

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Факультет комп'ютерних наук і програмної інженерії

Кафедра інформатики та інтелектуальної власності

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Спеціалізація 076 Інтелектуальна власність у технологічному підприємстві

До захисту допускаю

Завідувач кафедри

М.М. Солощук

(підпис, дата)

ДИПЛОМНА РОБОТА

другого (магістерського) рівня вищої освіти

Тема роботи Комерціалізація інтелектуальної власності в підприємстві:
економічні аспекти

Шифр роботи КН-63,2

Виконавець Мирна Ольга Миколаївна

Керівник доцент Капінос Маріанна Миколаївна

Харків 2018

[illegible]

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Факультет комп'ютерних наук і програмної інженерії

Кафедра інформатики та інтелектуальної власності

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Спеціалізація 076 Інтелектуальна власність у технологічному підприємстві

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

М.М. Солощук

«__» _____ 20__ року

**З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Мирній Ользі Миколаївні

1 Тема роботи Комерціалізація інтелектуальної власності в підприємстві:
економічні аспекти

керівник роботи Капінос Маріанна Миколаївна к.т.н., доцент

затверджені наказом вищого навчального закладу від «04» жовтня 2018 року

№ 3618Ст

2 Строк подання студентом роботи 10 грудня 2018 року

3 Вихідні дані до роботи _____ інформація про комерціалізацію інтелектуальної
власності, її форми, умови, ринок інтелектуальної власності, інновації,
конкурентоспроможність підприємств.

4 Перелік питань, які потрібно розробити у пояснювальній записці

Визначити поняття комерціалізації, систематизувати характеристику форм комерціалізації, проаналізувати нові форми комерціалізації інтелектуальної власності на підприємствах та розрахувати майнові права при передачі майнових прав на винахід.

5 Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Презентація

6 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Економічне обґрунтування	Капінос М.М., доцент		
Охорона праці та навколишнього середовища	Фомін А.Й., доцент		
Цивільний захист	Фомін А.Й., доцент		

7 Дата видачі завдання 08 жовтня 2018 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер етапу	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз предметної галузі	14.10.2018	
2	Проведення дослідження	04.11.2018	
3	Аналіз результатів дослідження	11.11.2018	
4	Економічне обґрунтування	18.11.2018	
5	Дослідження питань охорони праці та навколишнього середовища	25.11.2018	
6	Дослідження питань цивільного захисту	02.12.2018	
7	Оформлення дипломної роботи	09.12.2018	
8	Подання роботи до захисту	10.12.2018	

Студент _____ Мирна О. М
(підпис)

Керівник роботи _____ Капінос М. М
(підпис)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Факультет комп'ютерних наук і програмної інженерії

Кафедра інформатики та інтелектуальної власності

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Спеціалізація 076 Інтелектуальна власність у технологічному підприємстві

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломної роботи

другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему Комерціалізація інтелектуальної власності в підприємстві: економічні
аспекти

Виконала студентка 6 курсу, групи КН-63

Мирна О. М.

(підпис)

Керівник Капінос М. М

(підпис)

Рецензент

(підпис)

Нормоконтроль Лерантович Е. Т

(підпис)

Харків 2018

РЕФЕРАТ

Ключові слова: КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ, ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ІННОВАЦІЯ, ЛІЦЕНЗІЯ, РИНОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ.

Пояснювальна записка до ДР: 123 с., 11 рис., 17 табл., 71 джерел.

Об'єкт дослідження – процеси комерціалізації інтелектуальної власності у підприємствах в сучасних умовах економічного розвитку.

Метою дипломної роботи є уточнення змісту комерціалізації інтелектуальної власності, вивчення традиційних та нових форм комерціалізації інтелектуальної власності, аналіз ринку інтелектуальної власності та міжнародної практики використання інтелектуальної власності в капіталізації компанії.

Результати дослідження: у роботі визначено поняття комерціалізації, систематизовано характеристику форм комерціалізації, проаналізовано нові форми комерціалізації інтелектуальної власності на підприємствах та розраховано майнові права при передачі майнових прав на винахід.

ABSTRACT

Key words: COMMERCIALIZATION, INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS, INNOVATION, LICENSE, INTELLECTUAL PROPERTY MARKET, COMPETITIVENESS.

Explanatory note to DR: 123 p., 11 figures, 17 tables, 71 sources.

The object of the research – the processes of commercialization of intellectual property in enterprises in the current conditions of economic development.

The purpose of the thesis is to clarify the content of intellectual property commercialization, the study of traditional and new forms of commercialization of intellectual property, the analysis of the intellectual property market and international practice of the use of intellectual property in the capitalization of the company.

Research results: the concept of commercialization is defined in the work, the description of the forms of commercialization is systematized, new forms of commercialization of intellectual property in the enterprises are analyzed and property rights are calculated when transferring property rights to an invention.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК ПОЗНАЧЕНЬ ТА СКОРОЧЕНЬ	10
ВСТУП.....	11
1. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	15
1.1 Інтелектуальна власність як економіко-правова категорія.....	15
1.2 Розвиток інтелектуальної власності в умовах глобалізації	18
2. СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	26
2.1 Комерціалізація інтелектуальної власності інноваційної компанії як фактор економічного розвитку.	26
2.2 Поняття сутність та умови комерціалізації.....	31
2.3 Форми комерціалізації.....	35
2.5 Забезпечення захисту прав інтелектуальної власності як передумова успішної комерціалізації.....	53
3. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	57
3.1 Ринок інтелектуальної власності	57
3.2 Міжнародна практика використання інтелектуальної власності в капіталізації компаній	63
3.3 Оцінка майнових прав інтелектуальної власності.....	67
4. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: КРИТЕРІЇ ВИБОРУ БІЗНЕС-МОДЕЛІ	75
4.1 Електронна торгівля та інтелектуальна власність	75
4.2 Стартап проекти, як бізнес-модель	79
4.3 Венчурний бізнес	83
5. ОЦІНКА ВИКЛЮЧНИХ МАЙНОВИХ ПРАВ ПРИ ПЕРЕДАЧІ ПРАВ НА ВИНАХІД.....	87
6. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	95
6.1 Загальні питання охорони праці	95
6.2 Промислова санітарія	96
6.3 Забезпечення безпечних умов праці на робочому місці	101

6.4 Пожежна безпека.....	104
6.5 Охорона навколишнього середовища.....	107
7. ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ	108
ВИСНОВКИ.....	112
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ.....	117

ПЕРЕЛІК ПОЗНАЧЕНЬ ТА СКОРОЧЕНЬ

ЦК – Цивільний кодекс;

ОПІВ – об'єкти права інтелектуальної власності;

ІВ – інтелектуальна власність;

ВОІВ – Всесвітня Організація Інтелектуальної Власності;

НДДКР – науково-дослідницькі і дослідно-конструкторські роботи;

РІД – результати інтелектуальної діяльності;

МСП – малі та середні підприємства;

т/рік – тон на рік;

грн. – гривні;

тис. грн. – тисяч гривень;

млн. т. – мільйон тон;

м/с – метрів за секунду;

° С – градусів Цельсія;

см³ – кубічних сантиметрів;

Вт/м – вольт на метр

ВСТУП

Актуальність теми. Інновації є основним фактором вдосконалення економічної сфери та активного розвитку країни в середньо- і довгостроковій перспективі. Їх можна схарактеризувати як явище впровадження новітніх продуктів, послуг і виробничих процесів на ринку, розробка сучасних прибуткових підприємств, і більш високооплачуваної праці на цій основі. Добре збалансована, досконала, постійно доступна та достатньо надійна система прав інтелектуальної власності відіграє суттєве значення в такому процесі. Інтелектуальна власність сьогодні є найбільш гострою та актуальною проблемою в справі збільшення доходів, розвитку та конкурентоспроможності.

Для того, щоб стати конкурентоздатними в умовах глобалізації економіки будь-яка країна повинна підтримувати, адаптувати і створювати організаційні і правові рамки, що позитивно сприяють виникненню знань та їх подальшій комерціалізації. Права інтелектуальної власності відіграють вирішальну роль в цій діяльності. Добре продумані системи управління правами інтелектуальної власності забезпечують подачу тимчасових виняткових прав винахідникам і тим самим збільшити свої шанси на досягнення окупності часто великих стартових інвестицій, які їм необхідні, щоб здійснити створення інноваційних продуктів і доведення їх до ринку.

Інтелектуальні системи прав власності повинні ще й забезпечувати можливість новаторам продавати, ліцензувати чи віддати права на свої інновації іншим суб'єктам, які можуть бути краще поміщені, щоб експлуатувати їх. Іншими словами, права на інтелектуальну власність є головною умовою для інтелектуальних активів, щоб з'явитися на ринках. Здійснення комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності ґрунтується на взаємовигідних (комерційних) діях всіх учасників цього процесу перетворення результатів інтелектуальної праці у ринковий товар.

Від результату вирішення проблем комерціалізації інтелектуальної власності залежить міцність стратегії для інноваційної системи розвитку підприємства, його

модернізації, сприяння активному використанню інтелектуального потенціалу держави для її прискореного інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності у світовій соціально-економічній системі. Через постійну зміну законодавства та втілення нових реформ в Україні та в зарубіжних країнах зараз не цілком розкрито деякі аспекти комерціалізації інтелектуальної власності та особливості втілення її, що й обумовлює актуальність дослідження.

Магістерська робота може бути корисна для фахівців-практиків і політиків, особливо для країн з перехідною економікою, сприятиме загальному процесу транснаціонального аналізу передової практики і політики в області заохочення комерціалізації інтелектуальної власності та забезпечення дотримання прав інтелектуальної власності в сучасних умовах розвитку економіки та суспільства в цілому. Адже вона фокусується на практичних проблемах використання прав інтелектуальної власності в інноваційному процесі, тобто на комерціалізації інтелектуальної власності, а також з питання про те, що саме економічна політика може зробити для підтримки різних інноваційних зацікавлених сторін в цьому процесі. Зокрема, обговорюється роль інтелектуальної власності в передачі технологій з науково-дослідних організацій в бізнес-сектори, в сфері управління інтелектуальною власністю малих і середніх підприємств.

Теоретичну й методологічну основу дослідження складають наукові положення сучасної економічної теорії, концепції правового та економічного розвитку в галузі комерціалізації інтелектуальної власності, теоретичні висновки та узагальнення вітчизняних та зарубіжних вчених, що містяться у монографічній, спеціальній та періодичній літературі.

Дослідженнями сутності комерціалізації інтелектуальної власності займалися такі відомі науковці, як Базилевич В.Д, Бутнік-Сіверський О.Б., Вачевський М.В., Вівчар 8 О.І., Драпак Г., Дубовик С.Г., Зінов В.Г., Коссак В.М., Косцик Р.С., Крайнев П.П., Кремень В.Г., Ксенофонтова М.М., Мікульонок В.І., Мухопад В.І., Підопригора О.А., Самодай В.П., Ступнікер Г.Л., Цибульов П.М., Чоботарьов В.П. та інші. Для більш детального ознайомлення з явищем комерціалізації інтелектуальної власності необхідним є додаткове дослідження теоретичних та

практичних проблем, пов'язаних із розробкою, використанням інтелектуальних продуктів та послуг, їх вдосконаленням та важливістю сьогодні. Відповідно недостатня розробленість проблем цієї галузі, а ще її науково-практичне значення визначили вибір теми цієї роботи, її мету та головні завдання.

Метою дипломної роботи є уточнення змісту комерціалізації інтелектуальної власності, вивчення традиційних та нових форм комерціалізації інтелектуальної власності, аналіз ринку інтелектуальної власності та міжнародної практики використання інтелектуальної власності в капіталізації компанії.

Досягнення поставленої мети дослідження реалізується через виконання наступних завдань: вивчення питань інтелектуальної власності як економіко-правової категорії, її розвитку в умовах глобалізації, аналіз сучасного стану використання інтелектуальної власності в підприємницькій діяльності, розглянуто економічні аспекти комерціалізації, вибір критеріїв бізнес-моделі, проведено оцінку майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності.

Об'єкт дослідження – процеси комерціалізації інтелектуальної власності у підприємствах в сучасних умовах економічного розвитку.

Методологічною основою цієї магістерської роботи виступають положення економічної теорії сьогодення, пошук шляхів для вирішення проблем щодо комерціалізації інтелектуальної власності, формування об'єктів інтелектуальної власності та їх комерціалізація, викладені в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених і фахівців. У роботі застосовано наступні методи: – діалектичний метод, що дає змогу обґрунтувати причинно-наслідкові зв'язки, процеси диференціації й інтеграції, постійну суперечність між сутністю і явищем, змістом і формою; – загальнонаукові методи системного підходу, порівняння, аналізу і синтезу при визначенні та узагальненні методичних принципів використання об'єктів інтелектуальної власності і їх значення; – методи економіко-статистичного аналізу, групування і узагальнення показників, експертних оцінок, порівняльного аналізу об'єктів інтелектуальної власності.

Здійснивши аналіз літератури, необхідно зазначити, що кожен дослідник по-іншому трактує поняття комерціалізації інтелектуальної власності. Одні

характеризують комерціалізацію як один з етапів інноваційної діяльності установи. Другі, описують її як результат науково-дослідної діяльності, як практичне використання наукових розробок, як сприяння продажу інноваціям, як 10 набір дій, що призначені для трансформації науково-технічної продукції в об'єкт купівлі-продажу тощо.

Наукова новизна одержаних результатів магістерської роботи розширює та доповнює відомі теоретичні та практичні положення, вносить у них нові елементи в сферу комерціалізації інтелектуальної власності. У роботі визначено поняття комерціалізації, систематизовано характеристику форм комерціалізації, проаналізовано нові форми комерціалізації інтелектуальної власності на підприємствах та розраховано майнові права при передачі майнових прав на винахід.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні положення, які викладені в магістерській роботі, доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій. Теоретичні узагальнення даної роботи можуть бути використані для побудови цілісної системи в галузі комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на підприємствах чи інших відповідних установах.

1 ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

1.1 Інтелектуальна власність як економіко-правова категорія

Сьогодні у розвитку суспільства широко використовується поняття «глобалізації» та «глобальних проблем» світового господарства. Унаслідок глобалізації світової економіки формується якісний новий рівень розвитку світового господарства у зв'язку з використанням розвинених сучасних технологій у виробництві та інших сферах діяльності. Історія розвитку світової цивілізації завжди була тісно пов'язана з творчою діяльністю у сферах виробництва, культури та економіки. Найбільш цінні результати цієї діяльності у кінцевому результаті ставали надбанням всього людства та окремих країн. Отже, актуально розглянути сучасний стан інтелектуальної власності у глобальній економіці.

Право інтелектуальної власності — це право особи на результати інтелектуальної, творчої діяльності та інші об'єкти, визначені чинним законодавством України. Воно є недоторканим: ніхто не може бути позбавлений цього права чи обмежений в його здійсненні, крім випадків та у порядку, встановлених законом.

На рисунку 1.1 зображені види інтелектуальних ресурсів, які має кожна компанія. Вони складаються з: ринкових активів (марка компанії, портфелі замовлень, прихильність покупців товару даної марки, механізми розподілу, ділове співробітництво, лізингові та франшизні угоди); інтелектуальної власності (патент, авторські права, власне програмне забезпечення, права на дизайн, ноу-хау, товарні знаки, бренд підприємства і виробничі секрети); людського капіталу (знання, досвід працівників, професійна кваліфікація); інфраструктурного капіталу (управлінські процеси, інформаційні технології, мережеві системи зв'язку, необхідні стандарти) [1].

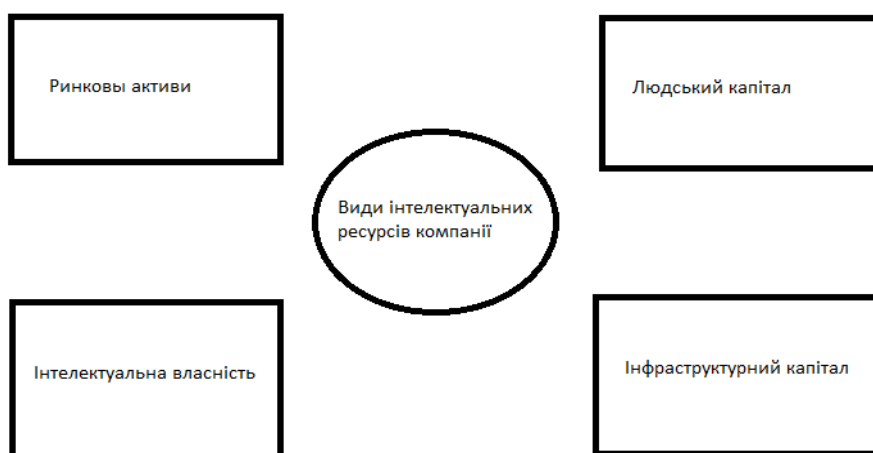


Рисунок 1.1 – Види інтелектуальних ресурсів компанії

Інтелектуальна власність, як ресурс компанії характеризується нерозривним зв'язком правових і економічних аспектів. Необхідність в гарантії прав творців інновацій не зникала з усіх етапів науково-технічного прогресу. Як і раніше, від міри юридичного захисту прав на результати інтелектуальної діяльності залежить інтенсивність інноваційної діяльності і ефективність використання ресурсів на проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Не відстає за своєю важливістю сама розробка нових технологій використання правових механізмів захисту інтелектуальної власності.

У Цивільному Кодексі (ЦК) України визначений правовий режим майнових прав щодо відносин інтелектуальної власності. Згідно зі ст. 424 майновими правами інтелектуальної власності є такі: право на використання об'єкта права інтелектуальної власності; виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності; виключне право перешкоджати неправомірному використанню об'єкта права інтелектуальної власності; інші майнові права, встановлені законом.

Залежно від об'єкта права інтелектуальної власності ЦК України так диференціює майнові права інтелектуальної власності: майнові права інтелектуальної власності на твір; майнові права інтелектуальної власності на

об'єкти суміжних прав (виконання, фонограми, відеограми та програми (передачі) організацій мовлення); майнові права інтелектуальної власності на винахід, корисну модель, промисловий зразок; майнові права інтелектуальної власності на komponування інтегральної мікросхеми; майнові права на раціоналізаторську пропозицію; майнові права інтелектуальної власності на сорти рослин, породи тварин, засвідчені патентом; майнові права інтелектуальної власності на комерційні найменування; майнові права інтелектуальної власності на торговельну марку; майнові права інтелектуальної власності на географічне зазначення; майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю [2].

Відповідно до новітніх тенденцій розвитку відносин інтелектуальної власності законодавство України дає змогу формувати статутний фонд підприємств за рахунок майнових прав інтелектуальної власності.

Відповідно до ст. 4 Національного стандарту № 1, оцінка майна та майнових прав проводиться з дотримання таких принципів:

- 1) корисності (майно має цінність лише за умов його здатності задовольняти потреби потенційних власників або користувачів);
- 2) попиту і пропозиції (врахування співвідношення попиту та пропозиції);
- 3) заміщення (врахування поведінки покупців на ринку, які не сплачуватимуть за придбання майна суми більшої за мінімальну ціну майна такої самої корисності);
- 4) очікування (вартість об'єкта оцінки визначається розміром економічних вигід, які очікуються від володіння, користування та розпорядження ним);
- 5) внеску, граничної продуктивності (врахування впливу на вартість об'єкта оцінки факторів виробництва, пропорційної їхньому внеску в загальний дохід);
- 6) найбільш ефективного використання (врахування залежності ринкової вартості об'єкта оцінки від його найефективнішого використання) [3].

Використання об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ) у глобальній економіці приносить значні результати для економіки підприємства, за рахунок

підвищення конкурентоспроможності продукції компанії та отримання додаткового прибутку від продажу ліцензій, заохочують розвиток інновацій та стимулюють тимчасове монопольне становище підприємства на ринку. Тому важливо розглянути питання розвитку ІВ в умовах глобалізації.

1.2 Розвиток інтелектуальної власності в умовах глобалізації

У теперішній час процес глобалізації увійшов в усі сфери життя суспільства, він є об'єктивним процесом та має системний характер. Наслідком цього процесу світ стає взаємозалежним від усіх його суб'єктів. Збільшуються кількісні спільні для держав проблеми, та кількість та типи суб'єктів, що об'єднуються.

Процес глобалізації захоплює нас своєю складовою – глобальною системою охорони та захисту інтелектуальної власності, важливістю та потребою створення якої зумовлена зростанням значення інтелектуальної власності у глобальній економіці та виникненням інтенсивніших торговельних відносин.

Результати інтелектуальної діяльності у певній правовій формі і такі, що є об'єктом виключних прав, визначаються як інтелектуальна власність і після цього самостійно можуть стати об'єктом угоди, застави, джерелом доходу. Оскільки розвивається національна система регулювання процесів створення інтелектуальної власності потрібно опиратися на міжнародний досвід цієї сфери і вимоги, що висуваються міжнародними системами у ході інтеграції національної економіки у світову.

Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) у своїй діяльності користується основними стандартами, що понижують податкові ризики і дозволяють отримувати високу додану вартість нематеріальних активів, складність і вартість обслуговування об'єктів інтелектуальної власності. Ці стандарти тлумачать поняття інтелектуальної власності ширше і розглядають інтелектуальну власність як нематеріальні активи, які не потребують великих податкових відрахувань й інших

додаткових витрат. Для щойно створених підприємств у розвинених країнах нематеріальні активи з інтелектуальної власності слугують трампліном для швидкої капіталізації і розвитку бізнесу. Проте в цих країнах закони схиляються на мінімізацію податкових ризиків цих активів, отже, надає молодому поколінню підприємців великі можливості творчості у порівнянні з їх українськими однолітками.

Ця обставина перешкоджає розвитку нематеріальних активів в Україні. Велика кількість зарубіжних компаній на сьогодні динамічно нарощують нематеріальні активи з інтелектуальної власності. Це відбувається завдяки тому, що основна частина необоротних активів швидко зношується як фізично, так і морально. Інтелектуальну власність може використовуватися багаторазово без надмірних додаткових вкладень у власному виробництві, передавати права на її використання іншим особам.

У зв'язку з активним розвитком інтелектуальної власності в умовах глобалізації, необхідною для підприємств ланкою стає світова торгівля ОПВ. Для того, щоб надати можливість промисловості та торгівлі у різних країнах та врегулювати цю торгівлю, між країнами формуються угоди, наприклад, Угода про торгівельні аспекти прав інтелектуальної власності, Договір комерційної концесії, Інтелектуальна власність та захист економічної конкуренції, та інші.

Розглянемо Угоду про торгівельні аспекти прав інтелектуальної власності та які позитивні наслідки вона має для підприємств.

Ініціатором підписання ТРІПС була Світова організація торгівлі. Підписання відбулося на Уругвайському раунді Генеральної угоди по тарифам та торгівлі у 1994 році. Угода набула чинності 1 січня 1996 року. До договору долучилися 158 держав світу, що фактично тотожно складу ВТО. Робочі мови угоди – французька, англійська та іспанська. Україна долучилася до ТРІПС одночасно із вступом до СОТ у 2008 році.

Головна мета ТРІПС – забезпечення того, щоб національні заходи з охорони прав інтелектуальної власності не були бар'єрами для міжнародної торгівлі але збалансовано поєднали інтерес правовласника з інтересом споживача продукції з інтелектуальної складовою.

Що стосується позитивних факторів приєднання України до угоди, то одним з головних є комплексність ТРІПС. На відміну від інших угод, що стосуються правового регулювання лише певних об'єктів інтелектуальної власності, норми цієї угоди стосуються фактично усіх об'єктів (літературні та художні твори, комп'ютерні програми, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, географічні зазначення тощо). Тобто, теоретично це має допомогти розвитку та усуненню спірних моментів щодо правового регулювання, охорони та захисту багатьох різних видів об'єктів права інтелектуальної власності. Угода передбачає й дотримання усіх базових міжнародно-правових актів (наприклад, Бернська конвенція «Про охорону літературних та художніх творів» 1886 року), а також конкретизує та доповнює певні з них. Цілком очевидно, що це має серйозний вплив на формування державних законодавчих систем регулювання інтелектуальної власності, інтерпретує норми національного права до норм міжнародного права.

На мою думку, для українських підприємств сьогодні найбільше актуальні норми ТРІПС, щодо регулювання авторського права та права на знаки для товарів і послуг (торгові марки та географічні зазначення). Щодо авторських прав встановлені наступні положення:

1) встановлення строку чинності авторських прав після смерті автора – 50 років, для кінофільмів – 50 років, фотографії – 25 років. Згідно ч.2 ст.28 Закону України «Про авторське право та суміжні права», - 70 років;

2) правова охорона твору починається автоматично, для цього не потрібно жодних спеціальних дій з «узаконення», на відміну від об'єктів права промислової власності. В Україні така ж система;

3) комп'ютерні програми законодавчо прирівнюються до літературних творів [4]. В Україні такий само порядок.

