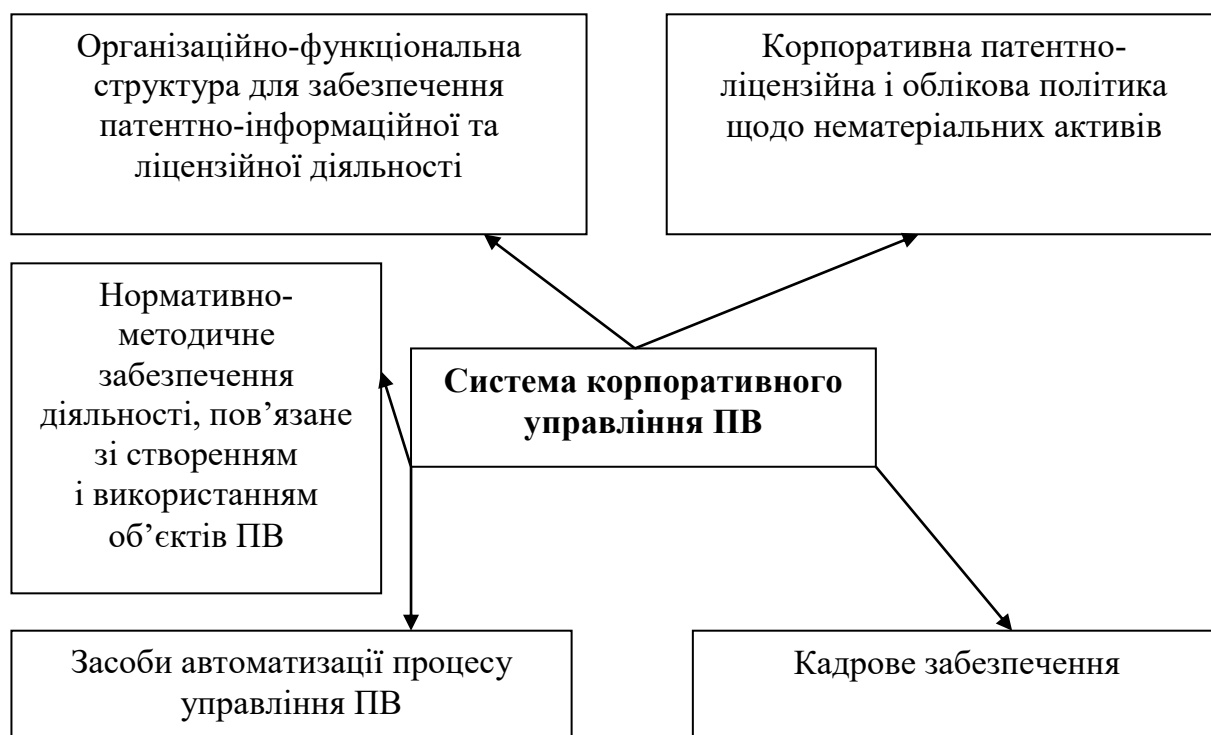


Рис. 5.3. Корпоративне управління промисловою власністю

Таблиця 5.1

Основні функції підрозділу патентно-ліцензійної роботи

1	2
1. Патентні дослідження тем НДР	Мета їх – одержання висхідних даних для обґрунтованого вибору напрямку дослідження, забезпечення розробки винаходів, використання сучасних досягнень і уникнення невиправданого дублювання робіт
2. Патентно-кон'юнктурні (маркетингові) дослідження	Фундаментом роботи стають насамперед системні технологічні дослідження відомостей світового фонду патентної, кон'юнктурно-економічної, науково-технічної та іншої інформації, яка спрямована на використання передового досвіду, розробка нових ОПВ і захист прав власності на них
3. Виявлення й оформлення винаходів за темами НДР	Це оформлення пов'язане з предметом правової охорони винаходу, і воно здійснюється після об'єктивної оцінки технічного рівня, необхідності патентування, продажу ліцензій, ноу-хау, надання послуг типу інжиніринг

Продовження таблиці 5.1

1	2
4. Організація експериментальної перевірки об'єктів винаходів	Ця робота передбачає розробку планів використання винаходів, спільну організацію і забезпечення процесу створення експериментального зразка, випробування, вироблення рекомендацій з налагодження виробництва і маркетингу продукції
5. Патентування винаходів в іноземних державах	Правова охорона об'єктів техніки є обов'язковою умовою вигідної реалізації продукції. Робота передбачає добір об'єкта патентування, оцінку його значимості, вибір країн і обґрунтування цього вибору, процедуру патентування, оцінку патентної здатності, патентної чистоти і конкурентоспроможності об'єкта, контроль за дотриманням прав і обов'язків зі сплати мита
6. Правова охорона промислових зразків і товарних знаків	Це передбачається захист художньо-конструкторських рішень, що необхідні для задоволення ринкового попиту, які одночасно із функціональним змістом забезпечують естетичну привабливість об'єкта комерційної пропозиції. Товарний знак як ОПВ виконує рекламну і товарну функції
7. Ліцензійна робота	Ця робота передбачає організацію і проведення обміну науково-технічними досягненнями через торгівлю ліцензіями як на запатентовані технічні рішення, так і на незапатентовані рішення, зокрема ноу-хау. Послуги типу інжиніринг передбачають укладення контракту на виконання різних технічних послуг, наприклад патентних досліджень, дослідницьких робіт. У практиці має місце такий вид робіт, як лізинг , він передбачає орендні послуги на технічне устаткування, яке може містити винахід. Франчайзинг – різновид ліцензійної роботи ноу-хау і товарного знака одночасно
8. Комплектування фонду патентної, кон'юнктурної і загальнотехнічної інформації	Комплектуванню фонду патентної документації й інформації передують розробка тематичного рубрикатора робіт, проведених у компанії. Надалі здійснюють замовлення на одержання патентних бюлетнів, комплектування систематичної реферативної картотеки і картотеки повних описів винаходів, довідково-пошукового апарату. В інтересах патентно-кон'юнктурних досліджень комплектують фірмову картотеку. Фонд загальнотехнічної інформації призначено для підвищення рівня інформаційного забезпечення патентних і патентно-кон'юнктурних досліджень
9. Автоматизація патентно-дослідницьких робіт	Робота передбачає створення баз даних ЕОМ, каналних мереж зв'язку з підприємствами компанії й автоматизації робочих місць, тобто підвищення якості інформаційного забезпечення, скорочення трудозатрат, вилучення трудомістких операцій з процесу патентно-дослідницького супроводу

Механізм управління інтелектуальним бізнесом повинен сприяти залученню в господарську діяльність наявних на підприємстві об'єктів інтелектуальної власності (рис. 5.4). Щоб ефективно використовувати об'єкти інтелектуальної власності, підприємству (організації) необхідно мати повний правовий захист цих об'єктів, щоб їх можна було продавати, дарувати; забезпеченість кваліфікованими кадрами; здійснювати облік та їх вартісну оцінку, мати інформацію про фінансові результати від інтелектуальної діяльності на підприємстві; володіти інформацією щодо інтелектуальної власності на конкурентних підприємствах.



Рис. 5.4. Механізм управління інтелектуальним бізнесом

Щоб запропонований механізм управління інтелектуальним бізнесом підприємств працював на практиці, він передбачає виконання таких дій:

- перевірка стану інтелектуальної діяльності;
- діагностика та забезпечення кваліфікованими кадрами;
- забезпечення науковими, інформаційними та матеріальними ресурсами;
- донесення керівництвом до персоналу необхідності формування портфеля інтелектуального продукту;
- створення дієвої системи мотивації, щоб забезпечити виконання мети механізму управління інтелектуальним бізнесом;
- безперервне генерування інтелектуальної власності як інструменту отримання прибутку;
- надання послуг за рахунок використання інтелектуальної власності у процесі господарської діяльності.

Управління інтелектуальним бізнесом є складним процесом і для цього необхідно підсилити роль держави у формуванні і розвитку українського ринку інтелектуальної власності шляхом своєчасного прийняття і виконання законодавчих актів, спрямованих на стимулювання інвестицій в інтелектуальну власність, щоб підвищити її частку в господарській діяльності підприємства.

Практикум

Базові терміни і поняття: інтелектуальне підприємництво, нова економіка, провідна парадигма господарювання, креативні знання, франчайзинг, інтелектуальний потенціал.

Контрольні запитання і завдання

1. Обґрунтувати такі поняття, як «інтелектуальний бізнес» і «інтелектуальне підприємництво», що між ними спільного та різного?
2. Розкрити сутність нової економіки.
3. Охарактеризувати сутність управління інтелектуальним бізнесом.

4. Обґрунтувати різницю між поняттями: «інтелектуальний бізнес» і «комерційний бізнес».

5. Сутність корпоративного управління інтелектуальним бізнесом.

6. Обґрунтувати сутність механізму управління інтелектуальним бізнесом.

Завдання для самостійної роботи

1. Обґрунтувати відмінність між поняттями «індустріальний розвиток» і «постіндустріальний розвиток».

2. Обґрунтувати інформаційний фактор «ефективність знань».

3. Інформація і знання є основними чинниками постіндустріального розвитку?

4. Економіко-правовий зміст інтелектуальної власності.

5. Необхідність охорони та захист прав інтелектуальної власності.

6. Авторське і суміжні права, їх розвиток та особливості формування.

Тестові завдання

1. Основними рушійними силами інтелектуального бізнесу є:

а) управління певною структурою;

б) знання як стратегічний чинник розвитку інтелектуального капіталу;

в) інформаційна грамотність;

г) індустріальний розвиток.

2. До площин управління інтелектуальним бізнесом відносять:

а) цілеспрямований інформаційний вплив на творців інтелектуальних продуктів;

б) інтелектуальну сміливість;

в) швидкі і складні зміни, які створюють невизначеність та непередбачуваність;

г) революцію.

3. Основні ознаки інтелектуального підприємництва:

- а) здатність формувати нові знання;
- б) перетворення одного результату творчої діяльності в інший;
- в) аграрний розвиток;
- г) система, що спрямована на господарську діяльність підприємства.

4. Першочергові завдання, що характеризують впровадження механізму управління інтелектуальною власністю:

- а) використання об'єктів права інтелектуальної власності;
- б) інформаційна грамотність;
- в) створення інститутів розвитку, що здатні забезпечити залучення інвестицій у розвиток інтелектуальної сфери;
- г) процес реалізації продукції.

5. Принципи формування і розвитку інтелектуального бізнесу:

- а) створення регіональної інфраструктури, що забезпечує комерціалізацію результатів НДДКР;
- б) оптимізація індивідуальних і колективних знань;
- в) управління як функція;
- г) інтелектуальна сміливість.

6. Основні функції підрозділу патентно-ліцензійної роботи:

- а) аналіз ринку;
- б) планування;
- в) автоматизація патентно-дослідницьких робіт;
- г) облік і оцінка об'єктів інтелектуального бізнесу.

7. Пріоритети механізму управління інтелектуальним бізнесом:

- а) інтелектуальний потенціал;
- б) зацікавленість суб'єктів управління;
- в) кадрове забезпечення;
- г) конкуренти.

8. Вимоги механізму управління інтелектуальним бізнесом:

- а) маркетингові дослідження;

б) засоби автоматизації процесу управління промислової власності;

в) інформаційне забезпечення управління;

г) перевірка стану інтелектуальної діяльності.

9. *Суб'єктами механізму управління інтелектуальним бізнесом є:*

а) залучення інвестицій у розвиток інтелектуального бізнесу;

б) вище керівництво підприємства;

в) франчайзинг;

г) мотивація працівників.

10. *Щоб механізм управління інтелектуальним бізнесом працював на практиці, необхідно:*

а) забезпечення науковими, інформаційними та матеріальними ресурсами;

б) економічна доцільність інтелектуальної діяльності;

в) мотивація та стимулювання розвитку інтелектуального капіталу;

г) розробка об'єктів права інтелектуальної власності.

Список використаних джерел:

[31, 34, 51, 57, 62, 82, 88, 108, 111].

ТЕМА 6

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ (ПОСІБНИК ГРИЦУЛЕНКО)

6.1. Інформаційне забезпечення управління інтелектуальним бізнесом.

6.2. Інформаційна підтримка об'єктів інтелектуальної власності.

6.1. Інформаційне забезпечення управління інтелектуальним бізнесом

Сьогодні всім відомо, що шлях, яким прямує розвинена країна, – це шлях до нової постінформаційної цивілізації, завданням якої є підвищення рівня соціально-економічного добробуту. Основним елементом такої цивілізації повинна бути інформаційна складова. Процес управління інтелектуальним бізнесом тісно пов'язаний з рухом інформації та інформаційних ресурсів, розпочинаючи із стадії збору і обробки даних, а закінчується їх структуруванням і видачею обробленої інформації, в подальшому необхідної для прийняття оптимальних управлінських рішень. Сукупність форм, методів та інструментів сприйняття, накопичення, обробки та зберігання інформації для подальшого використання в процесі управлінської діяльності і становить **інформаційне забезпечення**, роль якого зростає і стає цікавим з точки зору науки [50].

Поняття «інформація» появилось у 1387 році і дослівно означало роз'яснення. Однозначного трактування цього поняття немає. Згідно з Законом України «Про інформацію», прийнятим 13.11.1992, під інформацією потрібно розуміти будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. Інформація формується з даних, які самі по собі не мають ніякого значення. Відповідно до теорії управління до інформації потрібно відносити виключно ті дані і повідомлення, які здатні принести певну користь.

Прискорення національних і світових глобалізаційних процесів обумовлено зростанням ролі і кількості інформаційних ресурсів. Інформатизація суспільства призводить до корінних змін суспільного, політичного та економічного життя. Сукупність зібраних в архівах, на електронних носіях даних, повідомлень, інформації і знань фахівців, які формують і обслуговують процеси збору, систематизації, зберігання та обміну в інформаційному середовищі, прийнято називати інформаційними ресурсами. З точки зору мікроекономіки інформаційні ресурси – це інформація, яка є корисною для підприємства, цінність якої можна визначити розрахунками, наприклад, вартість матеріальних або нематеріальних активів. З точки зору макроекономіки інформаційні ресурси представлені масивом корисної інформації, цінної для суспільства, відображення творчої інтелектуальної діяльності найбільш кваліфікованих і активних членів суспільства.

Інформація поділяється на кілька видів: інформація неорганічної природи; біологічна; соціальна. У бізнесі використовуються всі її види. Основні види інформації в бізнесі, в т.ч. інтелектуальному, відображені на рис. 6.1

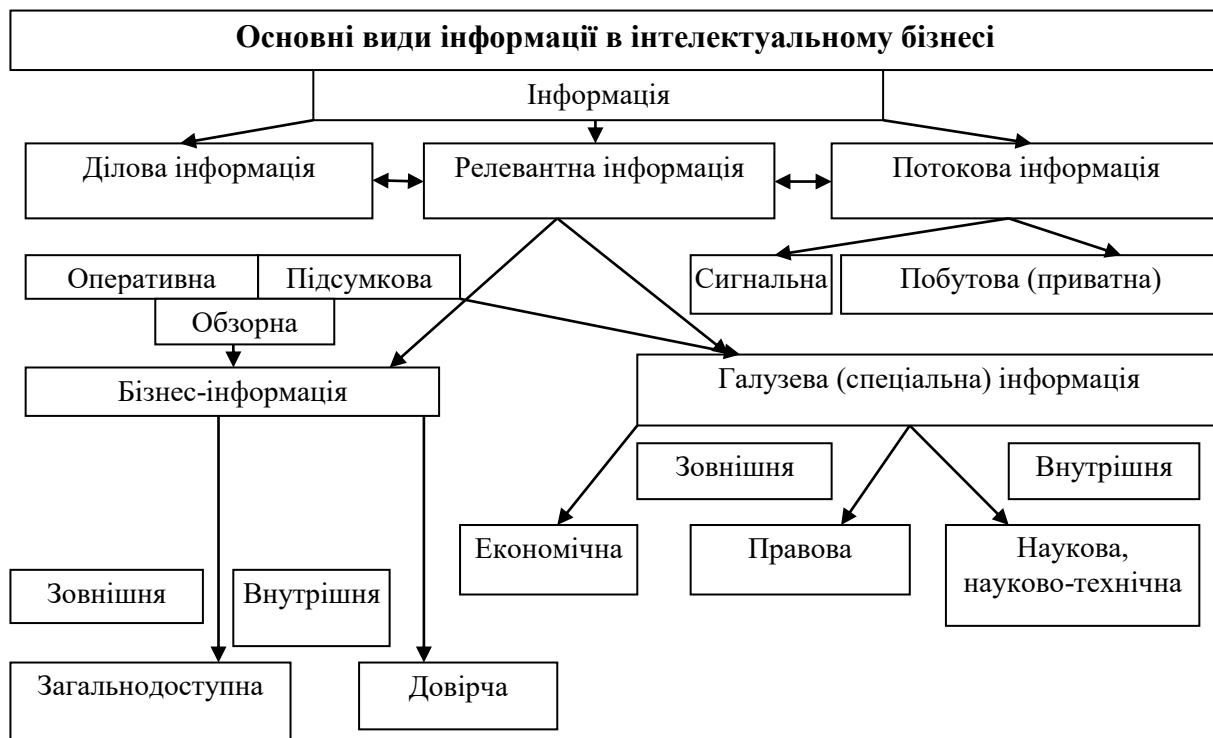


Рис. 6.1. Основні види інформації в інтелектуальному бізнесі

Релевантна – це та інформація, яка необхідна для вирішення цього завдання (наприклад завдання управління). Відповідно, нерелевантна інформація – непотрібна, стороння. Поділ між цими поняттями, наприклад, в результаті виконання завдання повідомлення, іррелевантне в цей момент, може стати в подальшому релевантним.

Місце походження інформації	
Внутрішня інформація	Зовнішня інформація
містить дані: – про виручку, прибутки і збитки; – статистику оборотів, замовлень, клієнтів; – про витрати виробництва; – про кількість і якість продукції, що випускається; – про технології, обладнанні та інші відомості, що характеризують усі сторони діяльності інтелектуальної фірми	містить дані: – про стан економіки країни, регіону, галузі; – про споживачів, постачальників, конкурентів; – інформацію про наукові відкриття, «ноу-хау», патенти, ліцензії у відповідній галузі; – інші відомості, що характеризують зміни у зовнішньому середовищі, що зачіпають інтереси ІБ

Рис. 6.2. Внутрішня і зовнішня інформація

У економічній літературі відображаються основні вимоги до інформації [50].



Рис. 6.3. Вимоги до інформації

Валідність – це надійність інформації, відсутність у ній помилок, пов’язаних насамперед з визначенням вихідних теоретичних передумов при розробці методики досліджень. Термін використовується в економічних і соціологічних дослідженнях щодо вихідної статистичної інформації; у педагогіці – це один з основних критеріїв якості тесту, анкети.

В інформаційних технологіях існує п’ять домінуючих напрямів, «інформаційних тенденцій» (рис. 6.4), розвиток яких стимулюється зростаючими потребами суспільства: глобалізація, розвиток інформаційного продукту, здатність до взаємодії, ліквідація і конвергенція.

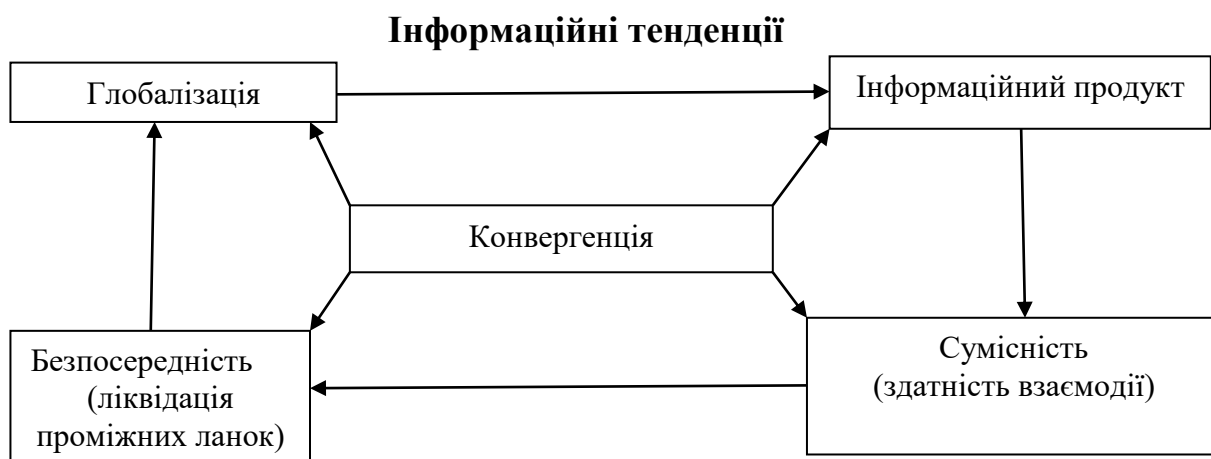


Рис. 6.4. Інформаційні тенденції за С. І. Грицуленко

Автоматизовані інформаційні системи (далі – АІС), необхідні для успішного ведення ІБ, як правило, розподіляють на такі класи:

Інформаційна підтримка ІБ	Фінансово-економічні інформаційні системи	Управлінські АІС
– інформаційні довідкові системи; – експертні системи; – різні бази даних	– бухгалтерський облік і аудит; – банківські АІС; – автоматизовані системи фондового ринку	– системи безпаперового документообігу; – управлінські АІС; – правові інформаційні системи

Рис. 6.5. Розподіл автоматизованих інформаційних систем

Інформаційне забезпечення розглядають з двох сторін: з однієї – як інформаційну базу, з другої – як систему, яка, крім інформації, включає у себе програмні та технічні засоби, які обслуговують інформаційні процеси управлінської системи.

