ВСТУП

На сучасному етапі розвитку суспільства інтелектуальні ресурси, інформація й знання є основною цінністю та вирішальним фактором в конкурентній боротьбі. Накопичення, розвиток інтелектуальних ресурсів й управління ними стали найважливішим завданням для економічних агентів будь-якого масштабу, від країни в цілому до малого підприємства. Безумовно, перехід людства до нової стадії свого розвитку в епоху, яку називають «постіндустріальним розвитком суспільства», вимагає відповідного проектування комерційних компаній.

Основою інтелектуального підприємництва виступають чотири ціннісних орієнтира: бачення та відкриття, власність і відповідальність, інтегральне мислення та дія, співпраця й взаємодія. Розглядаючи інтелектуальне підприємництво як фактор конкурентної переваги в новій економіці, виділяють п'ять основних ознак інтелектуального підприємництва:

1) інтелектуальна безстрашність, яка пов’язана з наростанням складності знань і передбачає наявність здібностей до подолання труднощів пізнання;

2) інформаційна грамотність, що виявляється в здатності швидко знаходити й обробляти необхідну інформацію;

3) толерантність до інформаційної надмірності й невизначеності, що вирішує проблему «інтелектуального безсилля»;

4) здатність породжувати нове знання;

5) мотивація до виробництва нового знання.

Орієнтація на розвиток зазначених ознак фактично означає формування індивідуальних критеріїв успіху особистості в умовах економіки знань і потребує якісного системного навчально-методичного забезпечення.

Тому метою навчального посібника є надання системного характеру самостійній роботі студентів із дисципліни “Інтелектуальний бізнес” у процесі набуття необхідного рівня знань та навичок, які передбачені освітньо-кваліфікаційними характеристиками відповідного фахового напряму.

Мета дисципліни: формування у студентів комплексу теоретичних знань і практичних умінь організації, управління, економічного обґрунтування напрямків розвитку і забезпечення успішного функціонування інтелектуального бізнесу.

Цьому має сприяти регулярна робота за програмою вивчення дисципліни, підготовка до семінарських занять, виконання індивідуальних завдань та відповідних розрахунків, підготовка та розгляд практичних ситуацій, здійснення самоконтролю знань, умінь і навичок.

Предмет вивчення дисципліни: теоретико-методичні засади існування та розвитку інтелектуального бізнесу і практичні аспекти його функціонування.

«Інтелектуальний бізнес» є дисципліною з усього блоку спеціалізації і спирається на знання і навички, отримані при вивченні наступних навчальних дисциплін: «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Стратегія

підприємства», «Маркетинг», «Інвестування», «Потенціал підприємства», «Проектний аналіз» і комплекс інших загальнопрофесійних і спеціальних дисциплін.

Компетенції, що формують дисципліну, є наступними:

- когнітивні: розуміння правових аспектів інтелектуальної власності та вміння використовувати отримані знання в процесах управління проектами у сфері інтелектуального бізнесу;

- методологічні: управління процесами організації інноваційної діяльності, прийняття рішень і організація дій щодо процесу оцінки, придбання прав і введення інтелектуальної власності у господарській обіг;

- технологічні: застосування управлінських технологій при створенні, охороні, використанні й захисті об'єктів інтелектуальної власності;

- контрольні: здійснення контролю за перебігом проектних процесів у заплановані терміни та їх відповідністю встановленим правилам і вимогам нормативно-правових документів у сфері інтелектуальної власності.

ТЕМА 1.
РОЗВИТОК І СПЕЦИФІКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ.

Методичні рекомендації

Головна мета вивчення даної теми – закласти основу для розуміння подальших тем і дати загальне уявлення про інтелектуальний бізнес, його проблеми і перспективи, про підходи до управління інтелектуальною організацією. Завдання студентів – осмислити ключові концепції і поняття, а не просто запам'ятати їх.

Основні поняття: інтелектуалізація економіки, трансформація змісту праці, інтелектуальний ресурс, четвертинний сектор економіки, інтелектуальне підприємництво, кастомізована продукція, інтелектуальні послуги.

Перелік питань

1. Генезис інтелектуального бизнесу.
2. Сутність інтелектуального підприємництва.
3. Особливості виробництва інтелектуальної послуги.

Відповідно до сучасної економічної теорії, нова економіка базується на русі не стільки матеріальних ресурсів, скільки на обміні й використанні ідей, знань, інформації, а людські знання й досвід є одним з найцінніших ресурсів суспільства. Вважається, що на сьогоднішній день саме знання й безперервне навчання стали критичними компонентами успіху.

Такий тип суспільства базується на знанні та інформації. Наразі більшість аналітиків називає його постіндустріальним або інформаційним. Характеризуючи специфіку нового суспільства, можна описати два взаємопов’язані між собою процеси: сервісизацію (домінування сфери послуг над власне виробництвом) та інформатизацію (дедалі ширше виробництво інформаційного продукту, застосування новітніх інформаційних технологій, у т. ч. інтернету, у всіх сферах людської життєдіяльності).

Розвиток заснованої на знаннях економіки відбувався поступово. Протягом XVIII-XIX ст. економісти сперечалися щодо природи та ролі послуг, але погоджувалися з тим, що виділити сектор послуг можна тільки за залишковим принципом: до нього зараховували ті види діяльності, які безпосередньо не мали відношення ні до видобувних, ні до оброблювальних галузей економіки.

Тільки в XX столітті послуги зайняли повноправне місце в економічній моделі світу. Колін Кларк ще в першій половині XX століття передбачив третинному секторові в недалекому майбутньому місце «локомотива» економічного зростання. На його погляд, розвиток світової економіки визначають життєві цикли окремих секторів власне економіки, а стадія

спадання життєвих циклів первинного і вторинного секторів розпочнеться до середини XX ст. Він також передбачав, що випереджаючий темп зростання продуктивності праці і більш висока, в порівнянні з товарами, еластичність попиту на послуги - з доходу повинні викликати «зліт» сектора послуг, який призведе до його домінування над іншими секторами.

У 1935 р. Алан Фішер запропонував вважати сферу послуг третинним сектором економіки, наступними за обробним (вторинним) і добувним (первинним) секторами. А в 1940 р. трисекторну модель Фішера розвинув Колін Кларк. З того часу модель Кларка-Фішера стала загальновизнаною:

• під «первинним» сектором розуміють сільське господарство і видобуток корисних копалин;

• до «вторинного» сектору відносять обробну промисловість;

• «третинний» сектор відповідно до прийнятої раніше класифікації об'єднував всі послуги - від транспорту та зв'язку до освіти й державного управління.

Отже, залежності від частки зайнятих у кожному секторі, типи економічних систем було поділено на:

1) «аграрну» (в сільському господарстві зайнято більш ніж половина всіх співробітників);

2) «індустріальну» (в промисловості зайнято більш ніж половина всіх співробітників);

3) постіндустріальну або «сучасну», її також можна назвати «сервісною» (більш ніж половина всіх співробітників зайнято у сфері послуг).

Пізніше, наприкінці 60-х – початку 70-х рр. XX століття, перехід науково-технічного прогресу з еволюційної в революційну стадію привів до різкого зростання продуктивності праці в галузях промисловості.

Ресурси, вивільнені завдяки факторам інтенсивного росту, прямували в сферу послуг, яка швидко зайняла провідне місце в економіці розвинених країн, виробляючи більшу частину ВВП. Постіндустріальне суспільство стало реальністю.

Однак уже в третій чверті XX століття деякі західні вчені запропонували ідеї про економіку майбутнього, що заснована на знаннях, - так званої «інтелектуальної економіки». На межі XXI століття вона стала набувати реальних рис у передових країнах світу. До середини вказаного століття, мабуть, тільки така економіка і буде вважатися «розвиненою» й «сучасною». А «сервісна» економіка стане ознакою економічної відсталості, як «аграрна» - на початку XX століття та «індустріальна» - в його кінці.

Таблиця 1.1 - Порівняння етапів розвитку суспільства

Порівняльні характеристики	**Індустріальне**	**Інформаційне**
Центральні змінні	Праця та капітал	Інформація та знання
Основний виробничий ресурс	Капітал, енергія	Інформація
Основні результати виробничого процесу	Матеріальні товари	Інформація, знання, інтелектуальні товари (переважно нематеріальні)
Джерела додаткової вартості	Праця	Знання
Виробнича сила	Індустріальні працівники, селяни	Інтелектуальні працівники
Об'єкт накопичення	Капітал в грошовій та матеріальній формі	Інформація та знання
Характер базових технологій	Капіталомісткі технології	Наукомісткі технології, які базуються на знаннях

Заміщення праці знаннями означає перехід від чисто технічних навичок до інтелектуальних. Цю ознаку прихильники постіндустріальної теорії виокремлюють як основну, що визначає і обумовлює всі наступні. Тому невипадкові і, власне, терміни «інформаційне суспільство», «суспільство знань», «інформаційна економіка», «інтелектуальна економіка».

За аналогією з попередніми типами «інтелектуальна економіка», або «економіка знань», настане, коли більша частина населення буде зайнята в якомусь провідному секторі.

Як пишуть визнані авторитети у даній області В. Л. Макаров і Г. Б. Клейнер, «на даний час у світовій економіці тиражування стандартної продукції в потрібному для задоволення потреб числі примірників - основний процес, що забезпечує існування суспільства і людини. У постінформаційній світовій економіці питання тиражування, реплікації товарів в принципі будуть вирішуватися, мабуть, без особливих витрат дефіцитних ресурсів, на базі комп'ютеризованих і «рутинізованих» виробництв. Основні ж економічні проблеми будуть пов'язані з розробкою та створенням нових нестандартних виробів, що задовольняють індивідуальні потреби конкретної людини або унікального виробництва. Проблема створення нових товарів займає провідне місце серед економічних проблем, а «economics of scale» поступиться місцем «economics of scope». З переважно реплікаційної економіка перетворитися у переважно інноваційну («індивідуалізовану»)» [74, с.37] .

Ознаки, що дозволяють ідентифікувати інтелектуальну послугу:

• потреба в інтелектуальних послугах властива переважно інноваційним економічним суб'єктам (використовують продуктові, процесні, організаційні інновації);

• не кожен споживач може повноцінно використовувати надану йому послугу;

• продукт сектора інтелектуальних послуг не є однорідним, він повинен бути або повністю індивідуальним, або, у крайньому випадку, складатися з деякого стандартного «ядра», на яке для кожного клієнта нарощується своя «оболонка»;

• клієнт є «співвиробник» як мінімум «оболонки» послуги, або навіть всієї послуги цілком, якщо послуга повністю індивідуалізована;

• у вартості послуг велика частка доданої вартості;

• основну частину доданої вартості виробляє праця, причому висококваліфікована.

Найбільш поширеним типом інтелектуальних послуг є так звані ділові послуги, тобто послуги категорії B2B3: консалтингові, фінансові, юридичні, дослідницькі, інформаційні та т. п. Наразі вони стають необхідною умовою успішної діяльності підприємств всіх інших секторів. Інтелектуальні послуги супроводжують весь процес виробництва і реалізації продукції.