Також встановлено ще багато норм щодо авторського права. Тут ми зазначили лише базові. Проте, не можна зараз передбачити, чи стане в майбутньому це фактором для боротьби з піратством. Цілком логічно, що тут треба брати до уваги не лише норми права. Також актуальним, але неоднозначним є питання щодо регулювання та захисту географічних зазначень. З одного боку, цілком позитивно, що це не допустить «запозичення» підприємствами різних регіонів та країн назв, наприклад, фірмових вин. Наразі в Україні лише 2 сорти вин охороняються за правовим режимом географічного зазначення, всі інші – як торгові марки. В той же час, це може створити проблеми для українських «коньяків» та «шампанських».

Поряд з патентним законодавством майже в усіх розвинених країнах діє законодавство про недобросовісну конкуренцію і антимонопольне законодавство. Перше встановлює заборону на недобросовісну конкуренцію і регулює відносини між окремими виробниками, друге направлене на обмеження зловживань монопольним становищем на ринку і встановлює правила для різних галузей виробництва.

Ці закони є надзвичайно важливими для виробничих і ринкових відносин, вони досить часто оновлюються. У Німеччині, наприклад, діє Картельний закон, в США – кілька антитрестових законів, що визначають різні аспекти конкурентних відносин (закон Шермана, закон Клейтона). Поряд з тим, що майже в кожній з європейських країн є національне законодавство, що захищає свободу конкуренції, для країн Європейського союзу все більшого значення набуває єдине Європейське законодавство – Римський договір, що включає детально розроблені положення про свободу конкуренції і її обмеження в країнах ЄС [5].

Визначальні напрямки науково-технічного розвитку та встановлючі правові гарантії ринкових відносин патентним та антимонопольним законодавством нерідко вступають в протиріччя при практичному застосуванні. Принципи патентного права

і вільної конкуренції в значній мірі не узгоджуються між собою, що породжує неясність і неоднозначність тлумачення дій ліцензіарів, ліцензіатів, третіх осіб і суспільства в цілому.

Дійсно, патентне право дає можливість передавати винахід за ліцензією в повному обсязі, причому в ліцензійному договорі відповідно до патентного права допускається встановлення різних умов, що впливають на права партнерів. Навпаки, ці ж умови можуть бути заборонені законом про конкуренцію.

Наприклад, в конкурентному праві багатьох країн, в тому числі і в українському законодавстві, міститься заборона на такі дії, як вилучення товарів з обігу з метою створення або підтримки дефіциту на ринку або підвищення цін; нав'язування контрагенту умов договору, не вигідних для нього або, які не відносяться до предмету договору (необґрунтовані вимоги передачі фінансових коштів, сировини, матеріалів, виробів, житлових будинків, робочої сили контрагента та ін.); включення в договір дискримінують умови, які ставлять контрагента у нерівне становище у порівнянні з іншими конкурентами; висування як умов укладення договору вимоги про внесення в нього положень, що стосуються товарів, в яких споживач незацікавлений; перешкоджання доступу на ринок інших підприємств та ін.

Аналіз законів про недобросовісну конкуренцію показує, що більшість дій, заборонених цими законами, легальні стосовно ліцензійним договорам, при цьому патентні закони, як правило, не містять положень, що погоджує ліцензійні положення з конкурентним правом.

Правова доктрина США виходить з того, що протиріччя між патентним і антимонопольним законодавством носить поверхневий характер. Об'єкт патентної монополії повинен бути новим і неочевидним, тому надання виняткових прав його власнику не позбавляє суспільство того, чим воно вже володіло. До того ж дія патенту, обмежена часом (17 років) і по суті (межами формули винаходу), охоплює

лише незначну частину науково-технічної сфери. Навпаки, на думку американців, наявність патенту сприяє розвитку конкуренції.

Відповідно до закону Шермана надання патентної ліцензії не повинно бути направлено на обмеження торгівлі [6]. Отже, встановлення в ліцензійному договорі фіксованих цін може бути визнано порушенням антимонопольного законодавства. У цьому ж законі визнається неправомірною монополізація будь-якої області торгівлі США, і тут виявляється потенційний конфлікт між антитрестовим законодавством і патентним правом. Однак при застосуванні цього положення враховуються конкретні обставини. Визнається правомірним зосередження патентів в одних руках незалежно від кількості, однак якщо створення домінуючого положення на ринку супроводжувалося оманливими діями з придбання патентів, то мова йде про незаконну монополізацію.

Країни Європейського економічного співтовариства не мають єдиного законодавства в області конкурентного права, проте його основні статті містяться в Римському договорі [7]. Зазначені статті встановлюють дії, заборонені для підприємств країн-учасниць договору які перешкоджають вільній конкуренції. До переліку цих дій віднесені пряме або непряме встановлення закупівельних або продажних цін, обмеження або контроль щодо виробництва, збуту, технічного розвитку або капіталовкладень, розподіл ринків, застосування до торгових партнерів нерівних умов при рівноцінних зобов'язаннях. Згідно ст. 86 діяльність одного або декількох підприємств визначаються суперечливими свободі конкуренції, якщо вони займають домінуюче становище на ринку і якщо в результаті такого становища може постраждати торгівля між державами-членами ЄС. Домінуючим визнається становище, коли підприємство утримує близько 60% і більше частки ринку.

В українському антимонопольному законодавстві також є певні протиріччя. Наприклад, при реєстрації знака для товарів та послуг здійснюється науково-технічна експертиза такого знаку, яка визначає чи не зареєстрований раніше такий чи схожий до степені змішування знак в Україні, чи відповідає він іншим умовам реєстрації.

При цьому, Україна є учасником Паризької конвенції про охорону промислової власності з 25 грудня 1991 року, яка у статті 6 *quinquies* зазначає таке: «Кожний товарний знак, що зареєстрований належним чином у країні походження, може бути заявлений в інших країнах Союзу і охороняється таким, як він є, із застереженнями, зазначеними даною статтею. Ці країни можуть до остаточного оформлення реєстрації вимагати подання свідоцтва про реєстрацію в країні походження, що видане компетентною установою. Ніякої легалізації такого свідоцтва не вимагається» [8].

Тобто, у випадку коли товарний знак належним чином зареєстрований у країні походження, країна походження учасником Паризької конвенції про охорону промислової власності, то, відповідно, власник такого торгового знаку може використовувати його на території інших країн-учасниць та вимагати охорони такого знаку, а поширення товарів/послуг під таким позначенням (якщо звичайно воно раніше не було правомірно зареєстроване і не використовувалось в Україні іншим виробником) надає іноземному виробнику право пріоритету використання свого позначення та право вимагати припинення його використання іншими учасниками ринкових відносин. При здійсненні науково-технічної експертизи не здійснюється перевірка наявності поданих на реєстрацію знаків в інших державах—учасниках конвенції, як і не здійснюється перевірка наявності на ринку продукції з тотожними/схожими позначеннями. Але, функції конкурентних відомств України значно ширші, ніж у країнах з розвиненою ринковою економікою. До них належать функції, зображені на рисунку 1.2.



Рисунок 1.2 – Функції конкурентних відомств України

Отже, розвиток українського законодавства у сфері інтелектуальної власності стимулює збільшення процесів реалізації інновацій. Тому важливо дослідити процес практичної комерціалізації ОПІВ, її види, форми та вирішення проблем покращення методики оцінки об'єктів інтелектуальної власності.

2 СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1 Комерціалізація інтелектуальної власності інноваційної компанії як фактор економічного розвитку.

В даний час економічний розвиток держави визначається перш за все інтенсивністю і масштабністю інноваційної діяльності та модернізацією виробничих потужностей. Як показала практика досягли успіху в цьому країни, які приділяють увагу в інноваційним процесам. Серед них як транснаціональні корпорації, які здатні інвестувати значні кошти на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) і міжнародну інноваційну діяльність, так і малі і середні підприємства, які забезпечують масштабність інноваційного розвитку країни [9].

Малі та середні інноваційні компанії забезпечують високу швидкість інноваційного процесу і виступають ядром комерціалізації НДДКР вузів і науково-дослідних центрів. При цьому важлива не тільки орієнтація приватних компаній на створення і комерціалізацію ІВ, але і ефективність їх взаємодії з державним і промисловим сектором. середовищем даної взаємодії, а також технологічного обміну [10], комерційних і некомерційних операцій з ІВ служить ринок інтелектуальної власності.

В умовах жорстокої конкуренції на ринках ІВ не кожен результат інтелектуальної діяльності (РІД) стає об'єктом успішної комерційної угоди. Попит є тільки на найефективніші передові об'єкти промислової власності, комплексно охоронювані законодавством відповідних держав. Стратегія охорони ІВ, як правило, ґрунтується на виборі одного з трьох способів: отримання охоронного документа (патенту, свідоцтва), охорона в режимі ноу-хау або захисна публікація [11]. Найнадійнішою формою охорони РІД вважається патент, що дає правовласнику монопольне право розпоряджатися ІВ, забороняючи це робити кому-небудь ще. Однак право розпоряджатися інтелектуальною власністю виникає тільки на тих територіях і на той термін, які передбачені виданим патентом. В даний час

найчастіше ключову технологію охороняє цілий пакет патентів на винаходи, промислові зразки, корисні моделі і ноу-хау. У будь-якому випадку кожен вид охорони ІВ так само, як і його комерціалізація, супроводжується високими трансакційними витратами, пов'язаними з необхідністю специфікації прав власності. В цьому випадку трансакційні витрати включають у себе витрати на попередній аналіз технічного рівня і патентної «чистоти» комерційно перспективних об'єктів інтелектуальної власності, оцінки їх вартості і обсягу виключних прав. Якщо для великих компаній комерціалізація об'єктів ІВ без попереднього технологічного і комерційного аналізу можуть обійтися витратами незадовільними економічній або технологічній віддачі, або ж виплатою компенсацій у зв'язку з порушенням прав третіх осіб, то для малих і середніх підприємств (МСП), як правило, це провал всього бізнесу. Тому опрацювання стратегії охорони і комерціалізації є вкрай важливим для таких компаній. Варто відзначити, що управління інтелектуальною власністю - це не тільки отримання прибутків від комерціалізації ІВ, а й значні витрати на забезпечення охорони ІВ.

Проте, ІВ великим компаніям може принести значний прибуток. Аналіз структури ринкової вартості підприємств говорить про зростання долі нематеріальних активів у його загальній вартості. Так, динаміка зростання за останні тридцять років компоненту нематеріальних активів в структурі ринкової вартості п'ятиста американських компаній із найбільшою капіталізацією, що входять до індексу S&P 500 показала: питома вага матеріальних активів значно поступається нематеріальним активам і часто складає біля 80 % ринкової вартості компаній [12]. Досить сказати, що вартість брендів всесвітньо відомих компаній оцінюється в мільярди доларів, зображено на рисунку 2.1.

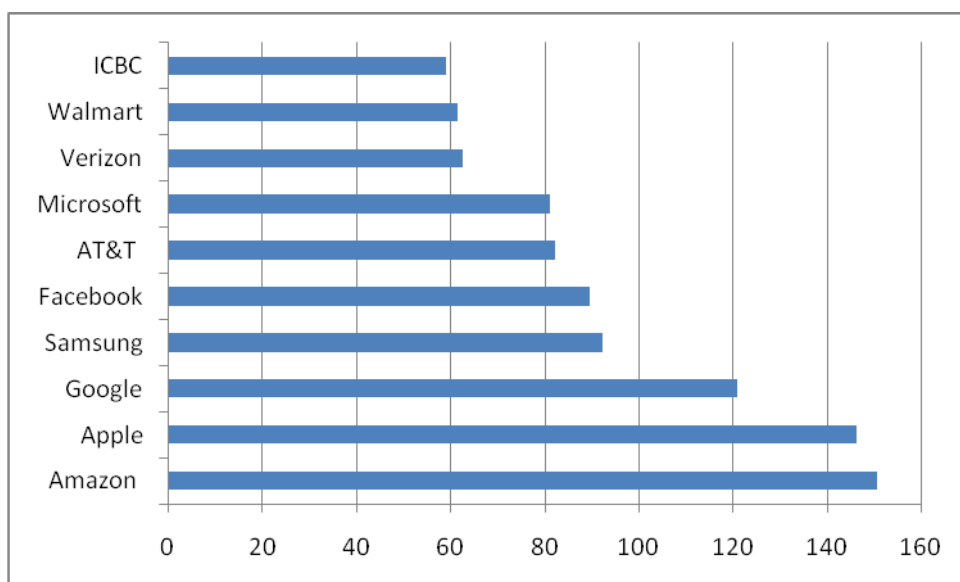


Рисунок 2.1 – Найдорожчі всесвітньо відомі бренди

На малюнку зображено десять найвище оцінених брендів на 2018 рік, серед яких лідерами є: Amazon - \$ 150,8 млрд., Apple - \$ 146,3 млрд., Google - \$ 120,9 млрд., наступні ланки займають бренди: Samsung - \$ 92,3 млрд., Facebook - \$ 89,7 млрд., AT & T - \$ 82,4 млрд., Microsoft - \$ 81,2 млрд., Verizon - \$ 62,8 млрд., Walmart - \$ 61,5 млрд., ICBC - \$ 59,2 млрд [13].

Однак навіть малі та середні підприємства, що володіють лише одним патентом, при комплексному підході до управління своїми нематеріальними активами здатні отримувати з інтелектуальної власності чималий прибуток. Наведемо приклад успіху хорватської компанії «Пліва», її невелика група дослідників в 1980 року розробила напівсинтетичний антибіотик азитроміцин. У 1981 році компанією було отримано патент, а в 1986 році «Пліва» і фармацевтична корпорація «Пфайзер» підписали виключну ліцензійну угоду, яка дала «Пфайзер» права на продаж азитроміцину під лікарською назвою «Зітромакс» в країнах Західної Європи і США. Незабаром обсяг продажів препарату «Зітромакс» перевищив 1 млрд дол. США, що принесло невеликій компанії «Пліва» величезні доходи і допомогло швидко розширити свою діяльність в Хорватії, Польщі та Росії.

Складна політична та економічна ситуація, що склалася в Україні протягом останніх років, позначається й на активності у поданні заявок на об'єкти

промислової власності. Так, починаючи з 2013 року за даними Укрпатенту [14], спостерігається тенденція зменшення кількості заявок на винаходи (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Показники надходження заявок на ОПІВ

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2017 у % до 2016
Винаходи	5418	4814	4499	4094	4048	98,9
Корисні моделі	10176	9384	8616	9558	9105	95,2
Промислові зразки	3778	2664	2080	2302	2480	107,7
Знаки для товарів та послуг:	34393	27280	32621	35605	37817	106,2
за національною процедурою	24471	18796	24652	29600	30183	101,9
за Мадридською системою	9922	8484	7969	6005	7634	127,1

Після позитивної динаміки у 2016 році зменшилась і кількість заявок на корисні моделі. А саме ці об'єкти є основним джерелом технологічних інновацій. У 2017 році зберігалась тенденція зростання кількості заявок на промислові зразки і знаки для товарів і послуг як за національною процедурою, так і за міжнародною процедурою. У 2017 році кількість заявок на винаходи склала майже 8% від загальної кількості поданих заявок на об'єкти промислової власності. Спостерігалось незначне зменшення винахідницької активності переважно за рахунок зменшення активності іноземних заявників (табл. 2.2). Національними заявниками подано 2283 заявки, що на 2,3% більше, ніж у попередньому році. Кількість заявок від іноземних заявників зменшилася проти 2016 року на 5.2 % і

склала 1765 одиниці. Протягом останніх п'яти років спостерігається тенденція падіння активності іноземних заявників.

Таблиця 2.2 – Надходження заявок на винаходи

Рік	2013	2014	2015	2016	2017	2017 у % до 2016
Усього	5418	4814	4499	4094	4048	98,9
Національна процедура	3132	2675	2506	2422	2493	102,9
від національних заявників	2855	2455	2271	2231	2280	102,2
від іноземних	277	220	235	191	213	111,5
Процедура РСТ	2286	2139	1993	1672	1555	92,9
від національних заявників	3	2	2	1	4	—

Зменшується і частка іноземних заявок у загальній кількості поданих. У 2017 році цей показник становив 43,6%. Переважна більшість іноземних заявок на винаходи (близько 88 % від загальної кількості) подається за процедурою РСТ. Тому незначне зростання кількості іноземних заявок за національною процедурою (214 заявок проти 191 у 2016 році) не вплинуло на загальний показник. Лідерами у поданні заявок на винаходи серед іноземних країн у 2017 році були заявники із США (515 заявок), Німеччини (231 заявка), Швейцарії (202 заявки), Франції (84 заявки), Великої Британії (75 заявок), Бельгії та Японії по 59 заявок). Російської Федерації (58 заявок), Люксембургу та Італії (49 та 48 заявок, відповідно). Разом заявниками з цих 10 країн подано більше 1,3 тисяч заявок, або 78,2% від загальної

кількості заявок іноземних заявників. Значно покращили свої показники заявники Бельгії, їх активність у 2017 році зросла на 22.9%. Зменшилась кількість заявок від заявників Швейцарії, Франції, Великої Британії, Японії та Люксембургу, відповідно на 17.6%. 15,2%. 14.8 %. 13.2%. 15.5%. Втратили свої позиції у десятці лідерів Нідерланди (46 заявок проти 56 у 2016 році). Аналіз винахідницької активності заявників у розподілі за технічними напрямками за період 2013-2017 років свідчить, що пріоритети патентування суттєво відрізняються для національних та іноземних заявників. Так, іноземні заявники переважно патентують свої винаходи у галузі «Хімія» за такими напрямками: «Лікарські препарати», «Органічна тонка хімія», «Хімічна сировина», «Біотехнологія», «Матеріали і металургія». Частка заявок за цими технічними напрямками в середньому становить 53% (майже 55 % у 2017 році) від загальної кількості заявок, поданих іноземними заявниками.

Підводячи підсумок, можна сказати, що в даний час інноваційна діяльність розглядається як головна умова модернізації економіки, систематичне оновлення її матеріально-технічного потенціалу та є основним фактором підвищення ефективності дослідницьких груп. Комерціалізація результатів наукових досліджень і розробок є необхідною умовою стратегічного розвитку будь-якої організації, оскільки вона забезпечує створення нових продуктів, розширення асортименту та підвищення якості продукції (товарів і послуг), вдосконалення їх технології виробництва, а потім впровадження та ефективне впровадження внутрішнього та зовнішнього ринків. Важливо розглянути поняття та сутність комерціалізації.

2.2 Поняття сутність та умови комерціалізації

Сьогодні наш світ – це світ технологій, де купують та продають продукти інтелектуальної праці. Окрему сферу економічних відносин утворює обмін різними об'єктами інтелектуальної власності.

Найбільш складними та актуальними на практиці є проблеми формування ринкових відносин комерційного використання інтелектуальної власності, оскільки від ступеню вдалого вирішення цих проблем залежить можливість досягнення кінцевих позитивних результатів інвестиційної та інноваційної діяльності.

Можна виділити два етапи створення інтелектуальної власності, зображені на рисунку 2.2:

- 1) створюється сама власність як інструмент розробки нових технологій та продуктів;
- 2) інтелектуальна власність доводиться до комерційних результатів [15].



Рисунок 2.2 – Етапи створення інтелектуальної власності

Другий етап потребує більших витрат, ніж перший. Необхідно залучати значні фінансові ресурси для створення комерційного продукту. Знайти такі ресурси для реалізації проекту можна тільки при наявності інтелектуальної власності на балансі підприємства у вигляді нематеріальних активів.

Це важливо, тому що не всі винахідники або творці бажають або мають ресурси, навички і схильність до ризику, щоб комерціалізувати свої винаходи або створення. Державні науково-дослідні організації, як правило, потрапляють в цю категорію. Не всі особи, а саме: наукові установи або інноваційні підприємства, особливо в країнах з перехідною економікою, мають необхідні фінансові та технічні можливості компанії для винаходу або створення на всьому шляху виходу на ринок самостійно.

Під комерціалізацією інтелектуальної власності Г. Ступнікер [16] розуміє процес активної реалізації технологічного капіталу підприємства як складової його інтелектуального капіталу з метою підвищення прибутку і забезпечення зростання ринкової капіталізації підприємства.

В. І. Мухопад [17] визначає комерціалізацію інтелектуальної власності як підприємницьку діяльність, пов'язану з перетворенням результатів інтелектуальної діяльності та засобів індивідуалізації в прибуток з використанням різноманітних форм та засобів торгівлі.

Заслуговує на увагу думка В. Д. Базилевича [18], яка наголошує, що під комерціалізацією інтелектуальної власності розуміють процес залучення результатів інтелектуальної діяльності в господарський обіг шляхом продажу виключних майнових прав інтелектуальної власності на договірній основі.

Дискусійною є точка зору О. Прохорова [19] що вважає, що комерціалізація інтелектуальної власності – це процес виділення коштів на створення об'єктів інтелектуальної власності та поетапного контролю за їх 38 витрачанням, включаючи оцінку і передачу завершених і освоєних у промислових умовах результатів інтелектуальної діяльності.

На мою думку, необхідно наголосити, що наведені вище різноманітні визначення комерціалізації інтелектуальної власності досить сильно відрізняються, а для даного дослідження необхідним є однозначне тлумачення терміну, відтак, під комерціалізацією інтелектуальної власності пропоную розуміти процес

впровадження результатів наукової, інтелектуальної та творчої праці у господарський оборот задля одержання доходів та забезпечення соціальної користі.

Умови комерціалізації ОПВ формуються з принципів патентного права:

- 1) свободи творчості як конституційного принципу;
- 2) винятковості прав патентовласника;
- 3) дотримання інтересів, як патентовласника, так і суспільства;
- 4) ініціативи і довірчого співробітництва суб'єктів патентного права;
- 5) обов'язкової новизни об'єктів охорони;
- 6) охорони результатів тільки творчої діяльності;
- 7) обов'язкового державного визнання об'єктів охорони;
- 8) морального і матеріального стимулювання авторів [20].

Комерціалізація інтелектуальної власності виникає при використанні результатів інтелектуальної діяльності на умовах укладання договорів, наприклад, між співавторами патенту; між власниками патенту й авторами у зв'язку з виплатою винагороди за використання об'єкта промислової власності; між власниками патенту під час комерційної реалізації інтелектуального продукту та ін. Договори про передачу права власності, як зазначено чинним законодавством України, слід здійснювати у письмовій формі і зареєструвати у чинному порядку.

Процес комерціалізації має ряд практичних переваг:

- 1) власники інтелектуальної власності можуть бути засновниками фірм без відволікання реальних грошових коштів шляхом внесення об'єктів інтелектуальної власності в статутний капітал підприємства;
- 2) можна отримувати додаткові доходи за передачу права користування інтелектуальною власністю;
- 3) інтелектуальну власність можна використовувати як заставу при отриманні кредиту;

4) інтелектуальна власність забезпечує захист від конкурентів на період виведення на ринок нової продукції, а також захист від недобросовісної конкуренції;

5) інтелектуальна власність сприяє створенню рекламного іміджу при інформуванні про правову охорону продукції, що випускається або роботі за ліцензією відомого виробника;

6) інтелектуальна власність дозволяє знизити податок на прибуток шляхом зменшення бази оподаткування на величину амортизації нематеріальних активів і величину витрат на створення об'єктів інтелектуальної власності;

7) інтелектуальна власність дозволяє знизити податок на додану вартість, якщо угода оформляється як патентний, ліцензійний чи авторський договір.

Отже, комерціалізація ОПІВ надає ряд переваг об'єктам цього процесу. Для отримання підприємством найбільших вигод необхідно обрати правильну форму комерціалізації, тому у наступному розділі розглянемо форми комерціалізації.

2.3 Форми комерціалізації

Розгляд процесу комерціалізації потрібно розпочати з визначення головних учасників процесу комерціалізації науково-технічних розробок. До них належать виробники інноваційного продукту (винахідники), інвестори, які купують у правовласника право на використання об'єкту інтелектуальної власності та посередники. Розробникам інновацій, незалежно від того чи це фізичні чи юридичні особи, гарантовано цивільним кодексом України особисті немайнові та майнові права.

До немайнових прав відносять право на авторство та право на недоторканість твору [21]. Особисті майнові права включають поняття «розпорядження» правами:

володіти, використовувати, розпоряджатися та перешкоджати неправомірному використанню об'єкту інтелектуальної власності[22]. Після створення інноваційного продукту, перед власниками постає питання щодо одержання прибутку від результату їх інтелектуальної діяльності.