Сторони інформаційного забезпечення	Визначення
1. Інформаційна база	Це наявність достатньої кількості інформації, здатної впливати на економічно-соціальні процеси в суспільстві
2. Система, що включає в себе програмні та технічні засоби, які обслуговують інформаційні процеси управлінської системи	Це система збору, обробки, зберігання даних, фактів і інформації, які в сукупності здатні впливати на прийняття управлінських рішень

Рис. 6.6. Інформаційне забезпечення

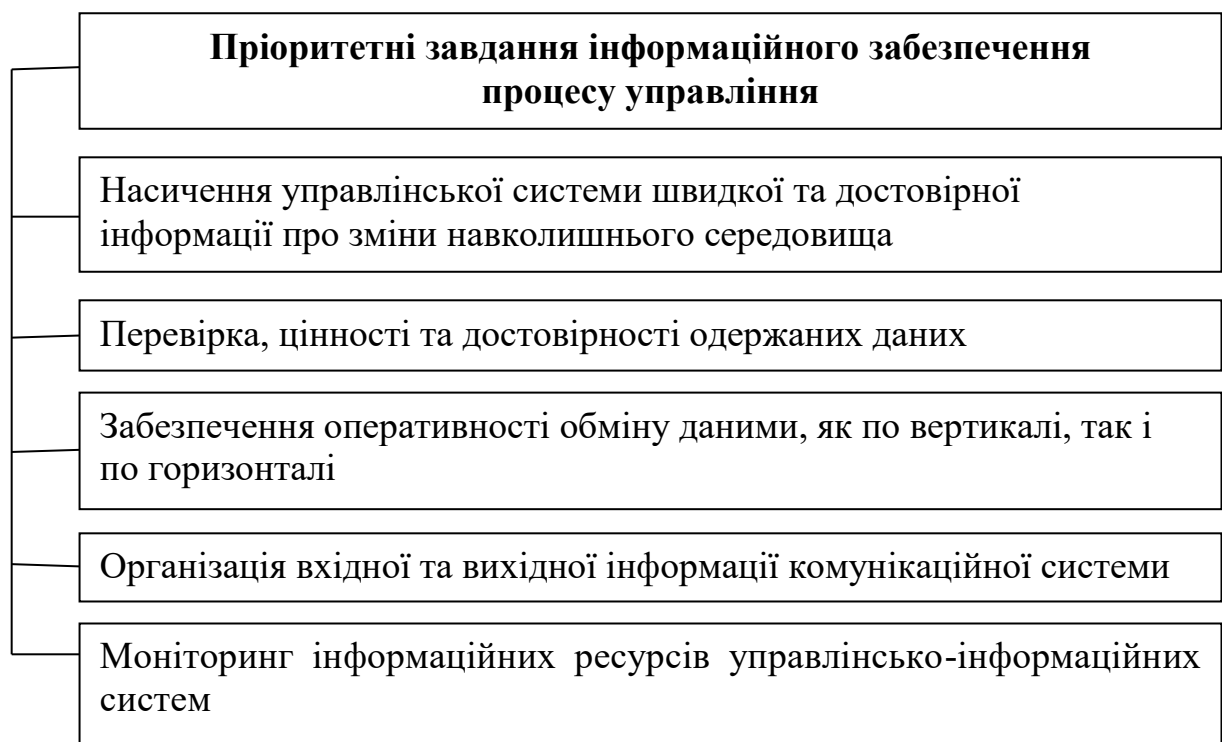


Рис. 6.7. Завдання інформаційного забезпечення

Ці завдання можна вирішити лише при поєднанні технічних і організаційних заходів.

Але для ефективного управління процесом інформаційного забезпечення необхідно правильно підібрати людські ресурси.

Однак система інформаційного забезпечення має проблеми, які вимагають доопрацювання для подальшого вирішення, зокрема:

1) створення методу ліквідації шумів при їх попаданні в інформаційно-комунікаційний канал (зниження рівня недостовірності);

2) інтеграція різних видів інформації (бухгалтерської, фінансової, звітної, статистичної) в єдину систему інформаційного забезпечення та обміну даними – таку послугу надає сервіс <http://ca.skbkontur.ru/>;

3) зменшення витрат на утримання системи;

4) швидкий моральний знос інформаційно-технічних програм і електронних носіїв, що забезпечують безперервну роботу інформаційних систем.

Проаналізувавши переваги та недоліки інформаційного забезпечення систем управління бізнесом, необхідно зазначити, що від надійності, точності, достовірності, об'єктивності, своєчасності отримання даних (формування системи інформаційного забезпечення) залежить правильність прийняття управлінського рішення і ефективне функціонування ІБ.

6.2. Інформаційна підтримка розробників об'єктів інтелектуальної власності

Стратегічне планування ІБ неможливо без точної і своєчасної інформації:

1) технічної (береться зі статей, патентів, тез конференцій та інших науково-технічних публікацій); 2) комерційної (надходить через службу новин, прес-релізи, корпоративні звіти, аналітичні довідки та урядові повідомлення); 3) правової (міститься у законах, інструкціях, судових рішеннях та інших матеріалах).

Основою для інноваційної стратегії є стратегія винахідництва, націлена на вирішення конкретних проблем, пов'язаних зі створенням товару або послуги, які користуються реальним попитом. Винахідницька стратегія підтримується стратегією

перетворення винаходів у інтелектуальну власність (далі – ІВ), що забезпечує визначення видів їх охорони (патент, комерційна таємниця, «ноу-хау» або відкрита публікація). Кінцевою метою управління ІВ є комерціалізація ІВ, яка забезпечується насамперед виробництвом і збутом відповідної продукції. До інших форм комерціалізації відносять перешкоджання виходу на ринок конкуруючих товарів, продаж ліцензій, використання ІВ для розширення партнерства та участі в прибутках. У процесі комерціалізації важливу роль відіграє інформація про технології, маркетинг, конкуренцію і патентне законодавство. Керівництву фірми не потрібно також залишати поза увагою інформацію про сприйняття її продукції споживачем, оскільки така інформація може істотно вплинути на підприємницьку стратегію.

У разі здійснення ліцензійних угод важливу роль відіграє інформація, що дозволяє ідентифікувати потенційних ліцензіатів. Тут можливі два підходи.

Перший підхід. Він заснований на ідентифікації на ринку продукції, аналогічної тій, що виробляється компанією з використанням патенту на винахід. Потім можна скласти список виробників такої продукції і приступити до підготовки ліцензійної угоди або до опротестування виявленого правопорушення. У певних умовах виробники-сумісники можуть стати або партнерами, або споживачами.

Другий підхід. Він передбачає використання публікацій, які виявлятимуть потенційних ліцензіатів або правопорушників. Тут вдаються до аналізу цитування або змісту цитованих публікацій. Посилання на патентні та інші документи наводяться у багатьох базах даних, наприклад у ‘CAPLUS3 (CAS), DPCI (Derwent3) та ін. Вивчення цитованих документів дозволить встановити наявність можливого правопорушення і необхідність ліцензійної угоди. На це будуть вказувати випадки фактичного або потенційного використання матеріалів або технологій, що охороняються вашими патентами. На етапах створення ІВ потрібне використання різних джерел інформації (рис. 6.8).

Технічна інформація потрібна для оцінки новизни і застосовності винаходу. Новизна дозволяє визначити, чи дана технічна

розробка є невідомою, чи вже давно і добре освоєна, а також наскільки вона відображає тенденції технічного розвитку.

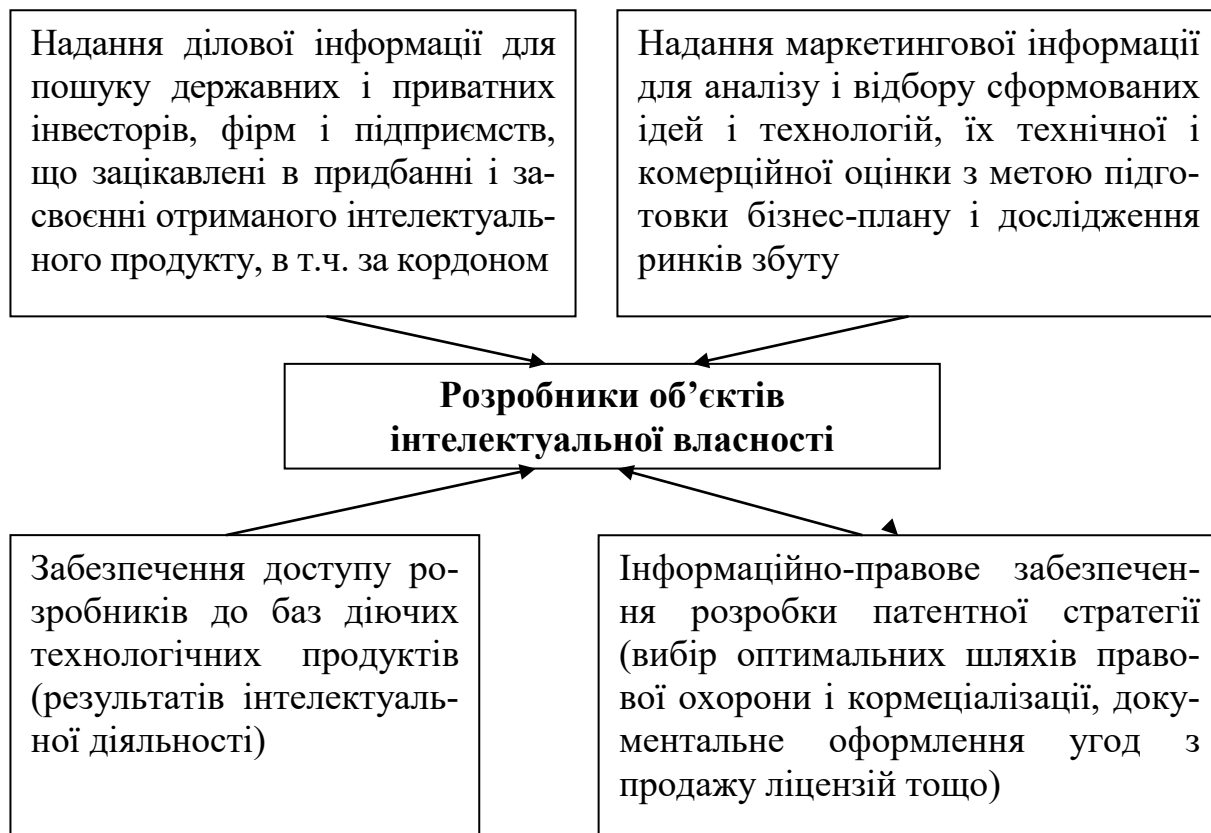


Рис. 6.8. Розробники об'єктів інтелектуальної власності

Комерційна інформація допомагає оцінити ринкову привабливість пропонованої продукції, можливі ціни, прибутковість тощо.

Роль **правової інформації** зростає у міру завершення процесу науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (далі – НДДКР).

Збільшити активи ІВ можна, крім НДДКР, шляхом придбання прав на чужі нововведення до і після їх патентування. Такий варіант дешевший, але ризикованіший.

Отже, в будь-якому випадку придбанню інновації повинна передувати оцінка її технічної і комерційної значимості, ринкового потенціалу, а також стану правової охорони з урахуванням можливих змін у законодавстві та останньої судової практики.

У міру формування пакета прав на ІВ, що належить державі, важливим елементом інноваційної структури є спеціалізовані

організації, що займаються інформаційним супроводом інновацій, створених за рахунок коштів бюджету і належать державі. Необхідність організації з надання зацікавленим сторонам повної і об'єктивної інформації по всьому спектру питань, в т.ч. що стосуються проблем ІВ, продиктована часом. Утворився після розпаду СРСР ринок ІВ, який і сьогодні розвивається стихійно. У багатьох випадках це було викликано відсутністю надійних джерел інформації. Це помітно ускладнює здійснення заходів щодо впорядкування ситуації в сфері ІВ, де поки не сформувалося ні адекватне інформаційне поле, ні належна правозастосовна практика. З тим щоб сформувати ефективне інформаційне поле, необхідно створити інформаційний центр з ІВ. Отже, інформаційний центр з ІВ стає одним з дієвих системних інструментів, що сприяють формуванню здорового соціального середовища в інтересах розвитку інноваційних механізмів і процесів, ефективної охорони і захисту ІВ і протидії контрафакції. Діяльність центру спрямована на створення повномасштабного інформаційного ресурсу, здатного сприяти формуванню сприятливих умов для подальшої інтеграції в світовий ринок ІВ вітчизняних правовласників і організацій, зайнятих в інноваційній сфері національної економіки і працюючих у галузі охорони і захисту ІВ.

Інформаційний центр повинен займатися накопиченням даних про функціонування учасників ринку ІВ, про те, що відбуваються у процесах цієї галузі і виявлених тенденціях. У міру зростання прибутковості ІВ управління нею перетворюється у найважливіший компонент організації ІВ. При цьому інформаційна підтримка функцій управління ІВ спрямована на її створення, правову охорону і комерціалізацію з метою забезпечення конкурентних переваг компанії.

Практикум

Базові терміни і поняття: інформація, інформаційне забезпечення, інформаційна підтримка, інформаційні ресурси, ділова інформація, релевантна інформація, покова інформація, підсумкова інформація, сигнальна інформація, бізнес-інформація,

економічна, науково-технічна і правова інформація, внутрішня і зовнішня інформація, інформаційна база, об'єкти інтелектуальної власності (далі – ОІВ).

Контрольні запитання і завдання

1. Розкрити сутність інформаційного забезпечення як інструмент підвищення рівня соціально-економічного добробуту.
2. Охарактеризувати основні види інформації в ІБ.
3. Розкрити сутність поняття «валідність».
4. Розкрити сутність домінуючих напрямів інформаційних тенденцій.
5. Охарактеризувати пріоритетні завдання інформаційного забезпечення процесу управління.
6. Розкрити сутність і роль правової інформації.

Завдання для самостійної роботи

1. Інформатизація суспільства – це зміни суспільного, політичного та економічного життя.
2. Автоматизована інформаційна система (далі – АІС) – фактор для успішного ведення ІБ.
3. Комерціалізація ІВ як мета управління ІБ.
4. Роль розробників ОІВ.
5. Оцінка технічної і комерційної значимості технічної інформації.
6. Оцінка ринкової привабливості за допомогою комерційної інформації.

Тестові завдання

1. *Процес управління ІБ розпочинається з:*
 - а) прийняття рішень;
 - б) стадії збору інформації;
 - в) видання обробленої інформації;
 - г) придбання інформації.
2. *Основні види інформації в ІБ:*
 - а) точна;

- б) достовірна;
- в) ділова;
- г) розрахункова.

3. Внутрішня інформація містить дані про:

- а) стан економіки регіону;
- б) витрати виробництва;
- в) галузеву інформацію;
- г) соціальну інформацію.

4. Зовнішня інформація містить дані про:

- а) кількість і якість продукції;
- б) збитки виробництва;
- в) конкурентів;
- г) прибуток.

5. Ціленаправлена інформація підпорядкована таким вимогам:

- а) надмірність;
- б) своєчасність надходження;
- в) новизна;
- г) наукові відкриття.

6. Основні вимоги до якості інформації:

- а) достовірність;
- б) дезінформація,
- в) корисність;
- г) точність.

7. До фінансово-економічної інформаційної системи відносять:

- а) бухгалтерський облік і аудит;
- б) бази даних;
- в) правові інформаційні системи;
- г) технічні засоби.

8. До інформаційної підтримки ІБ відносять:

- а) автоматизовані системи фондового ринку;
- б) експертні системи;
- в) відображення тенденції технічного розвитку;

г) забезпечення оперативності обміну даними.

9. Технічна інформація на підприємстві потрібна для:

а) оцінки ринкової привабливості;

б) організації вхідної інформації;

в) відображення тенденції технічного розвитку;

г) забезпечення оперативності обміну даними.

10. Розробники ОІВ повинні отримувати інформацію:

а) ділову;

б) корпоративні звіти;

в) інструкції функціональних обов'язків;

г) економічні публікації.

Список використаних джерел:

[7, 8, 11, 12, 13, 14, 51, 61, 110].

ТЕМА 7

МОТИВАЦІЯ ВИРОБНИКІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ

7.1. Сучасні методи управління персоналом у розвитку інтелектуального бізнесу.

7.2. Мотиваційний механізм інтелектуальної творчої праці.

7.1. Сучасні методи управління персоналом у розвитку інтелектуального бізнесу

Це питання присвячене розгляду сучасних інноваційних методів управління персоналом як основної складової, що забезпечує ефективне функціонування підприємства. Виконання робочою силою традиційних виробничих завдань не забезпечує необхідного прискорення інноваційної активності підприємства. У зв'язку з цим зараз необхідно активізувати застосування підприємствами нових методів до управління персоналом у контексті пошуку нестандартних підходів щодо вирішення сьогоденних проблем. Інноваційна активність нинішнього підприємства визначається кваліфікацією, творчістю та креативністю персоналу. У цьому контексті основним джерелом інноваційних конкурентних переваг на ринку стає невичерпний ресурс, а саме персонал.

Тому саме пошук та впровадження сучасних, інноваційних підходів до управління персоналом є важливим та актуальним. Таким чином, розробка адекватних підходів щодо управління персоналом постійно досліджується вченими як зарубіжними, так і українськими. Вчені розглядають персонал як людський капітал. Р. Шулер та С. Джексон розглядають управління персоналом як системний і стратегічний підходи, що забезпечує залучення, розвиток і мотивацію співробітників до пошукової роботи у сфері забезпечення ефективного функціонування організації у різних умовах [98].

А. О. Касич у своїх працях (57, 58, 59) розглядає управління персоналом на засадах стратегічного підходу, тому що персонал,

який працює на підприємстві, робить внесок у його систематичний і стратегічний розвиток.

Сьогодні вчені приділяють увагу розробці нової концепції управління персоналом, яка буде позитивно впливати на показники ефективності діяльності підприємства і взагалі його конкурентоспроможність.

У сучасній концепції управління персоналом, об'єктом управління, так вважають вчені і практики, має бути інтелектуальний капітал, який спрямований на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.

Традиційними методами управління персоналом, як правило, виділяють адміністративні, економічні, соціально-психологічні, але у XXI столітті на рівні підприємств зростає значимість формування конкурентних переваг на основі інновацій, а це фактично вимагає застосування нових, інноваційних методів управління персоналом.

Дослідження вчених і практиків щодо управління персоналом дають змогу стверджувати, що впровадження інноваційних методів відбувається на етапах підбору персоналу, оцінки результативності його діяльності, навчання та стажування, застосування системи винагород та управління кар'єрою (рис. 7.1).

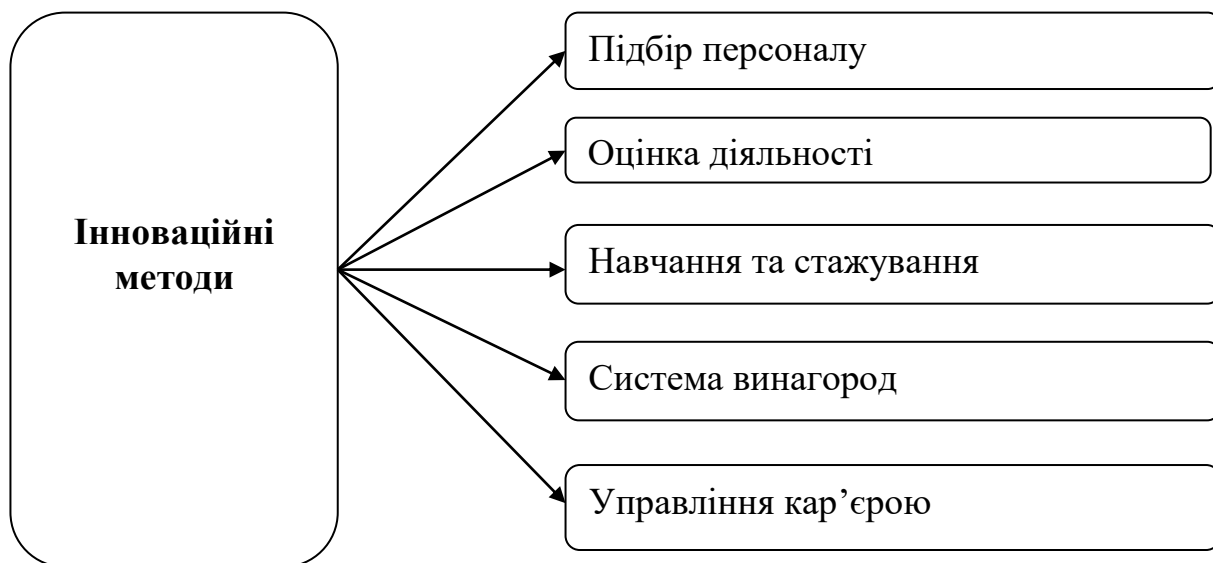


Рис. 7.1. Основні сфери застосування інноваційних методів в управлінні персоналом підприємства [99]

Сьогодні в умовах розвитку економіки знань необхідно активізувати процеси удосконалення та модифікації традиційних методів управління, які суттєво зможуть підвищувати творчий потенціал персоналу.

В. М. Данюк, А. М. Колот, Г.С. Суков та інші [53] для визначення умов застосування тих чи інших методів управління персоналом запропонували їх порівняльний аналіз у контексті переваг і недоліків (табл.7.1).

Таблиця 7.1

Порівняльна характеристика методів управління персоналом

Методи	Зміст	Характеристика	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
<i>Традиційні методи управління персоналом</i>				
<i>Адміністративні</i>	Методи засновані на дисципліні, відповідальності тощо	Це методи прямого впливу, що мають директивний, обов'язковий характер. При цьому здійснюється прямий вплив на об'єкт управління; існує обов'язковість виконання адміністративних рішень вищих органів для підлеглих структур; строго визначена відповідальність за невиконання вказівок та розпоряджень	Оперативне досягнення цілей; не вимагає значних матеріальних витрат	Пригнічується ініціативність; відсутні стимули; є страх звільнення
<i>Економічні</i>	Мотивація трудової діяльності, що полягає в матеріальному стимулюванні працівників	Керівництво організації за допомогою різних компонентів оплати праці регулює матеріальну зацікавленість працівників	Вплив на людей через матеріальні потреби; заохочення прояву ініціативи	Можлива поява конкуренції в колективі, що призведе до пригніченого клімату
<i>Соціально-психологічні</i>	Спрямовання на управління соціально-психологічними відносинами, що складаються в колективі	Створення сприятливих умов для спільної діяльності трудових колективів; введення системи соціального регулювання; створення обстановки соціально-	Мотивація шляхом задоволення нематеріальних потреб (підвищення	Відсутність матеріального заохочення

Продовження таблиці 7.1

1	2	3	4	5
		психологічної зацікавленості у виконанні будь-якої важливої роботи або в досягненні певних цілей, результатів	статусу, ролі особистості); мінімізація психологічних конфліктів	
<i>Інноваційні методи управління персоналом</i>				
<i>Підбір персоналу</i>	Ретельний відбір кандидатів з метою отримання кращих працівників для процвітання підприємства	Ефективний та послідовний процес найму та відбору сприяє поліпшенню діяльності компаній за міжнародним бізнес-сценарієм, а структурований процес найму визначає найбільш придатних кандидатів з робочого блоку	Можливість оцінки сучасного стану кандидата з урахуванням особливостей організації та майбутньої посади	Економічні витрати, витрати часу
<i>Оцінка діяльності</i>	Процес встановлення відповідності якісних характеристик персоналу вимогам посади й робочого місця	Регулярна характеристика керівниками своїх підлеглих з погляду як досягнутих ними результатів, так і того, завдяки чому вони досягнуті і як можуть бути поліпшені	Активність в інноваційній діяльності через можливість обговорення своєї роботи з керівництвом	Займає багато часу
<i>Управління кар'єрою</i>	Досягнення цілей у галузі кар'єри	Професійний розвиток працівника, тобто набуття ним потрібної для обіймання бажаної посади кваліфікації через професійне навчання, стажування, підвищення кваліфікації	Мотивовані працівники; зниження плинності кадрів; зацікавленість сферою діяльності підприємства	Високий рівень конкуренції серед працівників
<i>Система винагород</i>	Мотивація працівників шляхом задоволення їх потреб	Забезпечення фінансової відзнаки, просування та іншого визнання, щоб мотивувати працівників ризикувати, розвивати	Зростання задоволеності працею; можливість	Економічні витрати

Продовження таблиці 7.1

1	2	3	4	5
		нові продукти та створювати нові ідеї	творчої реалізація та створення новацій	
Навчання	Підвищення рівня кваліфікації персоналу	Допомагає працівнику здобувати знання, навички та вміння, що сприятимуть інноваціям у сфері продуктів, виробничих процесів та методів управління в повсякденній роботі	Збільшення продуктивності праці співробітників; зростання потенціалу працівників і всієї організації загалом; скорочення витрат на забезпечення функціонування організації	Витрати на навчальну літературу/тренінги

Розроблено на основі [53; 99; 100].