Таблиця 1.2 - Відмінності інтелектуальних і традиційних ресурсів

Традиційний ресурс	**Інтелектуальний ресурс**
Матеріальні потоки та запаси	Нематеріальні потоки та запаси
У процесі виробництва зменшуються	У процесі виробництва збільшуються
Приватне благо	Суспільне благо
Обмежений	Необмежений
Тиражовані з великими витратами	Тиражовані з невеликими витратами
Спадна гранична корисність	Висхідна гранична корисність

Інтелектуальні послуги нематеріальні, невідтворювані й є такими, що не зберігаються. Нематеріальність та відсутність властивості зберігатися є невід'ємними атрибутами інтелектуальних послуг, що відрізняють їх від товарного продукту. Невідтворюваність інтелектуальних послуг означає їх унікальність. Послуга, надана одному клієнту, не може в незмінному вигляді бути надана іншому клієнту, оскільки потребує нового збору, аналізу та презентації інформації, що і свідчить про невідтворюваність.

Четвертинний же сектор, бувши атрибутом нової економіки, з самого початку не був заснований на повторюваності. Інтелектуальні послуги виробляються під конкретного замовника, попит на репліку («другу копію») щодо таких послуг дорівнює нулю. Попит на інтелектуальні послуги має диверсифікований характер, на відміну від гомогенного (однорідного) попиту на продукцію вторинного і третинного секторів. Простіше кажучи, замовники

бажають отримати кожен свою особливу інтелектуальну послугу, а не щось, однакове для всіх споживачів.

Похідний характер послуг вимагає «прилаштовування» під специфіку конкретного виробничого процесу, який ця послуга супроводжує. Як наслідок, інтелектуальна послуга не може бути типовою. Її не можна надати без адаптації до особливостей конкретного користувача, яка становить собою охоплюючий багато знань процес, оскільки не може бути здійснена послідовністю заздалегідь відомих дій. Ця відмінна риса і виокремлює інтелектуальні послуги з-поміж інших.

За рівнем індивідуалізації усі послуги в літературі поділяються на три категорії:

стандартні - однакові для всіх споживачів;

частково стандартизовані - базовий варіант послуги, адаптований до потреб конкретного клієнта;

повністю індивідуалізовані - послуги, розроблені під конкретного клієнта.

Перша група послуг становить основу третинного сектору, хоча зустрічаються і послуги другої групи (наприклад, в перукарнях). Але «обличчям» сектора є все ж стандартизовані, типові послуги.

А ось для четвертинного сектора основними є послуги третьої групи. Можуть надаватися і частково стандартизовані послуги, але це характерно швидше для періоду становлення, для перших кроків. У міру того, як четвертинний сектор стає більш зрілим, вага послуг третьої групи підвищується, а другої – падає.

Іншими словами, інтелектуальні послуги за своєю природою неоднорідні (гетерогенні). Ключовим критерієм, що відрізняє інтелектуальну послугу від традиційної (звичайної), є індивідуалізований характер її виробництва. При наявності переваги стандартного продукту досліджуваний вид послуг відноситься до третинного сектору. Отже, клієнт повинен стати «співвиробником» послуги, надавши найважливіший ресурс – інформаційний. Таким чином, продукують інтелектуальну послугу два виробники: власне фірма, що надає послугу і використовує свій інтелектуальний ресурс, який можна назвати кваліфікованою працею, та споживач послуги, який вкладає інформаційний ресурс. Відбувається, як узвичаєно називати цей процес в літературі, «інтеграція зовнішнього ресурсу». Необхідність функціональної інтеграції «виробника» і «споживача» інтелектуальної послуги настільки істотна, що в ряді досліджень пропонується говорити про спільне виробництво послуги.

У четвертинному ж секторі дотримання зазначеної умови зовсім не є аксіомою. Процес споживання не є тим, на що здатний кожен охочий. Оскільки сама послуга «knowledge-intensive» «місткі за знаннями» – вона передбачає вміння і можливість користуватися втіленням цих знань. Відповідно, не будь-який замовник такої послуги має здатність до застосування її у власному

виробництві. Для повноцінного використання послуг він сам повинен відрізнятися інноваційними якостями та високим інтелектуальним потенціалом. У іншому випадку послуга не буде корисною.

У науці прийнято у таких випадках говорити про «несприйняття» послуги. Наприклад, послуги з розробки передового програмного забезпечення не в змозі спожити власник застарілого процесора, як би сильно він їх не потребував.

Тому здатність до адаптації наукомістких послуг в четвертинному секторі є фактором, який обмежує попит. На відміну від стандартної економічної моделі, де потреба в товарі і здатність платити достатні для пред'явлення попиту, в секторі інтелектуальних послуг наявність потреби ще не робить економічного суб'єкта представником попиту.

Адже попит у єдності бажання і можливості. У традиційних секторах «можливість» асоціюється тільки з платоспроможністю. У четвертинному секторі «можливість» обмежується також здатністю до сприйняття.

Інтелектуальне підприємництво багато в чому подібне до традиційного, але безпосередньо не пов'язане з прагненням отримати фінансову вигоду.

Вперше термін «інтелектуальне підприємництво» був запропонований американським професором А. Р. Червітцем у 2002 р., який вважав, що «створення матеріального багатства є лише одним з приватних проявів підприємництва. Інтелект не може бути обмежений академічною науковою школою, а підприємництво - це не бізнес, це установка на оволодіння світом, процес культурної інновації»[148]. Вчений розглядає «інтелектуальне підприємництво» відносно до системи освіти, але підкреслює універсальність запропонованої концепції, стверджуючи, що інтелектуальним підприємцем може бути не тільки бізнесмен, але і вчений, студент, аспірант, художник, музикант, продюсер і т. д.

Основою інтелектуального підприємництва у концепції А. Р. Червітца виступають чотири ціннісних орієнтири:

1) бачення і відкриття;

2) власність і відповідальність;

3) інтегральне мислення і дія;

4) співробітництво і взаємодія.

Вченим представлений механізм реалізації ціннісних орієнтирів, що забезпечує ефективний обмін знаннями і більш широкий доступ до ресурсів. Так, інтелектуальні підприємці перебувають у постійному пошукові нових нестандартних способів вирішення поставлених завдань в області своїх професійних компетенцій. Ці відкриття розвивають бачення потенційних можливостей майбутнього зростання. Їх можна порівняти з появою економічного передчуття та інтуїції. Індивід завжди залишається власником своїх знань, навичок, досвіду, здібностей, таланту, в процесі використання яких

ним набувається особливий «інструментарій», необхідний для реалізації бачення продукту.

Інтелектуальні підприємці генерують знання за допомогою механізму синергії, що дозволяє усунути перешкоди на шляху реалізації інтелектуальних потенціалів окремих особистостей, усунути обмеження у виробництві нових знань і домогтися більшого соціально-економічного ефекту.

Використовуючи розроблений професором Г. Б. Клейнером [74] перелік загальних ознак, притаманних системі інститутів, можна запропонувати наступні ознаки інтелектуального продукту, що враховують особливості області інтелектуального підприємництва у створенні людського і речового капіталу (табл. 1.3). До складу інтелектуального продукту включено два компоненти:

Таблиця 1.3 – Ознаки інституту інтелектуального підприємництва

Ознаки інституту	**Ознаки інституту інтелектуального підприємництва**	
	для компоненти "людський капітал"	**для компоненти "речовинний капітал"**
Тип номінального носія інституту	Індивід, сім'я, колектив	Фірма, організація
Потенційний носій інституту	Фірма, організація	Індивід, сім'я, колектив
Сфера прийняття рішення	Як правило, внутрішнє середовище	Внутрішнє та зовнішнє середовище організації
Період стійкості інституту	Аналогічний середньої тривалості життя людини – 59-75 років.	Аналогічний життєвому циклу організації
Ступінь формалізації інституту	Формальна (у вигляді дипломів, сертифікатів та ін.) і неформальна (у вигляді комунікаційних відносин між людьми)	Формальна
Тип механізмів інформування про норму	Як правило, неформальні комунікації	Формальні і неформальні комунікації
Тип механізмів безпосереднього контролю за дотриманням норм	Переважно духовні, моральні, культурні цінності	Організаційна структура, корпоративна культура, розпорядча документація

У дослідженні сутнісних основ інтелектуального підприємництва на особливу увагу заслуговують роботи російських професорів Вищої школи економіки Г. Н Константинова та С. Р. Филоновича. Розглядаючи інтелектуальне підприємництво як фактор конкурентної переваги в новій економіці, автори виділяють п'ять основних ознак інтелектуального підприємництва [64]:

1) інтелектуальна безстрашність, яка пов'язана з наростанням складності знань і передбачає наявність здібностей долати труднощі пізнання;

2) інформаційна грамотність, що виявляється у здатності швидко знаходити та обробляти необхідну інформацію;

3) толерантність до інформаційної надмірності й невизначеності, що вирішує проблему «інтелектуального безсилля»;

4) здатність породжувати нове знання;

5) мотивація до виробництва нового знання.

Відповідно до теорії О. Вільямсона, інституційну організацію інтелектуального підприємництва можна розглядати з позиції поділу на внутрішні (ендогенні) та зовнішні (екзогенні) інститути.

Перший напрямок аналізує процеси виробництва, поширення, обміну та використання знань для кожного рівня ієрархії «зсередини» (з точки зору суб'єкта, що генерує дані процеси).

Другий – досліджує ці процеси «ззовні», виділяючи функції посередника в їх реалізації у тих чи інших інститутах (наприклад, юридичний супровід угод зі зміни правового статусу об'єкта інтелектуальної власності, пошук джерел фінансування, надання різних гарантій, надання маркетингових, консалтингових послуг).

Характерною рисою інституційної організації є її багаторівневість. Інститути мікро-, мезо- і макроекономічного рівнів знаходяться в діалектичній єдності, їх взаємодія породжує різні по силі рефлекторні реакції, не всі з яких можуть бути легко виявленими. Інтелектуальне підприємництво є організаційною взаємодією суб'єктів, яке орієнтоване на утворення коаліції інтелектуальних спільнот, тісних мережевих зв'язків між учасниками. Суб'єктний кістяк ІП складають освітні установи, наукові організації, інноваційні підприємства, компанії інфокомунікаційного сектора, які виробляють явні та неявні знання: інноваційні ідеї, технології, винаходи та ін. досягнення науки й техніки.

Виділяють основні відмінні ознаки інституту інтелектуального підприємництва:

реалізація інтелектуального потенціалу особистості та (або) колективу; як правило, відсутність мети максимізації прибутку;

реалізація проектів, спрямованих на генерацію нових знань, створення та комерціалізацію інновацій, розвиток нових секторів (галузей) економіки країни (регіону);

отримання, поширення знань, навичок, досвіду в освітньому або професійному середовищі;

поширення інформації (ринкових сигналів) про особливості та ефективності функціонування окремих секторів ринку;

створення, закріплення й розвиток певних типів культури (корпоративної, освітньої, дослідницької тощо).

Виділяють три рівні прояву інтелектуального підприємництва:

мікрорівень – складається з відокремлених економічних агентів нової економіки (фірма, організація, індивід);

мезорівень – включає такі інститути інтелектуального підприємництва, які мають істотний вплив на розвиток економіки регіону або галузі;

макрорівень – представлений групою макроекономічних інститутів інтелектуального підприємництва.