Механізм комерціалізації інтелектуального продукту є багатоходовим і потребує опанування та використання сукупності знань з різних галузей права, економіки, фінансів, бухгалтерського обліку, менеджменту тощо. Є різні форми комерціалізації, які обираються відповідно до конкретного інноваційного об'єкту, фінансових та матеріальних можливостей власника тощо. Оцінка потенціалу комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності базується на принципі: інтелектуальна власність створює цілий ряд витрат, які мають бути протиставлені низці можливостей по примноженню прибутку того, хто використовує інтелектуальну власність. Схематично способи комерціалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності зображені на рис. 2.2 [23].



Рисунок 2.2 – Способи комерціалізації

Кожний із наведених способів є дієвим і спроможний принести власникові прав гідні прибутки у разі ефективного їх використання.

Розглянемо перший спосіб – використання у власному виробництві. При зростаючому усвідомленні цінності інтелектуальної власності підприємства все частіше почали лояльніше ставитися до отримання та підтримки в силі охоронних документів не тільки як до захисного заходу проти інтелектуальної крадіжки, а й як до активних і потужних засобів посилення своєї конкурентоспроможності, збільшення свого впливу в бізнесі і підйомі своєї репутації постачальника інноваційних продуктів на ринок.

Використання інновацій у власному виробництві дозволяє правовласнику отримати максимальні прибутки за рахунок монопольного права на випуск і реалізацію інноваційної продукції. Разом з тим, при створенні власного виробництва інноваційної продукції з використанням об'єктів права інтелектуальної власності, потрібно інвестування значних коштів на організацію виробництва, маркетингові дослідження, просування продукції на ринок, вибір каналів розподілу і створення торгової мережі. Однак в разі успіху виведення на ринок нової продукції дає можливість через певний період компенсувати початкові витрати і отримати значний прибуток, необхідну для подальшого розвитку виробництва. У виробничій діяльності об'єкти інтелектуальної власності використовуються в якості нематеріальних активів [24].

Проаналізуємо наступний спосіб – внесення до статутного фонду. При створенні будь-якого підприємства одним з основних обов'язків засновників є формування статутного капіталу. Необхідно також мати на увазі, що від розміру (частки в загальному обсязі) статутного капіталу, який внесений засновником, в подальшому в прямій залежності буде визначатися рівень його майнового права, наприклад кількість голосів у правлінні акціонерного товариства, частка акцій, частка прибутку і т. д. Можливість використання об'єктів інтелектуальної власності в якості внеску до статутного капіталу передбачена ч.3 ст.424 Цивільного кодексу України [25] та ст.13 Закону України «Про господарські товариства» [26].

Найбільш популярними об'єктами інтелектуальної власності, права на які можуть бути внеском до статутного капіталу юридичної особи, є об'єкти

промислової власності: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торговельні марки. При внесенні інтелектуальної власності до статутного капіталу, власник передає права на об'єкт права інтелектуальної власності підприємству в обмін на корпоративні права, а також отримує такі зобов'язальні права щодо підприємства:

- 1) право на отримання частини прибутку (дивіденди);
- 2) на участь в управлінні підприємством через загальні збори учасників;
- 3) на отримання ліквідаційної квоти у разі ліквідації підприємства;
- 4) на ознайомлення зі звітною інформацією про діяльність підприємства.

Якщо правовласник має намір стати засновником підприємства необхідно, щоб він не мав зобов'язань перед третіми особами стосовно цих об'єктів права інтелектуальної власності, тобто права не можуть бути передані частково або повністю або надані в користування третім особам за ліцензійними договорами.

Для внесення прав на інтелектуальну власність в статутний капітал потрібно передбачити такий внесок в установчому документі.

Розглядаючи третій спосіб, франчайзинг, можна спостерігати тенденцію збільшення договорів за франшизою. За визначенням ВОІВ, франшиза – це договір, за яким одна особа (право власник), маюча розроблену систему ведення певної діяльності, дозволяє іншій особі користуватися цією системою відповідно до вимог власника франшизи в обмін на нагороду (27).

За франшизою правовласник (франчайзер) надає користувачу (франчайзи) весь комплекс належних йому прав ІВ (товарний знак, фірмове найменування, винахід, промисловий зразок, ноу-хау, твір), причому разом з передачею права на ІВ франчайзер надає постійну організаційну, технічну, комерційну допомогу, оберігає франчайзи від ризику у сфері підприємництва і ринкових відносин (28).

Залежність франчайзи від виключних прав франчайзера та прийняті їм обов'язки дотримуватись у своїй діяльності стандартів і якості не нижче франчайзера, дозволяють останньому контролювати франчайзингову мережу до

ступіні, якби це була його власна фірмова дистриб'юторська мережа. Франчайзи також зацікавлений у спільній діяльності, йому не потрібно боротись з конкурентами. На відведеній території він надійно захищен фірмовим найменуванням франчайзера, його торгівельною маркою, користується його технологічними розробками, комерційними прийомами та досвідом.

Головною особливістю франшизи є включення користувача у систему ділової активності правовласника, право і обов'язки користувача використовувати фірмове найменування і комерційне зазначення, право власника працювати на його типовому обладнанні згідно його інструкціям.

Франчайзинг – динамічний і прогресивний спосіб бізнесу. У США франшиза займає більше 1/3 роздрібної торгівлі, в Австралії – більше 90 % на підприємствах швидкого обслуговування [29].

Головна сфера поширення франчайзингу – розподіл товарів і послуг системи бензинозаправних станцій, автошкіл, пунктів прокату, ремонтно-будівних підприємств, косметичних салонів, аптек, хімчисток, кафе швидкої їжі, ремонту побутової техніки, готельного бізнесу та ін.

Перші елементи франчайзинга почали застосовувати у США всередині XIX століття, але справжнього успіху у розвитку франчайзингу вдалося досягти у кінці 70-х років минулого століття, коли було знято вагомі перешкоди в антитрестових законах. У 50-ті роки у зв'язку з масовою автомобілізацією населення США, будівництвом мережі автомагістралей, зумовлених виникнення постійних міграційних потоків, виникли всесвітньовідомі «імперії» швидкого харчування, які здійснювали свою діяльність на умовах франшизи – «Макдональдс», «Кентакки Фрайд Гикенс», «Пицца-хат» та ін. У готельному бізнесі надзвичайної відомості набули «кити» франчайзингу, такі, як «Хілтон», «Шератон», «Холідей інк» (30).

Досліджуючи ринок франчайзингу України можна виділити тенденції його зростання, наприклад нещодавно Україні надали франшизи: шведська компанія «ІКЕА», магазин «Н&М». Частка глобальних брендів в Україні, які діють за

франшизою складає приблизно 35 % [31]. Основну кількість франшиз на нашому ринку складають місцеві компанії. Це пояснюється тим, що західні бренди недостатньо ознайомлені з перспективами ведення бізнесу в Україні, також українські франшизи спрямовані на низький та середній ціновий сегменти.

Поглянемо на кілька прикладів великих франшиз, що стали успішними в Україні.

Найпрогресивнішим прикладом франшиз є Mafia – мережа ресторанів італійської та японської кухні, що нараховує більше 30 закладів. В Україні діють 9 франшиз цього бренду. Необхідна сума інвестицій – від \$315 тис. Паушальний внесок – від 30 тис. євро. Роялті – 5% від продажів щомісяця. Термін окупності – 24-36 місяців. Серед причин, що забезпечують ефективну роботу франчайзингу та високу якість послуг, представники бренду виділяють впровадження систем автоматизації в управління ресторанами, а також регулярні внутрішні аудити, які проводяться у закладах.

Вдало в Україні за франшизою працює Novus – торгівельна мережа, що працює в Україні з 2008 року. До її складу входять 43 супермаркети. З 2015 року компанія прийняла рішення розвивати франчайзинговий напрямок – наразі відомо про 3 франшизи, що діють в різних регіонах України. Необхідна сума інвестицій – від \$175 тис. до \$5 млн. Паушальний внесок – відсутній. Роялті – 1% від щомісячного товарообігу. Термін окупності – 18-36 місяців. Своїми перевагами на українському ринку бренд вважає наявність власних логістичних центрів, що дозволяють скорочувати витрати партнерів, власний імпорт, а також допомогу у визначенні асортиментної політики у магазинах партнерів [32].

Отже, розвиток франчайзингу відкриває нові можливості для підприємців. В Україні і світі цей ринок стабільно зростає і викликає велику зацікавленість з боку малого та середнього бізнесу.

Розглянемо детально договір про передання виключних майнових прав інтелектуальної власності. Одна сторона (особа, яка має виключні майнові права)

передає другій стороні частково або у повному обсязі ці права відповідно до закону та на визначених договором умовах [33]. Таким чином, на підставі договору про передання виключних майнових прав власником майнових прав (усіх або окремих) на твір стає інша фізична чи юридична особа. Новий власник самостійно приймає рішення щодо подальшого розпорядження всіма виключними майновими правами на твір (якщо права було передано в повному обсязі) або частиною їх (у разі часткової передачі майнових прав).

Розглянемо найпоширенішу форму технологічного обміну – ліцензування. Патентна ліцензія – це договір на використання патенту. Переуступаючи патент, винахід чи патентовласник відмовляються від своїх прав на ОПВ, і власником патенту стає покупець.

Ліцензія може бути виключною, невиключною, одиничною. У першому випадку покупцю надаються виключні права, тобто монопольне право на використання об'єкта ліцензії на певному ринку, який може включати, як одну країну, так і цілий регіон чи групу. Невиключна ліцензія допускає багаторазовий продаж однієї ліцензії на певному ринку (34).

Одинична ліцензія видається лише одному ліцензіату і виключає можливість видачі ліцензіаром іншим особам ліцензій на використання об'єкта права інтелектуальної власності у сфері, що обмежена цією ліцензією, але не виключає можливості використання ліцензіаром цього об'єкта у зазначеній сфері

З розвитком ліцензійної діяльності термін «ліцензія» став охоплювати не лише акт переуступки прав, а й передачу технічної документації, технологічних секретів, надання технічної допомоги. Ліцензії на передачу об'єктів, не захищені правами ІВ називаються безпатентними.

Часто при отриманні ліцензії також передається обладнання, у тому числі устаткування, ділянки цехів. Така ліцензія називається супутньою.

На практиці зустрічається і перехресне ліцензування, коли продавець і покупець обмінюються ліцензіями на належні їм ОПІВ, часто доповнюючи один одного, що приносить додатковий прибуток [35].

Якщо патентовласник готовий надати право на використання свого патенту будь-якій фізичній чи юридичній особі, ліцензія називається відкритою.

У процес використання патенту може втрутитись держава. Це можливо за умови, якщо об'єкт інновації не використовується належним чином автором чи патентовласником. У якості антимонопольних заходів чи заохочення до конкуренції держава може примусити патентовласника передати права на використання іншим особам. Такий вид ліцензії називається примусовою.

Торгівля ліцензіями має як переваги, так і недоліки, які наведені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Основні фактори, які враховують при покупці ліцензії

Фактори	Переваги	Недоліки
Матеріальні витрати	Економія на витрати на НДДКР	Витрати на проведення патентних і кон'юктурних досліджень, витрати валютних коштів на придбання ліцензії, а також на обладнання і матеріали
Фактор часу	Економія часу за рахунок зменшення терміну освоєння нової техніки	Вимушене відставання в освоєнні нової технології у порівнянні з найбільш передовими фірмами
Технічний рівень розробок	Підвищення рівня власних НДДКР за результатами останніх досягнень, отриманих за рахунок ліцензії	Зменшення темпу росту технічного прогресу при заміні власних НДДКР на отриманні ліцензіями у випадку зупинки подальших досліджень

Продовження таблиці 2.3

Економічний ефект	Утворення додаткового економічного ефекту при використанні ліцензійної продукції	Економічні витрати у зв'язку з затримкою освоєння придбаної технології, труднощів її адаптації до нових умов, включаючи матеріали і обладнання
Виробництво продукції	Зниження собівартості продукції за рахунок організації спільного виробництва з ліцензіаром	Залежність від іноземних фірм у доставці матеріалу, комплектуючих виробів і запасних частин
Склад і кваліфікація працівників	Підвищення кваліфікації спеціалістів, а також загальної культури виробництва, методів організації управління виробництвом	Виключення з виробничого процесу частини спеціалістів, які освоїли замінену технологію, перепідготовка кадрів на інші спеціальності
Умови збуту продукції	Використання збутової мережі ліцензіара для освоєння ринку	Обмеження у зміні конструкції, матеріалах, ринків збуту і організації сервісної служби для продукції, освоєної за ліцензією згідно умовам договору.

Серед переваг ліцензування можна виділити: економія на витрати на НДДКР, економія часу за рахунок зменшення терміну освоєння нової техніки, підвищення рівня власних НДДКР за результатами останніх досягнень, отриманих за рахунок ліцензії, утворення додаткового економічного ефекту при використанні ліцензійної продукції, зниження собівартості продукції за рахунок організації спільного виробництва з ліцензіаром, підвищення кваліфікації спеціалістів, а також загальної культури виробництва, методів організації управління виробництвом, використання збутової мережі ліцензіара для освоєння ринку.

Також існують недоліки: витрати на проведення патентних і кон'юктурних досліджень, витрати валютних коштів на придбання ліцензії, а також на обладнання і матеріали, вимушене відставання в освоєнні нової технології у порівнянні з найбільш передовими фірмами, зменшення темпу росту технічного прогресу при заміні власних НДДКР на отриманні ліцензіями у випадку зупинки подальших досліджень, економічні витрати у зв'язку з затримкою освоєння придбаної технології, труднощів її адаптації до нових умов, включаючи матеріали і обладнання, залежність від іноземних фірм у доставці матеріалу, комплектуючих виробів і запасних частин, виключення з виробничого процесу частини спеціалістів, які освоїли замінену технологію, перепідготовка кадрів на інші спеціальності, обмеження у зміні конструкції, матеріалах, ринків збуту і організації сервісної служби для продукції, освоєної за ліцензією згідно умовам договору.

В останні кілька років поширення набувають нові форми комерціалізації. Такі, як електронна торгівля, стартапи, венчурний бізнес, які детально будуть розглянуті далі.

Приведемо вдалий приклад нової форми комерціалізації. Amazon вже давно надає можливість оренди книг, а iTunes - оренди фільмів (відтворюючи, по суті, що існувала раніше практику прокату матеріальних носіїв із записами фільмів, аудіо або відеоігор). Після закінчення терміну оренди файл автоматично видаляється з пристрою або доступ до нього стає неможливим. Інший формат надають сервіси підписки типу Yandex.Music і Bookmate: для прослуховування або прочитання доступні в необмеженій кількості файли великої бібліотеки, а підписка передбачає оплату фіксованої суми. Такі платформи також допомагають просувати самостійну публікацію і невеликі видавництва. Наприклад, протягом періоду 2014-2016 частка незалежних видавництв в продажах електронних книг Amazon.com виросла більш ніж на 15 відсотків [36].

2.3 Стратегії комерціалізації ІВ для підприємств малого і середнього бізнесу

Емпіричні дані показують, що малі та середні підприємства (МСП) становлять понад 90 % підприємств у більшості країн світу. В МСП також зазвичай велика частка загальної зайнятості, часто понад 60 % [37]. Проте в середньому МСП не дуже динамічні та не інноваційні. Вони не являються активними користувачами системою інтелектуальної власності.

Останній огляд результатів наукових досліджень та інновацій, опублікований організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) порівнює інноваційні показники МСП у порівнянні з великими фірмами в більш ніж 20 країнах з ринковою економікою, включаючи кілька нових країн держав, членів ЄС. Це показує, що у всіх країнах, МСП з меншою динамічністю виводять на ринок нові продукти, ніж великим фірмам (рис.2.4) [38].

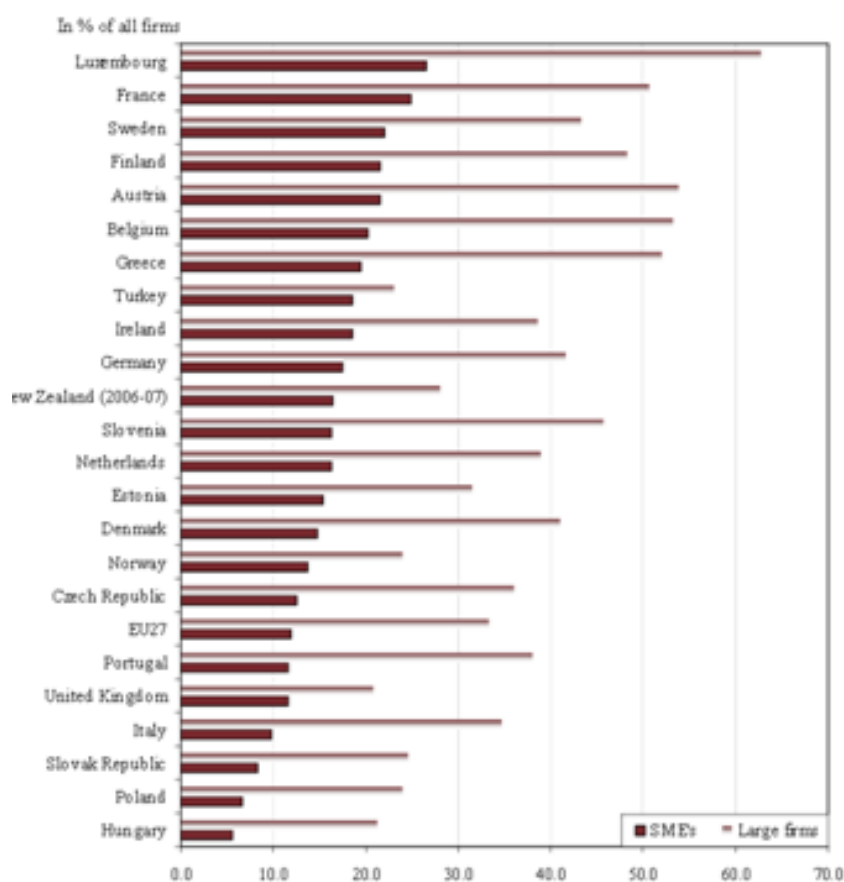


Рисунок 2.4 – Фірми з новітніми інноваційними продуктами за розміром, у
вибраних країнах, 2014-2016

Подібні розриви знаходять і для зародження інновацій. Це стосується як виробничих, так і технологічних інновацій (рис. 2.5) [38].

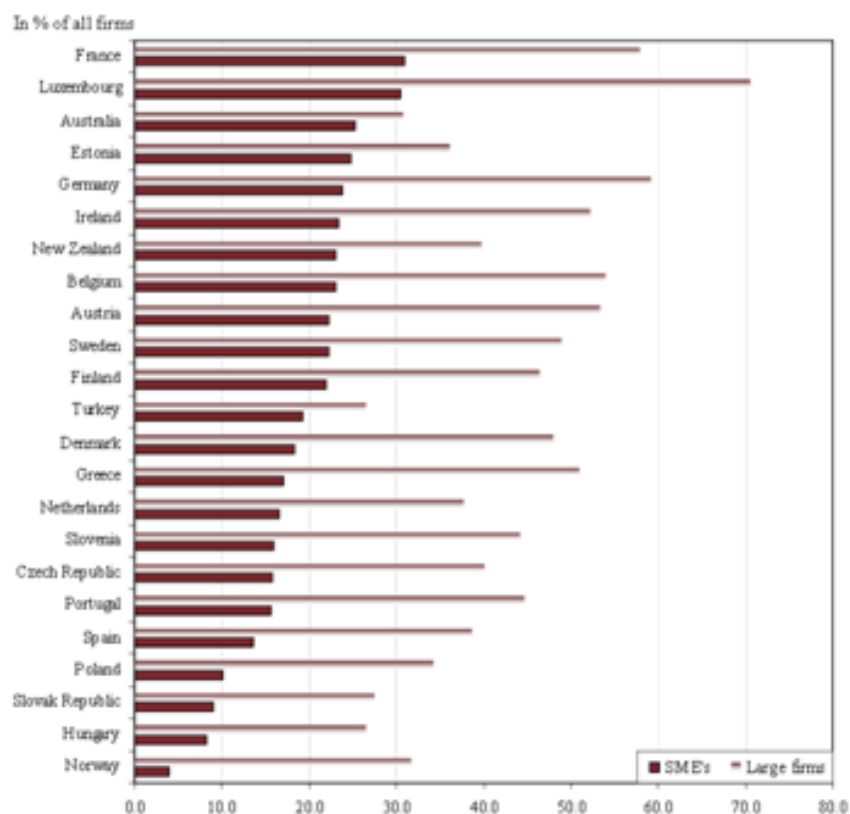


Рисунок 2.5 – Зародження інновацій у великих фірмах та МСП

Для країн з перехідною економікою доступні факти свідчать про те, що прогалини між великими та малими підприємствами ще більші. Дослідження Організацією інтелектуальної власності по ряду країн СНД виявили, що понад 20% великих підприємств показали "хорошу" інноваційну продуктивність, і лише приблизно 10% середніх та малих підприємств [38]. МСП також були визнані особливо слабкими на внутрішні інновації, а також на продукти та технологічні інновації.

У той же час, існують також динамічні МСП, але часто їх менше ніж 1% серед усіх фірм в економіці. Ці так звані "газелі" досягають дуже високого темпу зросту та

часто становлять основну частину нових робочих місць, що створюються в економіці, зокрема під час та після спадів. Ці високо динамічні МСП дуже інноваційні, більш імовірно, що вони братимуть участь у міжнародних мережах вартості.

Технічний огляд науки та інновацій встановлює, що частка товарообігу, що виходить від нових продуктів МСП часто, нижча, ніж у великих фірм. Отже, розглянемо МСП не в цілому, а як відносно невелику підмножину, у якої є потенціал до інновацій та, яка сприяє значною мірою створенню нових робочих місць та економічному зростанню в середньостроковій перспективі.

Стратегії для великих фірм та малих і середніх підприємств мають одну спільну основну проблему: вони не використовують систему ІВ у повному обсязі, хоча це важливо для підтримки конкурентоспроможності та економічного потенціалу. У той же час існують великі відмінності між великими фірмами та МСП у джерелах конкурентних переваг, у характері домінуючих інноваційних процесів та масштабі конкурентного тиску. Ці відмінності у різних галузях промисловості часто можуть бути більш важливими, ніж відмінності між МСП та великими фірмами. Наприклад, у Великобританії переважно використовують неформальні засоби захисту ІВ, ніж офіційні засоби як великі фірми, так і МСП [39].

З точки зору формальних прав інтелектуальної власності МСП взагалі відстають від великих фірм у тенденції отримання патентів. Проте високотехнологічні та інноваційні МСП використовують патенти, у такій же мірі, як великі фірми, а то й у більшій мірі, на основі отримання патентів кожним працівником. Багато нових компаній в цих галузях покладаються на патенти, бо патенти, виступають їх найважливішими активами.

Враховуючи значні розбіжності МСП у своєму інноваційному потенціалі та в стратегії захисту ІВ, метою законодавчих органів повинно бути підштовхування всіх МСП до подання більшої кількості патентів та активного використання системи ІВ. Перша головна задача – донести до МСП та приватних підприємств про важливість

використання системи ІВ та наявність внутрішньої стратегії ІВ, включаючи формальні та неформальні засоби.

Дослідження показують, що, як правило, не розділяють МСП на дуже маленькі, малі та середні підприємства та відносять їх всі до МСП в цілому. За класифікацією Європейської Комісії:

Середні підприємства – це підприємства, на яких працює до 250 чоловік, на малих працює – до 50 чоловік, на дуже малих – до 10 чоловік.

Можна виділити основні причини недостатнього використання ІВ інноваційними МСП: високі витрати на патентування та збереження дії чинності патенту, відсутність знань МСП про те, як працює система ПІВ. Розглянемо ці проблеми детальніше. Витрати, пов'язані з захистом прав інтелектуальної власності, зокрема патентів, розглядається МСП як грізний бар'єр для використання формальної системи ІВ. Крім витрат, пов'язаних з реєстрацією ОПІВ є й інші витрати, які необхідно розглянути: на підготовку заявки та, можливо, витрати на переклад. Проблема витрат ще більше посилюється в Західній Європі, де вартість патентування приблизно в 2,5–3 рази більша, ніж у Сполучених Штатів або Японії [40].

Ці підвищені ціни в основному пов'язані з витратами на переклад чи патентний захист через Європейське патентне відомство. Ці витрати негативно сприймаються МСП, оскільки, більша частина їх витрачаються до того, як продукти виходять на ринок, тобто до отримання прибутку.