Таблиця 7.2

Досвід використання традиційних та інноваційних методів управління персоналом у практиці провідних компаній світу

Підприємство	Традиційні й інноваційні методи	Основний акцент	Характеристика
1	2	3	4
“McDonald’s” (США)	Інноваційні методи	Навчання	Постійно проводяться тренінги переважно для саморозвитку, а також тренінги, що дають навички, які можна використовувати в інших галузях
“Microsoft” (США)	Інноваційні методи	Оцінка діяльності	У корпорації створено 4 додатки для працівників. Це допомагає систематизації роботи. Працівники самостійно заповнюють профіль, вибирають

Продовження таблиці 7.2

1	2	3	4
			тренінги, навчальні програми, дату відпустки тощо. Менеджери можуть використовувати заявку на підбір персоналу, щоб опубліковувати вакансії, переглядати заявки та відстежувати витрати, понесені компанією для заповнення позиції [106]
<i>“Apple” (США)</i>	Інноваційні методи	Підбір персоналу	Унікальна система підбору персоналу, що включає в себе ретельний відбір з трьох-чотирьох раундів, оцінку виступу, положення тіла, жестів, та в минулому інтерв'ю зі Стівом Джобсом
<i>“Nikon” (Японія)</i>	Інноваційні методи	Оцінка діяльності	Корпорація використовує самостійну систему звітування, а це означає, що працівники зустрічаються зі своїми керівниками за ступенем необхідності. На щорічній основі вони звітують про свої досягнення та прагнення для управління кар'єрою [105].
<i>“Adidas” (Німеччина)</i>	Інноваційні методи	Навчання	З 2006 року розпочалась навчальна програма з управління людськими ресурсами, яка зосереджена на підготовці менеджерів. Під час навчання менеджери вивчають інноваційні методи управління персоналом, а саме: систему набору персоналу, систему компенсації та виплат, навчання та визначення цілей і оцінки ефективності
<i>“Samsung” (Південна Корея)</i>	Інноваційні методи	Навчання	Створення центрів розвитку лідерства для

Продовження таблиці 7.2

1	2	3	4
			розширення можливостей свого персоналу, крім того, допомога фахівцям з професійних питань, таких як, зокрема, маркетинг, планування, телекомунікації, фінанси
«Київстар» (Україна)	Інноваційні методи	Оцінка діяльності	Щорічно в компанії проводиться оцінка ефективності діяльності кожного співробітника. За її результатами здійснюється перегляд заробітної плати й визначається розмір річної премії. Крім того, у компанії існує система додаткових стимулів і соціальних гарантій
«Нова Пошта» (Україна)	Інноваційні методи	Управління кар'єрою	Розвиток та кваліфікаційне зростання персоналу. Компанія сприяє впровадженню та розвитку «ноу-хау»
«ДТЕК» (Україна)	Традиційні методи	Економічні стимули	Перш за все за основу українського підприємства взято мотивацію персоналу – як матеріальну, так і нематеріальну

Розроблено на основі [101, 102, 103, 104, 105, 107].

Дані таблиці 7.2 свідчать, що зарубіжні підприємства орієнтуються на використання інноваційних методів, оскільки потенціал традиційних підходів вичерпано. Завдяки успішному управлінню персоналом деякі компанії України – такі як, наприклад, Нова Пошта, Київстар, зрозумівши секрет успіху, виходять на новий рівень результативності діяльності завдяки успішному застосуванню інноваційних методів. Персонал, який оснащений багажем знань, приносить підприємству фінансову вигоду й економічний розвиток. Отже, фінансування розвитку персоналу пошуком набору нових механізмів та інноваційних методів впливу на персонал, як правило, виводить підприємство на новий рівень.

7.2. Мотиваційний механізм інтелектуальної творчої праці

Інтелектуальна праця – це процес створення інтелектуального продукту і розвитку інтелектуального капіталу.

Професор В. Геєць [46] зазначає, що «в економіці знань визначним є інтелектуальний потенціал суспільства», одна із основних функцій якого – «розвиток творчих навичок, у т.ч. теоретичного мислення».

Отже, ефективний мотиваційний механізм управління творчою працею в діяльності сучасного підприємства є ключовим елементом, який визначає його інноваційні можливості. Узагальнюючи досвід, що накопився, в науковій літературі виділяють три основних підходи щодо мотивації праці:

1) диспозиційний; 2) когнітивний; 3) підкріплення.

Таблиця 7.3

Теорії щодо підходів мотивації праці

Диспозиційний	Когнітивний	Підкріплення
Теорія потреби А. Маслоу, К. Альдерфера; двофакторна теорія Ф. Герцберга; теорію потреб у досягненнях Д. Мак-Клеланда та інші. Ці теорії засновані на припущеннях, що мотивами поведінки є базові людські потреби. Із цим підходом пов'язана і теорія про те, що значимими факторами трудової активності є особисті риси й особисті цінності	Теорія очікування В. Врума, її модифікації Д. Кэмпбелла, Л. Портера, Э. Лоулера, а також теорія справедливості С. Адамса, цільова теорія Е. Лока. У цих теоріях відводиться основне місце процесам прийняття рішень, про те, чи варто прикладати зусилля відповідно щодо виконання роботи. Згідно з цим підходом мотивація – це свідомий вибір, який визначений на основі процесу прийняття рішення, у процесі якого порівнюються варіанти, зважуються витрати і вигоди, оцінюється імовірність досягнення практичних результатів	Теорія підкріплення мотивації (П. Друкер, Д. Хитт, Р. Марриот). Ця теорія заснована на припущенні про те, що зусилля залежать від того, чи вони мали винагородження, тобто підкріплялися вони в подібній ситуації в минулому. Автори вважають, що основний принцип цієї теорії підкріплення свідчить, що люди докладають зусиль у роботу, яка винагороджується

Якщо розглянути підходи на прикладному рівні управління творчою працею, то їх можна застосовувати разом із поточними функціями організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом. Але важливо для розуміння можливостей застосування основних мотиваційних теорій щодо творчої праці пред'явити мотиви, які б активізували творчість. Як правило, мотиви творчості об'єднують у три групи: інтелектуальні, матеріальні, моральні (рис. 7.3).

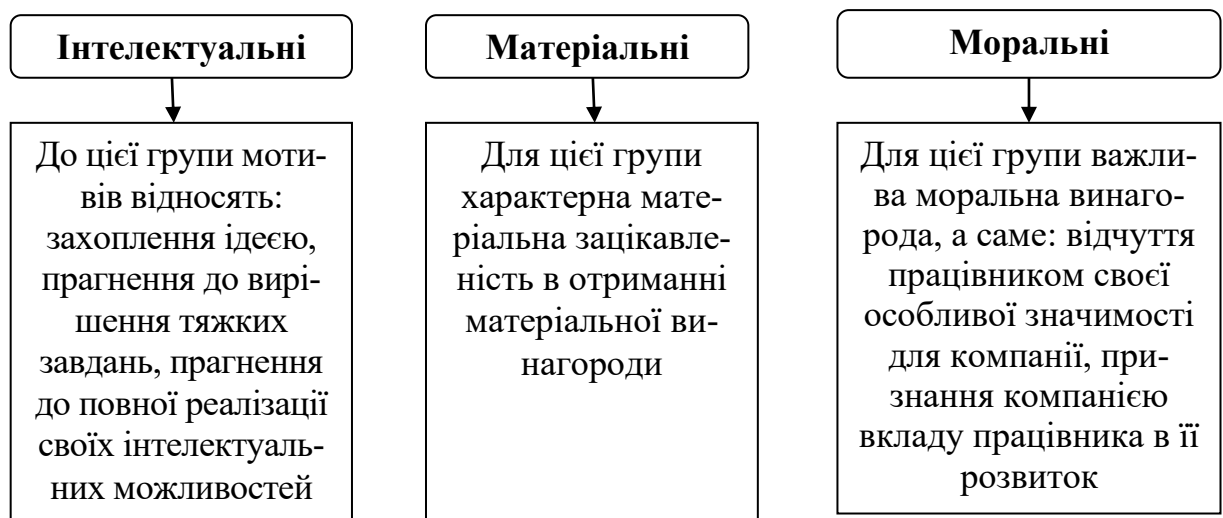


Рис. 7.3. Групи мотивів творчості

Працівник творчої праці в процесі роботи створює не тільки інтелектуальний продукт, але одночасно збільшує свій власний персоніфікований інтелектуальний капітал, який від нього не відчужується.

Розглядаючи мотивацію творчої праці через теорію підтримання, можна зробити висновки: 1) вдосконалення особистостей через підвищення матеріального рівня працівників інтелектуальної праці буде домінувати в системі цінностей; 2) джерелом задоволення потреб у соціальному визнанні, повазі, включенні в склад домінуючих груп стає володіння інформацією і можливість продукувати нові знання.

Моральні стимули сприяють створенню позитивного соціального самовідчуття людини. Політекономічний аспект творчої праці дає можливість розглянути мотивації, які не враховані у розглянутих теоріях мотивації. Творча праця індивідуальна і

передбачає високий рівень автономності, який має значення із двох причин: 1) він є умовою мобілізації творчого потенціалу працівників, і при цьому швидше проходять зміни у виробничих технологіях і вдосконалюються виробничі блага і послуги; 2) творчі прагнення часто слугують причиною звільнення працівників творчої праці. Але сьогодні організація не може вимагати від своїх працівників лояльності; навпаки, організація повинна заслужити лояльність працівників стосовно себе.

Відтак оцінка виконання роботи, як і навчання, пов'язана з мотивацією найрізноманітнішими способами. Найбільш яскравим є зв'язок за рахунок того, що можливість отримання високої зовнішньої оцінки і самооцінки може слугувати стимулом до належного виконання роботи, а отримання високої оцінки може виступати як позитивне підкріплення зусиль, завдяки яким вона була отримана.

Сьогодні в умовах формування нових цінностей орієнтації працівників творчої праці перестають працювати балансові теорії, а з'являються гіпотези, що засновані на теоріях постановки цілей, і вони набувають характерні особливості. Якщо сформовані зрозумілі цілі і працівники мають чіткі критерії їх виконання, то їм простіше виконати поставлене завдання. Але при досягненні цілі важливі також і труднощі, які виникають під час її виконання. Наприклад, цільова теорія Е. Лока стверджує, що працівники, перед якими була поставлена складна ціль, прикладають більше зусиль, щоб виконати роботу краще. Е. Лок розробив п'ять принципів мотивації персоналу на основі використання цілей:

- рівень складності цілі повинен перебувати у діапазоні від середнього до високого;
- ціль має бути конкретною;
- працівник повинен погодитися досягнути цієї цілі (тобто сприйняти ціль);
- працівник повинен отримувати інформацію про свій рух до поставленої цілі;
- ситуація, коли працівник сам бере участь у постановці цілі, є більш слушною, ніж коли інші визначають цю ціль.

Специфікою творчої праці є те, що в більшості випадків працівник сам для себе ставить проблему, формулює цілі і визначає

шлях їх виконання та критерії оцінки. Рівень складності залежить від персоніфікованого інтелектуального капіталу працівника. За принципом високого рівня складності творчої праці такий принцип – оригінальності цілі, яким доповнюється перелік компонентів успішного використання цілей для підвищення рівня мотивації працівників творчої інтелектуальної праці. Для формування системи стимулювання й оцінки ефективності творчої праці використовують критерії оцінки персоніфікованого інтелектуального капіталу. Наприклад, складові стимулювання працівників – це реалізація творчих ідей, заключення вигідних контрактів, розробка і впровадження нових положень, інструкцій, які направлені на підвищення ефективності роботи підприємства, організації, установи.

Отже, основними підходами щодо мотивації праці є диспозиційні, когнітивні теорії і модель підкріплення, але ні один із підходів не є повністю адекватним творчій праці (рис. 7.4).

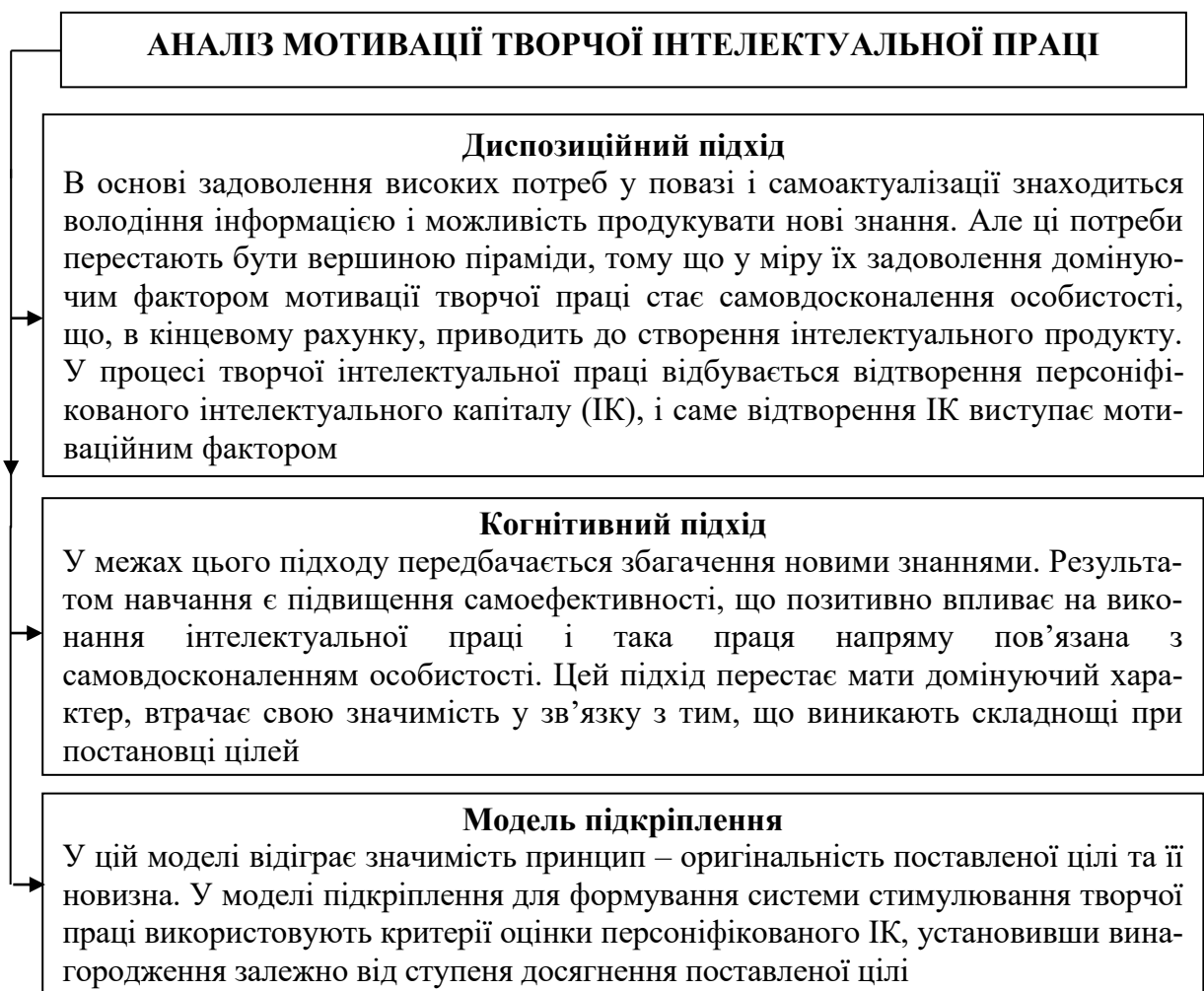


Рис. 7.4. Аналіз мотивації творчої інтелектуальної праці

Практикум

Базові терміни і поняття: персонал, управління персоналом, інноваційні методи управління персоналом, творча праця, мотивація персоналу.

Контрольні запитання і завдання

1. Розкрити суть інтелектуального капіталу, який спрямований на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.
2. Обґрунтувати сутність інноваційних методів управління персоналом.
3. Чому сьогодні орієнтуються на використання інноваційних методів управління персоналом?
4. Охарактеризувати роль мотиваційного механізму управління творчою працею в діяльності сучасного підприємства.
5. Розкрити суть підходів мотивації праці.

Завдання для самостійної роботи

1. У чому полягають переваги інноваційних методів управління персоналом над традиційними?
2. Розкрити досвід використання традиційних та інноваційних методів управління персоналом у практиці провідних компаній світу.
3. Охарактеризувати теорії щодо підходів мотивації праці.
4. Охарактеризувати групи мотивів творчості.

Тестові завдання

1. Традиційні методи управління персоналом:

- а) економічні;
- б) підбір персоналу;
- в) управління кар'єрою;
- г) витрати на тренінги.

2. Інноваційні методи управління персоналом:

- а) адміністративні;
- б) оцінка діяльності;

- в) психологічні;
- г) соціальні.

3. Які методи не належать до інноваційних методів управління персоналом:

- а) система винагород;
- б) управління кар'єрою;
- в) соціально-психологічні;
- г) мотивація.

4. Теорія щодо підходів мотивації праці:

- а) інтелектуальний продукт;
- б) диспозиційний;
- в) економіка знань;
- г) інтелектуальний потенціал.

5. Які вчені працювали над теорією підкріплення мотивації:

- а) П. Друкер;
- б) Д. Кемпбелла;
- в) А. Маслоу;
- г) Л. Портер.

6. До інтелектуальної групи творчості відносять:

- а) матеріальну зацікавленість;
- б) моральну винагороду;
- в) прагнення до повної реалізації своїх інтелектуальних можливостей;
- г) матеріальні винагороди.

7. До моральної групи творчості не включають:

- а) захоплення ідеєю;
- б) матеріальну винагороду;
- в) значимість працівників для своєї компанії;
- г) вклад працівника в розвиток своєї компанії.

8. Що є базою диспозиційного підходу мотивації творчої інтелектуальної праці:

- а) збагачення новими знаннями;
- б) самовдосконалення особистості;
- в) оригінальність поставленої цілі;

г) конкретність цілі.

9. Чим не характеризується когнітивний підхід мотивації творчої інтелектуальної праці:

- а) оригінальністю поставленої цілі;
- б) продукуванням нових знань;
- в) значимістю поставленої цілі;
- г) відтворенням інтелектуального капіталу.

10. Базою моделі підкріплення мотивації творчої інтелектуальної праці є:

- а) оригінальність поставленої цілі;
- б) продукування нових знань;
- в) значимість поставленої цілі;
- г) відтворення інтелектуального капіталу.

Список використаних джерел:

[1, 2, 3, 46, 53, 58, 59, 99, 101, 102, 103, 104, 105, 107].

ТЕМА 8

РИЗИКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

8.1. *Ризики, їх поняття і класифікація.*

8.2. *Ризики в контексті управління інтелектуальним потенціалом підприємства.*

8.3. *Процес оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу.*

8.1. Ризики, їх поняття і класифікація

Ризики в бізнесі пов'язані зі станом економіки, політичною нестабільністю, незаконними діями конкурентів, злочинних груп, а також зі стихійними лихами.

Т. Чікулаєва [77] вважає, що основними причинами ризику в бізнесі є комерційні і політичні (табл. 8.1).

Таблиця 8.1

Причини ризику в бізнесі

Комерційні	Політичні
Якість і реалізація товарів на ринку	Впровадження в країні заборони на імпорт
Перевезення вантажів	
Прийом товарів покупцем	
Інфляція	Установлення заборони на перевід грошових засобів
Платоспроможність покупця	
Коливання валютного ринку	Забастовки, політична нестабільність, війни тощо
Непередбачувані обставини	

Відповідно до Вікіпедії **ризиком** часто називають безпосередньо певну подію, здатну принести кому-небудь збиток. Ризик – характеристика ситуації, яка має невизначеність результату, за обов'язкової наявності несприятливих наслідків.

Тобто ризик розглядається як діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, що пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, в процесі якої є можливість оцінити вірогідність досягнення бажаного результату, невдачі, відхилення від мети, які містяться у вірогідних альтернативах.

Таблиця 8.2

Ризики	Обґрунтування
<i>Ризик у вузькому сенсі</i>	Кількісна оцінка небезпек, визначається як частота однієї події при настанні іншої
<i>Ризик</i>	Це невизначена подія або умова, яка в разі виникнення має позитивний або негативний вплив на репутацію компанії, призводить до прибутку або втрат у грошовому вираженні
<i>Ризик</i>	Це ймовірність можливої небажаної втрати чогонебудь у разі поганого збігу обставин. Хоча його можна описати і як ймовірність отримати результат, відмінний від очікуваного. У цьому сенсі стає можливим говорити і про ризик збитків, і про ризик надприбутків
<i>Ризик</i>	Це добуток імовірності на збиток. Ризик можна описувати ставкою тільки в тому випадку, якщо об'єктом впливу ризику є неподільний об'єкт інвестування (зокрема, інвестований капітал у фінансах), якщо всі надходження сприймаються як прибуток (бажане сприйняття ставок прибутковості пайових і боргових інструментів, – без урахування транзакційних та інших витрат), при чому забезпечується можливість оцінки ризику як різниці між оцінкою прибутковості (у %) і оцінкою ризику (у %). [Без ретельного врахування особливостей угод або нефінансовою оцінкою, опис ризику як процентної ставки, як «ймовірності», можна допустити помилки в управлінні]. Ризик вимірюється в грошових одиницях в економічних розрахунках, оскільки у технічних розрахунках він вимірюється в натуральних одиницях, але обов'язково повинен бути переведений у грошові для забезпечення порівнянності в економічних розрахунках. Найменування подій, що призводять до збитку – це перелік факторів ризику. Частота виникнення подій – основа визначення ймовірності ризику

Кейнс Дж. [56] зазначав, що в економічній сфері доцільно виділяти три основні види підприємницьких ризиків (рис. 8.1). На його думку, всі ці види підприємницьких ризиків вимагають попередньої кількісної і якісної оцінки.