Інтелектуальний бізнес можна назвати дуальним процесом. З одного боку, це процес створення й використання інтелектуальної власності, що дозволяє отримати прибуток, а з іншого – процес реалізації ідей розробника (творця) інтелектуального продукту за допомогою розумової праці.

У інтелектуальному бізнесі товаром є знання, ідеї, рішення, науково-технічні розробки, проекти, твори науки, літератури та мистецтва. Інтелект розвиває думку і створює ідеї, а згодом певна ідея приймає форму і вартість.

Фундаментом інтелектуального бізнесу є інтелектуальна діяльність, головним чинником – знання, досвід, мотивації підприємців, здатність до інновацій, отже, їх інтелектуально-інноваційний потенціал. А результатом такої діяльності є певний інтелектуальний продукт, який має свою цінність, отримує певне визнання на ринку, формуючи попит на послуги інтелектуального бізнесу.

Такий бізнес сприяє витісненню фізичної праці й залишає її тільки як технічне обслуговування. У результаті інтелектуальний бізнес має великі перспективи.

Отже, найважливішим атрибутом «економіки знань» стає кастомізоване виробництво, орієнтоване не на середньостатистичного («репрезентативного») споживача, а на потреби конкретного користувача. Воно зовсім не схоже на масове індустріальне виробництво, у нього інші закони.

Розвиток інтелектуального бізнесу може йти за двома напрямками.

По-перше, інтелектуали з власної ініціативи долучаються до економічної діяльності. Основу цього напрямку становить докорінна зміна традиційної ролі інтелектуалів під впливом соціальних і політичних реформ, а також зростання привабливості такої кар’єри та її перспектив, які стають на один щабель з іншими видами економічної та суспільної діяльності.

По-друге, сфера інтелектуального бізнесу сама стає об’єктом «інтелектуалізації». Основою тут є підвищення професійної підготовки (як за офіційними, так і неофіційними каналами) і зростання загальноосвітнього

рівня, що супроводжується розширенням кругозору аж до глобальних уявлень. Подібний глобальний підхід розширює пізнавальну і практичну перспективу з її новими шансами та ризиками. Інтелектуальний бізнес повністю відповідає ряду сучасних економічних концепцій, включаючи концепції інтелектуального капіталу та наукомісткої продукції, а також вельми популярну нині концепцію знання, що генерується в процесі виробництва.

Виробнича сфера поки дає нам недостатньо прикладів кастомізації, оскільки чинні виробничі технології не дозволяють випускати недорогу кастомізовану продукцію. Але поки постіндустріальні тенденції впроваджуються й розвиваються, насамперед, у сфері інтелектуальних послуг консалтингового характеру, яка характеризується наступними тенденціями:

1. Для консалтингових послуг вже зараз характерний високий рівень кастомізації, який означає, що кожна послуга є продуктовою інновацією, саме тому сектор інтелектуальних послуг за визначенням є носієм інноваційного типу розвитку.

2. При виробництві інтелектуальних послуг основним ресурсом є кваліфікована і креативна праця, оскільки «knowledge-intensive» - «місткі за знаннями» послуги вимагають вкладення містких за знаннями ресурсів.

3. Виробництво кастомізованої продукції потребує значної залученості споживачів, без якої не є можливою повноцінна адаптація послуги до конкретного замовника. Споживачі вкладають у виробництво знання про самих себе і про свої потреби. У процесі спільного виробництва відбувається не тільки активний обмін знаннями між виробником і споживачем, а й спільне вироблення ними нового знання, яке дозволяє виробляти інноваційні послуги.

Отже, поширення інтелектуальних послуг підвищує рівень знань і в секторах-споживачах, враховуючи тиражовані. Адже тенденція до кастомізації пов'язана не тільки з технологічними інноваціями. Кардинальна зміна характеру ринків збуту вимагає від виробників індивідуалізованої продукції відповідних організаційних, управлінських і маркетингових інновацій, націлених на «штучну» роботу з конкретним замовником замість розробки інновації, орієнтованої на типового (репрезентативного) споживача.

Контрольні питання і завдання

1. Які етапи розвитку інтелектуального бізнесу можна відокремити?
2. Проаналізуйте відмінні ознаки інституту інтелектуального підприємництва.
3. Яким чином впливають ендогенні та екзогенні інститути на розвиток інтелектуального підприємництва?
4. Проаналізуйте явище «кастомізації продукції» на прикладі українського підприємства.
5. Чому інтелектуальні послуги за своєю природою гетерогенні? Обгрунтуйте відповіль.
6. Як розподілено усі послуги за рівнем індивідуалізації?
7. Охарактеризуйте відмінності інтелектуальних і традиційних ресурсів.

Завдання 1

За експертними оцінками протягом останніх пяти років з 2012 по 2017 патентні витрати (судові тяжби, виплати, мирові угоди) провідних корпорацій світу в сфері високих технологій у 1,5 рази перевищать фінансування нових досліджень і розробок. Зокрема, компанія ARM, на процесорах якої працюють 90% мобільних телефонів у світі, в 2012 р. вирішила згорнути програму нових розробок і зосередитись на ліцензійних виплатах і судовому захисті своїх позицій.

Чи вважаєте ви, що посилення захисту прав інтелектуальної власності призводить до втрат суспільства, гальмує НТП?

Обґрунтуйте відповідь. Які ви можете запропонувати шляхи подолання зазначених негативних тенденцій розвитку сфери інтелектуальної власності?

Завдання 2

Оцінити доцільність створення підприємством корисної моделі, якщо термін створення становитиме 1 рік; термін від подання заявки на патентування до отримання патенту – ще 1 рік, а витрати на створення об’єкта такі:

- заробітна плата – 150 тис. грн на місяць;
- нарахування на заробітну плату – 36%;
- матеріальні витрати – 100 тис. грн на місяць;
- інші операційні витрати – 20 тис. грн на місяць.

Економічний термін служби корисної моделі менший за юридичний на 2 роки.

Підприємство використовуватиме корисну модель у власному виробництві. Шляхом цього собівартість продукції зменшиться на 10%.

Базова собівартість – 90 грн (без ПДВ), ціна – 120 грн за одиницю продукції. Щорічний обсяг реалізації продукції – 35000 од.

Завдання 3

Зробити висновок, чи доцільно підприємству працювати над створенням корисної моделі, якщо інвестиції складатимуть 10 млн грн та очікується, що у першому році використання цього об'єкта інтелектуальної власності у власному виробництві підприємство збільшить обсяги прибутку на 5 млн грн при загальних додаткових операційних витратах (без ПДВ) в розмірі 2 млн грн. У подальшому обсяги додаткового прибутку щорічно збільшуватимуться на 10%, а витрат – на 5%.

Врахувати коефіцієнт дисконтування у розмірі 10% річних.

Таблиця 1 - Приклад розрахунку чистої теперішньої вартості прибутку підприємства від використання об'єкта інтелектуальної власності (тис. грн.)

Прибуток (виручка) від реалізації товарів (робіт, послуг)	**1**	**2**	**3**	**N**
Непрямі податки				
Чистий прибуток				
Операційні витрати				
Прибуток до оподаткування				
Податок на прибуток				
Чистий прибуток				
Коефіцієнт дисконтування				
Чиста теперішня вартість прибутку (зростаючим підсумком)				

Завдання 4

При заснуванні нового підприємства у формі товариства з обмеженою відповідальністю трьома засновниками прийнято рішення про формування статутного капіталу у розмірі 500 тис. грн:

- 1-й засновник – 100 тис. грн грошовими коштами;
- 2-й засновник – 160 тис. грн грошовими коштами та 40 тис. грн нерухомим майном;
- 3-й засновник – 200 тис. грн об'єктом інтелектуальної власності. Схарактеризувати загальний економічний ефект від внеску третього засновника, якщо економічний термін служби об'єкта – 10 років, а його використання у господарській діяльності дозволить збільшити вартість продукції (її вищою інноваційністю) на 15%. Базова ціна 200 грн, обсяг виробництва – 150 тис. од., рентабельність доходу – 10%.

Завдання 5

Підприємство володіє ноу-хау щодо виготовлення продукції. Витрати на її виробництво без використання ноу-хау складають 85,8 грн. за одиницю. При цьому 30 % собівартості припадає на оплату праці. Річний обсяг реалізації продукції – 1250000 одиниць. Ноу-хау дає підприємству можливість зекономити на кожному виробі більш раціональним використанням матеріалів 25,8 грн. і 10% витрат на оплату праці.

За прогнозними оцінками, ця перевага буде зберігатися 8 років. Необхідно оцінити вартість ноу-хау при ставці дисконту 12 % (поточна вартість одиничного ануїтету дорівнює 4,96764).

Завдання 6

Три консультанти послідовно розробляють інвестиційний проект, робота над яким складається з 6 етапів. Розцінки консультантів такі:

старший консультант – 800 грн. на день,

два молодших консультанти – по 600 грн. на день.

Коефіцієнт оплачуваного часу – 0,6. Дані про кількість витрачених днів на виконання робіт такі:

старший консультант – 1 і 0,5 днів за перший та другий етапи відповідно;

молодший консультант 1 – 0,5 і 2 дні за 3 та 4 етапи відповідно;

молодший консультант 2 – один день на 5 і 6 етапі відповідно.

Визначити вартість послуги щодо складання інвестиційного проекту. Скільки етапів роботи зможе оплатити підприємство, маючи у розпорядженні суму в 2500 грн. Зміст етапів сформулювати самостійно.

КЕЙС 1.
Розквіт індустрії програмного забезпечення в Індії.

Економічний стан Індії суперечливий, а розвиток її нерівномірний. Індія – аграрно-індустріальна країна. З одного боку, Індія - одна з найбагатших країн світу за запасами корисних копалин. Тут є вугілля (четверта частина розвіданих світових запасів), залізо, марганець, боксити, слюда, хроміти, золото, нафту, газ. Сільськогосподарські угіддя становлять 55% території Індії. Водночас 2/3 найбіднішого населення планети проживає тут. Радикально відрізняються розвинена і благополучна північ і надзвичайно бідний та відсталий південь. Індія є відносно бідною країною, тому нелегко уявити її як націю, здатну заявити про себе у сфері високих технологій, таких, наприклад, як індустрія програмного забезпечення. Країна самостійно виробляє ракети та програмне забезпечення (місто Бангалор – один з найбільших в світі центрів по експорту програмного забезпечення). На території країни розташовані дослідницькі центри найбільших світових транснаціональних компаній (наприклад, центр компанії Daimler-Chrysler).

Проте, починаючи з 1990-х рокі, якраз ця індустрія вразила скептиків і стала відігравати важливу роль в міжнародній індустрії програмного забезпечення. Ідея створення галузі офшорного програмування – нової некапіталомісткої галузі – виглядала для індійських економістів досить привабливо, тому що ця галузь мала змогу розвиватися без масштабного імпорту, створювати робочі місця й підняти рівень освіти у країні. Обмежений обсяг внутрішнього ринку змушував галузь орієнтуватися переважно на експорт продукції та послуг. Спочатку основною формою участі Індії у світовій IT-індустрії була робота індійських фахівців за кордоном, головним чином в США. З метою підтримки нової IT-галузі уряд пішов на істотну лібералізацію зовнішньої торгівлі.