Як тільки МСП вирішать інвестувати в реєстрацію їх інтелектуальної власності, вони незабаром стикаються з ще однією перешкодою: успішно використовувати свої придбані права на ОПІВ. Часто МСП використовують їх, як активи. Значна частина МСП стикаються з проблемою порушення їх ПІВ, через що знижуються їх дохідні потоки. Також, оскільки МСП менше фінансуються та мають дефіцит у людських ресурсах у порівнянні з великими компаніями, вони зазвичай зазнають поразки під час судового розгляду. Дилема, з якою стикаються МСП

полягає в тому, що захист ПІВ є основою захисту їх винаходів, проте ці права можуть завдати шкоди підприємству, якщо вони не мають достатньо ресурсів для вступу у судову процедуру. Розглядаючи патентне судочинство в Європейському Союзі, можна зробити висновок, що це надзвичайно дорогий процес, особливо для малих та середніх підприємств, та індивідуальних підприємців. Судові витрати, які включають судові збори, збори адвокатів та патентних повірених, а також витрати, пов'язані з свідками, розслідуванням, перекладом відрізняються у країнах Євросоюзу, наведено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Витрати на патентні суперечки

Країна	Орієнтовні витрати на патентні суперечки
Германія	50 000 євро в першій інстанції та 90 000 євро у другій інстанції;
Франція	від 50 000 до 200 000 євро в першій інстанції та від 40 000 до 150 000 євро у другій
Нідерланди	від 60 000 до 200 000 євро в першій інстанції та від 40 000 до 150 000 євро
Об'єднане королівство	між 150000 євро (швидка процедура) та 1500000 євро в першій інстанції та між ними € 150,000 та € 1.000.000 у другій інстанції.

Сполучене Королівство має на сьогоднішній день найдорожчі судові витрати в Європі. Правова система, а також більші витрати на адвокатів та патентних повірених, призводять до збільшення витрат у Великобританії, у порівнянні з іншими цивільно-правовими системами в Європі. Як це не парадоксально, великі міжнародні компанії мають тенденцію віддавати перевагу судовим розглядам своїх основних справ у Великобританії, тоді як МСП вважають за краще судитися за свої права в інших (менш дорогих) юрисдикціях.

Проведене Європейською Комісією серед 600 МСП, що володіють принаймні одним патентом у Європі або США показує, що близько 400 компаній, зазнали проблем із несанкціонованим копіюванням їх запатентованих винаходів. Великі компанії відповідальні за ці порушення приблизно у 25 %, у зв'язку з цим приблизно 20 % МСП понесли серйозні фінансові збитки. Великі компанії мають значні ресурси у порівнянні з МСП, тому часто вони залякують МСП. Приблизно 80% спорів було врегульовано поза законом. 14 % опитаних МСП подавали патентні позови, але лише невелика частка претензій (2%) була успішною [41]. Послідовні опитування серед МСП вказують на те, що МСП не використовують формальну систему ІВ, оскільки у них немає якісної консультації. Опитування, проведеним ВОІВ серед Росії показало, що установи підтримки МСП, які інформують, та сприяють більш ефективному використанню системи ІВ – один із основних заходів. Крім патентів, інновацій МСП повинні мати базові знання всієї систем ІВ, включаючи авторські права, торговельні марки, промислові зразки, географічні позначення, корисні моделі (або дрібні патенти), комерційні таємниці, і відповідні законодавчі аспекти про недобросовісну конкуренцію, а також неформальні засоби захисту їх конкурентних переваг (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Конкурентні переваги

Таємниця	Інформація, яка класифікується як комерційна таємниця, як правило, має три ознаки: не є загальновідома для відповідної частини населення; вона має комерційну цінність; розумно зберігати свою таємницю. Одна з найвідоміших комерційних таємниць – це рецепт основного безалкогольного напою Кока-коли. Хоча комерційні таємниці не захищені законом так, як патенти чи торговельні марки, комерційні таємниці можуть користуватися певним рівнем правового захисту.
----------	---

Продовження таблиці 2.5	
Перевага в часі	У компанії динамічний рівень інновацій. За час, поки конкурент копіює продукт, який доступний на ринку, компанія вже випускає вдосконалену версію свого продукту.
Складність дизайну	Іноді складність дизайну робить копіювання конкурентам непривабливим, оскільки важко скласти вертежі до незаконно копіювальних апаратів. Однак, завжди існує небезпека того, що конкуренти повторно адаптують винахід та отримують патент.
Оборонна видавнича справа	компанія робить креслення своїх винаходів доступними для громадськості, наприклад, публікуючи їх у спеціалізованому журналі. Хоча кожен може вільно користуватися винаходом, проте ніхто не зможе запатентувати його, оскільки він являється частиною сучасного рівня техніки, отже, при патентуванні конкурентами не матиме критерію новизни.

В Україні також МСП набувають широкого розвитку. 16 жовтня Степан Кубів, Перший віце-прем'єр-міністр - Міністр економічного розвитку і торгівлі України підписав Наказ про створення Офісу розвитку МСП при Мінекономрозвитку. Офіс розвитку МСП працюватиме як консультативно-дорадчий орган при Міністерстві, а згодом має стати державним органом, який надає підтримку підприємцям.

Уряд визначив, що малий та середній бізнес є одним з наріжних каменів, які забезпечують економічне зростання України. Створення Офісу розвитку МСП –

один з елементів урядової програми підтримки малого підприємця. Офіс відіграватиме ключову роль у підвищенні внутрішньої та міжнародної конкурентоспроможності українських МСП та фізичних осіб-підприємців. Перші відчутні результати роботи Офісу для МСП очікуються вже у 2019 році

Координувати роботу Офісу буде заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі України, який відповідає за формування та реалізацію державної політики в сфері розвитку підприємництва - Максим Нефьодов. Фінансову підтримку Офісу здійснює Європейський Союз в рамках проекту FORBIZ та Ініціативи EU4Business.

Завданням Офісу розвитку МСП є розробка програм підтримки малого та середнього бізнесу, зокрема, полегшення доступу до фінансування та розвиток інфраструктури підтримки МСП в регіонах.

Результатом роботи Офісу у 2018-2019 році має стати реалізація низки пілотних проектів:

- 1) запуск мережі центрів підтримки підприємництва (ЦПП) на регіональному та місцевому рівнях на базі наявних інституцій органів місцевого самоврядування, зокрема центрів надання адміністративних послуг. ЦПП надаватимуть безкоштовні інформаційні та консультаційні послуги передусім для мікро- та малого бізнесу, а також осіб, які планують започаткувати власну справу;
- 2) запровадження механізму часткового гарантування кредитів. В рамках цього механізму підприємці, які не мають достатнього забезпечення застави, але можуть підтвердити достатність обігових коштів для погашення кредиту, зможуть розраховувати на часткове гарантування їхніх позичок від Німецько-українського фонду, який виступає партнером пілотного проекту із запровадження механізму;
- 3) створення Державного інформаційного порталу для малого і середнього бізнесу, який забезпечить доступ до інтегрованої інформації про наявні програми фінансової та навчальної підтримки; інституції, які надають

послуги та допомогу бізнесу та іншій інформації, яка має важливе значення для вдалого розвитку бізнесу;

- 4) створення інформаційного довідника для підприємців-початківців, який міститиме детальні інструкції про започаткування та ведення власної справи, отримання фінансування, створення бізнес-моделі, виконання регуляторних вимоги держави і т. ін;
- 5) створення Програми навчальної та фінансової підтримки стартапів в межах підготовки Національної програми розвитку підприємництва. Регіональні пілотні програми підтримки стартапів поєднуюватимуть навчання осіб, які планують започаткувати власну справу; надання їм фінансової підтримки та менторської допомоги. Програма охоплюватиме також соціально вразливі групи населення [42].

Отже, МСП набувають широкого розвитку. Їм важливо усвідомлювати фінансову та стратегічну цінність ІВ, необхідно знати про право на захист своїх ПІВ, адже, ці фактори призводять до розвитку та конкурентоздатності фірми.

2.5 Забезпечення захисту прав інтелектуальної власності як передумова успішної комерціалізації

При комерціалізації інтелектуальної власності важливою умовою є захист забезпечення ПІВ. Як тільки новий продукт пропонується до продажу, і якщо він успішний на ринку, цілком імовірно, що конкуренти спробують зробити дешевший продукт з подібними властивостями. Це може тиснути на фінанси, особливо якщо організація або партнери вклали багато коштів в НДДКР для створення продукту. Для розквіту підприємства важливо, щоб захищати свої права на інтелектуальну власність.

Виключні права, надані патентами, дають власнику можливість заборонити, запобігти або зупинити діяльність, яка порушує його права. Власник патенту може

вимагати тимчасову заборону в терміновому порядку, до остаточного судового розгляду, якщо правопорушники приносять незбалансований збиток і діє без затримки. Також можна домогтися захоплення та знищення товару, який порушує права і повідомленню інформації про осіб, для яких відповідач надав правопорушний матеріал. Суди також мають можливість ефективно заморозити майно відповідача. У заявника також є можливість вимагати відшкодування або компенсацію за втрачену вигоду.

Як альтернатива власник патенту може запропонувати порушнику заключити ліцензійний договір про використання винаходу. Будь-яка альтернатива надає можливість для власників патенту або ліцензіатам забезпечити захист їхніх прав від копіювання, це має вирішальне значення для підтримки їх конкурентних переваг, займання долі ринку та прибутковості.

Щоб підвищити рівень використання МСП системи ІВ створюються спеціальні програми. Вони спрямовані на усвідомлення важливості системи ІВ, їх можна розділити на дві категорії: базове навчання системи ПІВ, більш поглиблені навчальні програми, спрямовані на аудиторію з базовими знаннями про ІВ. Серед заходів інформування найпоширеніші: дорожні знаки, відкриті дні, друковані та онлайн-матеріали [43]. Всі три види діяльності мають на меті надання необмеженої базової інформації про систему ІВ, яка включатиме матеріали про захист та комерціалізацію прав інтелектуальної власності.

Дорожні покази – один з найпростіших заходів, який організовується для цільової аудиторії МСП та індивідуальні підприємці. Наприклад, Британське Управління інтелектуальної власності проводить кампанію підвищення поінформованості про інтелектуальну власність під назвою "Що таке ключ"? партнерство з іншими британськими організаціями (включаючи Чартерний інститут патентних агентів, Інститут адвокатів з торгових марок, відділення ділових зв'язків та агентства регіонального розвитку). Основна мета кампанії полягає в підвищенні поінформованості серед бізнесу щодо їх інтелектуальних активів та їхнього потенціалу, надання інформації та підтримки щодо того, як їх захистити.

Захід WITK, як правило, відбувається за один день, і є розділений на дві частини. Перша частина містить загальне уявлення про права інтелектуальної власності, включаючи останні події, та наявні служби підтримки як на національному, так і на регіональному / місцевому рівнях. Частина друга складається у вигляді дослідження, що надає детальні відомості про місцеві "історії успіху", в тому числі про те, як місцевий бізнес успішно скористався системою ІВ. За кожною частиною слідує сесія із запитаннями та відповідями. Події WITK регулярно проводяться у Великобританії.

Ці дорожні вистави, як правило, проводяться в різних місцях і тривають від пари годин до цілого дня. Секрет успішних подій – аудиторія приймає активну роль у дискусії. Дискусії, як правило, дуже практичні. Головне повідомлення – це передавати інформацію про захист ПІВ, включаючи ознайомлення з процесом реєстрації різних прав промислової власності (патенти, торгові марки та промислові зразки). Дорожні покази готують аудиторію до більш спеціалізованих навчальних програм.

Відкриті дні – це ще одна популярна та ефективна форма інформування. В основному, якщо суб'єкт господарювання, що надає послуги з прав інтелектуальної власності, такий як офіс ІВ, відкриває свої приміщення, для зацікавлених МСП, одночасно надаючи інформацію про свою діяльність та про аспекти системи ІВ. Паралельні заходи, такі як виставки та аудіовізуальні презентації, як правило, проводяться протягом цих заходів.

Ще один ефективний спосіб підвищення обізнаності про ІВ – це друковані та інтерактивні матеріали. Брошури, що охоплюють різноманітні категорії прав інтелектуальної власності та презентації матеріалів веб-сайту були ефективно використані відділами ІВ для поширення системи ІВ серед різних зацікавлених сторін, в тому числі МСП та індивідуальних підприємців. Інтернет-інструменти внесли свій внесок у розповсюдження традиційних друкованих матеріалів та веб-сайти є корисним джерелом інформації, особливо якщо виступають в якості "єдиного вікна" для інформації про ІВ в одній країні або в ряді країн.

Також існують розширені програми інформативності, вони спрямовані на МСП та приватних підприємців, які вже володіють базовими знаннями у сфері ІВ. Ці програми також включають в себе послуги: аудит ІВ, консультування МСП щодо його стратегії ІВ, проведення початкової оцінки вартості інтелектуальної власності компанії.

Отже, при комерціалізації інтелектуальної власності важливою умовою є захист забезпечення ПІВ. Для економічного розвитку країни, її конкурентоспроможності важливо залучати до інновацій та їх патентування МСП, які не є активними учасниками системи ІВ. Існує дві основні причини: недостатня проінформованість та значні затрати. Необхідною умовою для успішної комерціалізації є вивчення її економічних аспектів, на що звернено увагу у наступному розділі.

3 ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

3.1 Ринок інтелектуальної власності

З розвитком інтелектуальної власності формується система економічних відносин між різними суб'єктами господарювання з приводу організації, використання і купівлі-продажу патентів, ліцензій, інших об'єктів інтелектуальної власності і привласнення на цій основі частини необхідного і додаткового прибутку, тобто світовий ринок інтелектуальної власності. Для виведення свого продукту ІВ на ринок, необхідно спочатку його проаналізувати, отже розглянемо, які країни займають лідируючі позиції у патентуванні ОПІВ.

За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), очолюють рейтинг провідних країн-новаторів Швейцарія, Швеція, Нідерланди, США і Велика Британія, а група країн, в яку входять Індія, Кенія і В'єтнам, випереджає країни, які досягли того ж рівня розвитку.

Індії стає формуючим інноваційним центром в Азії, високу в порівнянні з рівнем розвитку інноваційну активність проявляють країни Африки на південь від Сахари і можливості зміцнення інноваційного потенціалу в регіоні Латинської Америки та Карибського басейну.

З 2016 року число заявок на видачу патентів і реєстрацію товарних знаків і промислових зразків досягло рекордно високих показників; це відбувалося на тлі стрімко зростаючого попиту на дані послуги в Китаї - країні, що отримала більше патентних заявок, ніж Сполучені Штати Америки, Японія, Республіка Корея і Європейське патентне відомство разом узяті.

З 2016 року новаторами у всьому світі було подано 3,1 млн патентних заявок, що на 8,3% більше, ніж роком раніше, причому ця позитивна динаміка спостерігається останні сім років, відзначається в щорічній доповіді ВОІВ «Світові

показники діяльності у сфері інтелектуальної власності»(WIPI). З майже 240600 патентних заявок Китай отримав близько 236600, що складає 98% від загального приросту. Число заявок на реєстрацію товарних знаків зросло на 16,4% і майже досягло 7 млн, а кількість поданих в світі заявок на промислові зразки збільшилася на 10,4% і склало близько 1 млн, причому обидва ці показники обумовлені зростанням попиту в Китаї [44].

Останні дані, що свідчать про зростання попиту на права інтелектуальної власності, кажуть про продовження тенденції останнього десятиліття, згідно з якою розвиток подій в Китаї все більше відбивається на загальносвітових показниках. За даними ВОІВ географічні зазначення (ГУ) – позначення, які використовуються на продуктах, які відбуваються з певного географічного району і мають якість або репутацію, зумовлену таким походженням, наприклад Грюйер - для сиру або Текіла - для міцних спиртних напоїв. Ці дані охоплюють 54 національних і регіональних органів, які повідомили про наявність майже 42500 охоронюваних ГУ.

Найбільше число патентних заявок – рекордні 1,3 млн – було отримано в 2016 р Державним відомством інтелектуальної власності Китаю (SIPO). За SIPO слідують Відомство по патентам і товарним знакам США (ВПТЗ США) (605571 заявка), Японське патентне відомство (ЯПВ) (318 381), Корейське відомство інтелектуальної власності (КІРО) (208 830) і Європейське патентне відомство (ЄПВ) (159 358). Що стосується чисельності таких заявок в розрахунку на душу населення, то тут Китай поступається Німеччині, Японії, Республіці Корея і США.

На частку п'яти провідних відомств доводиться 84% всіх поданих в світі заявок. Якщо говорити про відомства першої п'ятірки, то можна відзначити, що збільшилася кількість заявок в Китаї (+ 21,5%) і США (+ 2,7%), тоді як ЄПВ (-0,4%), а також відомства Японії (-0 , 1%) і Республіки Корея (-2,3%) отримали в 2016 р менше заявок, ніж роком раніше. У першій десятці відомств також фігурують Німеччина (67 899), Індія (45057), Російська Федерація (41 587), Канада (34 745) і Австралія (28394) [44].

Частка Азії в загальній кількості поданих в світі заявок збільшилася з 49,7% в 2006 році до 64,6% в 2016 р, головним чином за рахунок стрімкого зростання чисельності заявок в Китаї. Відомства, розташовані в азіатських країнах, отримали трохи більше 2 млн заявок. Що стосується заявок, поданих за кордоном, то за цим показником як і раніше лідирують резиденти США. Вони подали в чотири рази більше «закордонних» патентних заявок (215918), ніж резиденти Китаю (51522). За США йдуть Японія (191819), Німеччина (75378) та Республіка Корея (69945). Серед великих країн із середнім рівнем доходу велика частка «закордонних» заявок від загального числа подач в Бразилії, Індії, Малайзії, Мексиці та Південній Африці: якщо в Бразилії вона становить 27,3%, то в Індії це вже 47,5%. Основна маса заявок, поданих вихідцями цих країн за кордоном, була призначена для США.

Подача заявок за кордоном свідчить про інтернаціоналізацію охорони прав інтелектуальної власності і прагненні комерціалізувати технології на зарубіжних ринках». Патенти, для яких заявники хочуть забезпечити міжнародну охорону, мабуть, мають більш високу вартість, якщо враховувати значні витрати на патентування.

З 11,8 млн світових патентів, що залишалися в силі в 2016 р, 2,8 млн діяли в США, 2 млн - в Японії і 1,8 млн – в Китаї.

З 2016 року в світі було подано близько 7 млн заявок на реєстрацію товарних знаків із зазначенням 9,77 млн класів, таким чином, число поданих заявок зросло в порівнянні з 2015 р на 16,4%, а значить, зростання відповідного показника триває сьомий рік поспіль.

Число заявок на реєстрацію товарних знаків в усьому світі зросло в три рази з 2001 року, що відображає важливість охорони брендів в сучасному діловому середовищі. Найбільше число заявок - близько 3,7 млн за сумою класів - отримання відомством Китаю; за ним слідує США (545587), Японія (451320), Відомство інтелектуальної власності Європейського союзу (EUIPO) (369970) і Індія (313623).

Серед п'яти провідних відомств впевнений річне зростання продемонстрували Китай (+ 30,8%), Японія (+ 30,8%) і Індія (+ 8,3%). У першій двадцятці динамічні темпи зростання також відзначено у відомствах Російської Федерації (+ 14,8%), Сполученого Королівства (+ 19,1%) і В'єтнаму (+ 21,1%).

Порівняно висока частка заявок на отримання охорони за межами рідних країн відзначена серед заявників зі Швейцарії (77%), США (46%), Німеччини (45%), Нідерландів (44%) і Швеції (42%). Для порівняння близько 95% всіх заявок, отриманих від китайських заявників, були подані в Китаї і лише 5% - для отримання охорони за кордоном.

З 2016 року 10,5% всіх світових заявок на реєстрацію товарних знаків були подані в сфері реклами і ділового управління; за ними слідують такі області, як комп'ютерна техніка, програмне забезпечення та апаратура (6,9%), освіта і дозволя (5,8%) і одяг (5,7%). За оцінками, в світі налічувалося 39,1 млн діючих реєстрацій товарних знаків, 12,4 млн з яких припадають на один лише Китай; за ним слідують США (2,1 млн реєстрацій), Японія (1,9 млн), Індія (1,3 млн) і Мексика (1,1 млн).

З 2016 року загальне число заявок на реєстрацію промислових зразків зросло на 10,4% і склало, за оцінками, 963100 заявок, в яких було зазначено 1,2 млн зразків [2]. Число зазначених в заявках зразків у всьому світі зросло на 8,3%, перш за все в результаті динамічного зростання в Китаю.

З 2016 року відомство Китаю отримало заявки на реєстрацію 650344 зразків, що становить 52 % від загальносвітового показника. Далі в списку фігурують ВІСЕС (104 522), КІРО (69 120), Німеччина (56 188) і Туреччина (46 305). Найвищі темпи зростання за кількістю зразків в першій двадцятці відомств відзначені в Ісламській Республіці Іран (+ 34,8%), за якою слідують Україна (+ 17,4%), Китай (+ 14,3%) і США (+12, 1%).

Значна частка зразків, зазначених в заявках заявників зі Швейцарії (84,2%), Швеції (66,8%) і США (55,8%), призначена для охорони за кордоном, тоді як

заявники з Китаю, Індії та Ісламської Республіки Іран в своїй більшості запитували охорону на вітчизняних ринках. 10,8% всіх поданих заявок містили вказівку зразків, пов'язаних з предметами меблів; за ними слідують такі області, як предмети одягу (8,6%) і упаковка і контейнери (7,3%). Загальна кількість охоронюваних в світі промислових зразків зросла на 6% і досягло 3,6 млн. Порядку 1,36 млн зразків охороняються Китаї; далі в списку значаться Республіка Корея (338 234), США (307 018), Японія (250 819) і ВІСЕС (194 781).

Для патентів і товарних знаків 2015 рік став роком шостого року, коли заявки збільшилися, а заявки на корисні моделі та промислові зразки повернулися до зростання після зниження в попередньому році.

У 2015 році лідируючі позиції по кількості заявок на патенти, корисні моделі, товарні знаки і промислові зразки, в тому числі 61,9 % всіх патентних заявок по всьому світу отримано у Азії, що зображено на рисунку 3.1.

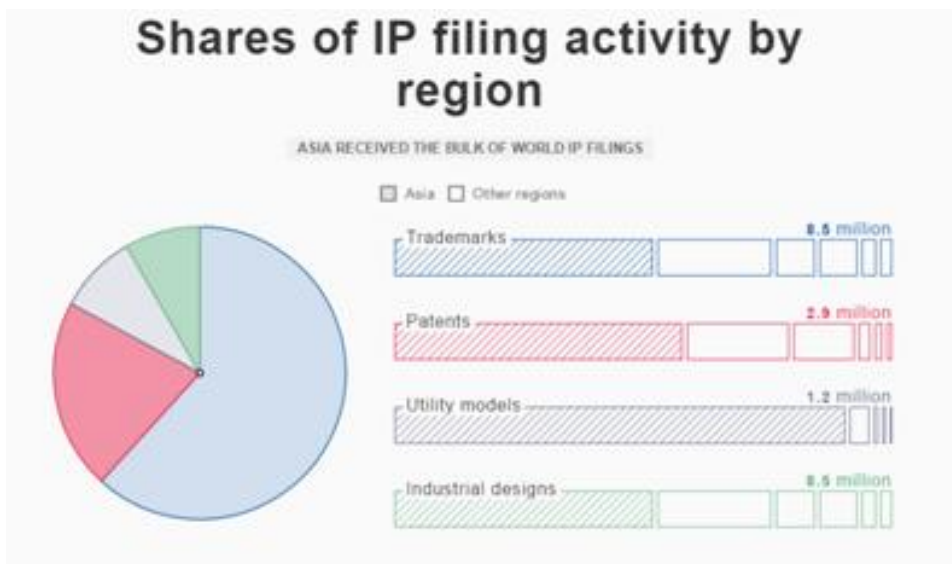


Рисунок 3.1 – Відношення кількості заявок Азії до усього світу

Близько 2,9 млн. патентних заявок було подано у всьому світі в 2015 році, що на 7,8% більше, ніж в 2014 році. Найбільш сильне зростання було зареєстровано в Китаї, і в 2015 році було отримано близько 174000 з майже 208000 заявок. У 2015

році Китай став першим офісом, який отримав більше мільйона патентних заявок за один рік. Він отримав майже стільки ж заявок, що і Японія, Республіка Корея і США, це співвідношення зображено на рисунку 3.2.