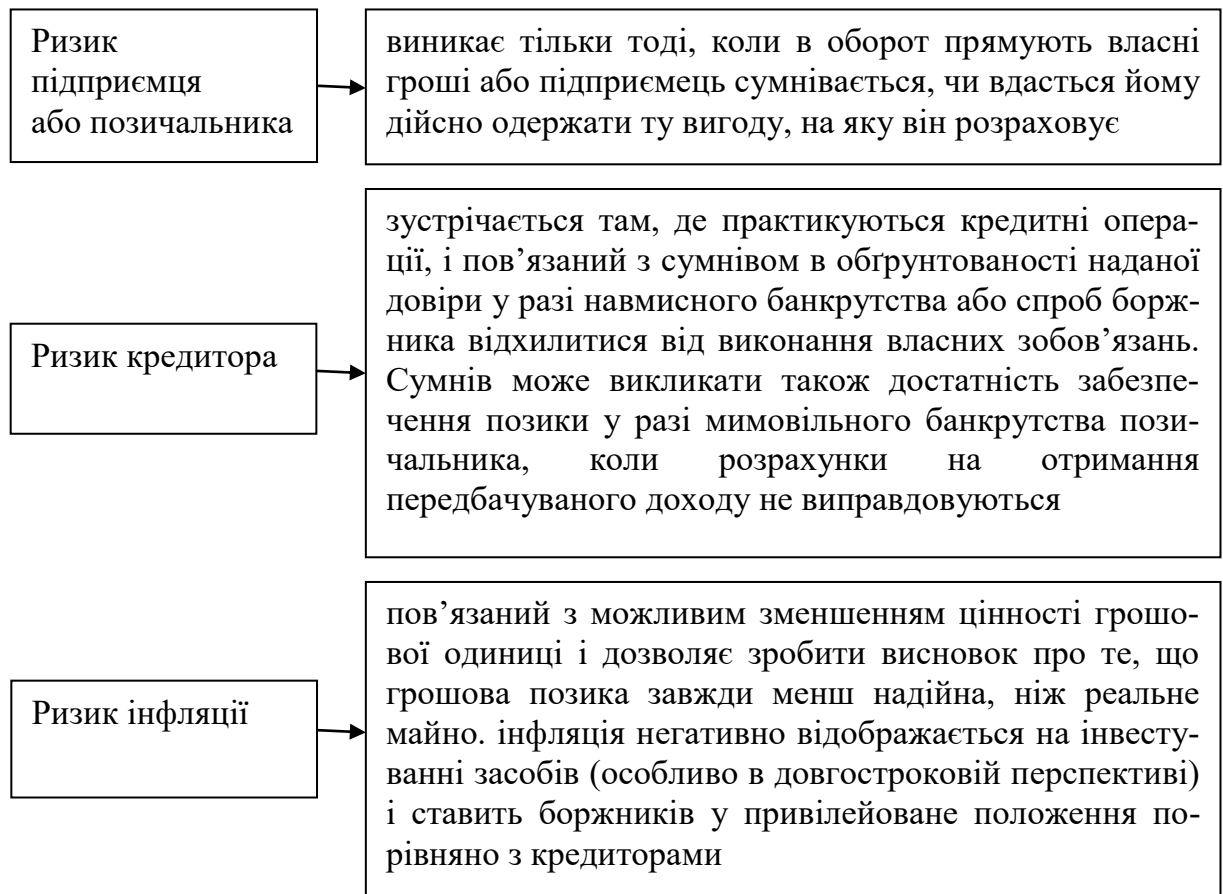


Рис. 8.1. Класифікація підприємницьких ризиків за Д. М. Кейнсом

Історично теорія ризиків пов'язана з теорією страхування і актуальними розрахунками.

Існує багато визначень ризику, породжених у різних ситуаційних контекстах і різними особливостями застосувань. З найбільш поширеної точки зору кожен ризик у певному сенсі пропорційний як очікуваним втратам, які можуть бути заподіяні ризиковою подією, так і ймовірністю цієї події. Відмінності у визначеннях ризику залежать від контексту втрат, їх оцінки та вимірювання, коли втрати є чіткими і фіксованими, наприклад, «людське життя», оцінка ризику фокусується тільки на ймовірності події (частоті події) і пов'язаних з ним обставин.

Виходячи з цього існує безліч незалежних класифікацій ризиків (рис. 8.2).



Рис. 8.2. Незалежні кваліфікаційні види ризиків

У теорії і практиці існують ризики інвестиційної діяльності (рис. 8.3).

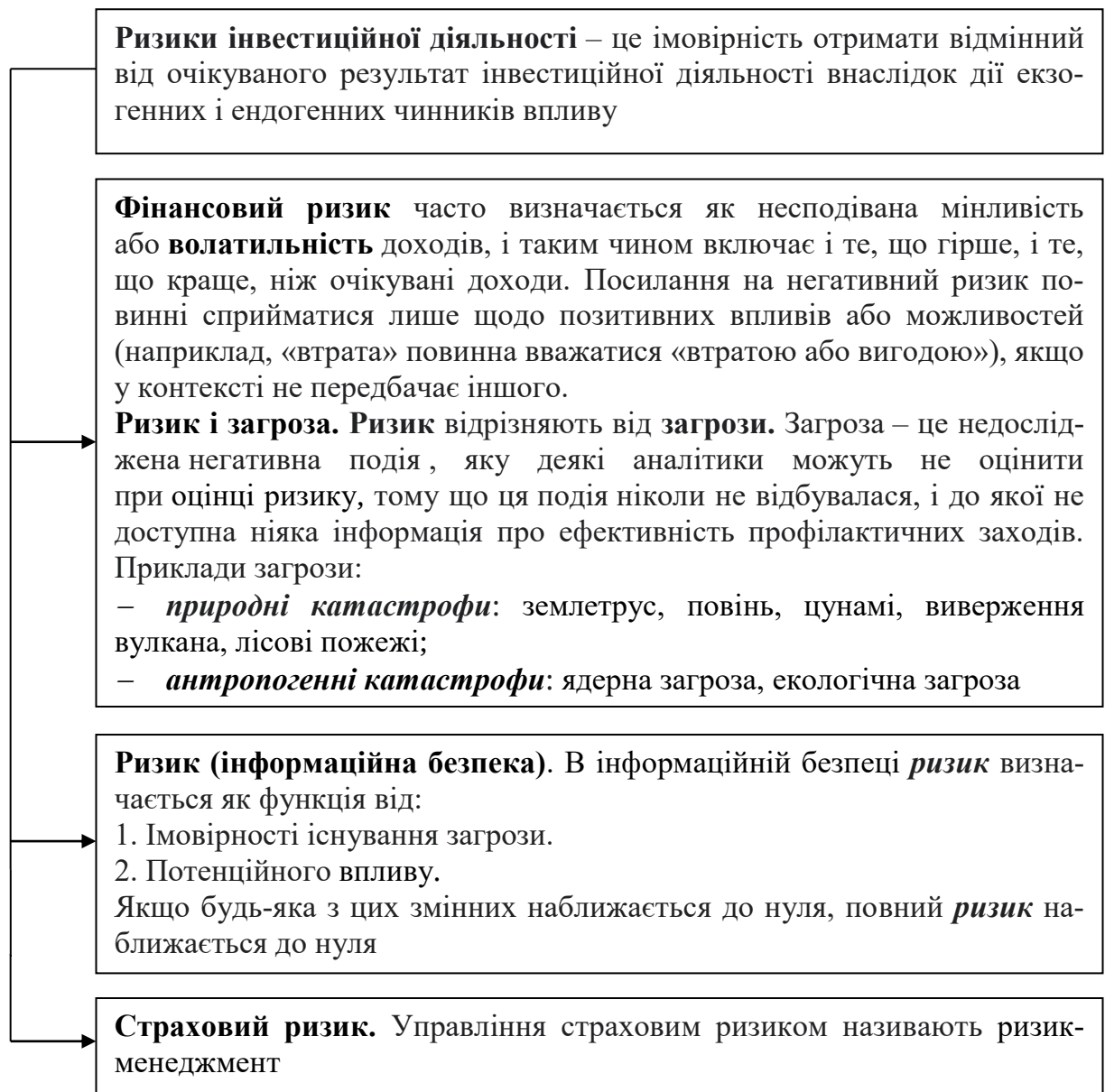


Рис. 8.3. Ризики інвестиційної діяльності

Сам «ризик», який впливає з визначення, має характерні властивості:

1. Невизначеність. Ризик існує тоді і тільки тоді, коли, можливо, є не єдиний розвиток подій.

2. Збиток. Ризик існує, коли результат може призвести до збитку або до іншого негативного наслідку.

3. Наявність аналізу. Ризик існує, коли сформована суб'єктивна думка про ситуацію і дана якісна чи кількісна оцінка

негативної події майбутнього періоду (в іншому випадку це загроза або небезпека).

4. Значимість. Ризик існує, коли певна подія має практичне значення і зачіпає інтереси хоча б одного суб'єкта. Ризик без власності не існує.

У теорії і практиці виділяють функції ризику, а саме:

Захисна – проявляється у тому, що для господарюючого суб'єкта ризик – це нормальний стан, тому повинно вироблятися раціональне ставлення до невдач.

Аналітична – наявність ризику передбачає необхідність вибору одного з можливих варіантів правильного рішення.

Інноваційна – проявляється у стимулюванні пошуку нетрадиційних рішень проблем, що виникли.

Регулятивна – має суперечливий характер і виступає у двох формах: конструктивній (створення для захисту інструментів і пристроїв) і деструктивній (це аспекти авантюризму, волюнтаризму).

Отже, ризик як категорію можна визначити через безпеку потенційно можливої, імовірної втрати ресурсів або недоотримання доходів порівняно із варіантом, який розрахований на раціональне використання ресурсів у такому вигляді підприємницької діяльності. Щоб звести ризики до мінімуму, необхідно ними управляти, оскільки управління ризиками включає в себе процеси, що належать до планування управління ризиками, їх ідентифікації й аналізу, реагування на ризики, моніторингу й управління ризиками підприємства. Метою управління ризиками є збільшення імовірності виникнення і впливу сприятливих подій і зниження імовірності впливу несприятливих для підприємства подій.

8.2. Ризики в контексті управління інтелектуальним потенціалом підприємства

Інтелектуальний потенціал – це елемент, який використовується будь-якою системою для вирішення завдань, що стоять перед нею, щодо самозбереження та розвитку.

Термін «інтелектуальний потенціал» розглядають на мікро-, мезо- та макрорівні. На макрорівні розглядають процес формування та оцінки інтелектуального потенціалу підприємства, на мезорівні – інтелектуальний потенціал регіону, а на макрорівні – інтелектуальний потенціал держави. На сьогодні існує багато визначень щодо інтелектуального потенціалу, наприклад Р. А. Єжова [54] зазначає, що одна із найбільш важливих відмінних особливостей інтелектуального потенціалу полягає у тому, що він являє собою сукупність можливостей, часто ще не розкритих, формально не зафіксованих, але реально існуючих для виконання дій, у тому числі торговельного характеру.

О. В. Тітова [76] вважає, що інтелектуальний потенціал вбирає в себе основні властивості й одночасно має власний зміст, який визначається: наявністю і прогресивним розвитком інтелектуальної власності; становленням креативного типу мислення працівників, що формує й реалізовує основні моделі відтворення кожної конкретної економічної системи та їх сукупності; переважним формуванням у такій системі інтелектуального центру, що охоплює поступово всю сукупність чинників виробництва, розподілу, обміну і споживання.

С. Й. Вовканич [45] визначає інтелектуальний потенціал як можливість нагромаджувати, створювати й використовувати нові знання, проєкти, ідеї, моделі та іншу семантичну інформацію (науково-технічну, економічну, правову тощо), яка може стати інтелектуальною власністю України, сприяти її прогресивній і міжнародній інтеграції як повноправного партнера.

Отже, інтелектуальний потенціал спрямований на ефективне застосування професійних здібностей, управлінських знань, умінь, навичок для підвищення результативності діяльності підприємства за рахунок створення інтелектуальної можливості перемагати своїх конкурентів у довгостроковій перспективі.

Процеси сьогодення, що пов'язані зі швидкими, не прогнозованими змінами у зовнішньому і внутрішньому середовищах, які спонукають суб'єктів господарювання до пошуку методів управління інтелектуальним потенціалом, який є невичерпним джерелом безперервного розвитку інноваційної діяльності.

Процес управління інтелектуальним потенціалом здійснюється поетапно, на кожному з яких враховуються цілі і потреби виявлення та використання його складових (табл. 8.3).

Таблиця 8.3

Процес управління інтелектуальним потенціалом

Етап управління	Напрями діяльності
<i>Планування</i>	Приймаються рішення про структуру інтелектуального потенціалу в руслі його ефективності. Якщо ефективність окремих складових інтелектуального потенціалу низька, планується їх подальше скорочення, якщо велика – має здійснюватися залучення більшої кількості інтелектуальних ресурсів у господарський оборот організації
<i>Аналіз</i>	Дані аудиту обробляються для створення найбільш повної картини стану інтелектуального потенціалу організації
<i>Організація діяльності</i>	Здійснюється виконання плану та координація використання інтелектуальних ресурсів з планами використання інших ресурсів, а також із загальними цілями і місією організації
<i>Стимулювання діяльності</i>	Застосовуються заходи і створюються умови для більш повного та ефективного функціонування інтелектуального потенціалу в організації
<i>Моніторинг і контроль</i>	Використовуються регулюючі засоби щодо аналізу і коригування запланованих дій

Розроблено за С. Й. Вовканичем

Інтелектуальний потенціал – складний і ризиковий вид діяльності. У зв'язку з цим актуальним стає питання аналізу ризиків у процесі управління інтелектуальним потенціалом, тобто з'ясування передумови виникнення ризиків, а також пошук шляхів запобігання їх прояву та негативному впливу на діяльність підприємства.

За визначенням Вікіпедії ризик – це невизначена подія або умова, яка в разі виникнення має позитивний або негативний вплив на репутацію компанії, призводить до прибутку або втрат у грошовому вираженні.

У сучасній літературі категорія «ризик» має різні визначення, але в практиці більше зустрічається термін «господарський ризик». Господарський ризик – це коли у підприємства можуть виникнути непередбачені наслідки, наприклад, через такі обставини, як відхилення від цілей, втрати підприємством частини своїх доходів, зростання витрат на виготовлення продукції тощо. Високий рівень ризику в процесі управління інтелектуальним потенціалом, як правило, залежить від суті і специфіки інтелектуальних ресурсів (далі – ІР).

Б. Лев зосереджує свою увагу на таких моментах [62]:

1. Відсутність чітких правил власності, тобто втрата повного контролю над ІР, прикладом є піратство продуктів, записаних на електронних носіях – фільмів, пісень, програм тощо.

2. Внутрішній ризик ІР викликаний особливостями інвестування в їх розвиток, оскільки найбільш інтенсивне фінансування відбувається на початкових стадіях інноваційного процесу, коли загальна можливість генерації ще невідома. Значні необоротні витрати є джерелом підвищеного ризику в тому, що вони будуть неокупними в майбутньому.

3. Труднощі купівлі-продажу виникають у зв'язку із нематеріальною формою ІР, знижуючи їх ліквідність і створюючи проблеми у разі заключення договорів вільного обміну на ринку. Складність реалізації роз'яснюється також і прив'язаністю до власника, невід'ємністю від нього. У тих випадках, коли сепарація можлива, асиметричність інформації щодо розуміння потенційних можливостей генерації вартості створює проблеми у разі заключення контрактів і формування справедливої ціни ІР. Вартість створюється за допомогою конкурентних переваг і формується на основі ресурсів підприємства.

На думку науковців і практиків, щоб бути джерелом стійкої конкурентної переваги, ресурс повинен мати притаманні певні атрибути: цінність, рідкість, неможливість їх копіювати і включати в організаційні процеси.

Т. Л. Бойко [37] обґрунтовує причини виникнення ризиків, що пов'язані зі зниженням рівня конкурентоспроможності, якщо втрачається ключова характеристика:

1. Цінність ресурсу заключається в його можливості бути застосованим у стратегії підвищення результативності й ефективності діяльності підприємства. Для більшості ІР існує значна складність у здійсненні адекватного оцінювання, що призводить до неправильних висновків відповідно до їх впливу на господарську діяльність.

2. Результатом неточного визначення цінності можуть бути ризики недостатнього інвестування у важливі для підприємства ресурси і понадвитрати в такі, які не створюють значну добавлену вартість. Так, при впровадженні стратегії економії підприємства, як правило, розпочинають скорочення витрат на навчання персоналу, відтак знижуючи в довгостроковій перспективі цінності інтелектуального людського потенціалу і нарощування ризику втрати стійких конкурентних переваг.

3. Під рідкістю розуміється неможливість використання ресурсу іншими організаціями для отримання вигоди. ІР є рідкісним до того моменту, поки ним володіє менша кількість фірм, яка необхідна для формування конкурентного ринку. Ризик виникає, коли підприємство не може утримувати ІР виключно у межах своєї діяльності (наприклад, за порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності).

4. Відсутність нематеріальної форми ІР спрощує можливість їх копіювання іншими організаціями (цей аспект у сукупності з ризиками фактора рідкості безпосередньо пов'язаний із характеристикою невиключеності). У результаті розкриття комерційної таємниці, особливостей технології, стандартів і процедур тощо інші організації отримують можливість відтворення у своїй діяльності. Разом з тим зниження ризику копіювання ІР забезпечується унікальними умовами їх створення і розвитку в конкретній фірмі, а також труднощами встановлення причинно-наслідкових зв'язків із конкурентними перевагами і формуванням соціального комплексу.

5. Ризики в управлінні інтелектуальним потенціалом можуть виникати і в зв'язку із неповним включенням ІР в організаційні процеси фірми, труднощами повної ідентифікації й оцінки. Наприклад, прописані процедури, не дивлячись на значний потенціал

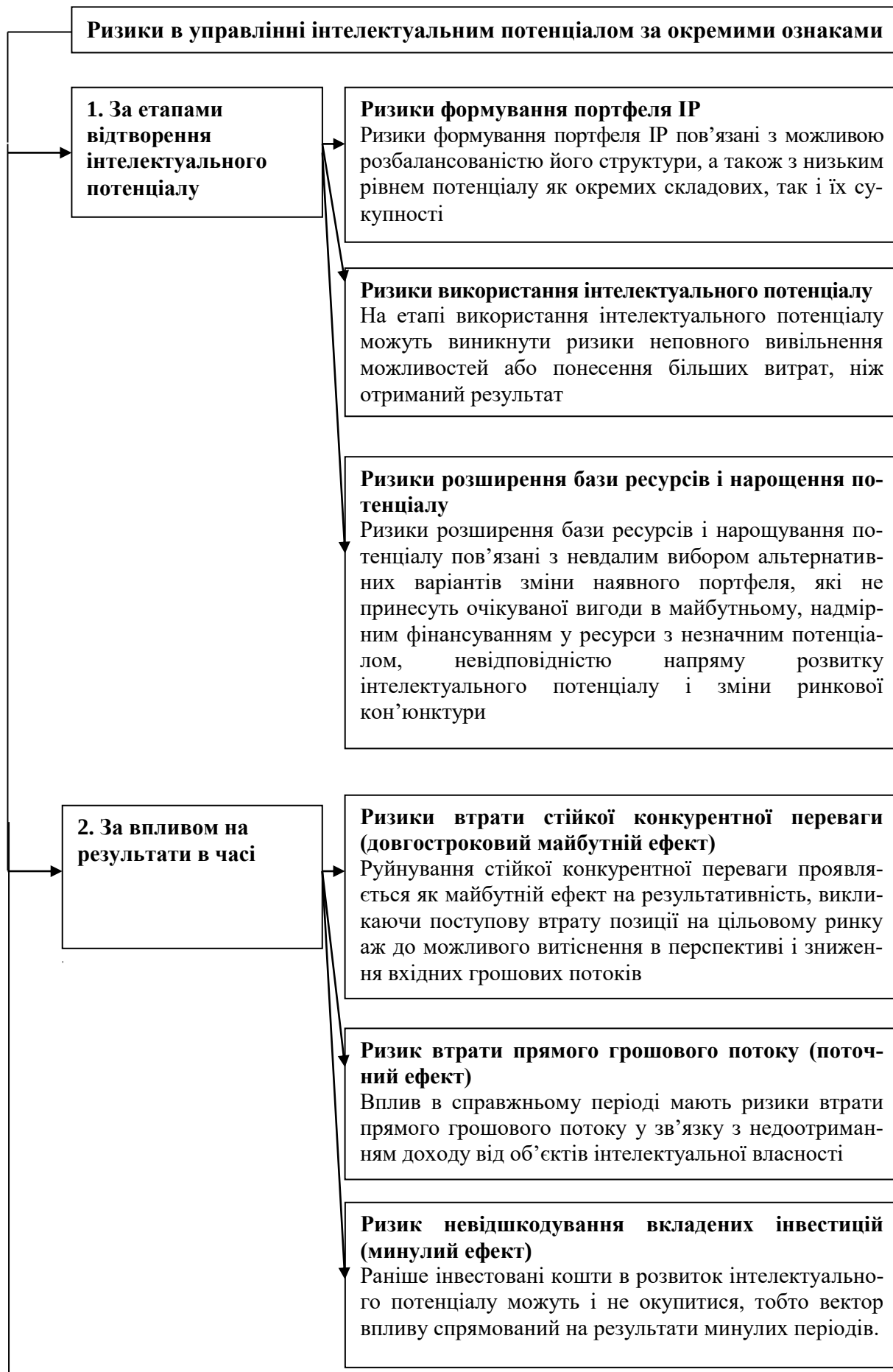
щодо скорочення витрат на рутинних операціях повсякденної діяльності, не приносять очікуемого результату, якщо не використовуються повною мірою у бізнес-процесах.

Приведені обґрунтування сутнісної наповненості ІР і специфіки їх використання у діяльності підприємства дають узагальнене розуміння можливого виникнення ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом (рис. 8.4).



Рис. 8.4. Фактори виникнення ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом

Т. Л. Бойко [37] загальноприйнятую класифікацію господарських ризиків доповнив специфічними характеристиками при конкретизації в управлінні інтелектуальним потенціалом (рис. 8.5).