У 1986 р. імпортні мита на програмне забезпечення були знижені до 60%, а мито на ввезення комп'ютерного апаратного забезпечення для експортноорієнтованих IT-компаній повністю скасовано. Індійським компаніям було дозволено торгівлю імпортним програмним продуктом. У 1985 році експорт комп'ютерних програм в Індії становив менш як 10 млн. доларів. Тоді ж уряд Індії розвернув цілу систему державних пільг і гарантій для інвестицій в технологічні фірми й створив для їх розміщення величезні за розмірами спеціальні економічні зони зі спрощеними та полегшеними реєстраційними й митними процедурами.

У 1988 р. було створено співтовариство приватних і державних компаній, що отримало назву «Технопарки по виробництву програмного забезпечення Індії» (The Software Technology Parks of India, STPI), яке функціонує у рамках Департаменту електронної промисловості уряду Індії. До завдань STPI входить підтримка компаній-членів організації, яка включає інноваційну діяльність, розвиток в області технологій програмування, сприяння експорту програмних

продуктів компаній-членів організації, навчання персоналу, підтримку маркетингу. STPI також є провайдером послуг інфраструктури та зв'язку для організацій-членів спільноти.

Інша схема підтримки виробників IT полягала в концентрації компаній в технопарках і надання їм необхідних інфраструктурних умов. Саме в технопарках отримало основний розвиток індійське офшорне програмування – панівний сектор національної IT-індустрії.

У 1988 р. була заснована Національна асоціація компаній з виробництва програмного забезпечення й послуг (National Asso-ciation of Software and ServiesCompanies, NASSCOM), яка на момент створення об'єднувала 38 компаній галузі, що забезпечували 65% обсягу виробництва IT. NASSCOM є некомерційною організацією. До складу її функцій входить сприяння розвитку національного виробництва ПЗ та IT-послуг, стимулювання досліджень в області розробки програмного забезпечення, надання допомоги у розвитку національних брендів у індустрії офшорного програмування. NASSCOM грає важливу роль у визначенні політики галузі та встановленні відносин між IT-компаніями та державою. Представники NASSCOM беруть участь у роботі багатьох державних міністерств і комітетів, тому в умовах складної індійської бюрократичної структури Асоціація виявилася здатною ефективно лобіювати зміни у податковому, торговельному та інвестиційному законодавствах, необхідних для розвитку галузі. Асоціація активно просуває інтереси Індії в інших країнах, представляє національну IT-галузь в міжнародних асоціаціях.

З початком масштабної лібералізації економіки на початку 1990 рр. виробництво та експорт програмного забезпечення й IT-послуг були остаточно визначені як національний пріоритет. Найбільш важливими заходами, прийнятими урядом на той час, стали зниження вартості супутникових ліній, безмитний імпорт телекомунікаційного устаткування національними технопарками, зниження імпортних мит на програмне забезпечення у 1994 і 1995 рр., а також заходи щодо лібералізації імпорту комп'ютерного апаратного забезпечення й ін.

У 1997 році в Індії було лише 1,8 млн встановлених персональних комп'ютерів при чисельності населення в 1 млрд осіб. При наявності півтори телефонної лінії на 100 чоловік, Індія має один з найменших рівнів впровадження фіксованих телефонних ліній в Азії, якщо не в світі. У 1997 році місць підключення до Інтернет було лише 45 000 в порівнянні з 30 млн в Штатах. Але продаж персональних комп'ютерів збільшився. У 1998 році було продано більш як 500 000 екземплярів. Швидке зростання кількості мобільних телефонів в основних містах Індії до деякої міри компенсує брак фіксованих телефонних ліній.

Багато в чому цьому зростанню сприяв експорт товарів. У 1996-1997 роках експорт досяг 1,1 млрд доларів і за прогнозами повинен був збільшитися до 4 млрд до 2000-2001 років. Доказом цього зростання є потік інвестицій, що

надходить в індійські комп'ютерні компанії від іноземних інвесторів, включаючи такі чотири провідні американські компанії, як «Microsoft», «IBM» і «Oracle Computer Associates».

Між 1991-1992 і 1996-1997 роками рівень продажів в індійських компаніях, що займаються комп'ютерними програмами, зростав на 53% щорічно. У 1991-1992 роках товарообіг склав 388 млн доларів. До 1996-1997 років ця цифра досягла 1,8 трлн доларів. У 1997 році в Індії налічувалося до 760 компаній, що займаються програмним забезпеченням. У них працювало 160 000 програмних інженерів (третє місце в світі за концентрацією фахівців такого роду). Багато в чому цьому зростанню сприяв експорт товарів. У 1996- 1997 роках експорт досяг 1,1 млрд доларів і, за прогнозами, повинен був збільшитися до 4 млрд до 2000-2001 років. Доказом цього зростання є потік інвестицій, що надходять в індійські комп'ютерні компанії від іноземних інвесторів, включаючи такі чотири провідні американські компанії, як «Microsoft», «IBM» і «Oracle Computer Associates».

Тоді ж була сформована система Організації компаній IT-сектора, що діє й нині та яка включає в себе:

- спеціальні економічні зони (Special Economic Zones);
- експортноорієнтовані компанії (Export Oriented Units);
- технопарки з виробництва комп'ютерного апаратного забезпечення (Electronic Hardware Tehnology Parks);
- індустріальні парки (Industrial Parks). Однак у 2008 р. IT-галузь була виведена з індустріальних парків;
- технопарки з виробництва програмного забезпечення (Software Technology Park Units).

Перераховані вище види технологічних анклавів об'єднує система пільг і інфраструктурна підтримка з боку держави – звільнення від податків на імпорт і місцевих податків, дозвіл на стовідсоткову участь іноземного капіталу, спрощені й полегшені реєстраційні та митні процедури.

Однак, найважливішим видом організації компаній IT-індустрії залишаються технопарки. На даний час більше 90% національного експорту програмного забезпечення та IT-послуг припадає на підприємства, розташовані в технопарках. Такі технопарки розміщені по всій території країни майже в 50 населених пунктах, включаючи міста Бангалор, Ченнаї, Хайдарабад, Нойда, Лакхнау, Канпур, Аллахабад, Патна, Гандінагар, Мумбаї, Колката. Технопарки являють собою комплексні науково-дослідні центри з розвиненою інфраструктурою, з найсучаснішими засобами для НДДКР в області електроніки та можливістю швидкого впровадження передових технологій і ноу-хау у виробництво.

Велике значення в розвитку національної галузі IT мав той факт, що Індія успішно впроваджувала і застосовувала на практиці західні моделі ведення бізнесу і менеджменту. Індійські аутсорсингові компанії проводять ретельну

підготовку персоналу. Наприклад, якщо у клієнта американського банку в Техасі виникли проблеми з кредитною карткою і він подзвонить в банківську сервіс-службу, то велика ймовірність, того, що відповість йому індійський консультант з Мумбая. Але клієнт-американець, швидше за все, цього не зрозуміє, тому що службовці кол-центрів, орієнтованих на розвинені англомовні країни, зобов'язані спілкуватися з клієнтами на чистій англійській мові без індійського акценту. Якщо індійська фірма працює на американському ринку, то персонал проходить додаткове навчання лінгвістиці, американській вимові. Для зручності заокеанських клієнтів індійські оператори кол-центрів представляються англійськими та американськими іменами. Подібний підхід до обслуговування клієнтів сприяв індійським компаніям швидко завойовувати іноземні ринки.

Розвиток комп'ютерної індустрії в Індії базувався на контрактах і проектних роботах для закордонних клієнтів. Скажімо, чимало компаній займаються додатками для своїх клієнтів, змінюють кодування або переміщують комп'ютерні програми з одного інструментального комплексу на інший. Все більше число індійських комп'ютерних компаній долучаються до важливих проектів з розвитку для іноземних клієнтів. Наприклад, «TCS», найбільша індійська комп'ютерна компанія, співпрацює з «Ernst & Young», в результаті чого «TCS» розробляє і здійснює підтримку програм для світових клієнтів «Ernst & Young». «TCS» також почала співпрацювати з «Microsoft», в результаті чого була створена безпаперова національна система сховища акцій для індійської фондової біржі. У її основу покладено операційну систему MICROSOFT'S WINDOWS NT і SQL-технологія бази даних сервера.

На початок 2017 року частка IT-галузі склала 9,5% ВВП Індії, хоча ще в 1998 році становила лише 1,2% і 38% у структурі експорту послуг. IT-компанії є найбільшими роботодавцями країни - у галузі працюють 10 млн співробітників. І досягти цього вдалося завдяки застосуванню податкових стимулів.

В Індії застосовують для R & D-компаній (за винятком IT) податкове вирахування, а до IT-галузі – податкове вирахування, звільнення від податків і прискорену амортизацію. Уряд Індії застосовує податкові стимули для окремих підприємств і компаній з наявністю певної спеціалізації або для таких, які створюють підрозділ з певною спеціалізацією, в тому числі розвиток програмного забезпечення, аутсорсинг бізнес-процесів з Індії та ін. Ця пільга діє на період від 10 років і більше. У той же час, щоб скористатися податковими пільгами, необхідно відповідати цілій низці критеріїв, серед яких проведення аудитів та за його підсумками надання звіту.

Крім того, становленню Індії як вагомого гравця світового ринку IT-послуг сприяла організація Software Technology Parks of India (STPI, технологічні парки для компаній, що розробляють програми) при Департаменті електроніки та інформаційних технологій. Для експортно орієнтованих компаній організація

з 1991 року пропонує юридичні послуги, проводить тренінги та надає приміщення. Організація грала ключову роль в просуванні експорту програмного забезпечення, особливо для середнього та малого бізнесу і стартапів. У технологічному парку компанії з розробки програмного забезпечення отримують можливість орендувати приміщення за невисокими орендними ставками і планувати своє зростання та інвестиції в залежності від бізнес-моделі. Компанії в технологічному парку отримують ряд пільг, в тому числі: звільнення від митних зборів, можливість імпортувати все необхідне обладнання (в тому числі по лізингу), спеціальні умови імпорту комп'ютерів для проведення тренінгів.

Завдяки цим ініціативам сьогодні Індія є найбільшим постачальником IT-послуг. Більш того, галузь очолила процес трансформації економіки та змінила сприйняття країни на світовому ринку. IT-галузь створила попит на фахівців за напрямом «інженерія» та «IT-технології» й істотно вплинула на ринок вищої освіти. Згідно з прогнозами National Association of Software and Services Companies (NASSCOM), до 2025 року темпи зростання IT-сектора в Індії становитимуть 11% щорічно, а річний прибуток збільшиться в три рази і складатиме $350 млрд.