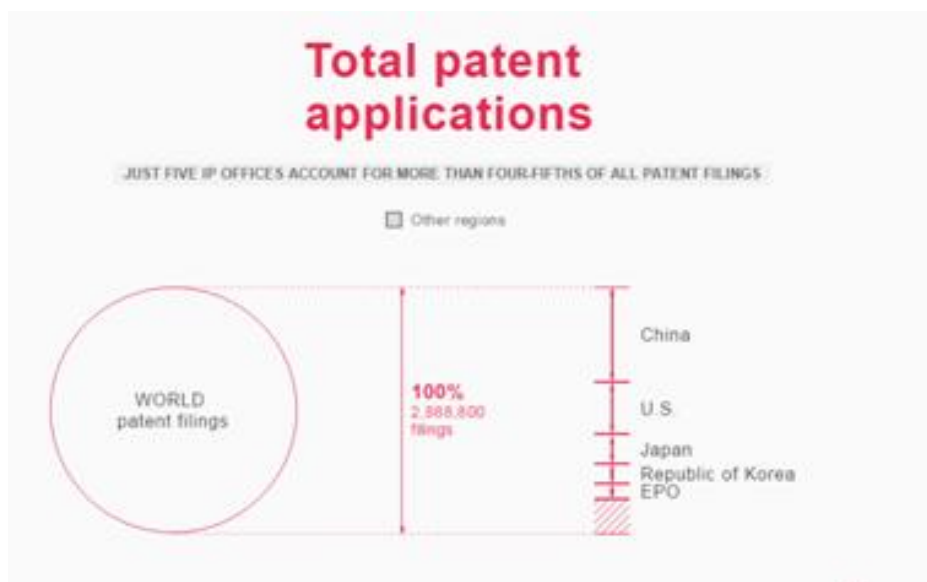


Рисунок 3.2 – Лідируючі країни по кількості поданих заявок

Патентні заявки охоплюють широкий спектр технологій. Кожній патентній заявці присвоюється один або кілька символів міжнародних патентних класифікацій. Кращі 10 претендентів на РСТ, зображені на рисунку. Вони працюють в основному в області цифрового зв'язку, телекомунікацій та електроніки.



Рисунок 3.3 – Компанії, лідери патентування

Отже, провідними країнами-новаторами є: Швейцарія, Швеція, Нідерланди, США і Велика Британія, а група країн, в яку входять Індія, Кенія і В'єтнам, випереджає країни, які досягли того ж рівня розвитку. Найбільше число патентних заявок – рекордні 1,3 млн – було отримано в 2016 р Державним відомством інтелектуальної власності Китаю (SIPO). За SIPO слідує Відомство по патентах і товарним знакам США (ВПТЗ США) (605571 заявка), Японське патентне відомство (ЯПВ) (318 381), Корейське відомство інтелектуальної власності (КІПО) (208 830) і Європейське патентне відомство (ЄПВ) (159 358). Що стосується чисельності таких заявок в розрахунку на душу населення, то тут Китай поступається Німеччині, Японії, Республіці Корея і США. За цими даними можна зробити висновок, що ринок ІВ розвивається, тому з кожним роком важливішими будуть ставати питання комерціалізації ІВ.

3.2 Міжнародна практика використання інтелектуальної власності в капіталізації компаній

Об'єкти інтелектуальної власності розглядають як довгострокові та перспективні вкладення капіталу. Вони можуть бути використані як внески до статутного капіталу, для оплати додаткових емісій акцій, якщо статутні фонди в акціонерних товариствах зростають. Інтелектуальна власність займає значну частку в структурі інтелектуального капіталу, її ефективне використання інтелектуальної власності дозволяє збільшувати обсяг капіталізації компаній.

Наприклад, у книзі Л. Едвінсона і М. Мелоуна «Інтелектуальний капітал: визначення вартості» показана історія компанії "Лотус", яка створена у 1980 р. і швидко стала провідним постачальником комп'ютерних програм, у тому числі інтерактивних електронних таблиць для обробки даних, виникли проблеми з конкурентами, включаючи такого гіганта, як "Майкрософт" [45]. І хоча за балансом все складалося добре і піна була високою, проте гостра конкурентна боротьба

виснажила її, і реальна вартість, що визначається в категоріях інтелектуального капіталу, катастрофічно зменшувалася. Проте відбуваються нові зміни. Фірма "Лотус" розробила комп'ютерні програми для сучасного покоління, втілені у продукті "Notes", який передбачав організаціям зростання продуктивності шляхом введення електронних таблиць і супутніх програм, а керівництво фірми повністю переорієнтувалося на групову обробку даних. Вкладаючи кошти в розвиток продукту Notes, організація розробила програму збуту і розвитку, що сприяло розв'язанню всіх проблем фінансової звітності корпорації.

Отже, коли фірма "Лотус" мала вигляд компанії, яка успішно розвивалася, насправді ситуація була набагато гіршою, а коли її стан начебто погіршувався, невідчутні активи принесли справжній успіх. У 1995 р. "Ай-Бі-Ем" поглинула "Лотус". Однак ринкова ціна останньої у 15 разів перевищувала її опубліковану балансову вартість, адже вона привернула увагу мільйонів клієнтів тим, що активно розробляла нові продукти та впроваджувала технологічні процеси, здобула сильні позиції на ринку і створила популярні програмні продукти, насамперед "Notes". "Ай-Бі-Ем" заплатила 3,5 млрд. дол. США за компанію, котра на папері коштувала всього 230 млн. дол. США. Це пов'язано з тим, що компанія мала великі невідчутні активи — ринок постійних покупців, компетентність і високий професіоналізм персоналу, а головне — новаторські розробки програм, на основі яких створили продукт "Notes"; для неї характерна була передбачуваність керівництва, яке зробило на нього ставку.

Лише деякі компанії, серед яких Skandia, IBM і ін., Протягом декількох останніх років публікують інформацію про інтелектуальний капітал своєї компанії. Так, консультанти компанії Arthur Partners порівняли ринкову та балансову вартості 3500 американських компаній протягом двох десятиліть. В результаті вони з'ясували: якщо в 1978 році ці два показники знаходилися досить близько одна від одної - балансова вартість становила 95% ринкової вартості, то через 20 років вони явно «розбіглися» в сторони - в 1998 році балансова вартість становила лише 28% ринкової вартості досліджених компаній »[46].

За даними аналітика П. Страссман [47] в кінці 1998 р загальна вартість 6153 американських компаній склала 13,7 трлн. доларів, причому вартість основного капіталу 25% найбільш вдалих з цих компаній (таких, як Microsoft, Symantec, Oracle, IBM і т. п.) становить в середньому всього 14% від їх ринкової вартості. Отже, що залишилися 86% вартості визначається як вартість знань, накопичених компаній. Наприклад, в 1996 р ринкова капіталізація активів IBM виражалася в сумі близько 70,7 млрд. Дол., Загальна капіталізація «Майкрософт» становила 85,5 млрд. Дол. Але за цими капіталами стоять різні активи. На початку 1996 р IBM за вирахуванням амортизації володіла майном, основними виробничими засобами і обладнанням на суму 16,6 млрд. Дол., Залишкова ж вартість основного капіталу Microsoft була всього 930 млн. Дол. [48]. Іншими словами, на кожні 100 доларів, вкладені в IBM, припадають основні фонди вартістю 23 долари, тоді як тим же 100 доларам, інвестованих в Microsoft, відповідають фонди вартістю трохи більше долара. Експерти вважають, що співвідношення інтелектуального капіталу до вартості матеріальних засобів у високотехнологічних компаній має перебувати в межах від 5:1 до 16:1. Однак слід зауважити, що зростання вартості компанії на ринку не завжди означає зростання його інтелектуального капіталу, т. к. ціна акцій на ринку сильно схильна до кон'юнктурних впливів.

Оціночна вартість «Саусвест ерлайнз» буде вищою, ніж у авіакомпаній-ветеранів, які у багато разів перевершують її за масштабами перевезень. Коли в знаменитій мікросхемі Pentium корпорації «Інтел» виявляють дефект і розгорається гучний скандал, це практично не відбивається на курсі її акцій. Компанія «Нетскейп» з капіталом в 17 млн. Дол., Штат якої становить 50 співробітників, стає відкритим акціонерним товариством і, судячи за ринковою ціною акцій першого випуску, її капітал зросте до кінця року до 3 млрд. Дол. «Майкрософт» оголошує про випуск операційної системи Windows 95 - і вартість кожної її акції тут же підвищується більш ніж на 100 дол., в результаті чого ця компанія виявляється дорожче таких гігантів, як «Крайслер» або «Боїнг».

Якщо розглянути фірми електронної промисловості та виробництво інформаційного продукту, то співвідношення ринкової ціни і балансової вартості становило 0,45:1 для "Ай-Бі-Ем"; 1,35:1 — "Хьюлет Паккард"; 2,8:1 — "Інтел"; 9,5:1 — "Майкрософт"; 10,2:1 — "Рейтере"; 13:1 — "Фракл", 60:1 для "Нетскейп". Показники вражають. Але, якщо звернути увагу на "Ай-Бі-Ем", яка має найнижчий показник, то це зовсім не свідчить про її низьку ефективність. Варто зазначити, що інвестовані в неї на початку 50-х років 10 тис. дол. США на початку 80-х оцінювали більш як у 13 млн. дол. США.

З'ясуємо, у чому полягають успіхи діяльності компанії. Насамперед, не у збільшенні обсягу виробництва продукції, а в швидкому зростанні вартості акцій, "акціонерної вартості". Нині це і головне завдання, і основний показник діяльності керівництва фірми. Збільшення ринкової капіталізації компаній шляхом реалізації "програм створення вартості", "вартісних драйверів" (Value Drivers) дає змогу досягти зростання ринкової ціни більшості компаній від 50 до 100 % протягом двох-п'яти років. Якщо в індустріальному суспільстві головною метою було збільшення прибутку фірм, то в сучасному завданням є зростання ринкової оцінки фірми. Тому акції фірми "Netscape", заснованої у 1944 р. із фондами в 17 млн. дол. США, де застосовували працю понад 50 робітників і яка не мала прибутку від діяльності, лише протягом 1995 р. подорожчали з 28 до 130 дол. США, що сприяло нині збільшенню ринкової оцінки компанії до 6,5 млрд. дол. США.

Досить цікавим є приклад продажу автомобілебудівної компанії «Додж». Загальновідомо, що з 146 млн. Доларів продажної ціни, 74 млн. Визначалося вартістю торгової марки. Компанія «Philip Morris» придбала компанію «Kraft» за 13 мільярдів доларів США, що на 600% перевищувало її балансову вартість. Завдяки цій покупці компанія «Philip Morris» розраховує отримати лояльних споживачів продукції фірми Kraft. Збільшення абсолютної значущості інтелектуальної власності проявляється також у вигляді збільшення розмірів збитків правовласників від порушення прав. Наприклад, компанії, що займаються розробками програмного забезпечення, щорічно втрачають до 13-15 млрд. Доларів в результаті нелегального

тиражування програм. А щорічні збитки правовласників відомих торгових марок від продажу продукції з фальшивими торговими марками, за даними Міжнародної торгової палати і торгово-промислової палати Німеччини, становлять понад 100 млрд. \$ [49].

Аналізуючи вище наведену інформацію, можна дійти висновку, що підвищення конкурентної спроможності на підприємствах передбачає активне використання об'єктів інтелектуальної власності, частка яких безперервно стає більш вагомою порівняно з іншими активами в загальній структурі активів. Завдяки таким об'єктам підприємство має змогу збільшувати привабливість для інвесторів, підвищувати свою ринкову вартість, комерціалізувати ОПІВ, для чого потрібно вміти оцінювати майнові права ІВ, що вивчимо у наступному розділі.

3.3 Оцінка майнових прав інтелектуальної власності

В сучасних умовах розвитку економічної політики інтелектуальна власність відіграє дуже важливу роль, адже вона збільшує обсяги продажів і дозволяє фірмі одержати надприбутки, шляхом впливу на підвищення якості продуктів і задоволення споживчих властивостей. На жаль, процеси оцінки майнових прав на багатьох підприємствах, організаціях не чітко визначені та формалізовані, а ефективність управлінської діяльності недостатньо висока. Зважаючи на ці недоліки організаційного забезпечення на підприємствах з кожним днем зростає актуальність та важливість проблем у процесі комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності як особливих виробничих активів підприємств та базових елементів збільшення їх конкурентоздатності. З кожним днем інтелектуальні ресурси та інтелектуальний капітал набувають все більшого значення в якості основних ресурсів виробництва. Саме тому необхідно негайно детальніше аналізувати та вдосконалювати систему управління підприємством та ретельніше досліджувати підходи до інтелектуалізації.

Зосередимо свою увагу детальніше на оцінці майнових прав інтелектуальної власності. Для проведення оцінки майнових прав інтелектуальної власності застосовуються такі методичні підходи: дохідний; порівняльний; витратний.

Дохідний підхід до оцінки інтелектуальної власності є найбільш прийнятним для всіх шляхів її комерціалізації, оскільки він заснований на принципах, органічно пов'язаних з самою природою інтелектуальної власності, що оцінюється за очікуваним економічним ефектом, доходом, прибутком, і має універсальний характер, тобто застосовується до всіх ОІВ. На відміну від порівняльного і витратного підходів, орієнтованих на визначення вартості об'єктів оцінки шляхом порівняння з минулим досвідом і вже отриманими результатами від ідентичних або близьких об'єктів порівняння, при прибутковому підході детальному аналізу підлягає період, протягом якого даний ОІВ буде фактично використовуватися. При вірності такого підходу це висуває підвищені вимоги до встановлення розрахункових параметрів, що визначають умови використання конкретного ОІВ протягом розрахункового періоду. Даний метод оцінки вважається найбільш прийнятним, оскільки будь-який підприємець або інвестор, який вкладає гроші в реалізацію охоронюваних інновацій (ОІВ), в кінцевому рахунку витрачає кошти не на отримання знань, інформації, нематеріальних активів, а на потік майбутніх грошових доходів, які дозволяють йому окупити вкладені кошти, отримати прибуток.

Визначення вартості об'єктів інтелектуальної власності на основі дохідного підходу ґрунтується на припущенні, що покупець ОІВ не заплатить за даний об'єкт суму, більшу, ніж поточна вартість майбутніх доходів від його використання. Власник ОІВ не продасть свій об'єкт за ціною нижче поточної вартості прогнозованих майбутніх доходів. Вважається, що в результаті взаємодії сторони придуть до угоди про ринкову ціну ОІВ, що дорівнює поточній вартості майбутніх доходів.

Дохідний підхід заключається у переведенні очікуваних доходів у вартість об'єкта оцінки. Він застосовується, якщо можливо визначити розмір доходу від використання прав на ОІВ. Існує два методи дохідного підходу: метод непрямой капіталізації (дисконтування грошового потоку) та метод прямої капіталізації.

При застосуванні методів непрямой та прямої капіталізації необхідно визначити дохід від використання майнових прав ІВ. Для визначення доходу приміняють методи: метод переваги у прибутку і розподілу прибутків; метод додаткового прибутку; метод роялті.

Застосування методу переваги у прибутку передбачає дисконтування або пряму капіталізацію різниці між прибутком від діяльності суб'єкта права інтелектуальної власності, що провадиться з використанням об'єкта права інтелектуальної власності, та прибутком, отриманим від такої діяльності, за умови, що вона провадиться без використання зазначеного об'єкта [3].

Перевага у прибутку від використання ОПІВ формується у зв'язку зі збільшенням ціни реалізації за одиницю продукції, збільшенням обсягу реалізації продукції, скороченням витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції.

У методі розподілу прибутків виділяється із загальної суми прибутку, та частина, що отримана в результаті використання ОПІВ з переведенням у вартість майнових прав шляхом дисконтування або прямої капіталізації прибутку за умови обґрунтування застосування однієї із зазначених оціночних процедур у звіті про оцінку.

Застосування методу додаткового прибутку передбачає пряму капіталізацію додаткового прибутку, який може отримувати суб'єкт права інтелектуальної власності в результаті використання об'єкта права інтелектуальної власності понад середній прибуток, який отримують подібні суб'єкти, що не мають переваги володіння такими майновими правами.

Метод роялті застосовується при укладанні ліцензійного договору. Він полягає у визначенні суми дисконтованих доходів від ліцензійних платежів.

За базу роялті може прийматись виручка від реалізації ліцензійної продукції, обсяг виробленої чи реалізованої ліцензійної продукції в натуральному виразі, величина доходу (прибутку) від реалізації ліцензійної продукції та інші показники господарської діяльності. Ставка роялті визначається на підставі результатів аналізу ринку подібних об'єктів права інтелектуальної власності, за використання яких сплачується роялті.

Під час визначення розміру ліцензійних платежів враховуються вид та строк дії ліцензійного договору, кількість ліцензійних договорів, сфера використання об'єкта права інтелектуальної власності, обсяг переданих прав, характеристики об'єкта права інтелектуальної власності, майнові права на який є предметом ліцензійного договору, залишковий строк його корисного використання, строк освоєння процесу виробництва та/або реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) з використанням об'єкта права інтелектуальної власності, ступінь готовності такого об'єкта до використання за призначенням та інші показники, що можуть вплинути на розмір ліцензійних платежів.

Під час застосування методу непрямої капіталізації (дисконтування грошового потоку) прогностичний період визначається з урахуванням залишкового строку корисного використання об'єкта оцінки. При визначенні ставки дисконту враховуються ризики.

На відміну від дохідного підходу, при якому можливий прибуток від комерційної реалізації ОІВ оцінюється виходячи з передбачуваних результатів і витрат в майбутньому, в основі витратного підходу, як правило, лежать фактичні витрати на створення, придбання і використання ОІВ за минулий розрахунковий період. Це підвищує точність і достовірність розрахунків, оскільки вони засновані на фактичних витратах, підтверджених документальними даними. Однак такий

підхід щодо ОІВ має обмежене застосування, оскільки в ньому не враховується їх науково-технічна та комерційна значимість, яка може бути виявлена при використанні ОІВ в комерційних цілях, витратний підхід переважно використовується для цілей капіталізації ОІВ і лише в деяких випадках застосовується для комерційного використання нововведень.

У розрахунки повинні бути включені витрати не тільки на розробку і правову охорону ОІВ, а й на виробництво дослідних зразків продукції, підготовку виробництва, забезпечення нормального ходу виробничого процесу і реалізації продукції. Чим повніше враховані реальні витрати, тим більше обґрунтованим є результат оцінки.

Витратний підхід до оцінки майнових прав інтелектуальної власності ґрунтується на визначенні вартості витрат, необхідних для відтворення або заміщення об'єкта оцінки. У витратному підході застосовуються такі методи: заміщення та прямого відтворення.

Метод прямого відтворення ґрунтується на визначенні поточної вартості витрат, пов'язаних із створенням (розробленням) або придбанням на дату оцінки майнових прав інтелектуальної власності, які оцінюються, приведенням об'єкта права інтелектуальної власності в стан, що забезпечує його найбільш ефективно використання, з урахуванням витрат на правову охорону, маркетингові дослідження, рекламу тощо, а також розмір прибутку суб'єкта господарювання, який створив (розробив) такий об'єкт [50].

Вартість заміщення визначається на підставі інформації про поточну вартість витрат станом на дату оцінки на створення (розроблення) або придбання, приведення об'єкта права інтелектуальної власності, подібного до об'єкта права інтелектуальної власності, майнові права на який оцінюються і який за своїми споживчими, функціональними, економічними показниками може бути йому рівноцінною заміною, в такий стан, що забезпечує його найбільш ефективно

використання, а також інформації про витрати, пов'язані з проведенням маркетингових досліджень і рекламою подібного об'єкта, та про розмір прибутку суб'єкта господарювання, який створив (розробив) подібний об'єкт.

Поточна вартість витрат зменшується на величину зносу (знецінення) майнових прав інтелектуальної власності, яка визначається залежно від залишкового строку корисного використання об'єкта оцінки методом строку життя. Метод строку життя передбачає визначення зносу шляхом ділення фактичного строку корисного використання об'єкта права інтелектуальної власності, майнові права на який оцінюються, на суму фактичного та залишкового строків корисного використання такого об'єкта.

Порівняльний підхід до визначення ціни товару, нерідко званий методом порівняльних продажів, заснований на вивченні кон'юнктури галузевих ринків і рівня цін, за якими пропонуються і реалізуються на ринку схожі товари. При встановленні ціни на свій товар конкретний виробник виходить не з власних витрат виробництва, а з існуючих на ринку світових цін на аналогічні товари. При порушенні цього принципу товар стає неконкурентоспроможним і не може бути реалізований на ринку. Існує безліч джерел, за допомогою яких можна орієнтуватися в світових цінах на різні товари. Це різні статистичні збірники, довідники. У них публікуються біржові, аукціонні ціни, ціни фактичних угод, пропозицій великих фірм.

Таких же повних і докладних публікацій щодо цін і умов комерційних угод на об'єкти промислової власності та ноу-хау не існує. Більш того, унікальний характер об'єктів інтелектуальної власності, а також конфіденційність інформації про умови укладених на їх передачу комерційних угод вкрай ускладнюють пошук на ринку аналогів ОІВ для проведення порівняльного аналізу раніше укладених і планованих угод.

Використання порівняльного підходу передбачає збір, аналіз і систематизацію даних про комерційні умови укладених ліцензійних та інших договорів на передачу ОІВ на світовому і національному ринках за галузевим принципом і створення на цій основі баз даних з використанням ЕОМ, що дозволяє більш точно розраховувати параметри, необхідні для оцінки ОІВ по раніше розглянутим методикам, в тому числі терміни договорів, розмір роялті, продажні ціни, умови платежу та ін. Визначити ринкову вартість ОІВ на базі аналогів можна лише при правильному зіставленні цілей, обсягу і умов надання прав, а також умов виплати винагороди.

При порівняльному підході формується сукупність елементів порівняння з факторів, які впливають на вартість майнових прав інтелектуальної власності. До таких факторів, зокрема, належать наявність правової охорони майнових прав інтелектуальної власності; умови фінансування договорів, предметом яких є майнові права інтелектуальної власності; галузь або сфера, в якій може використовуватись об'єкт права інтелектуальної власності, майнові права на який оцінюються; функціональні, споживчі, економічні та інші характеристики такого об'єкта; рівень його новизни; залишковий строк корисного використання; придатність до промислового (комерційного) використання.

Оцінка окремих видів майнових прав інтелектуальної власності може проводитись за умови відповідного обґрунтування із застосуванням методу залишку, який поєднує три методичні підходи і передбачає такі оціночні процедури:

- 1) визначення загальної вартості всіх необоротних активів шляхом обчислення ринкової вартості цілісного майнового комплексу із застосуванням методів дохідного або порівняльного підходу, зменшеної на розмір робочого капіталу;
- 2) визначення вартості кожного з об'єктів у матеріальній формі, довгострокових фінансових інвестицій, довгострокової дебіторської заборгованості, відстрочених податкових активів із застосуванням методів дохідного, порівняльного або витратного підходів;

- 3) визначення загальної вартості необоротних активів як суми вартості активів, обчисленої відповідно до абзацу третього цього пункту;
- 4) визначення різниці між вартістю активів, обчисленою відповідно до абзацу другого цього пункту, та вартістю активів, обчисленою відповідно до абзацу четвертого цього пункту, і обґрунтування віднесення такої різниці до вартості майнових прав інтелектуальної власності.

Методи залишку і додаткового прибутку застосовуються за умови, що оцінювачем не виявлено підстав для того, щоб припускати наявність у складі цілісного майнового комплексу суб'єкта права інтелектуальної власності інших нематеріальних активів, крім оцінюваного майнового права інтелектуальної власності.

Розглянувши майже всі аспекти комерціалізації інтелектуальної власності варто перейти до розгляду нових форм комерціалізації, адже, вони є більш прогресивними, конкурентоздатними та прибутковими.

4 ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: КРИТЕРІЇ ВИБОРУ БІЗНЕС-МОДЕЛІ

4.1 Електронна торгівля та інтелектуальна власність

Останнім часом електронні технології, Інтернет-комунікації суттєво розширили сфери використання електронних засобів і поклали початок розвитку принципово нового напрямку — електронного бізнесу, який у західних країнах називають "економікою XXI сторіччя". Нова економіка відкриває необмежені можливості для підприємництва. У 2003 в США серед компаній, які досягли високої капіталізації, дуже висока частка фірм, – 61 %, які почалися з малого домашнього бізнесу, за кухонним столом творця фірми, причому 16 % всіх фірм були створені зі стартовим капіталом менше US \$ 1000 [52]. Ці факти є надихаючим свідченням того, як багато підприємець може досягти сьогодні, будуючи свій бізнес на ідеї, час якої настав. Головні рушійні сили: венчурні фірми, інновації, підприємницька творчість.

Із стрімким зростанням використання мережі Інтернет, особливо для електронної торгівлі, обміну інформацією та знаннями, система інтелектуальної власності стала життєво важливою для належного розвитку цифрової економіки.

Компанії, для яких онлайновий бізнес є основним або одним з видів діяльності, частіше, ніж інші ділові структури, залучені в продаж товарів і послуг, заснованих на інтелектуальній власності та її ліцензуванні. Музика, зображення, фотографії, програмне забезпечення, креслення, навчальні модулі, системи і т.д. можуть бути об'єктом комерційних операцій, здійснюваних за допомогою нових цифрових інформаційних технологій, зокрема Інтернет. В цьому випадку, інтелектуальна власність стає основною складовою вартості в угоді. Інтелектуальна власність набуває важливого значення, так як цінні об'єкти, щодо яких

здійснюються комерційні операції в мережі Інтернет, повинні бути захищені за допомогою систем технічної безпеки і законодавства про охорону інтелектуальної власності. В іншому випадку, якщо вони будуть вкрадені або скопійовані, навіть успішний бізнес може бути зруйнований.