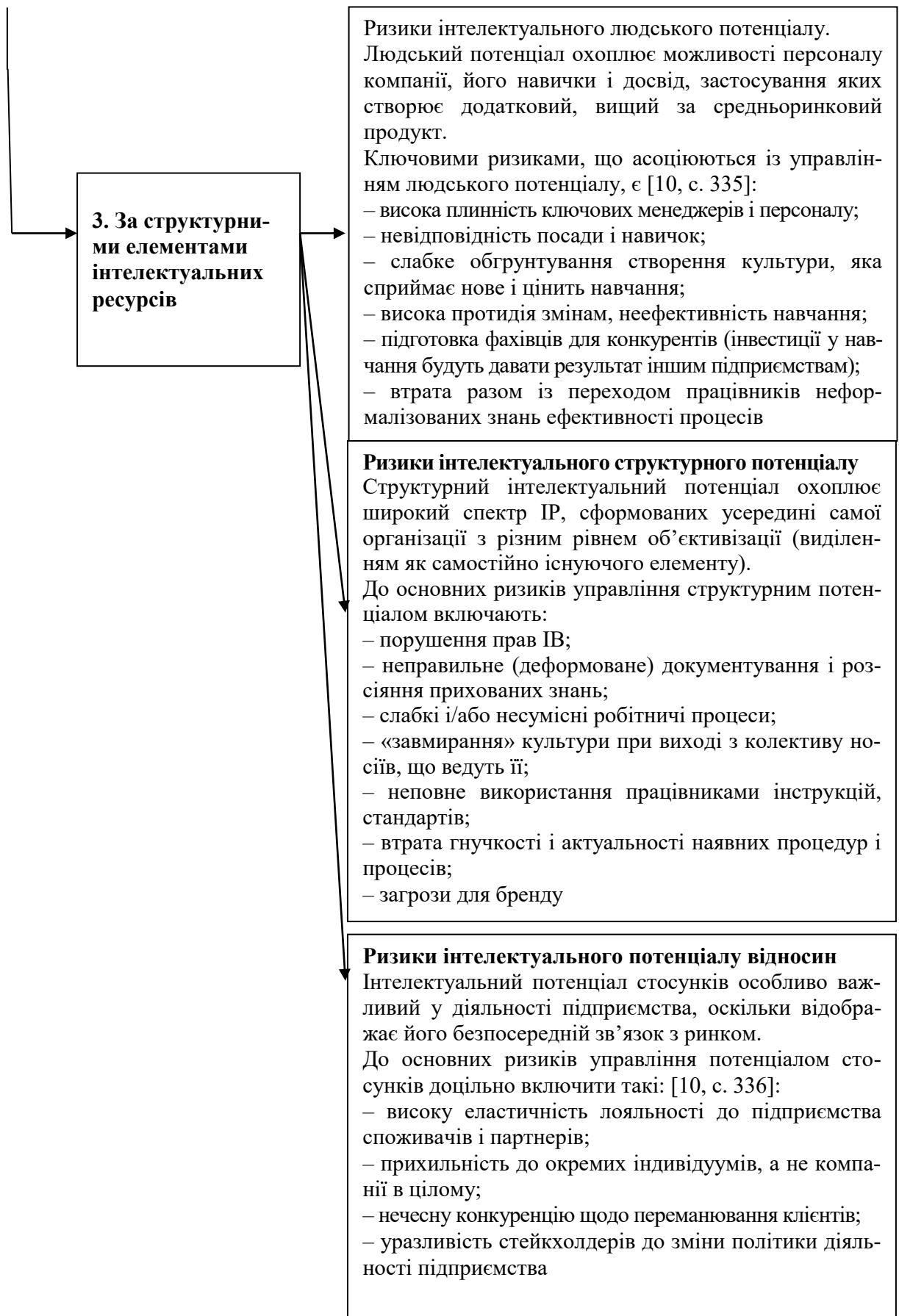


Рис. 8.5. Характеристика ризиків за окремими ознаками в управлінні інтелектуальним потенціалом

Розглянута класифікація дозволяє детально з'ясувати суть і особливості ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом і розробити комплекс заходів щодо можливого зниження або уникнення їх. У науковій літературі немає вичерпного переліку механізмів менеджменту з цього питання.

Л. Л. Нікітченко вважає, що стосовно ризиків управління людським потенціалом ефективними можуть бути заходи, вживані кадровими службами, а саме:

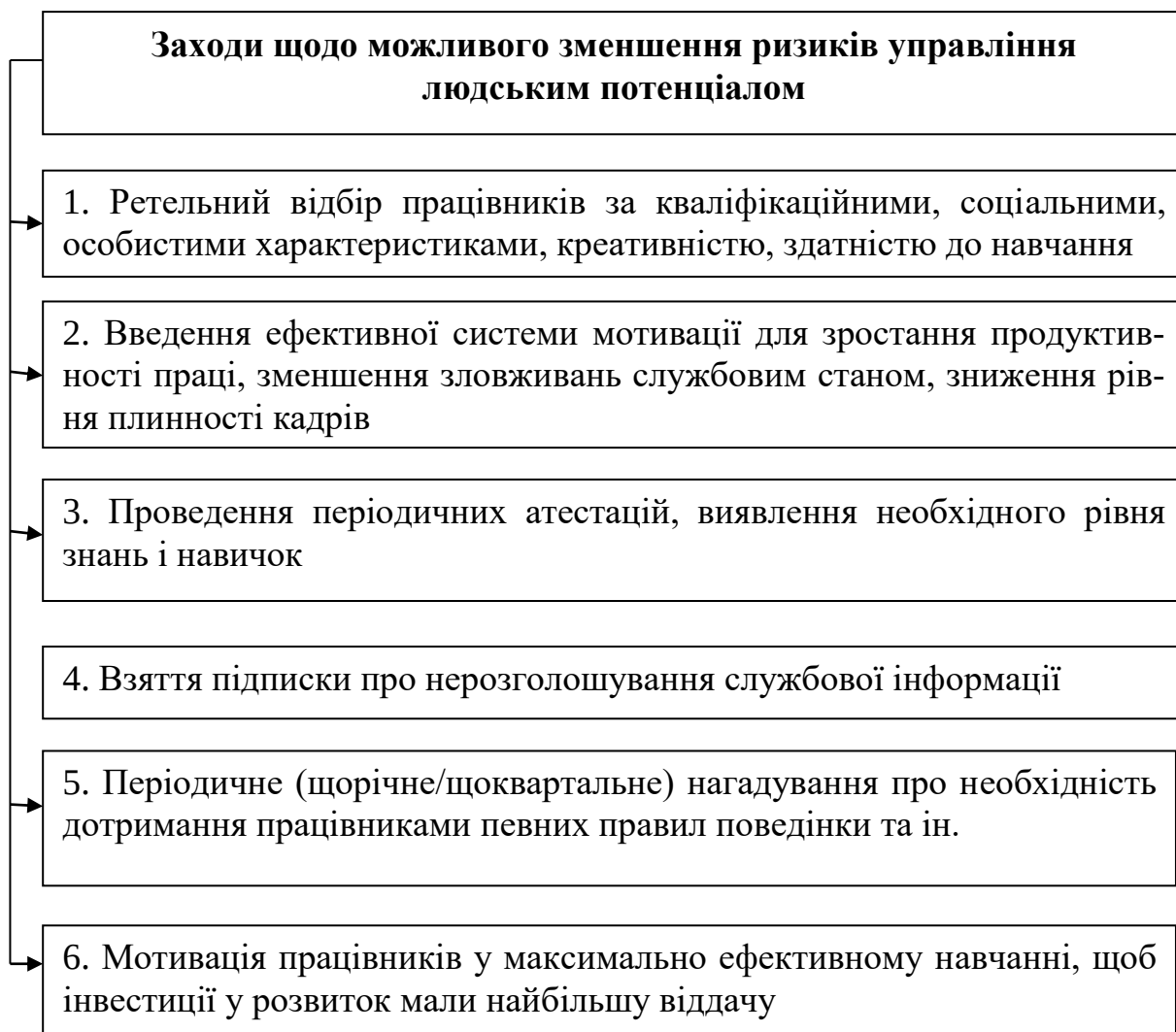


Рис. 8.6. Заходи щодо можливого зменшення ризиків управління людським потенціалом

В управлінні ризиками структурного потенціалу широко відомим є фокусування на захисті від втрат несанкціонованого використання об'єктів інтелектуальної власності. У цій сфері ризиків заслуговують на увагу міри щодо збереження ідей і формалізації

індивідуальних знань, зокрема їх всеосяжного впровадження у повсякденну діяльність підприємства, забезпечення ефективних тренінгів і послідовного контролю якості.

Ризики в потенціалі відносин можуть бути зменшені завдяки фіксації спірних моментів у контрактах, проведенню гнучкої реалізаційної політики, підтримці іміджу підприємства маркетинговими заходами. Також можна виділити заходи, спрямовані на збереження лояльності споживачів, наприклад, післяпродажний сервіс і відгуки про якісні/неякісні товари, які дозволяють зберегти в довгостроковій перспективі постійних клієнтів і понизити ризики втрати стійкої конкурентної переваги.

Отже, управління інтелектуальним потенціалом є одним з ключових елементів стратегічного менеджменту підприємства і супроводжується значними ризиками. Вивчення цієї проблеми дозволяє розробити перелік заходів щодо зниження або навіть повного елімінування ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом.

8.3. Процес оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу

Інтелектуальні ризики – це ризики, які пов'язані з управлінням інтелектуальними ресурсами та їх комерціалізацією. Ризики є загрозою для ведення інтелектуального бізнесу, тому в теорії і практиці вдаються до формування і використання процесу оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу.

Процес оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу – це процес, який здійснюється управлінським персоналом підприємства для визначення ризиків інтелектуального бізнесу і необхідних заходів для їх зменшення (до прийнятного рівня) та отримання очікуваних результатів діяльності. Після визначення ризиків, які можуть впливати на діяльність інтелектуального підприємства, управлінський персонал розглядає їх суттєвість, ймовірність і формує відповідні заходи, направлені на управління ними. Існує ціла низка методів кількісної оцінки ризику, які можна поділити на дві групи: 1) об'єктивні базуються на активному

використанні математичного апарата для всебічної обробки об'єктивних кількісних даних щодо досліджуваного інвестиційного проєкту. Серед методів цієї групи називають: статистичний метод; аналіз чутливості; метод сценаріїв; імітаційне моделювання та ін. Основною перевагою об'єктивних методів є висока надійність, точність та обґрунтованість отриманих результатів. Але вони мають і суттєвий недолік: для їх застосування потрібні перевірені, точні, повні та своєчасні дані, отримати які зазвичай дуже дорого, а іноді й зовсім неможливо;

2) суб'єктивні методи – базуються насамперед на досвіді експертів, які здійснюють оцінку; математичні розрахунки при цьому мають допоміжний характер, базова інформація для їх проведення може бути менш повною, точною або правдивою. До другої групи методів можна віднести методи експертної оцінки (метод Дельфі, ранжування, попарне порівняння, метод бальних оцінок тощо) та метод аналогій. Суб'єктивні методи позбавлені недоліку, який мають об'єктивні методи, але вони мають свою слабку сторону – недостатню надійність отриманих результатів кількісної оцінки ризику. На процес вибору методу кількісної оцінки ризику суб'єкта інтелектуального бізнесу впливають різноманітні фактори (рис. 8.7).



Рис. 8.7. Особливості вибору методу кількісної оцінки ризику суб'єкта інтелектуального бізнесу

На сьогодні є більш точні методи оцінювання, але вони є складними у використанні, наприклад метод вартості «до і після». Цей метод побудований на порушеннях інтелектуальної власності, тобто визначається вартість об'єкта інтелектуальної власності перед порушенням і після, а це може викликати труднощі. Не можна стверджувати, що зміна вартості об'єкта інтелектуальної власності викликана тільки фактором порушення прав на нього. Цей метод та інші побудовані на розрахунках величини збитків і паралельно вираховуються суми економічного доходу, який отримав би власник майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності, якби не подія, що спричинила збитки.

У світовій практиці, здійснюючи оцінку збитків від порушень прав на об'єкти інтелектуальної власності, враховують низку факторів, що впливають на діяльність підприємства та ефективність комерціалізації об'єкта інтелектуальної власності. Наприклад, автор Д. Ю. Бусигін [43] зазначає, що, оцінюючи торгові марки, найбільш розповсюдженою є система критеріїв компанії Interbrand, яка передбачає такі фактори, як лідерство, стабільність, ринок, інтернаціональність, модність, підтримка, надійність захисту. Винаходи, корисні моделі та промислові зразки оцінюються за допомогою так званих «Фактори Georgia-Pacific», які складаються із 15 критеріїв:

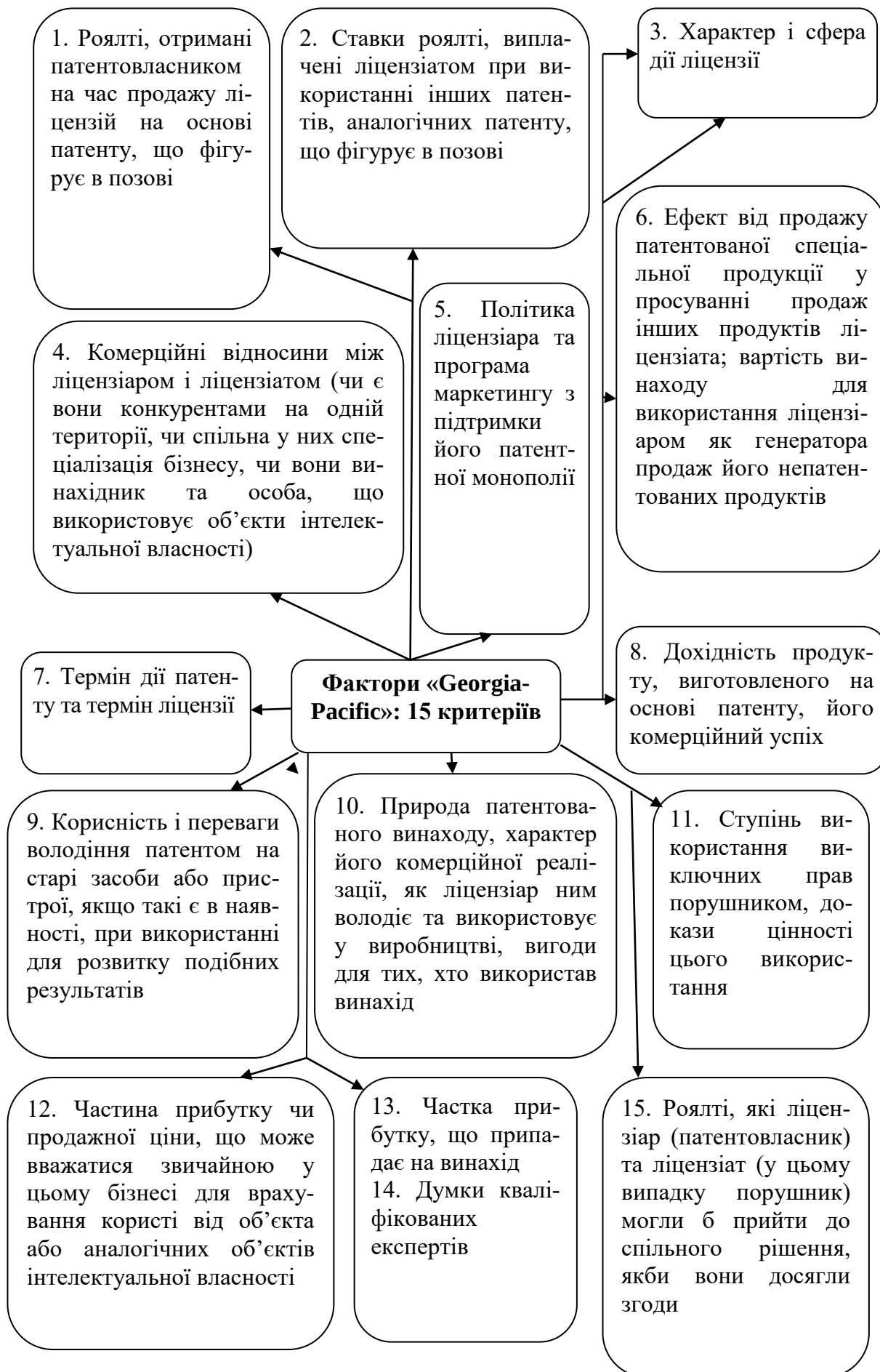


Рис. 8.8. Фактори «Georgia-Pacific»: 15 критеріїв

До основних методів реагування на ризики відносять:

Таблиця 8.4

№ з\п	Методи регулювання на ризики	
1	2	3
1	<i>Ухилення від ризику</i>	Таке ухилення використовується, якщо ризик надмірний і негативні наслідки досить суттєві або ймовірність їх появи висока. Сутність цього методу полягає у відмові від реалізації занадто ризикованих проєктів або операцій. Такий метод поширений, але він не є універсальним, так як для сфери управління інтелектуальним капіталом характерна особливо висока непередбачуваність результатів діяльності. Якщо ухилення від реалізації проєкту буде невинуватим, виникає ризик втрат від нереалізованих можливостей
2	<i>Прийняття (утримання) ризику</i>	Сутність цього методу полягає в тому, що фірма не здійснює ніяких дій, щоб запобігти можливим збиткам, а бере весь ризик на себе. Використання такого методу часто супроводжується локалізацією ризику: фірма створює дочірню компанію, покладає на неї реалізацію ризикового завдання, максимально її підтримує, при цьому відповідальність обмежується лише майном дочірньої компанії. Така схема при управлінні інтелектуальним капіталом більш розповсюджена та часто реалізується шляхом створення венчурних підприємств, які спеціалізуються на створенні та впровадженні інновацій
3	<i>Передавання ризику</i>	Цей метод передбачає перенесення відповідальності за ризик на третіх осіб при збереженні рівня ризику. До основних способів передачі ризику, як правило, належать: <i>укладання контрактів</i> (з робітниками, державними організаціями, покупцями, постачальниками, посередниками тощо); <i>страхування</i> (має обмежене використання у сфері управління інтелектуальним

Продовження таблиці 8.4

1	2	3
		капіталом через високий рівень невизначеності операцій); <i>хеджування</i> (з використанням форвардних, ф'ючерсних операцій, свопів та опціонів, що іноді використовуються при операціях з інтелектуальним капіталом)
4	<i>Зменшення ризику</i>	Методи зменшення ризику, спрямовані на зниження розміру збитків або їх ймовірності, мають широке використання щодо операцій з інтелектуальним капіталом

Автор В. М. Гранатуров [49] сформулював сутність методичного підходу – визначення оптимального способу регулювання ступеня ризику (табл. 8.5).

Таблиця 8.5

**Матриця «ймовірність виникнення втрат/ «рівень збитків»
для пошуку рішення щодо вибору напрямку оптимізації
ступеня ризику**

Рівень збитків	Ймовірність виникнення втрат					
	Близька до нуля	Низька	Невелика	Середня	Велика	Близька до одиниці
Незначні збитки	Прийняття ризику				Прийняття ризику чи створення резерву (запасу)	
Малі збитки	Створення резерву (запасу)					
Помірковані збитки	Створення (запасу)		Зовнішнє страхування чи розподіл ризику			Уникнення ризику
Середні збитки	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику					Уникнення ризику
Великі збитки	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику			Уникнення ризику		
Катастрофічні збитки	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику		Уникнення ризику			

До основних із цих методів визначення оптимального способу регулювання ступеня ризику належать:

Таблиця 8.6

№ з\п	Методи	
1.	<i>Диверсифікація</i>	При цьому методі ресурси розподіляються за декількома напрямками для того, щоб зменшити ймовірність одночасної невдачі та компенсувати збитки від одних проєктів шляхом прибутків від інших
2.	<i>Лімітування</i>	Це встановлення меж, тобто максимальних масштабів окремих операцій (наприклад максимально можливих капіталовкладень у певну розробку, максимальної вартості придбання патенту, максимальної заробітної плати, гарантованої працівникові тощо)
3.	<i>Самострахування</i>	Цей метод подібний до страхування, але здійснюється за рахунок власних коштів – страхових (резервних) фондів
4.	<i>Розподіл (сегрегація) ризику</i>	При цьому методі ймовірні збитки розподіляються між декількома учасниками так, щоб для кожного з них вони були незначними
5.	<i>Придбання додаткової інформації</i>	Спрямоване на зменшення рівня невизначеності, при цьому вигоди від отримання додаткової інформації мають перевищувати необхідні для цього витрати

Власник інтелектуальної власності має змогу захистити свої інтереси за допомогою страхування підприємницького ризику. Страхування передбачає обов'язок страховика здійснити відшкодування у розмірі повної або часткової компенсації втрат доходів або додаткових витрат власника інтелектуального капіталу при веденні ним підприємницької діяльності.

За кордоном використовуються різні види страхування інтелектуальної власності (рис. 8.9).



Рис. 8.9. Різні види страхування інтелектуальної власності

Більшість із цих видів страхування, як правило, можуть бути застосовані до авторських прав і до об'єктів промислової власності.

Оцінку збитків, що завдані інтелектуальному капіталу, страховики вирішують шляхом порівняння його з об'єктом комерційної діяльності. Такій оцінці підлягають збитки від підприємницької діяльності з використанням виключних прав на інтелектуальну власність, які її власник поніс би при настанні страхового випадку. До складу цих збитків включено суми не отриманих по авторських правах платежів, збитки, викликані прибутком, отриманим від продажу «піратської» продукції, судові витрати тощо. При цьому розмір страхової суми визначається на основі суми доходу від володіння інтелектуальним капіталом.

При визначенні страхової премії використовують підвищувальні та знижувальні коефіцієнти, які залежать від [60]: технічного рівня продукції, виробленої з використанням інтелектуальної власності; особливостей виробництва – штучного рівня складності виробництва ліцензійної продукції; даних про правову охорону інтелектуальної власності (країна патентування, наявність ліцензій); патентної чистоти інтелектуальної власності, витрат на патентні дослідження; наявності юридичної служби в компанії; територіального поширення підрозділів компанії (внутрішній, зовнішній ринок); даних про потенційних клієнтів; розмір компанії тощо. Інтелектуальну власність з метою страхування можливо оцінити, якщо вона є потенційним об'єктом комерційної діяльності. У практиці бувають випадки, коли інтелектуальний капітал ще не комерціалізований, а уже потребує страхового захисту. У національній практиці уникають такого страхування тому, що в таких випадках ускладнений андерайтинг.

Практикум

Базові терміни і поняття: ризики, інтелектуальний потенціал, підприємницькі ризики, ризик кредитора, ризик інформації, незалежні види ризиків, фінансовий ризик, страховий ризик, види страхування інтелектуальної власності.

Контрольні запитання і завдання

1. Охарактеризувати види ризиків, які існують у сфері інтелектуального бізнесу?
2. Охарактеризувати основні види підприємницьких ризиків.
3. Розкрити сутність ризиків інвестиційної діяльності.
4. Охарактеризувати ризики в управлінні інтелектуальним потенціалом.
5. Охарактеризувати заходи, що дають можливість зменшити ризики управління людським потенціалом.
6. Охарактеризувати методи регулювання на ризики.
7. Охарактеризувати види страхування інтелектуальної власності.

Завдання для самостійної роботи

1. Розкрити ризик як діяльність суб'єктів підприємницької діяльності.
2. У чому полягає сутність незалежних видів ризиків?
3. Розкрити сутність аналізу ризиків у процесі управління інтелектуальним потенціалом.
4. Охарактеризувати процес вибору методу кількісної оцінки ризику суб'єкта інтелектуального бізнесу.

Тестові завдання

1. Комерційні причини ризику в бізнесі:

- а) політична нестабільність;
- б) перевезення вантажів;
- в) заборона на імпорт;
- г) незаконні дії конкурентів.

2. Види підприємницьких ризиків:

- а) непередбачувані обставини;
- б) заборона на перевід грошових засобів;
- в) ризик кредитора;
- г) інфляція.

3. Незалежні види ризиків:

- а) технічний ризик;
- б) ризик інфляції;
- в) платоспроможність покупця;
- г) коливання валютного ризику.