Більш того, уряд Індії планує розвивати п'ять центрів для стартапів за напрямом «Інтернет речей» («Internet of Things» (IoT) в рамках кампанії прем'єр-міністра Індії Наренда Моді «Цифрова Індія і стартапи». При цьому не менше двох центрів будуть розташовані в сільській місцевості і будуть створювати рішення для «розумного землеробства». Відповідно до прогнозів McKinsey, впровадження ключових технологій у різні сектори в рамках програми «Цифрова Індія і стартапи» дозволить збільшити ВВП Індії на $550 млрд - до $1 трлн у 2025 році. Згідно з дослідженням Gartn er Inc. індійський уряд планує збільшити витрати на IT-продукти та послуги на 5,2% - до $6,88 млрд у 2015-2016 фінансовому році. Таким чином, індійський уряд всіляко сприяє розвитку IT-галузі за допомогою податкових пільг і реалізації спеціальних програм.

Пояснюючи успішний розвиток комп'ютерної індустрії, індійські підприємці в цій області вказують на ряд чинників. Хоча загальний рівень освіти в Індії низький, середній клас надзвичайно освічений, а провідні освітні інститути визнаються в усьому світі. У Індії також завжди робився наголос на інженерну освіту. Іншим позитивним моментом з точки зору іноземців є те, що англійська – робоча мова для індійського середнього класу - «пережиток» з часів англійського раджі. Ще одним плюсом є рівень заробітної плати. У Америці інженери комп'ютерних програм надзвичайно рідкісні, тому базова зарплата стала однією з найвищих в Америці. Початківці програмісти отримують 70 000 дол. На рік. В Індії вони отримують всього 5 000 доларів на рік, що за міжнародними стандартами є мізерно малою сумою, але високою для

жителів Індії. Зарплати програмістів, як і продуктивність, ростуть дуже швидко в Індії.

Ще одним фактором, що зіграв на руку Індії, є сприяння супутникової комунікації подоланню відстані як перешкоди при веденні бізнесу з іноземними клієнтами. Оскільки програми - це не що інше, як комбінації «0» і «1», вони можуть передаватися зі швидкістю світла і з незначною собівартістю в будь-яку точку світу. У світі постійних комунікацій географічне положення Індії дало їй виграш в часовій зоні. Індійські компанії змогли використати міжнародний ринок для надання послуг з вилучення даних із зовнішніх джерел, включаючи ринок з віддаленої підтримки програм, що постійно зростає. Індійські інженери можуть усунути помилку в програмі, оновити системи або обробити дані ввечері, поки їх користувачі із західних компаній сплять.

Для утримання своєї конкурентоспроможності індійські комп'ютерні компанії вкладають багато грошей в навчання і оволодіння першокласними навичками з програмування. Вони також з ентузіазмом адаптують міжнародні стандарти якості, і особливо сертифікат ISO 9000. Індійські компанії починають вторгнення в комп'ютерний бізнес, націлюючись на освоєння внутрішнього ринку. Є думка, що конкуренція індійських компаній з такими фірмами, як «Microsoft», «Oracle», «PeopleSoft» і «SAP», – це всього лише питання часу.

Питання:

1. Які основні причини збільшення реалізованих індійськими компаніями товарів і послуг на міжнародному ринку?
2. Яка роль уряду Індії в цьому процесі?
3. Який зв'язок між політико-економічними складовими і підйомом індустрії програмного забезпечення?
4. Скласти карту конкурентних переваг підприємства-виробника програмного забезпечення в Індії у порівнянні з іншими підприємствами третинного сектору економіки.

Тести для самоконтролю знань:

1. Згідно з моделлю Кларка Фішера до «вторинного» сектору відноситься:
а) сільське господарство і видобуток корисних копалин;
б) обробна промисловість;
в) всі послуги - від транспорту і зв'язку до освіти та державного управління;
г) сільське господарство та обробна промисловість.

2. Основою концепції «інтелектуального підприємництва» А. Р. Червітца є наступні орієнтири:
а) бачення і відкриття; власність, відповідальність;
б) інтегральне мислення, співробітництво, взаємодія;
в) духовно-практична діяльність людини, співробітництво, взаємодія;
г) власність, відповідальність, адитивність.

3. Розвиток інтелектуального бізнесу зумовлено:
а) історичним розвитком суспільного виробництва;
б) розвитком винахідницької діяльності;
в) нормативно-законодавчими актами економічного розвинутих країн;
г) переходом від індустріального суспільства до постіндустріального і далі до економіки знань.

4. Інтелектуальна економіка – це:
а) результат інтелектуальної, творчої діяльності однієї людини (автора, виконавця, винахідника та ін.) або кількох осіб;
б) економіка, якій притаманні наукові знання та спеціалізовані унікальні навички їхніх носіїв, що стають головним джерелом і ключовим фактором розвитку матеріального та нематеріального виробництва;
в) галузь знань, що вивчає функціонування ринкових структур та механізми взаємодії суб’єктів економічної діяльності, пов’язаних з інтелектуальним капіталом;
г) інтелектуальні здібності людей, які використовуються в процесі співвирбництва продукту.

5. Спільними характерними ознаками четвертинного сектора економіки є:
а) висока частка витрат на оплату праці та навчання персоналу в загальних витратах виробництва на ці послуги;
б) типовий характер послуги;
в) тривалий термін адаптації молодих фахівців на новому місці роботи і необхідність додаткового навчання на робочому місці;
г)необхідність тісної співпраці між замовником і виконавцем послуг (співвиробництво) протягом усього терміну виконання робіт.

6. Які проблеми розвитку інтелектуальної сфери є на сучасному етапі розвитку України:
а) відсутність взаємодії між системою науки та освіти та системою підприємництва для здійснення зустрічного технологічного трансферу;
б) неефективне використання інтелектуальних ресурсів країни; нерозвинена інфраструктура економіки знань;
в) становлення і домінування перспективних інформаційних технологій і телекомунікацій в різних сферах;
г) швидке заміщення праці знаннями.

7. Інтелектуальний бізнес – це:
а) інтелектуальна діяльність по управлінню розширеним відтворенням морально-орієнтованих знань, використання яких забезпечує підприємству стійкість у ринковій конкуренції, високий рівень творчої самореалізації співробітників та підвищує прибуток;
б) духовно-практична діяльність людини, результатом якої є створення оригінальних, неповторних культурних цінностей, встановлення нових фактів відкриття нових засобів та методів дослідження та перетворення світу;
в) сукупність дій керівника або працівників апарату управління щодо людини або колективу, який є об’єктом управління;
г) основний вид діяльності, в рамках якого в нашій цивілізації до останнього часу створювалась техніка.

8. Які з перелічених властивостей не характерні інтелектуальним ресурсам:
а) адитивність;
б) невідчутність;
в) розмиті права власності;
г) наявність висхідної віддачі та мережевих ефектів.

9. До складу мікрорівня прояву інтелектуального підприємництва входить:
а) відокремлені економічні агенти нової економіки (фірма, організація, індивід);
б) інститути інтелектуального підприємництва, які мають істотний вплив на розвиток економіки регіону або галузі;
в) макроекономічні інститути інтелектуального підприємництва;
г) фірма, організація, індивід - споживач послуги, сукупність творчих здібностей працівника.

10. До складу макрорівня прояву інтелектуального підприємництва входить:
а) відокремлені економічні агенти нової економіки (фірма, організація, індивід);
б) макроекономічні інститути інтелектуального підприємництва;
в) інститути інтелектуального підприємництва, які мають істотний вплив на розвиток економіки регіону або галузі;
г) фірма, організація, індивід – споживач послуги, сукупність творчих здібностей працівника;

11. До інститутів інтелектуального підприємництва з позиції ендогенних параметрів відносять:
а) фірми-новатори;
б) університети, науково-дослідні інститути, конструкторські бюро;
в) венчурні компанії;
г) дослідників і винахідників, що працюють автономно;
д) інноваційних менеджерів;
е) все перераховане вірно.

12.Що можна віднести до організаційних чинників впливу на формування сфери інтелектуального бізнесу:
а) процедури відкриття власної інтелектуальної справи та рівень інформаційної підтримки;
б) престижність інтелектуальної діяльності;
в) наявність обмежень щодо окремих видів діяльності;
г) підвищення мобільності робочої сили.

13. До числа відмінних ознак інституту інтелектуального підприємництва відносять:
а) поширення інформації (ринкових сигналів) про особливості та ефективності функціонування окремих секторів ринку;
б) створення, закріплення і розвиток певних типів культури;
в) реалізація проектів, спрямованих на генерацію нових знань, створення і комерціалізацію інновацій, розвиток нових секторів економіки країни;
г) нав’язування вимог до цінової складової продукції, що випускається підприємством.

14. Яка з названих нижче ролей не притаманна інтелектуальній власності в економічному розвитку країни:
а) розвиток добросовісної конкуренції та сприяння зниженню тіньового сектору економіки;
б) забезпечення зростання економіки поєднанням капіталу, праці та знань;
в) стимулює розвиток науки і наукових досліджень;

г) зниження місткості внутрішнього ринку, сприяння монопольної власності на інтелектуальні ресурси.

15. У соціальному розвитку України інтелектуальна власність відіграє таку роль:
а) сприяє оптимальному розміщенню продуктивних сил;
б) сприяє розбудові соціальної інфраструктури;
в) сприяє розвитку людського капіталу;
г) збільшує соціальні можливості держави податками та зборами.

Список літератури
1, 7, 8, 25, 64, 83, 129, 141, 148, 151, 153, 156.

ТЕМА 2.
ФУНКЦІОНАЛЬНІ ГРУПИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Методичні рекомендації

Головна мета вивчення даної теми – сформувати розуміння тонкощів інтелектуального бізнесу, його відмінностей від традиційного матеріального виробництва. Завданням вивчення особливостей організації виробництва на інтелектуальному підприємстві є: пізнання системи управління, засвоєння методів і принципів управління.

Основні поняття: модель галузевої міжпослугової мережі, інтелектуалізація підприємництва, механізм виробництва інтелектуальних знань, інтегральний синергетичний результат, управління знаннями, категорії інтелектуальних видів діяльності, модель продуктового циклу, модель зворотного продуктового циклу.

Перелік питань

1. Інтелектуальний бізнес як особливий тип підприємництва.
2. Особливості організації виробництва на інтелектуальному підприємстві.
3. Модель життєвого циклу інтелектуального підприємства.

Основою інтелектуального бізнесу є синергізм інтелектуальної послуги та інтелектуального підприємництва.

Інтелектуальні послуги – це професійні, персоніфіковані, індивідуалізовані чисті послуги, ресурсну основу і зміст яких складають спеціальні (професійні) знання та інформація, а результатом виступають вигоди споживача (індивідуума, фірм, суспільства) від їх засвоєння і використання в особистих, організаційних, підприємницьких, економічних, соціальних, духовних та ін. цілях.

Інтелектуальними є послуги, які відповідають наступним критеріям:

1) капіталоутворення – це послуги, що виступають джерелами накопичення людського та інтелектуального капіталу індивідуума, фірми, суспільства;
2) ресурсозабезпечення – надання інтелектуальних послуг, спрямоване на забезпечення їх споживачів найважливішими ресурсами інноваційного економічного розвитку – знаннями та інформацією;
3) ретрансляція – в економіці інновацій інтелектуальні послуги є спеціальним каналом передачі споживачу професійних знань та інформації.