Інтелектуальна власність забезпечує роботу нових цифрових технологій. Системи, що дозволяють функціонування Інтернет – програмне забезпечення, мережі, креслення, чіпи, маршрутизатори і комутатори, призначені для користувача інтерфейси і т.д. Є об'єктами прав інтелектуальної власності і часто охороняються даним правом.

Для підприємств, що здійснюють електронну торгівлю, комерційне просування бренду має навіть більше значення, ніж для традиційного бізнесу. Це пов'язано з тим, що покупці більш обережні в онлайн-середовищі, продавці можуть перебувати на відстані, а фізичний контакт, що дозволяє переконати покупців у фінансовій безпеці і сумлінності вашого бізнесу, мінімальний або зовсім відсутній. Так як просування бренду, визнання з боку покупців і репутація захищаються законодавством про торгові знаки і недобросовісну конкуренцію, торгові знаки є важливою частиною бізнесу в сфері електронної торгівлі. Однак ідентифікація в мережі Інтернет не зводиться тільки до системи торгових знаків: важливу роль відіграє також система доменних імен, що допомагає користувачам знайти шлях до сайту вашої компанії. Завдяки легкості, з якою можна запам'ятати доменні імена, вони подібні торговим знакам виконують функцію ідентифікації бізнесу.

Більша частина вартості компаній в області нових цифрових технологій, формується з прав інтелектуальної власності. Оцінка вартості таких компаній буде залежати від того, чи є правова охорона на їх інтелектуальну власність. Багато компаній, що працюють в сфері технологій, мають портфелі патентів і торгових знаків, що збільшує вартість їх бізнесу.

Для створення нового продукту потрібно так багато різних технологій, що компанії часто залучають зовнішні ресурси для розробки окремих компонентів продукції або спільно використовують технології на основі ліцензійних договорів. Тому компанії, бізнес яких заснований на Інтернет-технологіях, часто залежать від ліцензування патентів.

Різні види інтелектуальної власності можуть забезпечувати охорону різних компонентів комп'ютерної програми, які зображені у таблиці 4.1:

Таблиця 4.1 – Компоненти комп'ютерної програми, які охороняються, як ОПІВ

Об'єкт захисту	Сфера порушення
Охорона інтелектуальної власності в області програмного забезпечення	Авторське право
	Патенти
	Комерційна таємниця
	Промисловий зразок
Поширення контенту в цифровому середовищі	Неправомірне завантаження з мережі Інтернет
Доменні імена	Протиріччя з правами на торговий знак або ім'я іншої особи

З таблиці видно, що охорона інтелектуальної власності в області програмного забезпечення може бути компонентом:

1.1 Авторського права – одна з найбільш часто використовуваних форм охорони компонентів комп'ютерної програми.

1.2 Патентів – у деяких країнах винаходи, які стосуються програмного забезпечення, можуть також охоронятися патентами, в той час як в інших країнах програмне забезпечення однозначно виключено з об'єктів патентної охорони.

1.3 Комерційної таємниці – багато компаній охороняють вихідний код програмного забезпечення в режимі комерційної таємниці.

1.4 Промислових зразків – деякі елементи, створені комп'ютерним забезпеченням, а також іконки, які відображаються на екрані комп'ютера, в деяких країнах можуть охоронятися в якості промислових зразків.

2. Поширення контенту в цифровому середовищі:

2.1 Неправомірне завантаження з мережі Інтернет. В останні роки широке висвітлення отримують випадки незаконного поширення охороняється правом інтелектуальної власності музики, фільмів, творів мистецтва, фотографій, сценаріїв і програмного забезпечення (змісту або т.зв. «контенту») в мережі Інтернет. Такі неавторизовані завантаження часто порушують національне законодавство про авторське та суміжні права. Через легкості, з якою цифрові файли можуть бути завантажені з мережі Інтернет, неавторизоване копіювання контенту стало серйозною проблемою, що завдає правовласникам втрати прибутку в мільйони доларів.

2.2 Якщо компанія залучена в електронну торгівлю, завжди пам'ятайте про необхідність: охороняти ваші права інтелектуальної власності в мережі Інтернет; ніколи не поширювати і не дозволяти завантаження контенту третьої сторони, який не належить вашій компанії; вживати заходів, що забезпечують розуміння вашими працівниками політики компанії з цих питань.

3. Питання, пов'язані з доменними іменами

Як не дивно, але багатьом компаніям не вдається зробити правильний вибір при виборі адрес з мережі Інтернет, або, як їх називають, доменних імен. Доменне ім'я може бути вільним і доступним для реєстрації, але це не робить його автоматично безпечним з правової точки зору або практично корисним. Наприклад, обране доменне ім'я може вступати в протиріччя з правами на торговий знак або

правами на ім'я іншої особи. Перш ніж реалізувати свою присутність в мережі Інтернет і стати видимим всьому світу, варто розібратися в основах системи доменних імен та її взаємодії з системою торгових знаків.

Аналізуючи електронну комерцію можна зробити висновок, що незважаючи на однозначну привабливість online-мережі для розвитку e-commerce, саме online-мережа стає віртуальним ринком обігу та збуту продукції з порушенням прав інтелектуальної власності, ігноруванням прав споживачів. Тому, в електронній комерції є об'єкти інтелектуальної власності, такі як: доменне ім'я, веб-сайт, програмне забезпечення, які потребують правового захисту.

4.2 Стартап проекти, як бізнес-модель

З розвитком інформаційних технологій і глобалізації поширюється поняття стартапа. Термін «стартап» застосовується відносно компаній, що працюють у сфері інформаційних технологій. Стартап – новостворена компанія, бізнес якої ґрунтується на інноваційних технологіях, що не вийшли на ринок або щойно почала на нього виходити і має потребу у залученні зовнішніх ресурсів [53]. Тому сучасному інженеру необхідне чітке розуміння того, як «добре» розроблене інноваційне програмне забезпечення популяризувати і комерціалізувати.

Оскільки сучасний ринок є досить нестабільним та мінливим, де підприємці шукають нові ідеї, можливості та підходи аби використати їх у веденні бізнесу. Стартап виступає новою перспективною формою комерціалізації інтелектуальної власності в Україні. Саме за допомогою розвитку стартап-компаній в Україні вирішується питання малого та середнього бізнесу, які в подальшому стануть великими компаніями та матимуть наукоємну продукцію і розвинений підприємницький сектор.

Українці розробляють успішні стартап-компанії. Сьогодні налічується приблизно 3000 стартап-компаній в Україні [54]. Зростання кількості стартап-компаній відбувається за допомогою міжнародних та локальних інвесторів. Звісно, не можна сказати, що абсолютно всі компанії є лідерами на ринку. Найбільш успішними стартап-компаніями є ті, що зайняті в ІТ-сфері.

Патенти на продукт або технологію є важливою частиною комерціалізації (монетизації) усіх стартапів. У цьому випадку патентні документи є гарантією збереження прав власника, а також одним з способів захисту від так званого патентного троллінгу, який здатен погубити з виду міцний та ефективний стартап. У загальному значенні, патентний троль – це юридична або фізична особа, яка спеціалізується на пред’явленні патентних позовів.

Патентний пошук, проведений на найпершому етапі патентування, може вберегти вас від порушення вже існуючих патентів, про які ви могли не знати, вважаючи свою ідею унікальною. Вчасно внесені у ваш проект незначні зміни на ранній стадії допоможуть уникнути його краху надалі, оскільки у принципі, будь-який патент можна обійти, видозмінивши захищені ознаки патентної формули.

У тому випадку, коли стартап фінансується за рахунок інвестицій сторонніх осіб, наявність патентів та охоронних документів (наприклад, авторське право) надасть переваги вашому проекту відносно аналогічних конкурентів не тільки на Українському ринку, а й на світовій арені. Також патенти на винаходи, які створювалися під час процесу затвердження стартапу збільшить шанси знайти інвестора, а також понизить страхи та ризики відносно шахрайських або недобросовісних дій збоку інвестора.

Тож навіщо патентувати власний стартап? Деякі переваги захисту інтелектуальної власності наведені нижче:

- 1) Захист вашої технології або продукту від копіювання та комерційного відтворення конкурентами.
- 2) Зниження ризику патентного троллінгу.

- 3) Можливість передачі прав третім особам (ліцензії, переуступка прав).
- 4) Полегшення пошуку інвесторів і регулювання взаємин з ними.

У тих випадках, коли учасники не мають загально уявлення про процес патентування, ця процедура буде непростю і нешвидкою, а тому для вибору об'єктів патентування треба підходити з розумінням Законодавства у галузі інтелектуальної власності. В іншому випадку комерціалізація стартапу відносно інтелектуальної власності не буде ефективною. Патентувати потрібно саме основні технології, які визначають комерційну та інноваційну цінність startup і у яких у найближчому часі можуть з'явитися стартапи-конкуренти.

Поділимо складові стартапу та розглянемо сенс патентування кожного з них:

1) Ідея.

Власне ідею запатентувати неможливо, але можна отримати авторське право у тому випадку, якщо творець стартапу зможе описати ідею проекту та отримає охоронний документ у якості твору. Поширюючи матеріал на власних ресурсах потенційно можна отримати зацікавленість з боку потенційних інвесторів.

2) Технічна частина.

Ця складова є актуальною для тих стартапів, які засновані на створенні та впровадженні у промисловість якого-небудь інноваційного пристрою, продукту або процесу, то у учасників стартапу є можливість запатентувати його як винахід або корисну модель. У цьому випадку технічне рішення повинно бути патентоспроможним, а власне відповідати 3-ом обов'язковим критеріям:

- 1) новизна;
- 2) винахідницький рівень;
- 3) промислова застосовність.

У тому випадку, коли в процесах стартапу не має інноваційної цінності, то є можливість замість патента отримати авторське свідоцтво на початковий код або письмовий опис.

3) Графічна частина

Ймовірно, найважливіша складова стартапу, яка належить комерціалізації та просуванню на відповідному ринку. До графічної складової можна віднести графічні елементи, логотип (бренд), макети ресурсу, продукція, ілюстрації та зображення.

Логотип може бути зареєстрований, як товарний знак або промисловий зразок. Інші графічні елементи, пов'язані зі стартапом можуть отримати охорону, як промислові зразки.

4) Текстова частина

Текстова частина стартапу також піддається комерціалізації та отриманні охоронних документів. Якщо у стартапу є власний сайт, то його назва, а також доменне ім'я у зоні.ua реєструється, як товарний знак (торгова марка). Інший текст може зареєструватися, як літературний твір і стати об'єктом авторського права.

5) Аудіовізуальна частина

Аудіо і відеоматеріали власного виробництва автоматично отримують охорону у якості авторських творів.

Роблячи висновки, можна сказати, що стартап-компанії є перспективною і новою формою ведення бізнесу. Саме розвиток стартап-компаній забезпечить розвиток малого та середнього бізнесу. Кількість стартап-компаній з кожним роком в Україні невпинно зростає, які стають все більш привабливими для іноземних і вітчизняних інвесторів. Це можливість усіх креативних людей втілювати свої ідеї, і таким чином впроваджувати інновації в науку, сектор обслуговування, бізнес та інші сфери життя. Україна володіє значним інноваційним потенціалом, тому питання комерціалізації інтелектуальної власності у стартапі є дуже важливим, адже, вона підвищує конкурентоспроможність компанії і подальший розвиток за інтенсивним типом.

4.3 Венчурний бізнес

Реформування економіки України та її орієнтація на входження у європейську спільноту стимулює підприємців до пошуку нових джерел фінансування для модернізації наявної виробничої та посилення потенційної інноваційної діяльності. Є сенс розглянути питання венчурного інвестування, як особливої системи вкладення коштів у нові проекти. Таке інвестування під собою розуміє той факт, що необхідні кошти надаються під ідею, яка є перспективною без гарантованого забезпечення наявним майном або активами іншого напрямку для підприємця.

І хоча дане, венчурне інвестування, не є обов'язковим відносно зв'язку з інтелектуальною власністю, але на даний момент можна спостерігати венчурне інвестування саме інтелектуальної власності, що у свою чергу дає змогу отримати прибуток, який буде у рази вищий за витрати у самі короткі терміни.

Венчурне інвестування в інтелектуальну власність співпало за часом з бурхливим розвитком комп'ютерних технологій і зростанням добробуту середнього класу населення. Можна привести приклад сучасних гігантів комп'ютерного бізнесу: Dec, Apple Computers, Compaq, Sun Microsystems, Microsoft, Lotus, Intel, які зуміли забезпечити досягнення значних рубежів завдяки венчурному капіталу. Більше того, активне зростання позицій таких нових галузей, як персональні комп'ютери і біотехнологія, виявилось можливим в основному за участю венчурних інвестицій.

Багато великих корпорацій (IBM, General Electric і ін.) самі створюють у своїй структурі спеціальні підрозділи («внутрішні венчури»), призначені для відбору і фінансування цікавих ідей і новітніх технологій, які пропонуються як незалежними малими наукомісткими фірмами, так і співробітниками. Так, компанія General Electric має 30 венчурних фірм із фондом у 100 млн. дол. Компанія Xerox створила в 1989 р. венчурне відділення Xerox Technology Ventures із фондом 30 млн. дол., куди звертаються співробітники (інженери, дослідники, винахідники та ін.) для підтримки своїх незалежних інноваційно-технологічних проектів. Якщо проект

оцінюється як потенційно успішний, із фонду виділяються кошти. За успішної діяльності «внутрішнього венчура» він стає одним із виробничих підрозділів корпорації, а його продукція реалізується через канали збуту корпорації. Найбільш успішним з 15-ти «внутрішніх венчурів» корпорації IBM був проект створення та випуску на ринок ПК. До 1980 р. продукція вийшла на ринок, а через два роки річний обсяг продажів становив 2,5 млрд. дол. [55].

Венчурний капітал, який виступає у якості розвитку ринку інтелектуальної власності виконує наступні функції:

- 1) орієнтація, а саме спрямування наукового сектору на створення продуктів, які відповідають важливим вимогам сучасного ринку;
- 2) інформування – надання інформації для членів стартапу відносно якості, які повинні мати об'єкти інтелектуальної власності проекту (отримання подальшого захисту на національному та міжнародному рівні, умови патентоспроможності тощо);
- 3) фінансування, тобто здійснення передачі фінансів процесу створення інтелектуальної власності над складовими стартапу;
- 4) міжнародне посередництво. Міжнародні венчурні фонди мають змогу координувати діяльність суб'єктів ринку ІВ, надаючи інформацію стосовно досягнень на міжнародному рівні;
- 5) лобіювання, що під собою має на увазі представлення інтересів суб'єктів ринку інтелектуальної власності у законотворчому процесі, а також перед державними інститутами.

Треба розуміти, що Європейські венчурні компанії мають деяку специфіку. Наприклад, вони вкладають власні кошти у ті компанії, що вже мають сформований імідж, які добре зарекомендували себе на ринку. Зрозуміло, що ці компанії доволі прискіпливо обирають собі об'єкти фінансування, звертаючи особливу увагу на якості керівника підприємства (компанії, стартапа), а також потенціал та особливості нововведення.

Якщо розглядати досвід високорозвинених країн, де захист об'єктів інтелектуальної власності на високому рівні, то у цих випадках співпраця винахідників, або інноваційних підприємств з венчурним капіталом є необхідним інструментом стимулювання розвитку ринку ІВ.

Розвиток венчурної індустрії України стримують наступні негативні чинники, які пов'язані з інтелектуальною власністю:

- 1) нестача на ринку венчурного інвестування по-справжньому «якісних» проектів, які визначаються потужною маркетинговою стратегією та перспективною місткістю ринку;
- 2) слабкість в Україні інституту захисту інтелектуальної власності.

Наприклад, при аналізі ринку інновацій на території України доведено, що не дивлячись на номінальне збільшення кількості, паралельно якість або науково-технічний рівень розробок вітчизняного виробництва продовжує знижуватися. За даними Держдепартаменту інтелектуальної власності, щорічно в країні видається 15-20 тис. патентів, але застосування на ринку знаходить не більше 1 % інновацій [56]. На жаль, українські патенти не можуть забезпечити захист інтересів інвестора на міжнародному ринку, особливо у випадках спірних ситуаціях, а також незаконного використання ІВ. Закони, які діють в Україні щодо окремих об'єктів права інтелектуальної власності не приведені у відповідність з Цивільним, Адміністративним, а також Кримінальними кодексами, а також з законодавством Європейського Союзу, що у свою чергу є важливою перешкодою розвитку венчурної високотехнологічної індустрії.

Оскільки при венчурному інвестуванні можна отримати значний прибуток, розглянемо, як можна покращити розвиток венчурної індустрії України, які пов'язані з інтелектуальною власністю:

- 1) Створити Венчурний інноваційний фонд. Кошти з нього призначені для пайових вкладень у регіональні й галузеві венчурні фонди для інвестування у високотехнологічні підприємства [57]. До Державного венчурного фонду забезпечити на законодавчому рівні відрахування не менше 0,2% коштів державного бюджету.

2) Залучати кошти міжнародних економічних організацій для наповнення Державного венчурного фонду.

3) Сформувати державну мережу спеціальних центрів науки і високих технологій для розвитку кооперативних відносин бізнеса (виробництва) та державного науково-технічного сектору.

4) Посилити захист прав інтелектуальної власності.

5) Забезпечити страхування ризиків учасників ВБ шляхом створення відповідних страхових організацій і установ.

6) Створити інформаційну систему для забезпечення та надання консультацій у сфері ВБ.

7) Стимулювати виникнення у країні т. зв. «бізнес-янголів», у т. ч. шляхом звільнення (зниження) їх від податків у разі інвестування в інноваційні проекти.

Отже, дохідність та конкурентоспроможність багатьох компаній залежить від використання бізнес моделі венчурного інвестування. Проте, в Україні сформувалася несприятлива державна політика у сфері стимулювання інноваційних процесів. Відсутня система державного фінансування венчурних проектів. Тому необхідний комплексний підхід та грамотно організована система заходів, які здатні забезпечити розвиток інноваційної системи України відповідно до вимог часу.

5 ОЦІНКА ВИКЛЮЧНИХ МАЙНОВИХ ПРАВ ПРИ ПЕРЕДАЧІ ПРАВ НА ВІНАХІД

Об'єкт оцінки – виключні майнові права на винахід «Пристрій для підготування дротової заготовки до холодного деформування».

Мета оцінки – передача виключних прав на винахід.

Правовласник – НПО «Северсталь»

Покупець – Публічне акціонерне товариство «АрселорМіттал Кривий Ріг»

Таблиця 5.1 – Вихідні дані для розрахунків

№	Показник	Економічний ефект, тис.грн./т
1	Електроенергія	5,00
2	Змінне обладнання	4,50
3	Знос установки	2,00
4	Заробітна плата робітника	4,50
5	Витрати на ремонт і виготовлення змінних елементів	1,90
6	Транспортування заготовки від стану обробки до волочильного стану	6,00
7	Зберігання	2,00
Усього:		25,90

Таблиця 5.2 – Прогнозований обсяг виробництва продукції

Варіант	Обсяг виробництва продукції по роках використання винаходу (т/рік)				
	1	2	3	4	5
2	35000	35000	40000	45000	48000

Визначити величину відповідної ставки дисконту, яка визначається шляхом аналізу інформації про доходи від використання подібного майна та його ринкової ціни, або шляхом порівняльного аналізу дохідності інвестування в альтернативні

об'єкти (депозити, цінні папери, майно, тощо). Ставка дисконту найчастіше визначається за методом кумулятивної побудови шляхом послідовного підсумку так званої безризикової ставки та премій за можливі ризики підприємства щодо майбутніх прибутків.

За безризикову ставку рекомендується брати ставку найбільш надійних банків по депозитних вкладах юридичних осіб що поєднує в собі безризикову ставку й премію за інвестиційний ризик в економіку України. Премія за ризик розраховується від рівня питомої ваги кожного ризику в інтервалі від 0 до 5% Дані заносяться в таблицю.

Згідно зі статистикою НБУ процентні ставки за кредитами в економіку за даними статистичної звітності банків України за травень 2018 року процентна ставка за депозитами в національній валюті становить 13 % [58].

Інфляція - це тривале зростання загального рівня цін (на відміну від відносного зростання цін, за якою ціни на окремі товари послуги зростають значно швидше ніж інші або ж останні можуть залишатися постійними) що свідчить про зниження купівельної спроможності грошей. На даний момент інфляційні процеси в Україні не зупинені, а навпаки набирають обертів. Рівень інфляції достатньо високий. До влади повинна прийти нова команда політиків та спеціалістів, яким буде необхідно вирішувати економічні проблеми шляхом введення нових змістовних реформ. Багато чого буде залежати від характеру цих рішень, що будуть прийняті спеціалістами. Але, нажаль, між політичними інтересами немає узгодженості, тому ризик поглиблення інфляційних процесів є достатньо високим.

Становище на ринку продукції взаємопов'язане з рівнем інфляції, оскільки інфляція також спричинила зростання цін на продукцію і в галузі металургії. З цього витікає те, що у зв'язку з підвищенням ціни на катанку є ризик зменшення попиту на катанку Але у зв'язку з тим що деякі держави відчувають дефіцит катанки, арматури, то їм вкрай необхідно придбати цю продукцію незважаючи на порівняно високі ціни.

Політичний ризик - це один із видів підприємницьких ризиків, що залежить від характеру діяльності політичної влади. Саме зараз цей вид ризику являється досить актуальним у зв'язку з приходом до влади нової політичної сили. Потрібно відзначити, що лідер діючої політичної сили орієнтуються на випуск продукції в сфері металургії з наступним експортом цієї продукції, що говорить про те, що металургійній галузі нова політична влада буде приділяти достатньо уваги, але на даний момент в бюджеті немає грошей, інвестори також не поспішають вкладати гроші в металургію, а щодо отримання міжнародних кредитів є певні сумніви у зв'язку з не досить високою репутацією України на міжнародній політичній арені.

Кризові явища в економіці і по сьогоднішній день залишаються актуальними. Варто згадати статистику, яка говорить про те, що Україна є однією з тих держав, у яких кризові явища мають найбільш негативний ефект. Також треба враховувати те, що до влади прийшла нова політична сила і реформа нової політичної сили будуть в корені відрізнятися від характеру реформи минулої політичної сили. А це негативно відобразиться на ефективності боротьби з кризовими явищами.

Конкурентне середовище – монополія. В сфері виробництва катанки було помічено досить багато конкурентів, що використовують кореневі технічні рішення. На даний момент технічне рішення, що розглядаються в рамках цієї лабораторної роботи є конкурентоспроможним. Але варто враховувати той факт, що металургійна галузь розвивається досить динамічно, тому вірогідно, що незабаром на ринку будуть з'являтися нові технічні рішення, використання яких буде більш ефективним, ніж використання технічного рішення, що є об'єктом договору.

Що стосується виробничих ризиків, то позитивним моментом є те, що покупець вже має налагоджене виробництво та не буде проблем із введенням в експлуатацію технічного рішення. Але також варто враховувати, що дане технічне рішення ще не використовувалося, тому ми не можемо впевнено сказати, чи буде виробництво катанки з використанням даного технічного рішення ефективним.

Таблиця 5.4 – Ставки дисконту щодо прогнозних значень чистих прибутків, що очікуються на підприємстві набувача від використання ОПІВ, %

Види ризиків	Песимістичний сценарій	Ймовірний сценарій	Оптимістичний сценарій
Безризикова ставка	13	13	13
Якість управлінського менеджменту	4	3	3
Масштаб підприємства	2	1,5	1
Якість фінансового менеджменту	4	3,5	3
Ступінь диверсифікації продукції	3	2	1
Ступінь диверсифікації споживачів продукції	3	2	1
Прогнозованість доходів	2	1,5	1
Інші специфічні види ризиків (Порушення прав ІВ)	5	5	4
Усього:	36	31,5	27

Безризикова ставка прийнята за ставкою доходу на валютні вклади юридичних осіб у Приватбанку.

Найнижчі ризики пов'язані з масштабом підприємства та прогнозованістю доходів. З огляду на те, що підприємство займає лідируючі позиції серед найбільших підприємств гірничо-металургійного комплексу України і є частиною

міжнародної корпорації АрселорМіттал - виробника сталі №1 у світі, а також одного з найбільших іноземних інвесторів в країні. У цілому в 2017 р видобуток руди ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» склала 21,6 млн. т. У 2017 року підприємство виробило 5,6 млн. т чавуну, 6,35 млн. т сталь еквівалентна, 5,1 млн. т прокату.