4. Ризики інвестиційної діяльності:

- а) соціальний ризик;
- б) наноризик;
- в) професійний ризик;
- г) страховий ризик.

5. Характерні властивості ризику:

- а) значимість;
- б) фінансовий ризик;
- в) допустимий ризик аварії;
- г) аналіз.

6. Фактори виникнення ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом:

- а) цінність ресурсу;
- б) відсутність чітких правил власності;
- в) внутрішній ризик;
- г) моніторинг і контроль.

7. Ризики в управлінні інтелектуальним потенціалом за такою оцінкою, як «за етапами відтворення інтелектуального потенціалу»:

- а) внутрішня дуалістичність інтелектуальних ресурсів;
- б) побічні наслідки;
- в) організація діяльності;
- г) ризики розширення бази ресурсів і нарощення потенціалу.

8. Види методу кількісної оцінки ризику суб'єкта інтелектуального бізнесу:

- а) ризики інтелектуального потенціалу відносин;
- б) наявність часових та фінансових ресурсів для проведення досліджень;
- в) характер і сфера дії ліцензії;
- г) ухилення від ризику.

9. Методи регулювання на ризики:

- а) термін дії патенту та термін ліцензії;
- б) цілі оцінки;
- в) утримання ризику;
- г) невідповідність посади і навичок.

10. Види страхування інтелектуальної власності:

- а) самострахування;
- б) помірковані збитки;
- в) зменшення ризику;
- г) судові витрати.

Список використаних джерел:

[37, 43, 45, 49, 54, 56, 62, 76, 77].

ТЕМА 9

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

9.1. Економічна безпека бізнесу: сутність, принципи і функціональні цілі.

9.2. Інтелектуальна складова економічної безпеки як фактор підтримки ефективності інтелектуального бізнесу.

9.3. Система економічної безпеки інтелектуального бізнесу.

9.1. Економічна безпека бізнесу: сутність, принципи і функціональні цілі

Основне питання, яке пов'язане з ефективним розвитком підприємств будь-якого типу, – це економічна безпека бізнесу. Більш конкретно розглядаючи це питання, слід зазначити, що економічної безпеки потребують юридичні, фізичні особи та інтереси власності фірм і компаній.

Сутність економічної безпеки полягає в забезпеченні економічного розвитку суспільства з метою виробництва необхідних благ та послуг, що задовольняють індивідуальні та суспільні потреби.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку можуть бути:

1) свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств (організацій)-конкурентів;

2) збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках цього підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини тощо). Негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер:

– об'єктивні впливи – це такі негативні впливи, які виникають не з волі конкретного підприємства або його окремих працівників;

– суб’єктивні впливи виникають внаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (передусім керівників і функціональних менеджерів).

Мета економічної безпеки підприємства полягає в тім, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування тепер і мати високий потенціал розвитку в майбутньому.

Отже, економічна безпека підприємства – це захищеність діяльності підприємства від негативних впливів зовнішнього і внутрішнього середовища, спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до зовнішніх умов без негативних наслідків для підприємства [79].

У спеціальній літературі зазначено, що економічна безпека, у загальному розумінні, розглядається як стан економіки та інститутів влади, за якого забезпечуються гарантований захист національних інтересів, незалежність обраного економічного курсу, соціальна спрямованість економічних реформ, достатній оборонний потенціал навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів.

Таким чином, економічна безпека підприємства – це найефективніше використання ресурсів, що забезпечують стабільне функціонування підприємства.

Автори: М. І. Зубок, В. С. Рубцов, С. М. Яременко, В. Г. Гусаров, Ю. В. Чернов, О. Є. Користін, О. І. Барановський, Л. В. Герасименко, Л. Юрович стверджують, що економічна безпека у сфері інтелектуального бізнесу є новою дисципліною в інституті охорони інтелектуальної власності. Економічна безпека інтелектуального бізнесу залежить від наявності правової системи його захисту та ефективного механізму забезпечення її реалізації. Гарантом економічної безпеки інтелектуального бізнесу повинна виступати держава.

Світова і вітчизняна література відображають, що організація і функціонування комплексної системи забезпечення економічної безпеки інтелектуальної діяльності з метою максимальної ефективності мають ґрунтуватися на таких основних принципах.

Принципи, які забезпечують економічну безпеку інтелектуальної діяльності

→ **1. Принцип законності.** Діяльність підприємництва повинна мати законний характер. Інакше система забезпечення безпеки може бути зруйнована з вини самого суб'єкта підприємництва

→ **2. Принцип економічної доцільності.** Суть цього принципу в тому, що необхідно організовувати захист лише тих об'єктів, видатки на захист яких значно менші, ніж втрати від загроз цих об'єктів. І тут також мають враховуватися можливості фірми щодо системи економічної безпеки

→ **3. Поєднання превентивних і реактивних заходів.** Превентивними є заходи запобіжного характеру, що дозволяють недопустити виникнення загроз економічній безпеці. Реактивні – заходи, які проводяться у разі реального виникнення загроз чи необхідності мінімізації їх негативних наслідків

→ **4. Принцип безперервності.** Цей принцип передбачає, що функціонування комплексної системи забезпечення економічної безпеки має здійснюватися постійно

→ **5. Принцип диференційованості.** Вибір заходів щодо подолання загроз, які виникли, відбувається залежно від характеру загрози та рівня тяжкості її наслідків

→ **6. Принцип координації.** Для досягнення поставлених завдань необхідне постійне узгодження діяльності різних підрозділів служби безпеки, самої фірми, а також поєднання організаційних та економіко-правових способів захисту

→ **7. Принцип повної підконтрольності системи забезпечення економічної безпеки керівництву суб'єкта підприємницької діяльності.** Система забезпечення економічної безпеки повинна бути підпорядкована загальним інтересам підприємства

Рис. 9.1. Принципи, що забезпечують економічну безпеку інтелектуальної діяльності

До основних функціональних цілей економічної безпеки належать:

- 1) забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства (фірми, компанії);
- 2) забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання;
- 3) досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством (фірмою, компанією);
- 4) досягнення високого рівня інтелектуального потенціалу, належної ефективності корпоративних науково-дослідних та дослідницько-конструкторських робіт (НДДКР);
- 5) мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- 6) якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства (фірми, компанії);
- 7) забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства;
- 8) ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

9.2. Інтелектуальна складова економічної безпеки як фактор підтримки ефективності інтелектуального бізнесу

Забезпечення інтелектуальної, зокрема кадрової складової економічної безпеки бізнесу (ЕББ), має два напрями діяльності [35]:

- 1) напрям, який зорієнтований на роботу з персоналом, підвищення ефективності його роботи. Він включає в себе роботу з планування та управління персоналом, запобігання загроз негативних впливів на ЕББ підприємства за рахунок недостатньої

кваліфікації співробітників, слабку організацію системи управління персоналом, підбору, навчання і мотивації співробітників підприємства;

2) напрям, який зорієнтований на збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства. У силу близькості діяльності зі збереження і розвитку інтелектуального потенціалу підприємства до роботи із забезпечення інформаційної складової ЕББ планування і здійснення заходів щодо забезпечення даних аспектів економічної безпеки необхідно проводити в тісному контакті і взаємодії всіх, без винятку, співробітників.

Кадрова безпека – це такий стан компанії як соціальної спільноти й індивіда в ній, при якому вплив на них з боку природного, економічного і соціального середовища, а також внутрішнього середовища самої людини не здатна заподіяти будь-якої шкоди. Результатом залучення на вакантні місця персоналу ззовні, а також наслідком неоднорідності культури компанії може бути порушення кадрової безпеки, що виражається в різних формах опору працівників культури компанії, її норм, цінностей і регламентів. Формами прояву опору працівників культури компанії є демонстрація ними деструктивних форм поведінки, зокрема і у вигляді різних типів шахрайства та крадіжки.

На основі загального плану і його складової частини щодо забезпечення інтелектуальної і кадрової складової ЕББ необхідно планувати корпоративні ресурси.

Автор Е. В. Садаклієва [89] виділяє такі індикатори рівня забезпечення підприємства інтелектуальної та кадрової складовими економічної безпеки:

1. Група індикаторів чисельного складу персоналу фірми і його динаміки. Вона включає середньооблікову чисельність персоналу і динаміку зміни, показники плинності кадрів, вікового, соціального і кваліфікаційного складу персоналу організації з питомою вагою і динамічною статистикою зазначених показників.

2. Група показників ефективності використання персоналу включає показники продуктивності праці працівників, частки виручки, валового і чистого прибутку на одного працюючого, показники фондоозброєності праці. При аналізі цих показників

важливо порівнювати отримані результати досліджень аналогічних компаній, так як саме порівняння значень продуктивності праці з середньогалузовими значеннями дає реальну картину ефективності роботи персоналу.

3. Група індикаторів якості мотиваційної системи організації включає показники середньої зарплати співробітників у цілому й окремих професійних груп. Важливим індикатором виступає частка вартості об'єктів невиробничої сфери фірми і вартості, що надаються працівникам соціальних пільг на одного співробітника.

4. Група індикаторів стану інтелектуального потенціалу компанії вміщує показники освітнього складу персоналу, кількість раціоналізаторських пропозицій і винаходів на одного працівника, кількість патентів і доходів, які отримуються від ліцензійної діяльності на одного співробітника, а також абсолютні і питомі значення отриманого ефекту від впровадження пропозицій співробітників.

5. Група індикаторів ефективності заходів, які вживаються щодо забезпечення ЕББ по його інтелектуальній та кадровій складовій.

Отже, стає очевидним, що необхідно приділяти велику увагу для підтримки ефективності інтелектуального бізнесу у роботі із забезпечення інтелектуальної складової економічної безпеки.

9.3. Система економічної безпеки інтелектуального бізнесу

У лексиконі фахівців, які займаються забезпеченням безпеки бізнесу комерційних структур, з'явився термін «система економічної безпеки» (далі – СЕБ) бізнесу. СЕБ – комплекс організаційно-управлінських, режимних, технічних, профілактичних та пропагандистських заходів, спрямованих на якісну реалізацію захисту інтересів бізнесу від зовнішніх і внутрішніх загроз. До основних завдань СЕБ інтелектуального бізнесу, як правило, відносять:

- захист законних прав та інтересів підприємства і його співробітників;

- збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку обставин;
- вивчення партнерів, клієнтів, конкурентів, кандидатів щодо роботи в компанії;
- своєчасне виявлення можливих устремлінь до підприємства і його співробітників з боку джерел зовнішніх загроз безпеки;
- недопущення проникнення на підприємство структур економічної розвідки конкурентів, організованої злочинності й осіб з протиправними намірами;
- протидія технічному проникненню у злочинних цілях;
- виявлення, попередження і припинення можливої протиправної та іншої негативної діяльності співробітників підприємства на шкоду його безпеки;
- попередження і виявлення правопорушень у сфері інтелектуальної власності, а також захист прав на об'єкти інтелектуальної власності у разі їх незаконного використання;
- захист співробітників підприємства від насильницьких посягань;
- забезпечення збереження матеріальних цінностей та інформації, що становлять комерційну таємницю підприємства;
- добування необхідної інформації для вироблення найбільш оптимальних управлінських рішень з питань стратегії і тактики економічної діяльності;
- фізична і технічна охорона будівель, споруд, території і транспортних засобів;
- формування серед населення та ділових партнерів сприятливої думки про фірму для реалізації планів економічної діяльності та статутних цілей;
- відшкодування матеріальної та моральної шкоди, завданої в результаті неправомірних дій організацій та окремих осіб;
- контроль над ефективністю функціонування системи безпеки, вдосконалення її елементів.

Відповідно до перерахованих завдань, умов конкурентної боротьби, специфіки бізнесу підприємства будується його СЕБ. СЕБ кожної компанії є суто індивідуальною. Її повнота, дієвість і надійність багато в чому залежать від наявної в державі законодавчої

бази, матеріально-технічних і фінансових ресурсів підприємства, розуміння кожним із співробітників важливості забезпечення безпеки бізнесу, а також від знань і практичного досвіду начальника СЕБ, який займається побудовою і підтриманням у робочому стані самої системи.

Побудова СЕБ ІБ здійснюється з дотриманням принципів законності, прав і свобод громадян, централізованого управління, компетентності, конфіденційності, розумної достатності та відповідності зовнішнім і внутрішнім загрозам безпеки, комплексного використання сил і засобів, самостійності і відповідальності за забезпечення безпеки, передової матеріально-технічної оснащеності, корпоративної етики; координації та взаємодії з органами влади та управління.

До основних елементів СЕБ інтелектуального бізнесу Е. В. Садаклієва відносить [89]:

1) захист ІВ, зокрема комерційної таємниці та конфіденційної інформації;	10) безпека рекламних, культурних, масових заходів, ділових зустрічей і переговорів;
2) комп'ютерна безпека;	11) протипожежна безпека;
3) внутрішня безпека;	12) екологічна безпека;
4) безпека будівель і споруд;	13) радіаційно-хімічна безпека;
5) фізична безпека;	14) конкурентна розвідка;
6) технічна безпека;	15) інформаційно-аналітична робота;
7) безпека зв'язку;	16) пропагандистська, соціально-психологічна, профілактична робота серед персоналу, його навчання з питань ЕББ;
8) безпека господарсько-договірної діяльності;	17) експертна перевірка механізму системи безпеки
9) безпека перевезень вантажів і осіб	

Рис. 9.2. Елементи системи економічної безпеки інтелектуального бізнесу

Усе більшої актуальності набуває захист інтересів бізнесу від протиправної діяльності корумпованих представників контролюючих та правоохоронних органів. Тому цей напрям роботи багато начальників служб економічної безпеки комерційних структур виділяє як окремий елемент СЕБ.

Таблиця 9.1

Основні функції СЕБ інтелектуального бізнесу

№ з\п	Функції	
1.	<i>Адміністративно-розпорядча</i>	Підготовка рішень з підтримки режимів безпеки і конфіденційності; визначення положень, прав, обов'язків і відповідальності посадових осіб з питань безпеки, а також щодо здійснення представницьких функцій підприємства в цій галузі її діяльності
2.	<i>Господарсько-розпорядча</i>	Визначення (спільно з ін. підрозділами фірми) ресурсів, необхідних для вирішення завдань щодо забезпечення безпеки, підготовка і проведення заходів організаційно-технічного і правового характеру, спрямованих на збереження його власності, зокрема інтелектуальної
3.	<i>Обліково-контрольна</i>	Визначення критично важливих напрямів фінансово-економічної, виробничо-комерційної, інших видів діяльності, які підлягають захисту, і можливих каналів витоку інформації та інших загроз фінансової стабільності та стійкості фірми, оцінка джерел їх виникнення; налагодження контролю
4.	<i>Організаційно-технічна</i>	Створення організаційної структури СЕБ та інших структур з окремих напрямів роботи (захист інформації, захист інтелектуальної власності); організація взаємодії між окремими структурними підрозділами фірми, які сприяють досягненню цілей політики безпеки
5.	<i>Планово-виробнича</i>	Розробка комплексних програм та окремих планів забезпечення безпеки фірми, підготовка і проведення відповідних заходів
6.	<i>Матеріально-технічна</i>	Спрямована на матеріально-технічне та технологічне забезпечення діяльності СЕБ, оснащення її спеціальною технікою
7.	<i>Науково-методична</i>	Нагромадження і поширення передового досвіду в галузі забезпечення безпеки; організація навчання співробітників інших підрозділів (у необхідному обсязі)
8.	<i>Інформаційно-аналітична</i>	Збір, накопичення, обробка даних у сфері безпеки, створення і використання необхідних технічних та методичних засобів

Ефективність економічної безпеки інтелектуального бізнесу безпосередньо пов'язана зі створенням і функціонуванням на підприємстві системи управління інтелектуальної власності (далі – СУІВ), яка є стандартом підприємства, що допомагає забезпечити: мінімізацію збитків майбутніх періодів; ефективну охорону об'єктів ІВ за рахунок виключення порушень прав третіми особами. Нормативні документи СУІВ такі:

1. Положення про СУІВ, що відбиває основні принципи її побудови і функціонування.

2. Інструкція про порядок підписання договорів щодо розпорядження майновими правами ІВ, згідно з якою проводиться: передача прав на використання об'єктів ІВ; продаж (відступлення) майнових прав на об'єкти права ІВ та інші дії з майновими правами. Інструкція у своєму змісті має пункти всіх договорів, на підставі яких здійснюється розпорядження майновими правами на об'єкти права ІВ.

3. Інструкція з використання об'єктів права ІВ як інструмент, за допомогою якого використовуються твори, винаходи, торговельні марки та інші об'єкти ІВ без порушення майнових прав найманих працівників і третіх осіб.

4. Положення про доходи авторів (творців) об'єктів права ІВ, за яким визначається структура їх доходів, ставки винагород, порядок нарахування та виплати.

5. Положення про облікову політику у сфері ІВ, за яким здійснюється відображення операцій з об'єктами інтелектуальної власності у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Цей перелік може доповнюватися після проведення маркетингу ринку для кожного підприємства окремо і моніторингу ситуації в цілому.

Створення ефективної СУІВ позитивно впливає на економічну безпеку ІВ, процес його подальшого розвитку, в основі якого лежить ВД.

Основний зміст СЕБ інтелектуального бізнесу полягає в тому, що вона повинна носити упереджувальний характер, а основними критеріями оцінки її надійності та ефективності, як правило, виступають:

– забезпечення стабільної роботи підприємства, збереження і примноження інтелектуальних, фінансових і матеріальних цінностей;

– попередження кризових ситуацій, зокрема надзвичайних подій, пов'язаних з діяльністю «зовнішніх» і / або «внутрішніх» недоброзичливців.

Ефективність політики безпеки тільки тоді знаходиться на висоті, коли її реалізація є результатом спільної діяльності співробітників, здатних зрозуміти всі її аспекти, і керівників, здатних впливати на її втілення в життя.

Перехід економіки на ринкові відносини вимагає від керівників підприємств не тільки розробки ринкової стратегії, а й стратегії безпеки, обов'язково включає спеціальні програми щодо захисту ІВ й економічної безпеки. Роль підрозділу, відповідального за проведення цієї роботи на підприємстві, що виконує функції дотримання правил політики безпеки і плану захисту, управління засобами захисту, контролю над правильністю їх експлуатації, виявлення спроб та фактів порушень і вжиття заходів щодо їх нейтралізації також виходить на перший план. Ослаблення практично будь-якої складової інфраструктури підприємства безпосередньо відбивається на його безпеці, тому процес управління бізнесом перебуває у тісному взаємозв'язку з питаннями безпеки.

Практикум

Базові терміни і поняття: економічна безпека, економічна доцільність, превентивні заходи, реактивні заходи, система економічної безпеки (СЕБ), комп'ютерна безпека, фізична безпека, технічна безпека, екологічна безпека, внутрішня безпека, система управління інтелектуальною власністю (СУІВ).

Контрольні завдання і поняття

1. Розкрити сутність економічної безпеки бізнесу (ЕББ) як основне питання, яке пов'язане з ефективним розвитком підприємства.

2. Охарактеризувати принципи, що забезпечують економічну безпеку інтелектуальної діяльності.
3. Розкрити сутність функціональних цілей економічної безпеки.
4. Розкрити сутність кадрової складової ЕББ.
5. Розкрити сутність економічної безпеки інтелектуального бізнесу.
6. Охарактеризувати основні функції СЕБ.

Завдання для самостійної роботи

1. Економічна безпека – ефективне використання ресурсів, що забезпечують стабільне функціонування підприємства.
2. Індикатори рівня забезпечення підприємства інтелектуальної та кадрової складовими економічної безпеки.
3. СЕБ – комплекс заходів, які спрямовані на якісну реалізацію захисту інтересів бізнесу від зовнішніх і внутрішніх загроз.
4. Технічна безпека – основний елемент СЕБ інтелектуального бізнесу.
5. Створення і функціонування на підприємстві системи управління інтелектуальної власності (СУІВ).

Тестові завдання

1. *Принципи, на яких будується економічна безпека інтелектуальної діяльності:*
 - а) якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
 - б) поєднання превентивних і реактивних заходів;
 - в) стабільне функціонування підприємства;
 - г) підбір, навчання і мотивація співробітників.
2. *Основні функціональні цілі ЕББ:*
 - а) принцип безперервності;
 - б) ефективна організація безпеки персоналу підприємства;
 - в) правова система захисту ЕББ;
 - г) принцип координації.

3. Індикатори рівня забезпечення кадрової складової ЕББ:

- а) індикатори чисельного складу персоналу фірми і його динаміки;
- б) досягнення високої ефективності менеджменту;
- в) ефективна організація безпеки комерційних інтересів;
- г) принцип законності.

4. Основні завдання системи економічної безпеки (СЕБ) інтелектуального бізнесу:

- а) частка вартості об'єктів невиробничої сфери фірми;
- б) збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку обставин;
- в) матеріально-технічні і фінансові ресурси підприємства;
- г) конкурентна розвідка.

5. Залежність СЕБ підприємства від:

- а) показників ефективності використання персоналу;
- б) показників фондоозброєності;
- в) наявності державної законодавчої бази;
- г) вивчення партнерів, конкурентів.

6. Побудова СЕБ здійснюється на:

- а) розумінні кожним співробітником важливості забезпечення безпеки бізнесу;
- б) знаннях і практичному досвіді начальника СЕБ;
- в) фізичній і технічній охороні будівель, споруд;
- г) підвищенні ефективності роботи персоналу.

7. Функції СЕБ інтелектуального бізнесу:

- а) безпека перевезення вантажів;
- б) експертна перевірка механізму системи безпеки;
- в) обліково-контрольна;
- г) координація і взаємодія з органами влади та управління.

8. Основні елементи СЕБ інтелектуального бізнесу:

- а) безпека господарсько-договірної діяльності;
- б) адміністративно-розпорядча;
- в) використання об'єктів інтелектуальної власності (ІВ);
- г) тісний зв'язок питань безпеки з процесом управління бізнесом.

9. Основний зміст СЕБ:

- а) облікова політика у сфері ІВ;
- б) порядок підписання договорів щодо розпорядження майновими правами ІВ;
- в) попередження кризових ситуацій;
- г) інформаційно-аналітична робота.

10. Науково-методична функція СЕБ інтелектуального бізнесу побудована на:

- а) безпеці зв'язку;
- б) конкурентній розвідці;
- в) протипожежній безпеці;
- г) організації навчання співробітників.

Список використаних джерел:

[10, 35, 55, 59, 79, 83, 89, 113].

ТЕМА 10

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

10.1. Віртуалізація як фактор підвищення інтелектуальної насиченості господарського життя.

10.2. Віртуалізація як напрям розвитку підприємництва.

10.3. Віртуалізація інтелектуального бізнесу як нова схема організації управління.