Формування комплексу базової й супутніх інтелектуальних послуг спирається на горизонтальну інтеграцію, диверсифікацію діяльності та співпрацю виробників різних видів інтелектуальних послуг. Подаємо модель галузевої міжпослугової мережі О. В. Ярмак.

Рисунок 2.1 - Міжгалузеві мережі виробників інтелектуальних послуг [144].

Інтелектуальне підприємництво є особливим типом підприємництва, що здійснюється інтелектуалами (людьми з вищою освітою та розвиненим інтелектом, які створюють соціально орієнтовані складні інноваційні інтелектуальні продукти, метою діяльності яких є загалом самореалізація та духовно-моральні орієнтири, аніж економічна вигода).

Інтелектуалізація підприємництва полягає у наступному:

1. у зростанні ролі нематеріальних ресурсів, особливо інтелектуальних, у формуванні конкурентоспроможності підприємницьких структур;
2. у зміні продукту праці: від матеріального до інтелектуального продукту;
3. у зміні типу підприємництва – від трудового до інтелектуального бізнесу, що характеризується зростанням рівня освіченості, духовності, соціальної орієнтації підприємницької діяльності.

Інтелектуалізація підприємництва створює умови для зростання ролі освіти як основи формування і розвитку інтелектуальних ресурсів, створення і трансферу нових знань в економіку. Система освіти стає ближче до підприємництва, інтегрується з ним, що сприяє більш ефективному обміну знаннями, впровадженню більш досконалих наукових методів виробництва, зростанню освіченості та духовності підприємництва, яке змушує його служити інтересам суспільства, а не тільки особистій вигоді.

Ключові ознаки або змістовні аспекти інтелектуального підприємництва [24, 65]:

1. Характеризується безальтернативною стратегічною націленістю на розширене відтворення творчих знань, об'єктивація яких забезпечує прогрес особистості, корпоративного товариства і нації в цілому. Йдеться про таку найважливішу ознаку інтелектуального підприємництва, як повноцінне

стратегічне мислення інтелектуальних підприємців, яке є, по суті, здатністю (навіть навичкою) до роботи зі своїм власним майбутнім.
2. Характеризується стійкою мотивацією суб'єктів до генерації нового знання. Якщо така мотивація відсутня, то розглянутого підприємництва та однойменного підприємця просто не існує.
3. Характеризується когнітивністю, тобто здатністю й умінням породжувати нове, раніше невідоме знання. Прибутковість цієї форми підприємництва пов'язана з попитом і продуктивністю цих новітніх знань.
4. Характеризується когнітивною активністю і когнітивною сміливістю. Сенс даного положення ілюструється дією закону граничної користі в економіці знань, що зростає: чим більші обсяги інформації суб'єкт актуалізує і перетворює в нові знання, тим більш складні когнітивні завдання перед ним виникають. Когнітивна сміливість полягає у тому, щоб всякий раз демонструвати психологічну готовність спокійно і раціонально «зустрічатися» з проблемами будь-якого ступеня складності та високоефективно їх вирішувати, володіючи твердою впевненістю у здатності вирішити будь-яку творчу задачу вчасно та високоякісно.
5. Інтелектуальне підприємництво передбачає наявність неординарних і прогресивних форм пошуку й обробки колосальних масивів даних, відомостей і фактів. Головне полягає не в тому, що корпоративна спільнота і його члени повинні навчитися швидко оволодіти «усією» сукупністю відомостей і фактів, виробляючи з них контекстну інформацію і, надалі, нове знання.
6. Інтелектуальне підприємництво передбачає наявність психологічної стійкості одночасно до інформаційної «перенасиченості» та інформаційного «вакууму». Чинна і постійно відтворювана розбіжність між інформаційною «перенасиченістю» (надлишок відомостей і даних) та інформаційним «вакуумом» (відсутністю актуальних відомостей і даних) вирішується здатністю чітко співвідносити інформаційну ситуацію з конкретикою поставленої задачі.
7. Інтелектуальне підприємництво передбачає формування і розвиток нової бізнес-культури, органічно поєднує у собі елементи гуманітарного та природничо-наукового знання.

Основною функцією інтелектуального підприємництва є забезпечення корпоративного успіху, який, з одного боку, «складається» з успіху кожного співробітника, а з іншого боку, сам характеризується певною цілісністю.

Рисунок 2.2 - Система управління розширеним відтворенням новітніх знань

З огляду на роль і значення інтелектуальних знань у системі інтелектуального виробництва, його сутнісне розуміння цілком може бути представлене як

діяльність, що спрямована на створення та розширене відтворення інтелектуальних інноваційних знань.

Управління знаннями – область теоретичної та практичної діяльності, яка почала формуватися на початку 90-х рр. і отримала найбільше поширення у форматі розвитку економіки знань.

Термін «управління знаннями» був введений К. Віігом і в широкому значенні є систематичним формуванням, оновленням і застосуванням знань з метою максимізації ефективності підприємств. Створювати, мати, використовувати знання стає вигідним для сучасної компанії, причому для компанії важливо не тільки володіти знаннями, але і керувати ними.

На рис 2.3 продемонстровано три групи переваг, що виникають у зв'язку з розвитком управління знаннями.

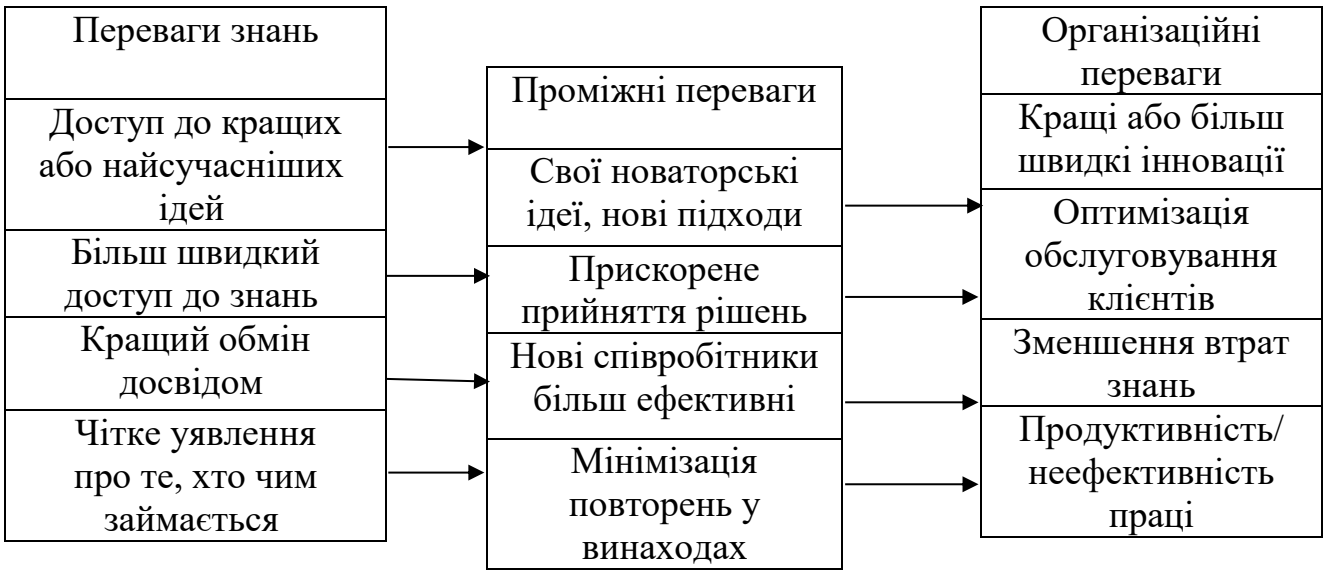

Рисунок 2.3 - Три групи переваг, що виникають у зв'язку з розвитком управління знаннями

Стрілки на рисунку демонструють послідовність у появі нових переваг. Переваги зліва більш відчутні, вони піддаються якісному визначенню. Колонка праворуч – результат кількох факторів, включаючи фактори, що лежать за межами області управління знаннями. Управління знаннями – систематичне формування (генерування), що включає наступні види діяльності:

- генерування знань – навчання співробітників індивідуально і колективу організації в цілому;
- формалізація знань – розробка правил, принципів, методів;
- зберігання знань – визначення відповідного способу зберігання, який допускає надалі впровадження знань всередині фірми;
- дифузія знань – поширення знань всередині організації та обмеження цього процесу за межами підприємства;

- координація і контроль знань – важливо упевнитися у тому, що організаційні знання застосовуються гармонійно і не суперечать один одному.

Отже, інтелектуальний бізнес ґрунтується на виробництві, наданні та реалізації послуг творчої, розумової діяльності, враховуючи створення та реалізацію нових продуктів інтелектуальної діяльності.

Метою інтелектуального бізнесу є створення та реалізація певної ідеї (проекту) на основі інтелектуальної праці, забезпечення задоволення попиту споживачів та отримання прибутку.

Особливістю інтелектуального бізнесу є те, що попит на послуги даних підприємств є похідним і визначається властивостями виробничого процесу замовника (аналогічно тому, як попит на фінансові деривативи є похідним від характеристик базового активу). Виробничі процеси, що протікають у вторинному і, особливо, в третинному секторі, до теперішнього часу настільки ускладнилися, що вимагають найрізноманітнішого «супроводу». Враховуючи цю особливість, виділяють такі функціональні групи інтелектуальних послуг:

- послуги, що реалізуються у виробництві;
- послуги, що реалізуються у споживанні;
- послуги, що призводять ринок до рівноваги.

«Тонкий» інтелектуальний бізнес кардинально відрізняється від «загрубілого» матеріально-фізичного бізнесу. А відмінності достатньо суттєві:

1. стратегії розвитку і планування різні;
2. управління та організація роботи персоналу різні;
3. реклама і процес реалізації продукції відрізняються.

Варто відзначити, що дуже часто продукція інтелектуального бізнесу може бути представлена в електронному (цифровому) вигляді, що дозволяє передавати її по каналах зв’язку.

Попри те, що поки не існує стандартного підходу і загальноприйнятого визначення інтелектуальних послуг (видів діяльності), є консенсус щодо напрямків діяльності, які належать до даного сектора. Він знаходить зображення у класифікації економічних видів діяльності європейської спільноти, яка періодично зазнає деяких змін. Розглянувши тонкощі інтелектуального бізнесу, можна навести класифікацію його видів. Стандартна класифікація видів економічної діяльності Європейського товариства (NACE Rev2) охоплює сферу інтелектуальних видів діяльності за цілою низкою розділів (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Основні види і категорії інтелектуальних видів діяльності

Коди NACE	**Види діяльності**	**Функціональні категорії інтелектуальних послуг**
60-63 72	Діяльність у галузі телебачення і радіомовлення. Діяльність у сфері телекомунікацій. Розробка комп'ютерного програмного забезпечення, консультаційні послуги у даній області та інші супутні послуги. Діяльність в області інформаційних технологій. Наукові дослідження та розробки.	Високотехнологічні послуги
50-51 71 74	Діяльність повітряного і космічного транспорту. Діяльність у галузі архітектури та інженерно-технічного проектування, технічних випробувань, досліджень і аналізу. Інша професійна, наукова і технічна діяльність	Технологічні послуги
69-70 73, 78 80	Діяльність в галузі права і бухгалтерського обліку. Діяльність головних офісів, консультування з питань управління. Діяльність рекламна і дослідження кон'юнктури ринку. Діяльність з працевлаштування та підбору персоналу. Діяльність служби безпеки і проведення розслідувань.	Професійні, послуги
64-66	Діяльність фінансова і страхова	Фінансові послуги
58 84-93	Діяльність видавнича Державне управління та місцеве самоврядування, забезпечення національної безпеки, соціальне страхування. Освіта. Діяльність в області охорони здоров'я та соціальних послуг. Діяльність у галузі культури, організації дозвілля і розваг.	Інші послуги

Даний перелік охоплює всі функціональні групи: обслуговування виробництва, споживання та ринкової рівноваги.