Якість фінансового менеджменту та якість управлінського менеджменту є більш ризиковим показником, тому що зміна керівництва супроводжується зломом звичних і поділюваних співробітниками цінностей, норм і шаблонів дії, а також традиційних способів прийняття рішень, які стають перешкодою в адаптації організації до темпу і напрямками ринкових змін.

Оскільки дія патенту припинена, то досить високі ставки ризику порушення прав ІВ.

Ступінь диверсифікації споживачів продукції та ступінь диверсифікації продукції не є показниками високо ризику, але зважаючи на зовнішні фактори зменшення попиту на вітчизняну металопродукцію, що викликано наявністю на ринку дешевої металопродукції китайських та тайванських виробників, дані ризики треба враховувати.

Проаналізувавши вищезазначені ризики, був зроблений висновок щодо ймовірності реалізації сценаріїв, зображений у таблиці 3.

Таблиця 5.5 - Імовірність реалізації кожного зі сценаріїв

Сценарій	Імовірність здійснення
Песимістичний	50 %

Продовження таблиці 5.5

Найбільш ймовірний	30 %
Оптимістичний	20 %

Таблиця 5.6 - Розрахунок чистих грошових потоків, що очікуються від використання винаходу за патентом України № 41745, тис. грн.

Рік	Чистий прогнозовани й прибуток	Песимістичний сценарій i = 36 %		Найбільш ймовірний i = 31,5 %		Оптимістичний i = 27 %	
		Коеф. поточно ї вартост i	Чистий приведени й прибуток	Коеф. поточно ї вартост i	Чистий приведени й прибуток	Коеф. поточно ї вартост i	Чистий приведени й прибуток
2018	725200	0,74	536648	0,76	551152	0,79	572908
2019	725200	0,54	391608	0,58	420616	0,62	449624
2020	828800	0,39	323232	0,44	364672	0,49	406112
2021	932400	0,29	270396	0,33	307692	0,39	363636
2022	994560	0,22	218803,2	0,25	248640	0,30	298368
Всього :			1740687		1892772		2090648

Таким чином:

за песимістичним сценарієм чистий приведений прибуток дорівнює 1740687 грн.;

за найбільш ймовірним сценарієм чистий приведений прибуток дорівнює 1892772 грн.;

за оптимістичним сценарієм чистий приведений прибуток дорівнює 2090648 грн.

Звідси вартість об'єкта оцінки визначалася як:

$$B = B_{\text{пес}} \times 0,5 + B_{\text{ймовір}} \times 0,3 + B_{\text{опт}} \times 0,2$$

$$B = 1740687 \times 0,5 + 1892772 \times 0,3 + 2090648 \times 0,2 = 870343,5 + 567831,6 + 418129,6 = 1856304,7 \text{ грн.}$$

Таким чином величина ринкової вартості майнових прав на використання винаходу «Пристрій для підготування дротової заготовки до холодного деформування», Патент України № 41745, визначена за методом виграшу у собівартості, округлене дорівнює 1 856 305 (один мільйон вісімсот п'ятдесят шість тисяч триста п'ять) грн. 00 коп.

6 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

6.1 Загальні питання охорони праці

Тема охорони праці стає все більш актуальною з кожним роком. За статистичними даними МОП кількість нещасних випадків на виробництві в світі за останні роки зросла. Щорічно близько 2 млн. Чоловіків і жінок гинуть в результаті нещасних випадків і захворювань професійного характеру. Крім того щорічно реєструється 270 млн. Нещасних випадків виробничого характеру та 160 млн. Професійних захворювань.

Охорона праці — це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності людини у процесі трудової діяльності. Закон України "Про охорону праці" [59].

Законодавство про охорону праці складається з Закону України «Про охорону праці», Кодексу законів про працю України, Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності» та прийнятих відповідно до них нормативно-правових актів.

Відповідно до Закону України «Про охорону праці» робота з охорони праці полягає у:

1. організації навчання з питань охорони праці;
2. розробці та реалізації комплексних заходів, спрямованих на покращення умов праці працівників підприємств, установ та організацій;
3. забезпечення вчасного усунення причин нещасних випадків та професійних захворювань;
4. виконання досліджень умов праці та атестації робочих місць;
5. здійснення постійного контролю за засобами колективного та індивідуального захисту відповідно до вимог нормативно-правових актів про охорону праці;

6. пропагування безпечних методів виконання окремих робіт. Закон України "Про охорону праці".

Метою управління охороною праці є забезпечення безпеки, збереження здоров'я та працездатності людини в процесі праці. Ця мета досягається виконанням відповідних функцій управління, тобто комплексом взаємопов'язаних видів, що здійснюються суб'єктом управління цілеспрямовано на об'єкт управління.

Серед різних факторів виробництва, які можуть спричиняти певні дії на людину, виділяють шкідливі й небезпечні виробничі фактори.

Шкідливий виробничий фактор — виробничий фактор, вплив якого може призвести до погіршення стану здоров'я, зниження працездатності працівника.

Небезпечний виробничий фактор — виробничий фактор, дія якого за певних умов може призвести до травм або іншого раптового погіршення здоров'я працівника. Існують такі групи небезпечних і шкідливих факторів на робочому місці: фізичні, хімічні, біологічні, психо-фізіологічні.

Тема даної магістерської роботи – «Комерціалізація інтелектуальної власності в підприємстві: економічні аспекти». У цьому розділі роботи розглядаються питання охорони праці стосовно умов праці дослідника за обраною темою. При виконанні роботи застосовувався ЕОМ. Під час роботи за комп'ютером людина підлягає впливу ряду шкідливих та небезпечних чинників, що пов'язано з можливістю отримання травм та професійних захворювань, тому питання охорони праці розглянуто стосовно забезпечення здорових та безпечних умов експлуатації ПЕОМ оператор.

6.2 Промислова санітарія

Промислова санітарія передбачає створення найбільш сприятливих медико-санітарних умов на виробництві з метою охорони здоров'я працюючих. До числа таких умов відносяться належна температура у виробничих цехах, добра вентиляція, достатня освітленість робочих місць, відсутність протягів, наявність необхідних допоміжних і побутових приміщень.

Мікрокліматичні умови відповідають оптимальним та припустимим нормам і стандартам для приміщень згідно ДСН 3.3.6.042-99 [61]. Відхилень від норм у ході обстеження виявлено не було. Оптимальні метеорологічні умови наведені в таблиці 6.1.

Відповідно до вимоги ДБН В.2.5-67:2013 [62] для підтримки оптимальних мікрокліматичних умов у холодний час використовується централізоване опалення (загальне парове), а в теплий – кондиціонери та природна вентиляція.

Таблиця 6.1 – Оптимальні параметри мікроклімату

Категорія робіт за енерговитрата ми	Період року	Температур а, °С	Відносна вологість, %	Швидкість руху повітря, м/с
Легка 1а	Холодний	20-21	50-60	До 0,1
Легка 1а	Теплий	24-26	40-55	0,1-0,2

Отже, фактичні параметри мікроклімату у відділі інтелектуальної власності є в межах норми.

Для нормального функціонування зорового аналізатора необхідно забезпечити нормальне освітлення. Правильну світло передачу створюють природне освітлення та штучні джерела світла із спектральною характеристикою, близької до природного освітлення.

Стан освітлення виробничих, службових і допоміжних приміщень регламентується ДБН В.2.5-28-2006 [63].

У приміщенні відділу інтелектуальної власності застосовується бічне однобічне природне освітлення в світлий час доби через віконні отвори в стінах будівлі, а в темне – системою загального штучного освітлення. При роботі у відділі, найменший розмір об'єктів розходження 0,3 – 0,5 мм, що відповідає III-му розряду зорової роботи; характеристика фону – середня.

Природне освітлення характеризується коефіцієнтом природної освітленості КПО, що виражається у відсотках. Коефіцієнт освітлення для м. Харкова розраховується за формулою:

$$eN = e_n \cdot mN, \quad (6.1)$$

де e_n — нормований коефіцієнт освітленості, для III розряду зорової праці, дорівнює 2;

mN — коефіцієнт світлового клімату, становить 0,9 (вікна виходять на північ);

N — номер групи забезпеченості природнім світлом (для м. Харкова дорівнює 2).

Згідно з формулою маємо:

$$eN = 2 \cdot 0,9 = 1,8\% \quad (4.2) \quad (6.1)$$

Таблиця 6.2 — Характеристика виробничого освітлення

Точність зорових робіт	Мінімальний розмір об'єкту розрізнення, мм	Розряд зорових робіт	Характеристика типу фону	Контраст об'єкту з фоном	Підрозряд зорових робіт	Нормовані значення параметрів освітлення	
						природного $e_n, \%$	штучного $E_{\min}, \text{лк}$
Високої точності	0,3 – 0,5	III	Середній	Середній	B	1,8	300

Нормоване значення освітленості $E_{\min} = 300 \text{лк}$ для загального освітлення. Для загального освітлення джерела світла – люмінесцентні лампи ЛБ 40 – 4, люмінесцентні світильники ЛСП 01 2 x 40. Вибраний світильник прямого світла з дифузним віддзеркаленням, із захисним пристроєм для регулювання яскравості.

Крім того, вони мають великий термін служби – 10000ч. Ступінь захисту відповідає класу приміщень П-II, П-IIа, IP 44 для устаткування і IP 2X для світильників.

Електромагнітне випромінювання — взаємопов'язані коливання електричного і магнітного полів, що утворюють електромагнітне поле а також, процес утворення вільного електро-магнітного поля при нерівномірному русі та взаємодії електричних зарядів

Що стосується ЕМ випромінювань, то найбільший вплив вони роблять на імунну, нервову, ендокринну та статеву систему. Імунна система зменшує викид в кров спеціальних ферментів, що виконують захисну функцію, відбувається ослаблення системи клітинного імунітету. Ендокринна система починає викидати в кров більша кількість адреналіну, як наслідок, зростає навантаження на серцево-судинну систему організму. Відбувається згущення крові, в результаті чого клітини недоотримують кисень. У людини, яка протягом тривалого часу піддавалась ЕМ випромінювання, зменшується сексуальний потяг до протилежної статі, падає потенція. Зміни в нервовій системі видно неозброєним оком це: дратівливість, швидка стомлюваність, ослаблення пам'яті, порушення сну, загальна напруженість, люди стають метушливими.

Повітря зовнішнього середовища містить позитивні та негативні іони (табл. 6.3) , згідно ДСанПіН 3.3.2.007–98 [66].

Таблиця 6.3 – Рівні іонізації повітря при роботі на ПЕОМ

Рівні	Кількість іонів в 1 см ³ повітря	
	Позитивні	Негативні
Мінімально необхідні	400	600
Оптимальні	1500-3000	3000-5000
Максимально припустимі	50000	50000

Для захисту від електромагнітного випромінювання застосовується спеціальне покриття екрану дисплея, використовуються захисні екрани.

Напруга електромагнітних полів у діапазоні 1–12 кГц, 60–300 кГц по магнітній і електричній складовій повинні відповідати вимогам до ДСанПіН 3.3.2–007–98 [9] табл. 6.4.

Таблиця 6.4 – Допустимі параметри електричних неіонізуючих випромінювань і електростатичного поля

Види поля	Допустимі параметри поля		Допустима поверхнева щільність потоку (інтенсивність потоку енергії), Вт/м
	за електричною складовою (E), В/м	за магнітною складовою (H), А/м	
Напруженість електромагнітного поля			
60 кГц до 3 МГц	50	5	
3 кГц до 30 МГц	20	-	
3 кГц до 50 МГц	10	0,3	
3 кГц до 300 МГц	5	-	
3 кГц до 300 ГГц		-	10
Електромагнітне поле оптичного діапазону в ультрафіолетовій частині спектру			
УФ–С (220–280 нм)			0,001
УФ–В (280–320 нм)			0,01
УФ–А (320–400 нм)			10
В видимій частині спектру: 400–760 нм			10

Продовження табл. 6.4

В інфрачервоній частині спектру: 0,76–10,0мм			35-70
Напруженість електричного поля ВДТ			20кВ/м

6.3 Забезпечення безпечних умов праці на робочому місці

Робоче місце – це зона простору, що оснащена необхідним устаткуванням, де відбувається трудова діяльність одного працівника чи групи працівників.

Проведені дослідження показують, що при раціональній організації робочих місць продуктивність праці зростає знати на 15-25 %.

Основні ергономічні вимоги до проектування робочого місця в системі «людина – техніка – виробниче середовище» зображені на рис. 6.1:

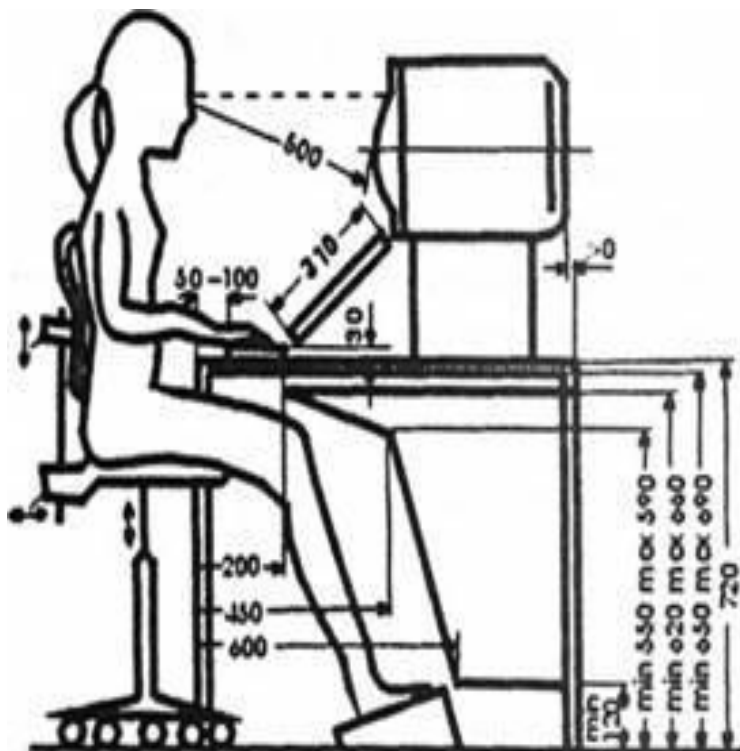


Рисунок 6.1 – Робочий стіл і розміщення користувача ПК

Гігієнічні вимоги визначають умови життєдіяльності і працездатності людини у процесі взаємодії з технікою і середовищем; показниками є рівень освітлення, температура, вологість, шум, вібрація, токсичність, загазованість тощо.

Антропометричні вимоги визначають відповідність конструкцій техніки антропометричним характеристикам людини (зріст, розміри тіла та окремі рухові ланки). Показниками є раціональна робоча поза, оптимальні зони досягнення, раціональні трудові рухи.

Фізіологічні та психофізіологічні вимоги визначають відповідність техніки і середовища можливостям працівника щодо сприйняття, переробки інформації, прийняття і реалізації рішень.

Приміщення відділу, де проводилась дослідницька робота, має розміри:

- 1) Площа кабінету ($S = 40 \text{ м}^2$, ширина $A = 5 \text{ м}$, довжина $B = 8 \text{ м}$).
- 2) Висота приміщення ($H = 3,8 \text{ м}$; $V = 152$).
-) Кількість працюючих ($n=3$).

Згідно НПАОП 0.00-1.28-10 [60] робоче приміщення, його розміри і площа повинні відповідати кількості працюючих і розміщуваному в ньому кількості технічних засобів з розрахунку не менше 20 м^3 об'єму і 6 м^2 площі на одне робоче місце. Для даного приміщення на одне робоче місце з ПЕОМ доводиться $13,3 \text{ м}^2$, що відповідає вказаним нормам.

Приміщення оснащено аптечкою першої допомоги і вуглекислотними вогнегасниками.

Основним устаткуванням робочого місця користувача ПЕВМ є: комп'ютер, клавіатура, мишка, лампа, принтер, робочий стіл. Вимоги до них відображені в нормативних документах: НПАОП 0.00-1.28-10 [60]. Конструкція робочого столу забезпечує можливість оптимального розміщення на робочій поверхні.

Причини нещасних випадків від електричного струму численні і різноманітні. Основними з них є:

- 1) випадковий дотик до відкритих струмоведучих частин, що знаходяться під напругою. Це може відбуватися, наприклад, при виробництві будь-яких робіт

поблизу або безпосередньо на частинах, що знаходяться під напругою: при несправності захисних засобів, за допомогою яких потерпілий торкався до струмоведучих частин; при перенесенні на плечі довгомірних металевих предметів, якими можна випадково доторкнутися до неізольованих електропроводів, розташованим на доступною в даному випадку висоті;

2) поява напруги на металевих частинах електрообладнання (корпусах, кожухах, огорожах і т. П.), Які в нормальних умовах не перебувають під напругою. Найчастіше це може відбуватися внаслідок пошкодження ізоляції кабелів, проводів або обмоток електричних машин і апаратів, що приводить, як правило, до замикання на корпус;

3) поява напруги на відключених струмовідних частинах в результаті помилкового включення відключеною установки; замикання між вимкненими і знаходяться під напругою струмоведучих частин; розряду блискавки в електроустановку і інших причин

4) електрична дуга, яка може утворитися в електроустановках напругою понад 1000 В між струмоведучих частиною і людиною за умови, якщо людина виявиться в безпосередній близькості від струмоведучих частин;

5) виникнення крокової напруги на поверхні землі при замиканні проводи на землю або при стікання струму із заземлювача в землю (при пробі на корпус заземленого електрообладнання);

6) інші причини, до яких можна віднести такі, як: неузгоджені і помилкові дії персоналу, залишення електроустановок під напругою без нагляду, допуск до ремонтних робіт на відключеному устаткуванні без попередньої перевірки відсутності напруги і несправності заземлювального пристрою і т. д.

Приміщення відноситься до класу приміщень із підвищеною небезпекою. Основними джерелами можливої поразки є: розподільні щитки; відкрита проводка; монітори; блоки живлення.

В цілях забезпечення електробезпеки в відділі інтелектуальної власності використовують захисне занулення ПУЕ-2011 [67]. Ціль занулення - усунення

небезпеки поразки користувача ПЕОМ електричним струмом при замиканні його на корпус.

Для забезпечення безпеки робіт в приміщенні проводять заходи щодо перевірки ізоляції токопровідних частин, які включають вимірювання і випробування підвищеною напругою.

Організаційні заходи електробезпеки передбачають підготовку, перепідготовку, навчання обслуговуючого персоналу, підвищення його кваліфікації, організацію вивчення правил техніки безпеки, правив надання першої допомоги, а також перевірку знань правил техніки безпеки, прийомів і черговості виконання операцій при експлуатації електроустаткування.

На робочих місцях здійснюється систематичний інструктаж персоналу по техніці безпеки. Проводиться обов'язкове навчання правилам техніки безпеки. Контроль над дотриманням техніки безпеки здійснюється інспектором по охороні праці й техніки безпеки.

6.4 Пожежна безпека

Пожежа – це процес неконтрольованого горіння поза спеціальним вогнищем, що розвивається в часі й просторі і є небезпечним для людей, матеріальних цінностей на навколишнього середовища.

Відповідно до ДСТУ Б В.1.1-36:2016 [68] існують категорії приміщень по пожежній небезпеці, наведені у таблиці 6.5.

Таблиця 6.5 – Категорії приміщень по вибухопожежній та пожежній небезпеці

Категорія	Відносяться приміщення, в яких знаходяться
А Вибухо-пожежо-небезпечна	- горючі гази; - легкозаймисті рідини з $T_{\text{сп}} \leq 28^{\circ}\text{C}$; - речовини, при взаємодії яких з водою, киснем та друг з другом відбувається вибух та горіння.

Продовження табл.6.5

Б Вибухо-пожежо-небезпечна	- легкозаймисті рідини з $T_{\text{сп}}$ від 28°C до $\leq 61^{\circ}\text{C}$; - горючі рідини з $T_{\text{роб.}} \leq T_{\text{сп.}}$; - пи́л та волокна з НКМЗ до 65 г/м^3 .
В Пожежо-небезпечна	- горючі рідини з $T_{\text{сп}} > 61^{\circ}\text{C}$; - пи́л та волокна з НКМЗ більше 65 г/м^3 ; - тверді горючі та важкогорючі речовини та матеріали; - речовини, при взаємодії яких з водою, киснем та друг з другом відбувається горіння без вибуху.
Г	- негорючі речовини у розжареному або розплавленому стані, при обробці яких виділяються вогонь, іскри або променисте тепло; - горючі гази, легкозаймисті та горючі рідини, які спалюються або утилізуються як паливо.
Д	- негорючі речовини в холодному стані. Допускається відносити до категорії Д приміщення, у яких перебувають горючі рідини в системах змащення, охолодження й гідроприводу обладнання, у яких не більше 60 кг на одиницю обладнання при тиску не більше 0,2 МПа, кабельні електропроводки до обладнання, окремі предмети меблів на місцях.

Відповідно до ДСТУ Б В.1.1-36:2016 [68] категорія приміщення по вибуховопожежній та пожежній небезпеці –В.

Згідно з ДБН В. 1.1. – 7 – 02 [69] клас приміщення по пожежонебезпеці П-П, П-Па.

До найбільш розповсюджених і характерних причин пожеж можна віднести: недосконалість технологічних процесів; недоліки монтажу електрообладнання; недоліки в облаштуванні та обслуговуванні опалювальних систем; недопустиме

підвищення температури речовин, що обробляються до температури самозаймання; порушення режиму зберігання, транспортування та обробки самозаймистих речовин; розряди блискавки, занесення високих потенціалів у виробничі приміщення; поява горючого середовища в умовах де є джерело займання; недбале ставлення до вимог нормативних документів, необережне поводження з вогнем, незнання правил пожежної безпеки, низький рівень кваліфікації.

Для гасіння пожеж використовують: вогнегасні властивості води, вогнегасні піни, гасіння інертними газами, тверді вогнегасні речовини, рідкі вогнегасні речовини, автоматичні стаціонарні установки, первинні засоби гасіння пожеж.

Основні способи припинення горіння: охолодження зони горіння або речовин, що горять, до певного рівня температури; ізоляція осередку горіння від кисню; зниження концентрації кисню в повітрі шляхом розбавлення його не горючими газами; хімічне гальмування (інгібування) швидкості реакцій окиснення (горіння) в полум'ї; механічне придушення полум'я сильним струменем води, порошку чи газу; створення умов вогнеперешкоди, за яких полум'я не має можливості поширюватися.

Практична реалізація способів припинення горіння може бути досягнута за допомогою вогнегасних речовин та технічних засобів.

До вогнегасних належать речовини, що мають фізико-хімічні властивості, які дозволяють створити умови для припинення горіння. Багато з них використовуються також для запобігання, обмеження поширення пожежі, захисту людей і матеріальних цінностей.

Використовуються такі основні види вогнегасних речовин: вода; вода з добавками, які підвищують її вогнегасну здатність; піна; газові вогнегасні суміші; вогнегасні порошки; комбіновані вогнегасні суміші.

Вибір вогнегасної речовини та способу її подачі визначається умовами виникнення й розвитку пожежі.

Кожному способу припинення горіння відповідає конкретний вид вогнегасних засобів, які можна поділити на: охолоджувальні (вода, водні розчини, снігоподібна вуглекислота та ін.); розбавлювальні (діоксид вуглецю, водяна пара, інертні гази та ін.); ізолювальні (хімічна та повітряно-механічна піна, пісок та ін.);

засоби хімічного гальмування горіння (вогнегасні порошки, брометил, хладон та ін.).

На теперішній час, для гасіння пожеж використовуються пінні, газові, порошкові і вуглекислотні (або ще зустрічаються брометилові).

6.5 Охорона навколишнього середовища

Охорона навколишнього середовища – сукупність міжнародних, державних та регіональних правових актів, інструкцій та стандартів, які визначають загальні юридичні вимоги до кожного окремого забрудника та які забезпечують його зацікавленість у виконанні цих вимог, конкретних природоохоронних заходів по втіленню в життя цих вимог.

Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища", прийнятий 25 червня 1991 року [70], визначає правові, економічні, соціальні основи охорони навколишнього середовища. Завдання закону полягає в регулюванні відносин в області охорони природи, використанні й відтворенні природних ресурсів, забезпеченні екологічної безпеки, попередженні й ліквідації наслідків негативного впливу на навколишнє середовище господарської й іншої діяльності людини, збереження природних ресурсів, генетичного фонду нації, ландшафтів і інших природних об'єктів.

Головними відходами роботи відділу є відходи споживання. Відходи споживання – це вироби та матеріали, що втратили повністю або частково свої споживчі властивості в результаті фізичного або морального зносу та життєдіяльності людей. Серед відходів споживання, як правило, виділяють житлово-комунальні, вагому частку яких складають тверді побутові відходи (ТБВ).

Загальними тенденціями з ліквідації та переробки ТБВ є складування на свалках та полігонах - 66%, спалювання - 30%, компостирування - 3%, хімічні способи - 1%.