10.1. Віртуалізація як фактор підвищення інтелектуальної насиченості господарського життя

Підвищенням інтелектуального рівня насиченості господарського життя є «віртуалізація економіки». Це явище не можна зводити до розширення сфери використання інформаційних технологій. Віртуалізація життя – це прагнення до інформаційної насиченості і створення нової реальності, є рушійною силою для розвитку інформаційних технологій, а не навпаки. Товар як предмет економічних відносин усе більше відходить на задній план, тобто він вбирається в інтелектуальний та інформаційний супровід, а потім реалізується в загальному комплексі супроводжуючих послуг. У ринкових відносинах стають основними представниками товару образи і послуги. Саме на них звертають свою увагу споживачі і виробники.

Зміни та відмінності товару носять характер як функціональний, так і інформаційний. При цьому інформаційний напрям переважає. У функціонально-матеріальному плані товар отримує додаткову рекламну обробку шляхом внесення змін в упаковку, проведення різних публічних акцій, видання публікацій. Більшість сучасних змін товарів і послуг лише «здаються», що «віртуальні», і не завжди мають під собою матеріальну фактичну основу. Але і функціонально-матеріальні зміни товару тільки тоді стають ринковою реальністю, коли втілюються в інформаційний імідж. Одна і та ж функціональна зміна може бути по-різному подана, і при невмілому поводженні з іміджем товару корисна

нова якість або властивість можуть бути непоміченими, а в найгіршому випадку – навіть негативно відбитися на іміджі.

Тенденція «віртуалізації» тісно пов'язана з розвитком ефективних телекомунікаційних систем, в першу чергу – з розвитком технологій, які використовують мережу «Інтернет». Але аналіз технологічної складової цієї тенденції показує її вторинний характер. На перший план виходять інтелектуальні здібності та послуги [80].

У традиційній економіці на виробника працювала географія – клієнт з вашого міста навряд чи мав доступ до конкурентів з інших міст і регіонів і навпаки. Ці захисні географічні пороги знищив інтернет. Отже, кількість конкурентів зростає геометричною прогресією. Можна було б припустити, що величезними бізнес-можливостями інтернету, у першу чергу, повинні були скористатися ІТ-компанії. На жаль, все навпаки. Зокрема, саме ІТ-компанії створюють найбільш безпорадні віртуальні магазини. Комп'ютерні компанії початок інтернет-економіки не помітили або не усвідомили, хоча для них досить помітні її основні труднощі, такі як швидке старіння продуктів і технологій. У зв'язку із цим на 50 % впали акції могутніх компаній-постачальників програм ЕРР (планування ресурсів підприємства), таких як SAP і PeopleSoft. Таким чином, в економіці, де панує інтернет, уже немає місця для встановлення громіздких систем, які засновані на «пережовуванні» інформації всередині замкнених корпоративних систем.

Інтернет рухається по планеті швидко і світовий інтернет-трафік подвоюється кожні 100 днів, але поряд із цим інтернет-економіка впроваджується важко. Це показала криза 2000 р.: ейфорія, що супроводжувалася інвестиційним бумом, змінилася песимізмом. Впали індекси високотехнологічних бірж, скоротилася активність на ринку венчурного капіталу, яке живить в основному революційні ідеї.

Криза дозволила усвідомити, що інтернет – це не самоціль, не чарівна паличка. Хороший інтернет і телекомунікаційні технології – це хороші знання (не тільки інформація, скільки інтелект!), які добре організовані і використовують можливості носія знань. Технології без високого інтелекту, що спеціалізований за галузями і видами послуг, стають грудюю металу.

10.2. Віртуалізація як напрям розвитку підприємництва

Віртуальна економіка – це коли на базі комп’ютеризації потоків інформації відбуваються економічні відносини і діяльність людей з приводу виробництва, обміну, розподілу і споживання. Перехід до віртуальної економіки або електронного бізнесу для підприємства означає освоєння принципів та інфраструктури глобальної електронної економіки, структуризацію в інтернет-економіку і формування віртуальної організації або організації знання. Віртуалізація підприємства – це перехід до якісно іншої економічної і організаційно-правової культури ведення бізнесу. Кожне підприємство повинно вміти діяти в умовах глобального ринку і жорсткої конкуренції. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства, підписана країнами Великої вісімки, декларує розвиток країнами-учасницями глобальної економіки, сфери послуг, зокрема телекомунікацій, транспортних систем, інфраструктури постачання і збуту, включаючи системи доставки товарів, митних і експедиторських процедур. У світовій електронній економіці реалізуються такі умови її розвитку [48]:

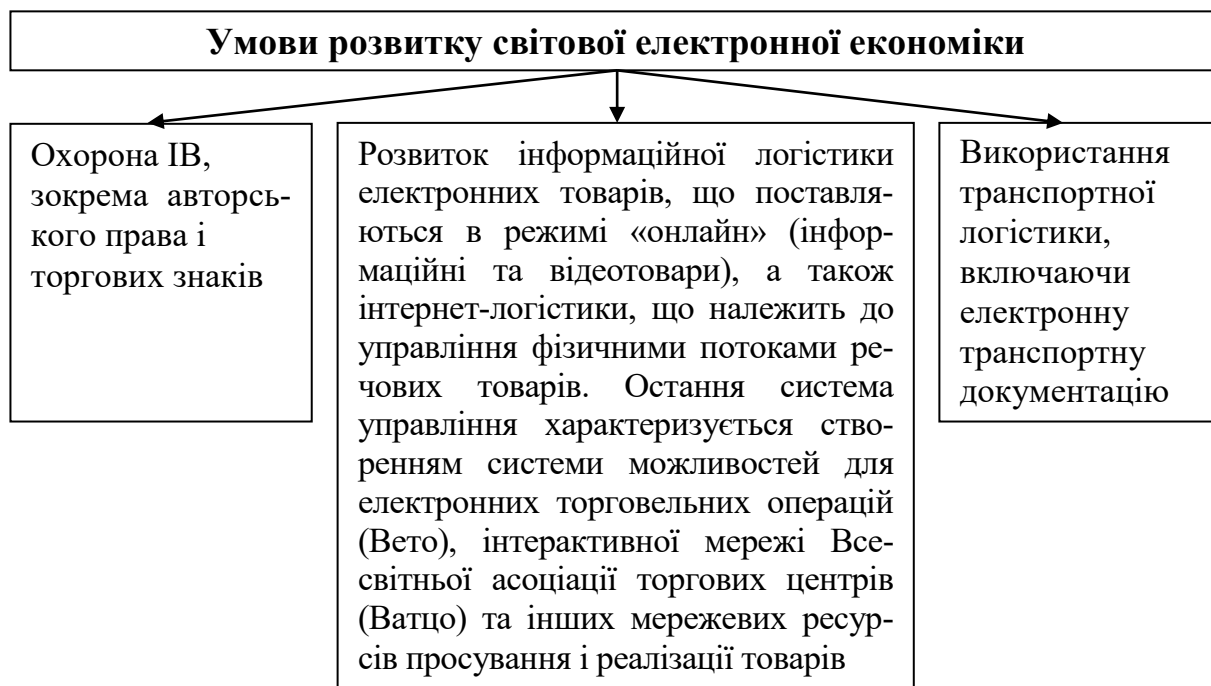


Рис. 10.1. Реалізація умов розвитку світової електронної економіки

Глобальна віртуальна економіка має розроблену правову основу. До найважливіших міжнародно-правових актів відносять:

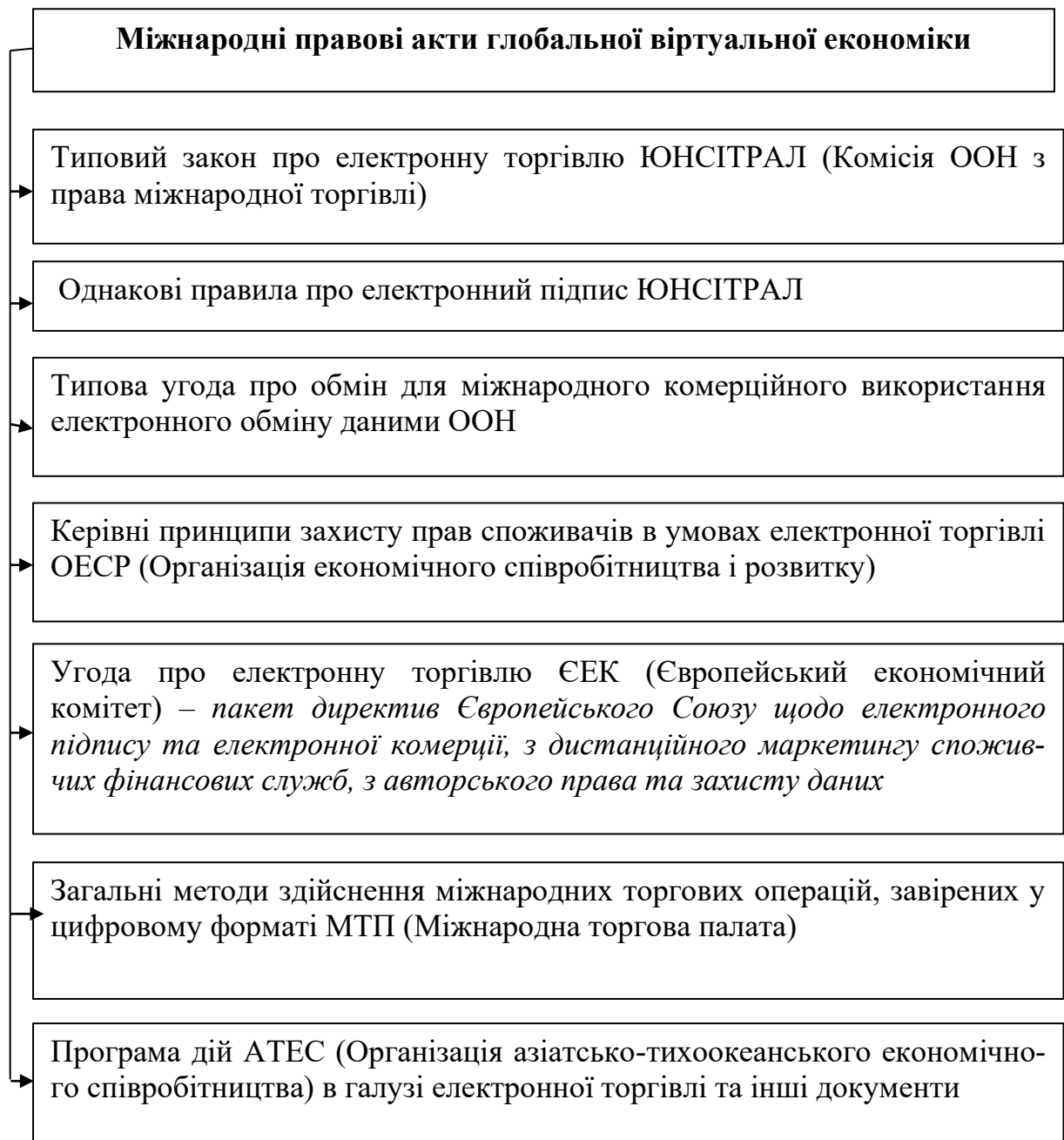


Рис. 10.2. Найважливіші міжнародно-правові акти глобальної віртуальної економіки

Типовий закон про електронну торгівлю (ЮНСІТРАЛ) визначає її сутність за сукупністю угод у міжнародній торгівлі. Цей закон роз'яснює, що термін «торгівля» слід тлумачити широко, охоплюючи питання, що впливають з усіх відносин торгового характеру як договірних, так і недоговірних.



Рис. 10.3. Відносини торгового характеру

У другій половині XX століття змінився характер обміну, відбулися зміни в якісних характеристиках таких категорій, як «товар» і «гроші».

Товар включає в себе:

- 1) товар (продукт);
- 2) інвестиції (грошові кошти (доповнилися новими видами: електронні чеки, електронні гроші, цифрові гроші), цінні папери, майно, майнові права, що мають грошову оцінку, інтелектуальні права, ліцензії, ноу-хау, які можуть бути вкладені в

об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку або іншого ефекту);

3) інтелектуально-інформаційні технології.

Віртуальна економіка – це глобальна інформаційно-логістична діяльність, що поєднує «повідомлення даних» з гарантованою поставкою товару на умовах дотримання наднаціональних вимог і правил, тобто це умова допуску до реальної і рівноправної глобальної торгівлі.

Наступною умовою є вбудовування в електронний бізнес, що означає створення декапіталізованої компанії і передбачає проходження декількох послідовних етапів, а саме:

1) створення сайту і бази даних клієнтів як додаткового маркетингового каналу;

2) створення мережі, що пов'язує бізнес-процеси постачальника, компанії і споживача;

3) поділ основних і другорядних функцій компанії, при цьому останні передаються на аутсорсинг іншим спеціалізованим компаніям;

4) створення мережевої бренд-компанії.

У світовому кіберпросторі є весь інструментарій електронної торгівлі та її інфраструктура – банки, склади, комунікації, ярмарки, виставки, магазини, правові інститути, страхові компанії тощо. З точки зору розвитку електронного бізнесу для підприємства важливо враховувати, що віртуальна економіка або електронні ринки засновані на інтерактивній взаємодії або інтерактивному бізнесі, який побудований у вигляді взаємодії бізнесмена (бізнес-процесу) і комп'ютера (електронної мережі). Ця взаємодія здійснюється через логістичну систему електронного ринку, яка включає ряд рівнів відповідної інфраструктури.

Сутнісний і логічний характер інфраструктури електронного ринку збігається з традиційною логістичною системою, але має іншу, якісно відмінну форму. Процес віртуалізації бізнесу на практиці відбувається за кількома напрямками і за наявності певних умов.

Таблиця 10.1

Рівні інфраструктури

№ з\п	Інфраструктурні рівні	Обґрунтування рівнів
1.	Виробничий рівень у мережевій інфраструктурі поряд з власним виробничим процесом	Включає таку базу даних: мультимедійний продукт (комп'ютерну технологію, що дозволяє об'єднувати різномірну інформацію у вигляді текстів, графіків, тощо); інформаційний продукт і послуги
2.	Інфраструктурний рівень переміщення	Являє собою захищену мережу електронного обміну діловими документами у стандартній формі
3.	Інфраструктурний рівень збуту	Включає в себе електронну пошту, веб-сервер, відкриті бази даних, електронні каталоги та ін., тобто систему доведення товару або послуги до покупця
4.	Обслуговуючий рівень інфраструктури	Являє собою об'єднання таких операцій, як здійснення платежів (банківські карти, цифрові гроші та ін.). Забезпечення безпеки баз даних, захист електронних поштових грошових переказів

Таблиця 10.2

Процес віртуалізації бізнесу

№ з\п	Напрями віртуалізації	Характеристика напрямків
1	2	3
1.	<i>Управлінське консультування (консалтинг)</i>	У 1913 р. Ф. Тейлор створив першу фірму з управлінського консультування, що привело до віртуалізації бізнес-систем. У своєму розвитку консалтинг пройшов такі етапи: 1) підготовка на замовлення організації кваліфікованих порад і рекомендацій щодо виконання певних функцій; 2) розробка рекомендацій і спільно з організацією їх реалізація, тобто прийняття участі у здійсненні функцій організації; 3) передача організацією консалтинговій фірмі в повному обсязі ряду функцій (наприклад функцій кадрової служби, служби маркетингу, бухгалтерії).

Продовження таблиці 10.2

1	2	3
		Отже, економічно більш вигідно передати за комерційним договором певні функції в повному обсязі спеціалізованій консалтинговій фірмі, ніж утримувати штат відповідних працівників, приміщення, обладнання. З іншого боку, це означає, що підрозділи організації «вимиваються» з її структури в зовнішнє середовище і зливаються з ним. У кращому випадку від організації може залишитися офіс, який краще розмістити у себе вдома. Це один із напрямів віртуалізації організації, перетворення її в бізнес-систему, елементами якої є бізнес-процеси, тобто потоки робіт. У сфері матеріального виробництва процеси відбуваються на основі передачі виконавчо-технологічних функцій від людини до машини, тобто створення гнучких автоматизованих виробничих систем
2.	<i>Формування віртуального комунікаційного простору, віртуального середовища</i>	Дозволяє забезпечувати обмін інформацією в реальному масштабі часу по всій планеті і створювати колосальні бази даних і знань. Наявність такого простору в багатьох випадках робить неактуальним такі атрибути організації, як необхідність вчасно приходити на роботу, вести табельний облік, забезпечувати розпорядок дня, збиратися працівникам підрозділів в одному місці. Йдеться про так звані віртуальні команди, віртуальні групи, що розміщені на різних територіях (і навіть у різних країнах) працівників, які спілкуються між собою за допомогою віртуального середовища
3.	<i>Структурні аспекти організації</i>	Характер взаємодії людей і їх груп в організації визначаються цілями їх діяльності. Якщо організація перестає відповідати інтересам і цілям людей, вона повинна поступитися місцем новим формам їх взаємодії. Сенс організації в тому, яка її роль у системі, в яку вона включена як елемент. Ця система являє собою бізнес-простір, який включено в соціокультурне середовище

1	2	3
4.	<i>Соціокультурний процес</i>	Організація перестає бути цільовою системою, а структура втрачає свою актуальність і новим системоутворюючим фактором стає, перш за все, організаційна культура, але не як корпоративна культура, а як елемент культури громадянського суспільства. З точки зору соціокультурного процесу зовнішнє середовище стає простором для цивілізованого співробітництва, партнерства. Такі тенденції набирають силу і будуть домінувати в менеджменті XXI столітті

Віртуалізація підприємства – це переклад процесів управління знаннями в інформаційний простір (віртуальний простір). Віртуальний простір – це людська свідомість і інформаційні технології (мережі), де знання зберігається, передається, перетворюється і використовується. Відсутність залежності від фізичних структур означає, що за межами віртуальних організацій є межі знань компанії і можливості їх комунікаційних систем перетворювати і передавати ці знання. Прикладні програми інформаційної технології розширюють межі і можливості операцій, дозволяючи людям, як елементам організації, вступати в контакт один з одним незалежно від місця розташування.

Автор О. Гаврилов [48] у роботі «Віртуалізація бізнес-систем» розкриває базові принципи віртуальної структури організації підприємств.

Відповідно до перерахованих принципів віртуальне підприємство (далі – ВП) як структура орієнтована на випуск конкретного продукту і створена лише на період його виготовлення шляхом об'єднання виробничих можливостей і ресурсів, що надаються іншими об'єктами (підприємствами, підприємцями, фізичними особами) на договірних умовах у заздалегідь визначеному обсязі і на фіксований час. Такі об'єкти називають **віртуалами**.



Рис. 10.4. Принципи віртуальної структури організації підприємств

Автор О. Гаврилов [48] визначає слабкі місця віртуального підприємства.

Таким чином, віртуалізація полягає в переході від сучасних підприємств, які мають жорстку ієрархічну структуру, до об'єктів, в основі яких лежить гнучка система виконання бізнес-процесів.

Слабкі місця віртуального підприємства

№ з\п	Слабкі місця	Обґрунтування
1.	<i>Надмірна економічна залежність від партнерів</i>	Це пов'язано з вузькою спеціалізацією членів мережі
2.	<i>Небезпека надмірного ускладнення</i>	Впливає з різномірності членів підприємства, неясності щодо членства в ньому, відкритості мереж, динаміки самоорганізації, невизначеності у плануванні для членів ВП
3.	<i>Відмова від класичних довгострокових договірних форм і звичайних трудових відносин</i>	Це породжує проблему заміни вже випробуваних організаційно-управлінських принципів іншими субститутами, здатними гарантувати стійке функціонування і розвиток ВП. Таким субститутом стає організаційна культура віртуальної організації, яка у постановці цілей воліє конкретне проектне мислення, тобто її суть у тому, що вона працює на особистості
4.	<i>Обмеженість контролю над діяльністю працівників</i>	Межі віртуальної організації розмиті, тому топменеджерам необхідно максимально чітко формулювати цілі проекту. Менеджери віртуальних організацій повинні не тільки розбиратися в сучасних технологіях, а й уміти вирішувати комунікативні та мотиваційні завдання. Спілкування здебільшого по телефону та електронною поштою може стати джерелом непорозумінь
5.	<i>Відсутність мотивації у віртуальному середовищі</i>	Мотивація зазвичай складається в ході регулярних взаємодій і тісного спілкування з колегами

10.3. Віртуалізація інтелектуального бізнесу як нова схема організації управління

Вивчаючи специфіку господарської діяльності інтелектуального підприємства (далі – ІП), а також особливостей віртуалізації сучасного бізнесу, можна визначити поняття «віртуальне інтелектуальне підприємство» (далі – ВІП). ВІП – це структура,

орієнтована на випуск конкретної інтелектуальної продукції, створювана на період її виробництва шляхом об'єднання можливостей і ресурсів, що надаються іншими інтелектуалами-віртуалами лише на договірних умовах у заздалегідь визначеному обсязі і на фіксований час.

Автор В. Мейтус [63] розглядає загальну схему віртуального ІБ. Його основу становить е-Центр, метою якого є вирішення всього комплексу проблем, які пов'язані безпосередньо з виготовленням інтелектуальної продукції. Для цього він здійснює всі зовнішні процеси такого виробництва, а також займається створенням і управлінням ВІП і кожне із цих завдань поділяється на процеси, пов'язані загальним напрямом роботи:

- 1) перше завдання включає маркетинг, підготовку і планування інтелектуального виробництва, фінанси, продажу;
- 2) друга – створення, контроль і закриття ВІП.

Далі у ході роботи е-Центр вирішує, яка інтелектуальна продукція буде вироблятися, знаходить замовників і покупців, готує документацію, на основі якої буде вестися безпосереднє виробництво. Після цього він організовує ВІП, на яку покладається управління створенням інтелектуального продукту. ВІП передається вся виробнича документація. Потім е-Центр здійснює тільки контроль над діяльністю ВІП за фінансовими показниками.

ВІП остаточно вибирає інтелектуалів-віртуалів, підписує з ними договори, а після виконання ними роботи оплачує її за рахунок коштів, переданих йому е-Центром. Можливо також, що фінансування інтелектуального виробництва може здійснюватися за рахунок самого віртуального виробництва, передоплати замовника і залучених коштів (позики, кредити, фінансова допомога). Загальна вартість, яка визначається ціною інтелектуального продукту, заздалегідь відома. ВІП отримує частину коштів, яка включає засоби на оплату інтелектуалів-віртуалів і власної роботи, а також його прибуток.

У процесі випуску інтелектуальної продукції е-Центр продовжує відстежувати тенденції і технології виробництва компонентів, які пропонуються віртуалами. Тому можлива зміна

останніх, якщо якість або технологія компонентів, які поставляються віртуалами, не відповідають новим умовам. Е-Центр може також прийняти рішення про завершення виробництва, якщо починають падати граничні ціни або підготовлений випуск нового товару. Створений інтелектуальний продукт е-Центр передає замовнику або реалізує на ринку. Крім того, згідно з розрахованими показниками життєвого циклу виробу, забезпечується його суспільний та підтримка на післяпродажних стадіях.

Таким чином, ВІП гарантує максимальну гнучкість структури і можливість використання сучасних технологій при виробництві інтелектуального продукту, збільшуючи можливості задоволення зростаючих віртуальних потреб у суспільстві.