Крім того, інтелектуальні послуги купуються не тільки в «індивідуальному виконанні», а й для пристосування стандартних послуг до потреб конкретного замовника (наприклад, побудова бухгалтерського обліку на основі стандартних програм, адаптація програмного забезпечення і т. п.).

З інтелектуальною економікою пов'язана підприємницька діяльність або бізнес зростання інтелектуального капіталу – це відповідний вид діяльності з метою отримання прибутку за результатами комерціалізації інтелектуального продукту. Мова йде про інтелектуальний бізнес, що направлений на створення інтелектуальних продуктів, одним із видів яких є інноваційне (або високотехнологічне) підприємництво.

Виділяють наступні моделі інтелектуального бізнесу.

Управління інтелектуальним бізнесом – це система стратегічно пов’язаних між собою методів і засобів, спрямована на творчу діяльність новаторів, виявлення резервів досягнення високих результатів, збільшення вартості та результативності інтелектуального бізнесу.

Моделювання бізнес-процесів – процесне зображення (як правило, графічне) діяльності підприємства з тим, щоб надалі ці процеси можна було аналізувати й вдосконалювати. Модель функціонування ІБ істотно не відрізняється від моделі, загальноприйнятої для бізнесу.

Укрупнена модель бізнесу, запропонована А. Хоскінгом, містить два рівні [128]:

1) макрорівень – охоплює економічні, політичні, соціально-культурні, технологічні, фізичні умови діяльності;

2) мікрорівень – охоплює безпосередньо середовище діяльності підприємства.

Виділяють наступні моделі інтелектуального бізнесу.

Структурно-функціональна модель інтелектуального бізнесу

Структурно-функціональна модель ІБ, яка поєднує функції, середовище і ринки, продемонстрована на рис. 2.4.

До загальних функцій відносять [27]:

1. управління фінансами (ведення фінансів та обліку);
2. управління трудовими ресурсами (кадрова функція);
3. закупівля сировини, машин, обладнання, інші постачання, необхідні для господарської діяльності;
4. виробництво (функція виробництва);
5. маркетинг;
6. науково-дослідні та проектні роботи (інженерна функція).

Рисунок 2.4 - Структурно-функціональна модель інтелектуального бізнесу

До специфічних функцій інтелектуального бізнесу належить:

1) управління інтелектуальною власністю – алгоритм управлінських функцій (інформаційне забезпечення, надання послуг, проведення експертизи, надання прав, вартісна оцінка, трансфер технологій), послідовна реалізація яких здатна забезпечити раціональний (економічно ефективний) процес просування об'єкта інтелектуальної власності на ринок, а також узгодити інтереси розробника і споживача такого товару.

2) розпорядження майновими правами інтелектуальної власності. Якщо правовласник не передбачає використовувати об'єкти ІБ у власному виробництві або починати новий бізнес, або створювати спільне підприємство, він може розпорядитися майновими правами ІБ так:

продаж (відчуження) майнових прав інтелектуальної власності, при якій продавець позбавляється цих прав назавжди, отримуючи за них одноразову плату (ціну об'єктів інтелектуальної власності) або даруючи їх на безоплатній основі;

передача майнових прав на використання об'єктів ІБ шляхом:

а) ліцензування, при якому продавець надає іншим особам дозвіл на здійснення певних дій у певний період на певній території. Особи, які придбали виключні майнові права шляхом ліцензування, можуть передавати їх іншим особам (за згодою власника) на основі субліцензування;

б) комерційної концесії, при якій права ІБ передаються на пільговій, привілейованій основі. Так, користувач отримує вже готову технологію під відомою торговою маркою, йому не потрібно відвойовувати місце на ринку, а його ризики зводяться до мінімуму;

в) лізингу, за договором якого передається різне технологічне обладнання, верстати, прилади й подібне, виконаних на рівні винаходів і захищені патентами. Тобто, поряд з технологічним обладнанням передається право на користування об'єктом інтелектуальної власності.

3) консультаційне обслуговування (наприклад, консультації, технологічна допомога з питань використання «ноу-хау»).

Про евристичну модель інтелектуального бізнесу.

Евристична побудова алгоритмів підприємництва дозволяє дзеркально відтворити практику господарських ситуацій, відкрити завісу комерційної таємниці щодо розкриття інформації щодо конкретних підприємств, змоделювати абстрактну помилкову ситуацію і виправити її, економічно відкоригувати, обґрунтовуючи доцільність таких кроків. Евристичні алгоритми побудови систем (моделей) інтелектуального бізнесу – це новий напрямок практикуму в інтелектуальній економіці. Кожна модель може оцінюватися з різних сторін і може бути адаптована до конкретної підприємницької діяльності, пов'язаної зі створенням, використанням або продажем об'єктів права інтелектуальної власності.

Механізм комерціалізації інтелектуального продукту багатокроковий, вимагає оволодіння і використання сукупності знань у різних галузях права, економіки, фінансів, менеджменту, бухгалтерського обліку і т. д. У процесі даного механізму є, як мінімум, чотири учасники: 1) автор(и) розробки (винаходів, корисної моделі тощо); 2) стратегічний партнер по інтелектуальній власності; 3) менеджер по інтелектуальній власності; 4) інвестор(и).

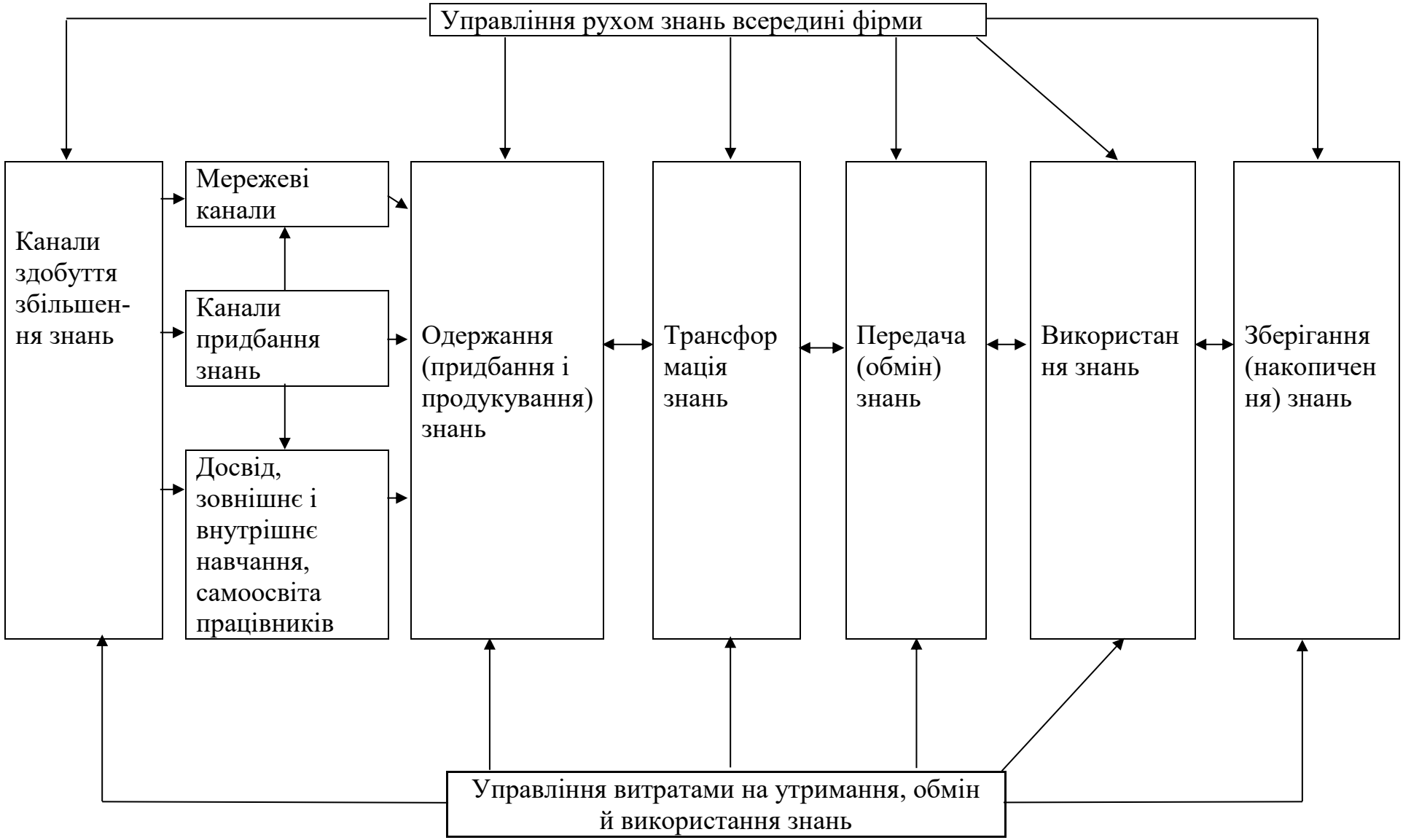

Рисунок 2.5 - Схема управління знаннями інтелектуального бізнесу

Менеджмент інтелектуальних знань фірми починається з виявлення ринкового «замовлення», наприклад, у формі нової інфокомунікаційної послуги, що вимагає новітньої технології, в якій укладені вимоги до знань.

Таким є перший етап управління знаннями, суть якого полягає в тому, щоб за допомогою відомих маркетингових засобів виявити споживчі переваги і «відбити» їх крізь призму ноосферних вимог відтворювального процесу. На даному етапі формуються знання про те, що потрібно ринку і які ноосферні обмеження необхідно враховувати при створенні нововведення. Тут велике значення має комунікативний менеджмент.

Далі процес управління знаннями переходить до сфери економічного дискурсивного простору, де виявляються можливості і здатності менеджерів і співробітників адекватно відреагувати на вимоги ринку. Для цього комунікативний менеджмент робить інтелектуальні маркетингові знання явними, зрозумілими для персоналу, що є необхідною умовою реальної оцінки інтелектуальних сил фірми.

Тут настає другий етап управління знаннями, але в рамках творчих взаємодій і обміну спілкування співробітників фірми, що постійно розвивається. Суть етапу полягає, з одного боку, в доведенні до персоналу вимог конкурентного ринку і інтелектуального продукту; з іншого боку, у виявленні реальної здатності і готовності персоналу вирішувати відповідні задачі.