7 ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ

Цивільний захист - це функція держави, спрямована на захист населення, територій, навколишнього природного середовища та майна від надзвичайних ситуацій шляхом запобігання таким ситуаціям, ліквідації їх наслідків і надання допомоги постраждалим у мирний час та в особливий період [71].

У даному розділі дипломної роботи розглядається питання управління та прийняття рішень, інформативна підтримка в умовах надзвичайних ситуацій.

Для координації діяльності, участі у формуванні і реалізації державної політики у галузі техногенно-екологічної безпеки, організації керівництва і проведенням робіт з ліквідації НС створюють на державному, регіональному, районному (міському), об'єктовому рівнях постійні комісії з надзвичайних ситуацій при виконавчих органах влади.

У межах конкретної території залежно від становища з надзвичайної ситуації за рішенням органів виконавчої влади певного рівня встановлюється один із режимів функціонування системи захисту населення:

1. Режим повсякденного функціонування (нормальні умови).
2. Режим підвищеної готовності (істотне погіршення обстановки).
3. Режим надзвичайної ситуації (у випадку виникнення НС).
4. Режим надзвичайного становища (вводиться відповідно до законів України).

Керівники об'єктів повинні передбачити управління надзвичайними ситуаціями. Для забезпечення безпеки людини в НС стратегія управління повинна включати здійснення 3-х цілей:

- запобігання причин виникнення;
- запобігання самих екстремальних ситуацій;
- пом'якшення, максимальне ослаблення наслідків НС.

Перша стратегія – запобігання причин виникнення НС – передбачає недопущення таких дій чи процесів, які несуть загрозу населенню. Вона здійснюється шляхом відмови від будівництва небезпечних об'єктів або знищенням чи перепрофілюванням виробництв — джерел підвищеної небезпеки.

Друга стратегія – запобігання НС – передбачає недопущення виходу небезпечного процесу з-під контролю шляхом використання надійних аварійних систем, сигналізації, автоматики та інших заходів з підвищення надійності і стійкості роботи підприємств, а також завдяки заходам превентивної евакуації тощо.

Третя стратегія – пом'якшення наслідків НС – передбачає орієнтацію на ослаблення, локалізацію наслідків НС. Ця стратегія має пріоритет у керуванні стихійними лихами і ситуаціями «комбінованого» типу.

У практиці управління найбільший ефект дає спільне використання всіх трьох стратегій, особливо при промислових аваріях. У НС, викликаних стихійними лихами, пріоритет надається другій і третій стратегіям. Для реалізації кожної зі стратегій управління необхідно розробляти і приймати комплекс превентивних (завчасних) та оперативних заходів.

Превентивні заходи:

- аналіз і встановлення зовнішніх та внутрішніх причин, які ведуть до катастрофи;
- прогнозування осередків ураження, втрат і збитків на підприємстві;
- заходи з підвищення стійкості;
- обґрунтування сил і засобів для проведення дій з локалізації вогнищ поразки і пошуково-рятувальних робіт;
- навчання формувань і громадян способам захисту;
- підготовка надійного командного пункту управління.

Оперативні заходи:

- оповіщення про НС;
- проведення всіх видів розвідки й оцінка становища;
- проведення екстрених захисних заходів (укриття в захисних спорудах, евакуація, використання ЗІЗ);
- використання сил постійної готовності для локалізації катастрофи;
- надання першої медичної і першої долікарської допомоги; нарощування сил і засобів в ОП за рахунок залучення формувань підвищеної готовності;

- термінове постачання потерпілих продовольством та іншими життєво необхідними засобами;

- введення аварійно-відбудовних робіт.

При виникненні НС організовується надзвичайне управління, яке складається з чотирьох стадій ліквідації наслідків.

1. Стадія вжиття екстрених заходів. Мета задіяти механізм надзвичайного управління і вчасно зреагувати на НС. Основні завдання початкової стадії: встановлення факту НС, попередня оцінка обстановки в зоні лиха і масштабів наслідків, мобілізація і встановлення оперативних завдань органам надзвичайного управління, віддача розпоряджень на залучення мобільних сил пожежної охорони, швидкої медичної допомоги, охорони суспільного порядку й інших служб для допомоги потерпілим, сприяння місцевим органам влади в організації рятувальних робіт і локалізації зони нещастя власними силами; інформування населення та вищестоящих органів управління про НС і вжиті заходи. Тривалість початкової стадії 1–10 годин.

2. Стадія оволодіння ситуацією й організації механізму надзвичайного управління в зоні лиха, у плануванні і проведенні рятувальної операції відповідного масштабу. Завдання: детально оцінити становище, терміново прийняти обґрунтоване рішення й уточнити план ліквідації наслідків НС; розрахувати необхідні сили і засоби, ресурси для всього комплексу робіт у зоні лиха, організувати чітку взаємодію всіх залучених сил і аварійних служб. Тривалість 2-ї стадії – від кількох годин до кількох діб.

3. Основна і визначальна стадія. Мета перебороти надзвичайний характер ситуації: відновити безпеку населення в зоні лиха, ліквідувати загрозу життю і здоров'ю всім потерпілим, створити мінімально необхідні умови для життєдіяльності населення, що залишилося. Завдання: розгортання в найкоротший термін рятувальних робіт на всіх потерпілих об'єктах зони лиха, надання допомоги потерпілим для захисту їхнього життя, здоров'я і підтримка життєздатності в екстремальних умовах; евакуація потерпілих із зони нещастя та їх життєзабезпечення; термінове проведення аварійно-відбудовних робіт на системах

водо-, тепло-, газо-, електросистемах і зв'язку в зоні лиха. Тривалість кілька діб – кілька тижнів.

4. Стадія відновлення, тобто економічна, соціальна, культурна й екологічна реабілітація зони лиха. Органи надзвичайного управління вичерпали свою роль і передають функції постійної дії місцевим органам управління. Розробляється спеціальна програма з черговістю комплексу заходів для реабілітації зони нещастя.

Одним із головних заходів захисту населення від надзвичайних ситуацій є його своєчасне попередження про небезпеку, обстановку, яка склалася внаслідок її реалізації, а також інформування про порядок та правила поведінки в умовах НС.

ВИСНОВКИ

На завершальному етапі написання магістерської роботи слід зазначити, що основна інформація роботи фокусується на суттєвих проблемах користування правами інтелектуальної власності в інноваційному процесі, іншими словами на комерціалізації інтелектуальної власності, а ще на важливих питаннях сучасної економічної політики, яка може сприяти підтримці різних інноваційних зацікавлених сторін в такому процесі. Таким чином, в даній роботі детально обговорюється сутність та роль інтелектуальної власності в передачі технологій з науково-дослідних організацій в бізнес-секторі, в галузі управління інтелектуальною власністю в малих і середніх установах, в тому числі, сучасна важливість комерціалізації інтелектуальної власності, як на вітчизняному, так і на міжнародному рівнях.

Інтелектуальна власність є ключовою проблемою в справі забезпечення розвитку та збільшення конкурентоспроможності підприємств. Поглиблення знань в цій сфері є ключовим фактором економічного процвітання в XXI столітті. Триваюча революція в області інформаційних і комунікаційних технологій суттєво знижує витрати на створення, обробки і передачі знань, як на національному, і на міжнародному рівнях. Темпи інновацій значно прискорюються. Ці дві події, більш тісної міжнародної економічної інтеграції та більш швидких інновацій, створюють нові проблеми для режимів інформаційної системи та економічної політики країни.

У першому розділі висвітлюється питання інтелектуальної власності у глобальній економіці, а саме інтелектуальна власність, як економіко-правова категорія та розвиток інтелектуальної власності у глобальній економіці. Проаналізовано види інтелектуальних ресурсів, які має кожна компанія. Вони складаються з: ринкових активів (марка компанії, портфелі замовлень, прихильність покупців товару даної марки, механізми розподілу, ділове співробітництво, лізингові та франшизні угоди); інтелектуальної власності (патент, авторські права, власне програмне забезпечення, права на дизайн, ноу-хау, товарні знаки, бренд підприємства і виробничі секрети); людського капіталу (знання, досвід працівників,

професійна кваліфікація); інфраструктурного капіталу (управлінські процеси, інформаційні технології, мережеві системи зв'язку, необхідні стандарти).

Встановлено нерозривний зв'язок правових і економічних аспектів інтелектуальної власності, як ресурсу компанії. Необхідність в гарантії прав творців інновацій не зникала з усіх етапів науково-технічного прогресу. Як і раніше, від міри юридичного захисту прав на результати інтелектуальної діяльності залежить інтенсивність інноваційної діяльності і ефективність використання ресурсів на проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Не відстає за своєю важливістю сама розробка нових технологій використання правових механізмів захисту інтелектуальної власності.

Розглянуто Угоду про торгівельні аспекти прав інтелектуальної власності. Що стосується позитивних факторів приєднання України до угоди, то одним з головних є комплексність ТРІПС. На відміну від інших угод, що стосуються правового регулювання лише певних об'єктів інтелектуальної власності, норми цієї угоди стосуються фактично усіх об'єктів (літературні та художні твори, комп'ютерні програми, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, географічні зазначення тощо). Тобто, теоретично це має допомогти розвитку та усуненню спірних моментів щодо правового регулювання, охорони та захисту багатьох різних видів об'єктів права інтелектуальної власності. Угода передбачає й дотримання усіх базових міжнародно-правових актів (наприклад, Бернська конвенція «Про охорону літературних та художніх творів» 1886 року), а також конкретизує та доповнює певні з них.

Розглянуто закон про недобросовісну конкуренцію та встановлено, що функції конкурентних відомств України значно ширші, ніж у країнах з розвиненою ринковою економікою. До них належать: державний контроль за дотриманням конкурентного законодавства; розробка та впровадження заходів з попередження, обмеження та запобігання монополістичної діяльності та недобросовісної конкуренції; сприяння формуванню ринкових відносин на основі розвитку конкуренції та підприємництва; захист законних інтересів громадян (споживачів і підприємців) від проявів монополізму та недобросовісної конкуренції.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан використання ІВ в підприємницькій діяльності, а саме поняття та сутність комерціалізації, її форми умови, стратегії розвитку МСП. Динаміка зростання за останні тридцять років компоненту нематеріальних активів в структурі ринкової вартості п'ятиста американських компаній із найбільшою капіталізацією, що входять до індексу S&P 500 показала: питома вага матеріальних активів значно поступається нематеріальним активам і часто складає біля 80 % ринкової вартості компаній. Досить сказати, що вартість брендів всесвітньо відомих компаній оцінюється в мільярди доларів.

Під комерціалізацію інтелектуальної власності розуміють підприємницьку діяльність, пов'язану з перетворенням результатів інтелектуальної діяльності та засобів індивідуалізації в прибуток з використанням різноманітних форм та засобів торгівлі. Існують основні способи комерціалізації інтелектуальної власності: використання у власному виробництві – використання інновацій у власному виробництві дозволяє правовласнику отримати максимальні прибутки за рахунок монопольного права на випуск і реалізацію інноваційної продукції. Разом з тим, при створенні власного виробництва інноваційної продукції з використанням об'єктів права інтелектуальної власності, потрібно інвестування значних коштів на організацію виробництва, маркетингові дослідження, просування продукції на ринок, вибір каналів розподілу і створення торгової мережі. Однак в разі успіху виведення на ринок нової продукції дає можливість через певний період компенсувати початкові витрати і отримати значний прибуток, необхідну для подальшого розвитку виробництва.

При внесенні інтелектуальної власності до статутного капіталу, власник передає права на об'єкт права інтелектуальної власності підприємству в обмін на корпоративні права, а також отримує такі зобов'язальні права щодо підприємства: право на отримання частини прибутку (дивіденди); на участь в управлінні підприємством через загальні збори учасників; на отримання ліквідаційної квоти у разі ліквідації підприємства; на ознайомлення зі звітною інформацією про діяльність підприємства.

Можна спостерігати тенденцію збільшення договорів за франшизою. Правовласник (франчайзер) надає користувачу (франчайзи) весь комплекс належних йому прав ІВ (товарний знак, фірмове найменування, винахід, промисловий зразок, ноу-хау, твір), причому разом з передачею права на ІВ франчайзер надає постійну організаційну, технічну, комерційну допомогу, оберігає франчайзи від ризику у сфері підприємництва і ринкових відносин.

На підставі договору про передання виключних майнових прав власником майнових прав (усіх або окремих) на твір стає інша фізична чи юридична особа. Новий власник самостійно приймає рішення щодо подальшого розпорядження всіма виключними майновими правами на твір (якщо права було передано в повному обсязі) або частиною їх (у разі часткової передачі майнових прав).

Ліцензування вважається однією з найбільш поширених форм комерціалізації інтелектуальної власності. Торгівля ліцензіями використовується у внутрішніх і зовнішніх комерційних операціях як ефективний спосіб підйому економіки і підвищення конкурентоспроможності власних товарів на зовнішніх ринках. Процес ліцензування добре розвинений і загальнодоступний. Для правовласника (ліцензіара) продаж ліцензії на перспективну технологію, яка не використовується в даний момент часу (у власному виробництві або в певному географічному регіоні), є вдалим способом отримати доходи, які в іншому випадку він не міг би отримати.

В останні кілька років поширення набувають нові форми комерціалізації. Такі, як електронна торгівля, стартапи, венчурний бізнес, які детально розглянуті у 4 розділі.

У третьому розділі розглянуто економічні аспекти комерціалізації ІВ: ринок, міжнародну практику використання інтелектуальної власності в капіталізації компаній, оцінку майнових прав. З 2016 року число заявок на видачу патентів і реєстрацію товарних знаків і промислових зразків досягло рекордно високих показників; це відбувалося на тлі стрімко зростаючого попиту на дані послуги в Китаї - країні, що отримала більше патентних заявок, ніж Сполучені Штати Америки, Японія, Республіка Корея і Європейське патентне відомство разом узяті.

Для проведення оцінки майнових прав інтелектуальної власності застосовуються такі методичні підходи: дохідний; порівняльний; витратний.

Четвертий розділ присвячено трансферу технологій у цифровій економіці. Розглянуто бізнес-моделі: електронна торгівля, стартапи, венчурне інвестування. Це перспективні і нові форми ведення бізнесу. Їх розвиток забезпечить розвиток малого та середнього бізнесу. Кількість таких компаній з кожним роком в Україні невпинно зростає, які стають все більш привабливими для іноземних і вітчизняних інвесторів. Це можливість усіх креативних людей втілювати свої ідеї, і таким чином впроваджувати інновації в науку, сектор обслуговування, бізнес та інші сфери життя. Україна володіє значним інноваційним потенціалом, тому питання комерціалізації інтелектуальної власності у даних бізнес моделях є дуже важливим, адже, вона підвищує конкурентоспроможність компанії і подальший розвиток за інтенсивним типом.

У п'ятому розділі оцінені майнові права при передачі виключних майнових прав на винахід. Величина ринкової вартості майнових прав на використання винаходу «Пристрій для підготування дротової заготовки до холодного деформування», Патент України № 41745, визначена за методом виграшу у собівартості, округлене дорівнює 1 856 305 (один мільйон вісімсот п'ятдесят шість тисяч триста п'ять) грн. 00 коп.

Шостий та сьомий розділ присвячені охороні праці та навколишнього середовища, та цивільному захисту.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Мильнер Б. Управління інтелектуальними ресурсами / Б. Мильнер // Питання економіки. 2008. – № 7. С. 43–47.
2. Валюх А. М. Інтелектуальна власність: навч. посіб. / А. М. Валюх, С. Гвожджевiч. – Варшава, МП «Освіта-наука-Розвиток», 2016. – 182 с.
3. Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна та майнових прав» від 10 вересня 2003 р. N 1440
4. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності: прийнята країнами учасниками 15.04.1994: текст зі змінами станом від 6 грудня 2005 р. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU94465.html
5. Мухопад В. І. Суть і зміст конкуренції, обмежувальною діловою практики і антимонопольного регулювання в міжнародному бізнесі / В. І. Мухопад // Комерціалізація інтелектуальної власності. – 2010. – С. 199.
6. Закон США «Закон, направлений на захист торгівлі і промисловості від незаконних обмежень і монополій» 1861 р. / Шерман.
7. Стаття 86 Договору об утворенні Європейського економічного союзу 1957 г. (т.н. Римський договір).
8. Паризької конвенції про охорону промислової власності [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://parusconsultant.com/?doc=00ZOC2B737>
9. Інтелектуальна власність та малі та середні підприємства [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/ru/documents/docs/brochure.pdf>.
10. Карпова Н.Н. Интеллектуальная собственность в системе мировых хозяйственных связей. Дис.... доктора экономических наук Н. Н. Карпова. – Москва, 2002. – С. 96.
11. Изобретая будущее: Введение в тему «Патенты для малых и средних компаний». [Електронний ресурс] Режим доступу:

http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/ru/sme/917/wipo_pub_917.pdf

12. Зубкова А.Б. Економічне оцінювання культури якості на промисловому підприємстві [Електронний ресурс] Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/13.DNI_2007/Economics/21415.doc.htm

13. Економічна правда 2018 [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/10/4/641285/>

14. Український інститут інтелектуальної власності [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.uipv.org>

15. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. — Вид. 2-ге, перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 528 с.

16. Ступнікер Г.Л. Комерціалізація інтелектуальної власності як інструмент управління інтелектуальним капіталом / Г.Л. Ступнікер // Економічний простір. — 2008. — № 15. — С. 163–170.

17. Мухопад В. І. Суть і зміст конкуренції, обмежувальною діловою практики і антимонопольного регулювання в міжнародному бізнесі / В. І. Мухопад // Комерціалізація інтелектуальної власності. — 2010. — С. 52.

18. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В.Д. Базилевич ; 3-тє вид., переробл. і доповн. — К. : Знання, 2014. — 671 с.

19. Прохоров А.Н. Зарубежный опыт процесса коммерциализации интеллектуальной собственности / А.Н. Прохоров // Вестник Тюменского гос. ун-та. — 2011. — № 11. — С. 66–70.

20. Городов О. А. Патентное право: [учебник] / О. А. Городов. 2006 — 203 с.

21. Цивільний кодекс України від 28 листопада 2004 р. // Голос України. — 2003. — № 45-46. — 12 березня. — № 47-48. — 13 березня.

22. Цибульов П.М. Управління інтелектуальною власністю.— К.: Державний інститут інтелектуальної власності, 2009. — 312 с.

23. Комерціалізація прав на об'єкти інтелектуальної власності [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5461733/page:2/>
24. Гавкалова Н.Л., Маркова Н.С. Формування та використання інтелектуально капіталу: Наук. видання. – Х., 2006. – 252 с.
25. Цибульов П.М. Управління інтелектуальною власністю.– К.: Державний інститут інтелектуальної власності, 2009. – 312 с.
26. Закону України «Про господарські товариства»: прийнятий ВР України від 19.09.1991 № 1576-XII / ст.13 [Електронний ресурс] Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T157600.html
27. Передання прав на використання ОПІВ за ліцензійним договором [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://helpiks.org/3-59755.html>
28. Захрин М. Практика франчайзинга. Преимущества и недостатки. II Международная конференция: Украина — 2002: Торговля и франчайзинг. 15 — 16 мая 2002 г. Материалы конференции. — С. 95 — 98.
29. Тошина Н. М. Новітній маркетинговий напрямок в бізнесі: Франчайзинг та його особливості / Н. М. Тошина // Науково-виробничий журнал. – 2009, № 2. – С. 151–153.
30. Гагай П. Перспективы франчайзинга / П. Гагай // Юридическая практика, 2008. - № 9. - С. 1, 22-23.
31. Гировець С. Свій бізнес за чужим рецептом: Франчайзинг в Україні // Консалтинг в Україні, 2016. - № 10. - С. 7-10.
32. Терехов В. І. Франчайзинг як форма міжнародного трансферу технологій / В. І. Терехов, Л. В. Максимчук, О. О. Бадзим; / Актуальні проблеми економіки, 2007. - № 7. - С. 90-97.
33. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницькій діяльності. Гаврись О.М. – Харків. – 2004 – 640 с.
34. Бекірова Е. Правова природа інституту ліцензування певних видів господарської діяльності // Підприємництво, господарство і право. – 2007, №10, ст. 95 - 97.

35. Курило В. Державне ліцензування як правова підстава підприємницької діяльності з надання послуг щодо охорони власності та громадян // Юридична Україна. – 2004, № 2, ст. 50 - 54.

36. Гаврилін Н. П. Коммерциализация интеллектуальной собственности [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.esm-invest.com/ru/Commercialization-of-intellectual-property-A-brief-overview-of-the-domestic-market>

37. Галь В.М. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні // Вісник Національного банку України (укр.).- 2017.- № 1.- с 13-15

38. Комерціалізація інтелектуальної власності [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/ceci/publications/ip.pdf>

39. Hughes A. The Impact of the Patent System on SMEs / A. Hughes // UK Intellectual Property Office. – 2010. – Р. 77–78.

40. Звіт про дослідження, підготовлений Австрійським інститутом досліджень малого та середнього бізнесу [Електронний ресурс] Режим доступу: https://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=89773

41. В.В. Овчаренко – Мале підприємництво в контексті інституціоналізації середнього класу в трансформаційній економіці України. – Економіка, Фінанси, Право, 7'2007

42. Мінекономрозвитку створило Офіс розвитку малого та середнього підприємництва [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/News/Detail> 02.11.2018

43. Підготовка стратегії розвитку малого та середнього підприємництва [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://khoda.gov.ua>

44. Глобальный инновационный индекс [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>

45. Коваленко О.М., Драган О.І. Теоретичні, практичні і культурні аспекти інтелектуального капіталу: Монографія. – К.: НАКККиМ(Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв), 2013. – 260 с.

46. Революція в обліку [Електронний ресурс] Режим доступу: cfin.ru/ias/rev_in_acc.shtml
47. Іванов В. В. Інноваційна діяльність: міжнародний досвід: [монографія] / В.В. Іванов. – М.: Наука, 2012. – 261 с.
48. Мойсеєнко І. П. Управління інтелектуальним потенціалом: Монографія.–Львів: Аверс, 2007. – 304 с.
49. Олейко В. Інтелектуальний капітал: методологічні аспекти// «Інтелектуальна власність» №6/2003, с. 43-36.
50. Національний стандарт № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» від 3 жовтня 2007 р. N 1185.
51. Інтелектуальна власність: у схемах і таблицях: навч. посіб. / М. М. Ксенофонтова, В. П. Самодай, С. Г. Дубовик. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2014. – 292 с.
52. Кобелев О. Актуальные проблемы электронной коммерции Украины // Маркетинг. - 2010. - N 4. - С.3-15.
53. Тиль, П. От нуля к единице : как создать стартап, который изменит будущее / П. Тиль, Б. Мастерс; перевод с англ. – Москва: Альпина паблишер, 2015. – 188 с.
54. Стартапи сьогодні [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF>
55. Корпоративні венчурні фонди [Електронний ресурс] Режим доступу: [http:// corporateventuresummit.ru/examples](http://corporateventuresummit.ru/examples)
56. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
57. Пилипенко Б.Г. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів. – Київ, 2015. С. 54–58.
58. Депозитні ставки [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://privatbank.ua/>

59. Закон України "Про охорону праці" від 14.10.1992 № 2694–ХІІ у редакції від 14.10.1992 р. № 2695-ХІІ.

60. НПАОП 0.00-1.28-10. Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин. – Затверджено наказом Державного комітету України з промислової безпеки, охорони праці та гірничного нагляду 26.03.2010 № 65.

61. ДСН 3.3.6.042 – 99. Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень. – К.:2000.

62. ДБН В.2.5-67:2013. Опалення, вентиляція та кондиціонування. Чинний з 01 січня 2013 року.

63. ДБН В.2.5-28-2006.Державні будівельні норми. Природне і штучне освітлення.К.:Мінбуд України,- Київ:2006.

64. ДСН 3.3.6.037-99 Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку. МОЗ України, Постанова №37 від 01.12.99.

65. ДСН 3.3.6.039-99 Державні санітарні норми виробничої загальної та локальної вібрації. МОЗ України. Постанова № 39 від 01.12.99.

66. ДСанПіН 3.3.2.007 – 98. Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно – обчислювальних машин. – К., 1998.

67. ПУЕ-2011. Правила улаштування електроустановок. Київ, 2011. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. - РОЗДІЛ 1. Загальні правила. Глава 1.7 Заземлення і захисні заходи електробезпеки.

68. ДСТУ Б. В.1.1-36:2016 Національний стандарт України. Норми визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою. -К.: Мінрегіонбуд України, 2016.

69. ДБН В. 1.1. – 7 – 02. Державні будівельні норми. Захист від пожежі. Пожежна безпека об'єктів будівництва. – Діє з 01.01.03.

70. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». – Введ. 25.06.1991 р.

71. Кодекс цивільного захисту України – Введ. 14.05.2013 р.