Практикум

Базові терміни і поняття: віртуалізація, віртуалізація бізнесу, віртуалізація інтелектуального бізнесу, віртуальний офіс, програмне забезпечення, переваги віртуалізації інтелектуального бізнесу.

Контрольні запитання і завдання

1. Охарактеризувати поняття: «віртуальна економіка», її сутність та особливості.
2. Обґрунтувати різницю між традиційною економікою і віртуальною економікою.
3. Охарактеризувати віртуалізацію підприємства як перехід до іншої організаційно-правової культури ведення бізнесу.
4. Розкрити сутність типового закону про електронну торгівлю (ЮНСІТРАЛ).
5. Охарактеризувати характер обміну таких категорій, як «товар» і «гроші» в сучасних умовах господарювання.
6. Розкрити суть принципів віртуальної структури організації підприємств.
7. Охарактеризувати загальну схему віртуального інтелектуального бізнесу.

Завдання для самостійної роботи

1. Віртуалізація економіки – явище, яке приводить до розширення сфери використання інформаційних технологій.
2. Розвиток світової електронної економіки, її інфраструктури.
3. Напрями процесу віртуалізації бізнесу на практиці.
4. Віртуальне підприємство та його слабкі місця.
5. Е-центр, його діяльність при виготовленні інтелектуальної продукції.

Тестові завдання

1. *Інтернет і телекомунікаційні технології – це:*
 - а) самоціль;
 - б) чарівна паличка;
 - в) хороші знання;
 - г) інтелект.
2. *Перехід до електронного бізнесу для підприємства означає:*
 - а) освоєння інфраструктури глобальної електронної економіки;
 - б) активність венчурного капіталу;
 - в) розвиток замкнених корпоративних систем;
 - г) отримання якісної інформації.
3. *Умови розвитку світової електронної економіки:*
 - а) жорстока конкуренція;
 - б) охорона ІВ;
 - в) правила про електронний підпис;
 - г) інформаційний імідж.
4. *Угоди відносин торгового характеру:*
 - а) угода про електронну торгівлю;
 - б) транспортна логістика;
 - в) обмін товарами;
 - г) інфраструктура постачання.
5. *Розвиток інформаційної логістики електронних товарів, що поставляються в режимі онлайн, включає:*
 - а) інтернет-логістику;

- б) електронну транспортну документацію;
- в) експедиторські процедури;
- г) умови глобального ринку.

6. Міжнародні правові акти глобальної віртуальної економіки:

- а) охорона авторських прав;
- б) мережа ресурсів просування товарів;
- в) програма дій АТЕС;
- г) дистриб'юторські угоди.

7. Інфраструктура електронної торгівлі:

- а) банки;
- б) мережеві бренд-компанії;
- в) перевезення товарів;
- г) страхування.

8. Обслуговуючий рівень інфраструктури:

- а) захисти електронних поштових грошових переказів;
- б) створення сайту і бази даних клієнтів;
- в) інтелектуально-інформаційні технології;
- г) факторинг.

9. Соціокультурний процес віртуалізації бізнесу:

- а) підготовка кваліфікованих рекомендацій щодо виконання певних функцій;
- б) передача консалтинговій фірмі ряд функцій;
- в) ведення табельного обліку;
- г) організаційна культура.

10. Принципи віртуальної структури організації підприємств:

- а) скорочення невиробничих витрат, що пов'язані з управлінням;
- б) структурні аспекти організації;
- в) інфраструктурний рівень збуту;
- г) угоди про експлуатацію або концесії.

Список використаних джерел:

[9, 12, 26, 48, 60, 63, 74, 80, 83, 91, 92].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основні нормативні акти, які регулюють відносини у сфері інтелектуальної власності

1. Конституція України.
2. Цивільний кодекс України.
3. Господарський кодекс України.
4. Митний кодекс України.
5. Закон України «Про авторське право і суміжні права».
6. Закон України «Про видавничу справу».
7. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів».
8. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні».
9. Закон України «Про електронний цифровий підпис».
10. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції».
11. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах».
12. Закон України «Про інформаційні агентства».
13. Закон України «Про інформацію».
14. Закон України «Про науково-технічну інформацію».
15. Закон України «Про наукову і науково-технічну експертизу».
16. Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі».
17. Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів».
18. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг».
19. Закон України «Про охорону прав на промислові зразки».
20. Закон України «Про професійних творчих працівників та творчі спілки».
21. Закон України «Про рекламу».
22. Закон України «Про розповсюдження примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних».

Основні джерела

23. Алексеева О. Є. Ліцензування як засіб впровадження політики дерегуляції господарської діяльності / О. Є. Алексеева / Підприємництво та інновації. – 2017. – № 3. – С. 84–95.

24. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : підруч. / В. Д. Базилевич – 2-е вид., стереотип. – Київ : Знання, 2008. – 671 с.

25. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : підруч. / В. Д. Базилевич – 3-є вид., переробл. і доповн. – Київ : Знання, 2014. – 431 с.

26. Грицуленко С. И. Интеллектуальный бизнес : курс лекций по дисциплине «Интеллектуальный бизнес» для иностр. студентов специальности 8.03050401 – «Экономика предприятия» (по видам экон. деятельности) дневной и заоч. форм обучения / С. И. Грицуленко ; Одес. нац. акад. связи им. А. С. Попова. – Одесса, 2015. – 132 с.

27. Інтелектуальний бізнес : навч. посіб. для студентів екон. спец. денної та заоч. форми навчання / Кіровоград. нац. техн. ун-т ; за ред. М. В. Семикіної. – Кіровоград : Вид-во КНТУ, 2015. – 141 с.

28. Интеллектуальный бизнес : конспект лекций для студентов, обучающихся по специальности 8.03050401, 7.03050401 – Экономика предприятия / Нар. укр. акад., [каф. економіки підприємства ; авт.-сост. Г. Б. Тимохова]. – Харьков : Изд-во НУА, 2015. – 64 с.

29. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / за ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. – 224 с.

30. Паникарова С. В. Управление знаниями и интеллектуальным капиталом : [учеб. пособие] / С. В. Паникарова, М. В. Власов ; Урал. федер. ун-т им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. Ун-та, 2015. – 144 с.

31. Федулова Л.І. Економіка знань : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Федулова ; НАН України. Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К., 2009. – 600 с.

Допоміжні джерела

32. Аврамова О. Є. Правові засади інтелектуальної власності в Україні : навч.-метод. посіб. для студентів денної та заоч. форми навчання / О. Є. Аврамова, Н. Г. Васильєва, Л. В. Перевалова ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін.-т». – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – 76 с.

33. Ажажа М. А. Інтелектуалізація економіки: інноваційний і людський потенціал в умовах глобалізації / М. А. Ажажа // Вісн. нац. ун-ту «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління : зб. наук. пр. – Львів, 2008. – № 628. – С. 11–17.

34. Арабаджиев С.И. Высокотехнологическое производство – основной вектор структурной модернизации экономики Сибири / С. И. Арабаджиев // Вестник ОГУ. – 2008. – № 80, (январь). – С. 63.

35. Андрощук Г. Забезпечення економічної безпеки у сфері інтелектуальної власності / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 8. – С. 28–35.

36. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 614 с.

37. Бойко Т. Л. Ризики в управлінні інтелектуальним потенціалом / Т. Л. Бойко // Бізнес-інформ. – 2014. – № 7. – С. 332–337.

38. Браун Т. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Тим Браун. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 256 с.

39. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб : Питер, 2001. – 288 с.

40. Бутник-Сиверский А. Б. Интеллектуальный капитал: теоретический аспект / Бутник-Сиверский О. Б. // Интеллектуальный капитал. – 2002. – № 1. – С. 20–24.

41. Бутник-Сиверский А. Б. Евристика в інтелектуальній економіці або Формування системи інноваційного підприємництва // Інтелектуальна власність. – 2005. – № 8. – С. 30.

42. Бутнік-Сіверський О. Б. Інноватика та інтелектуальна економіка (теоретико-методологічний аспект) / О. Б. Бутнік-Сіверський // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. – № 6. – С. 68–81.

43. Бусыгин Д. Ю. Проблемы оценки влияния рисков при коммерциализации интеллектуальной собственности / Д. Ю. Бусыгин, И. А. Петрушкова // Устойчивое развитие: общество, образование, технологии, экономика, экология : материалы европ. семинара, (Минск, 16–19 мар., 2011 г.) / Гос. ин-т упр. и социал. технологий. – Минск, 2011. – С. 42–45.

44. Букович У. Управление знаниями / У. Букович, Р. Уилльямс; пер. с англ. – М. : ИНФРА – М, 2002.

45. Вовканич С.Й. Духовно-інтелектуальний потенціал України та її національна ідея / С. Й Вовканич. – Львів : ЛБА, 2001. – 540 с.

46. Геэць В. М. Характер перехідних процесів до економіки знань. / В. М. Геэць // Економіка України. – 2004. – № 4. – С. 4–14; № 5. – С. 4–13.

47. Гавкалова Н. Л. Классификация концепций управления персоналом / Н. Л. Гавкалова, В. Г.Соболев // Бизнес-Информ. – 2011. – № 9. – С. 168–171.

48. Гаврилов О. Виртуализация бизнес-систем / О. Гаврилов // Космополис. – 2008. – № 2 (21). – С. 164–167.

49. Гранатуров В. М. Ризики підприємницької діяльності: проблеми аналізу / В. М. Гранатуров, О. Б. Шевчук. – К. : Державне вид.-інф. агентство «Зв'язок», 2000. – 150 с.

50. Грицуленко С. І. Інтелектуальний потенціал в інноваційній моделі розвитку оператора зв'язку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Грицуленко Світлана Іванівна ; Одес. нац. акад. зв'язку ім. О. С. Попова. – Одеса, 2008. – 25 с.

51. Друкер П. Ф. Бизнес и инновации / П. Ф. Друкер ; перев. с англ. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 432 с.

52. Дергалюк Б. В. Інтелектуальний капітал як чинник реалізації структурних змін в національній економіці / Б. В. Дергалюк // Підприємництво та інновації. – 2018. – Випуск № 6, грудень. – С. 34–39.

53. Данюк В. М. Управління персоналом: підручник / В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін. ; за заг. та наук. ред. В. М. Данюка. – К. : КНЕУ ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. – 666 с.

54. Ежова Р. А. Управление интеллектуальным потенциалом как новая парадигма устойчивого развития современной организации : дисс. ... к.э.н.: 22.00.08 / Р. А. Ежова ; Пятигорский государственный технологический ун-т. – П., 2010. – 199 с.

55. Інтелектуальний бізнес : метод. рек. для студентів, що навчаються за спец. 051 – економіка (заоч. форма навчання) / Нар. укр. акад., [каф. економіки підприємства ; уклад. Г. Б. Тимохова]. – Харків : Вид-во НУА, 2016. – 59 с.

56. Кейнс Дж. Ризик у підприємництві/ Дж. Кейнс ; под ред. Р. А. Комарова, Г. Г. Муфтиева. – СПб : Питер, 2004. – 432 с.

57. Касич А. О. Методичні підходи щодо оцінки ефективності діяльності підприємства / А. О. Касич, І. Г. Хіміч // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 12. – С. 55–59.

58. Касич А. О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / А. О. Касич // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.

59. Касич А. О. Управління конкурентними перевагами підприємства / А. О. Касич, Ж. В. Харькова // Економічний аналіз. – 2016. – № 2. – Т. 25. – С. 79–85.

60. Кузнецова Н. Теорія та практика формування інтернет-підприємництва в Україні / Н. Кузнецова // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2011. – № 121–122. – С. 113.

61. Луцик М. В. Роль інформації та знань в розвитку інтелектуальних ресурсів національної економіки / М. В. Луцик // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2014. – Випуск 51. – С. 275–281.

62. Лев Б. Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность / Б. Лев – М. : Квинто-Консалтинг, 2003. – 240 с.

63. Мейтус В. Виртуализация производства / В. Мейтус // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 1. – С. 18–22.

64. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу ; пер. с англ. А. М. Татлыбаевой // Евразия. – СПб, 1999. – Терминологическая правка В. Данченко. – К. : PSYLIB, 2004. – 320 с.

65. Новиков В.С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. – М. : ИЦ «Академия», 2008. – 208 с.

66. Отенко І. П. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / І. П. Отенко, Г. А. Іващенко, Д. К. Воронков ; Харків. нац. екон. ун-т. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 256 с.

67. Перский Ю.К. Институты интеллектуального предпринимательства / Ю.К. Перский, Т.Ю. Ковалева. – Пермь: ПГНИУ, 2011. – 163 с.

68. Петіна О. М. Зайнятість молоді у сфері інтелектуального бізнесу / О. М. Петіна // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 14–15 листоп. 2014 р. / Харків. нац. екон. ун-т. р. – Харків, 2014. – С. 428.

69. Посилкіна О. В. Інтелектуальний бізнес : методичні рекомендації до виконання практичних робіт для студентів спеціальності 8.03050401 «Економіка підприємства» / О. В. Посилкіна, О. В. Літвінова, М. К. Коноваленко. – Х. : Видавництво НФаУ, 2015. – 75 с.

70. Рудов Б. А. Удосконалення механізму мотивації в умовах постіндустріальної економіки / Б. А. Рудов // Бізнес Інформ. – 2012. – № 8. – С. 124–127.

71. Руус Й. Интеллектуальный капитал. Практика управления / Й. Руус, С. Пай, Л. Фернстрем. – СПб : Высш. шк. менеджмента, СПбГУ, 2007. – 114 с.

72. Семикіна М. В. Компенсаційна політика як важіль активізації інноваційної праці / М. В. Семикіна, Т. І. Жеребченко // Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. пр. / Ін-т соціал.-труд. відносин Київ. нац. екон. ун-т. – Київ, 2014. – № 2 (8). – С. 97–103.

73. Стюарт Т. А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. А. Стюарт ; перев. с англ. – М. : Поколение, 2007. – С. 119.

74. Тимохова Г. Б. Анализ развития виртуальных институтов образования : научное издание / Г. Б. Тимохова // Вчені зап. Харків. гуманітар. ун-ту «Нар. укр. акад.». – Харків, 2016. – Т. 22. – С. 329–338.

75. Тимохова Г. Б. Менеджмент : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Тимохова Г. Б., Білокінь Т. А. – Київ : Кондор, 2017. – 344 с.

76. Титова Е. В. К вопросу об инновационном развитии и ценности интеллектуального потенциала. / Е. В. Титова // Экономические науки. – 2010. – № 12 (73). – С. 7–12.

77. Чикулаева Т. Формирование института интеллектуального предпринимательства: иерархический подход (на примере экономики России) / Т. Чикулаева // Вопросы экономики знаний. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2008. – Том 1. – С. 76–81.

78. Эдвинсон Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях / Л. Эдвинсон. – М. : ИНФРА-М, 2005.

79. Юрович Л. Економічна безпека підприємства : сутність, чинники впливу, основні проблеми / Л. Юрович // 66 студентська науково-технічна конференція. Секція «Економіка і менеджмент» : збірник тез доповідей / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – С. 234–237.

Інформаційні джерела

80. Бережнов Г. В. Виртуализация как направление развития предприятия [Электронный ресурс] / Г. В. Бережнов // Российское предпринимательство. – 2003. – № 9 (45). – С. 9–13. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/7898>.

81. Дюндін В. Д. Інтелектуальна власність як головна складова інтелектуального потенціалу суспільства [Електронний ресурс] / В. Д. Дюндін // Ефективна економіка : електрон. фах. вид. – 2014. – № 5. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3021> – Загол. з екрана.

82. Дерев'янка В. М. Збалансована система показників – необхідний інструмент забезпечення конкурентоспроможності Ось тут збілось знову 162 підприємства (на прикладі нафтовидобувного підприємства) [Електронний ресурс] / Г. П. Ляшенко, В. М. Дерев'янка // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). –

2014. – № 1. – С. 23–31. – Режим доступу : http://nduv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2014_1_5.

83. Здійснення наукових досліджень і розробок у 2017 році [htcehc] [Електронний ресурс] // Vox Ukraine. – 2017. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2017/2_07_01_01_2017/htm.

84. Морозов И. В. Интеллектуальная самозащита и система экономической безопасности бизнеса [Электронный ресурс] / И. В. Морозов. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. – Загл. с экрана.

85. Нематеріальні активи [Електронний ресурс] : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8, затв. наказом М-ва фінансів України № 242, із змін., внес. згідно з наказом М-ва фінансів № 627 (1242-13) від 27 черв. 2013. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>: – Загол. з екрану.

86. Промислова революція 4.0. На порозі нової епохи [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу: <https://ua.korespondent.Net/business/web/3802445-promyslov-revoluitsiia-40-na-porozii-novoi-epokhy>.

87. Право власності – 2017 [Електронний ресурс] // Українська Гельсінська спілка з прав людини. – 2017. URL: https://helsinki.jrg.ua/pravo_vlasnosti-2017/.

88. Смолінська Н. Управління знаннями як інструмент забезпечення інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Н. Смолінська, І. Грибик. – 2015. – С. 248–255. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29913/1/32_248-255.pdf – Загол. з екрану.

89. Садаклієва Е. В. Сучасні засади фінансово-економічної безпеки в сфері інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Е. В. Садаклієва, О. В. Мамітов, Л. Ф. Кузнець // Межрегіон. акад. з пробл. безпеки життєдіяльності. – Рівне, 2012. – Режим доступу: <http://on-libr.info/p=719>. – Заголовок з екрану.

90. Стандарт ризик-менеджменту Федерації європейських асоціацій з ризик-менеджменту (RiskManagement Standard, FERMA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ferma.eu/Defaul.aspx?tabitd=195> – Загол. з екрану.

91. Україна у глобальному інноваційному індексі 2018 року [Електронний ресурс] // Matrix divergent. – 2018. – Режим доступу : <https://martix-info.com/2018/07/18/ukrayina-u-globalnomu-innovatsijnomu-indeksi-2018-roku/>.

92. Цифрова економіка: глобальні бізнес-тренди [Електронний ресурс] // Рейтинг. Бізнес в офіційних цифрах. – 2018. – Режим доступу: <https://rating.Zone/tsyfrova-ekonomika-hlodalni-diznes-trendy/>. Іноземні джерела

Іноземні джерела

93. FIPP / ZenithOptimedia World Magazine Trends 2005/2006 / FIPP. – 2005. – 278 p.

94. Bhaskara Rao N. Media Scene as India Globalizes / N. Bhaskara Rao, P N. Vasanti ; Centre for Media Studies (CMS). – New Delhi, 2006.

95. Cherwitz A.R., Sullivan Ch.A. Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education / Change. November/December. – 2002.

96. Pulic A. MVA and VAIC. Analysis of randomly selected companies from FTSE 250 [Electronic resource] / Pulic A. ; Austrian Intellectual Capital Research Center. – Graz ; London, 2000.

97. Publications Risk Management Standart [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.airmic.com/publications>

98. Schuler R.S., Jackson S.E. (1987) Linking competitive strategies with human resource management practices. Academy of Management Executive. – Vol. 1. – № 3. – P. 207–219.

99. Jiménez-Jiménez D. Studying the effect of HRM practices on the knowledge management process / D. Jiménez-Jiménez, R. Sanz-Valle // Personnel review. – 2013. – № 42:1. – P. 28–49.

100. Rashid Alshekaili S. A. Human Capital Approach and Innovation Performance in Omani Industrial Firms: The Role of Knowledge Management / S. A. Rashid Alshekaili // Proceedings of the International (Spring) Conference on Asia Pacific Business Innovation & Technology Management. Bali, Indonesia, 2011.

101. Procter & Gamble Digitizes its Talent Management Processes through Customized Talent by Design Solutions [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

https://www.accenture.com/t20150523T042743__w__/_lv-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Industries_2/Accenture-Procter-Gamble-Digitizes-Talent-Management-Processes-Design-Solutions.pdf.

102. McDonalds case study [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cmsnew.pdst.ie/sites/default/files/McDonalds%20case%20study.pdf>.

103. Nikon Sustainability Report 2017. – Р. 54–56. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nikon.com/about/sustainability/labor/hr-management.pdf>.

104. Microsoft Corporation (2008) Human Resources Management Self Service Suite. Canadian Release [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mbs.microsoft.com/downloads/public/BP10Docs/HRMCanadianRelease.pdf>

105. Apple, 2016a. Recruitment and selection [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://applecorporate.weebly.com/recruitment-and-selection.html>.

106. Tatley K. Steve Jobs' top hiring tip: «hire the best» / K. Tatley // RecruitLoop. – 2014. – № 5 August [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://recruitloop.com/blog/steve-jobs-top-hiring-tip-hire-the-best>.

107. Samsung, 2016a. Recruiting process [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.samsungsds.com/en/about/recruit/processes.jsp>.

Монографії

108. Верба В. А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток : монографія/ В. А. Верба. – Київ : КНЕУ, 2011. – 327 с.

109. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України : монографія / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.

110. Жаворонкова Г. В. Інформаційне підприємництво: інновації, консалтинг, маркетинг : монографія / Жаворонкова Г. В. – Київ : НАУ, 2003. – 366 с.

111. Корпоративне управління в Україні: інтелектуальний капітал, персонал, якість : монографія / за ред. В. І. Щелкунова, Г. В. Жаворонкової. – Київ : Наук. думка, 2010. – 615 с.

112. Управління інноваційним розвитком підприємства : монографія / В. Г. Федоренка, Л. І. Федулової ; Акад. муніцип. упр., Економічна школа акад. УАН В. Г. Федоренка. – Київ : ДКС центр, 2014. – 345 с.

113. Родченко В. Б. Сутність інноваційного розвитку у контексті стратегії розумової спеціалізації / В. Б. Родченко, Ю. І. Прус // Управління соціально-економічною системою в умовах національних і глобальних викликів : монографія / за ред. д.е.н., проф. І. А. Маркіної. – Полтава, 2017. – 420 с.

Періодичні видання

114. Вісник НАН України : журнал.

115. Доповіді Національної академії наук України : загальноакадемічний журнал.

116. Наука та інновації : загальноакадемічний журнал.

117. Економіка. Менеджмент. Бізнес: журнал.

118. Бизнес и безопасность : журнал.

Навчальне видання

СЕРІЯ «НА ДОПОМОГУ СТУДЕНТУ УДФСУ»

Ляшенко Ганна Павлівна

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС

Навчальний посібник

Відповідальний за випуск *Д. Ф. Салахова*

Редактори *Н. І. Грицюк,
Л. Б. Дьомена*

Форматування та
комп'ютерна верстка *О. В. Лисенко*

Здано до друку 29.12.2020. Формат 60 × 84/16.
Папір офсетний № 1. Гарнітура «Times New Roman».
Друк. арк. 9,6.
Тираж 300 примірників. Замовлення № 926.

Підготовлено до друку Видавничо-поліграфічним центром
Університету ДФС України
08205, вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська область, Україна

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготовлювачів і
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 5104 від 20.05.2016*