У даній ситуації можуть мати місце такі наслідки. Якщо в наявній базі знань досить матеріалу для організації необхідного виробництва, то додаткових складнощів не виникає і можна безпосередньо приступати до створення продукту. Важливо підкреслити, що свідоме і цілеспрямоване ставлення персоналу підприємства до чинної бази знань у річищі вирішення конкретного завдання, забезпечує синергічний ефект першого рівня. Тут зосередження інтелектуальних зусиль на певній творчій конкретиці може дати оригінальні варіанти вирішення творчого завдання, хоча і без суттєвого нарощування знань, оскільки у власне базі знань їх достатньо. Якщо ж в наявній базі знань необхідного матеріалу (його обсягу) не виявляється, то менеджмент знань повинен організувати їх поповнення та відповідне виробництво.

Третій етап управління знаннями, може бути пов'язаний з їх поповненням, що передбачає їх наявність за межами бази знань підприємства: бази даних і бази знань інших фірм галузі; матеріалізовані знання в аналогічній готовій продукції суперницьких фірм.

Четвертий етап управління знаннями пов'язаний з їх виробництвом і розширеним відтворенням. Фактором такого виробництва є вже раніше створений або придбаний інтелектуальний капітал, матеріалізований у творчих властивостях членів персоналу і представлений системою їх явних та неявних знань. Інтелектуальний капітал призначений виключно для розширеного відтворення інтелектуальних знань, а не для створення «зовнішнього» інтелектуального продукту.

Якщо сферою дії «зовнішнього» інтелектуального капіталу є економічний ринковий простір і створення продукту для еквівалентного ринкового обміну, то сферою дії «внутрішнього» інтелектуального капіталу є економічний дискурсивний простір і виробництво.

Стандарт ISO 9004-1 визначає життєвий цикл продукту як сукупність процесів, які виконуються від моменту виявлення потреб суспільства в певної продукції до задоволення цих потреб і утилізації продукту.

Моделі життєвого циклу інтелектуального підприємства ґрунтуються на концепції розвитку інновацій на підприємстві. Оскільки провідна роль підприємств четвертинного сектора у сприянні поширенню нових знань і при цьому вони і є джерелами нових знань. Темпи здійснення виробничих інновацій вище, ніж управлінських. Управлінські інновації, так би мовити, відстають від виробничих. Розрив, який виник між реалізацією цих двох типів інновацій, пов'язаний з більш високими темпами здійснення виробничих інновацій у порівнянні з управлінськими, із запізненням управлінських інновацій, отримав в середовищі інноваційного менеджменту назву організаційного лага.

Поняття організаційного лага відбиває те, що досить часто продукування виробничих інновацій відбувається в умовах старих управлінських структур і методів, тобто тих, які склалися при попередніх виробничих технологіях. Така ситуація негативно впливає і на ефективність інноваційної діяльності, і на загальну ефективність діяльності організації.

При дослідженні динаміки продуктових і процесних інновацій застосовуються два підходи:

1) модель лага – підхід, при якому продуктові та процесні інновації розглядаються як такі, що циклічно змінюють один одного, тобто реалізація одного типу інновацій призводить через певний проміжок часу до реалізації інновацій іншого типу;

2) синхронна модель – підхід, який передбачає одночасне здійснення продуктових і відповідних процесних інновацій.

У меж першого підходу в інноваційному менеджменті побудовані дві моделі:

1. - модель продуктового циклу,
2. - модель зворотного продуктового циклу, які є двома основними різновидами моделі лага.

Модель продуктового циклу – це одна з найбільш цитованих у світовій літературі з інноваційного менеджменту моделей динаміки продуктових і процесних інновацій. Її часто називають моделлю Абернасі-Аттербек за прізвищами дослідників, якими вона була вперше запропонована у роботі «Моделі виробничих інновацій». Ця модель описує на рівні галузі зміну темпів продуктових і процесних інновацій протягом основних фаз розвитку певного класу продуктів.

Відповідно до цієї моделі виділяються три фази розвитку продуктового класу. На першій фазі, яка називається рухомою, темп продуктових інновацій

вище темпу процесних інновацій. Це означає, що поява нового класу продуктів супроводжується появою на ринкові безлічі різновидів продуктів цього класу. Шквал продуктових інновацій закінчується з появою домінантного дизайну. Цьому чимало прикладів, скажімо, в індустрії програмних продуктів. Поява нового класу програм, наприклад Web-браузерів, супроводжувалася появою оригінальних браузерів багатьох фірм. Але цей потік припинився, як тільки домінантним став дизайн Netscape Navigator та Internet Explorer.

Зауважимо, що тут поняття дизайну об'єднує характеристики трьох видів:

- Технологічний дизайн, який включає такі характеристики, як наприклад, специфікація компонентів, схем. Кінцевому користувачеві зовсім не обов'язково володіти знанням цих характеристик, за винятком характеру їх прояву у процесі функціонування.

- Технічний дизайн, який включає характеристики продукту, що дозволяють його кінцевому споживачеві взаємодіяти з різними контрольними пристроями, кнопками і т. п.

- Естетичний дизайн, що демонструє зовнішню привабливість, колір, текстуру, матеріал, форму продукту в цілому і т. п. Іноді кажуть, що це образ продукту, з яким споживач хотів би асоціюватися.

Таким чином, на першій фазі розвитку продуктів нового класу триває пошук такого продукту з цього класу, який найкращим чином задовольняв би потреби кінцевого користувача.

На етапі другої фази розвитку продуктового класу – проміжної фази – темп продуктових інновацій уповільнюється, а процесних пришвидшується так, що стає вище, ніж темп продуктових. За цей період у результаті появи домінантного дизайну зменшується різноманітність продуктів, а інноваційна діяльність концентрується на підвищенні ефективності виробництва стандартного продукту.

І, нарешті, на етапі третьої фази розвитку продуктового класу (цю фазу називають визначеною, конкретною) темпи інновацій обох типів (і продуктових, і процесних) зменшуються і їх динаміка набуває більш збалансованого характеру.

Отже, відповідно до моделі продуктового циклу перші дві фази розвитку класу продуктів є періодами радикальних змін, коли на першій стадії вводяться базисні продуктові, а на другий – базисні процесні інновації. Ці фази змінюються періодом видозмін у прирості, коли вже менш значущі процесні та продуктові інновації вводяться більш помірними темпами. Ідентифікація фази розвитку конкретного класу продуктів на базі моделі продуктового циклу принципово важлива для менеджменту інновацій.

Досвід практичного використання моделі продуктового циклу, тобто моделі Абернасі-Аттербек, довів її найбільшу застосовуваність до виробництва інноваційних товарів у продуктових галузях. У галузях послуг, які досить часто впроваджують інноваційні технології, розроблені й реалізовані в продуктових галузях, цикл, як правило, має зворотний напрямок. Тому інноваційним

послугам більше відповідає модель зворотного продуктового циклу, яка отримала назву від імені свого розробника Барраса – модель Барраса [Barras R., 1986, 1990]. У моделі Барраса, як і в моделі Абернасі-Аттербек, досліджується динаміка продуктових і процесних інновацій і виділяються три фази розвитку, однак зміст цих фаз різна в їх моделях.

Відповідно до моделі зворотного продуктового циклу на першій фазі переважають процеси приросту інновації. Їх здійснення означає використання нових технологій (як правило таких, що вже опановані продуктовими галузями) для збільшення ефективності послуг, що надаються (при цьому характер послуг принципово не змінюється).

На другій, проміжній фазі відповідно до моделі зворотного продуктового циклу змінюється характер процесних інновацій – процеси приросту інновацій змінюються на радикальні, тобто домінують базисні процесні інновації, оскільки метою є не тільки підвищити ефективність послуг, що надаються, а й поліпшити їх якісні характеристики.

На третій фазі зворотного продуктового циклу відбувається генерація якісно нової послуги протягом здійснення переважно радикальних продуктових інновацій.

Таким чином, у моделі зворотного продуктового циклу процеси приросту інновації, характерні для першої фази циклу, змінюються на другій фазі радикальними процесними інноваціями, які ведуть до якісних змін послуг та підвищення їх ефективності. А на третій фазі радикальні продуктові інновації призводять до появи принципово нових послуг.

У практичній управлінській діяльності досить часто використовуються узагальнені, інтегровані показники динаміки впровадження інновацій суб'єктом, що господарює. Найбільш поширені такі два показники:

1. інтенсивність здійснення інновацій – ступінь інноваційності, яка дорівнює числу інновацій, здійснених за певний період;
2. швидкість здійснення інновацій – це швидкість, з якою вводяться інновації після того, як вони були вперше здійснені в якомусь іншому місці. Цей показник характеризує здатність швидко реагувати на інновації.

Контрольні питання і завдання

1. Схарактеризуйте інтелектуальний тип підприємництва.
2. Які групи переваг виникають у підприємства в процесі розвитку управління знаннями?
3. Схарактеризуйте основні види і категорії інтелектуальних видів діяльності.
4. Зробить порівняльний аналіз структурно-функціональна та евристичної моделей інформаційного бізнесу.
5. Проаналізуйте етапи процесу «управління знаннями».
6. Які підходи застосовують при дослідженні динаміки продуктових і процесних інновацій?
7. Які особливості практичного використання моделі продуктового циклу. Проілюструйте відповідь прикладами із української практики інтелектуального підприємництва.

ТЕМА 3.
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА. ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Методичні рекомендації

Під час вивчення цієї теми слід зупинитися на структурі інтелектуального потенціалу підприємства, особливостях структурних елементів інтелектуального потенціалу, трансформації інтелектуального потенціалу в інтелектуальний капітал. Оволодіти навичками з аналізу та побудови напрямків розвитку інтелектуального потенціалу підприємства.

Основні поняття: інтелектуальний потенціал, інтелектуальний потенціал підприємства, структура потенціалу, структура інтелектуального потенціалу організації, людський потенціал, науковий потенціал, інноваційний потенціал, інтелектуальна власність.

Перелік питань

1. Визначення поняття «інтелектуальний потенціал ».
2. Розвиток інтелектуального потенціалу на стадіях життєдіяльності підприємства.
3. Структура інтелектуального потенціалу організації.

Інтелектуальний потенціал є складовою економічного потенціалу підприємства та формується відповідними ресурсами. На рівні підприємства інтелектуальний потенціал є основою інноваційного розвитку.

Інтелектуальний потенціал – це сукупність теоретичних знань, практичного досвіду та індивідуальних здібностей працівників, які виконують роботу зі створення інновацій на підприємствах. Необхідно розрізняти абсолютний, або максимально можливий, і реальний потенціал.

Під абсолютним інтелектуальним потенціалом мають на увазі його величину, яка повністю відповідає складності проблем, що стоять перед науково-технічним персоналом підприємства.

Реальним потенціалом є той, який фактично демонструє себе в умовах здійснення трудових операцій.

Різниця між абсолютним і реальним інтелектуальним потенціалом і є тим можливим резервом зростання ефективності наукомісткого виробництва, який можна отримати шляхом підвищення якості діяльності.

Слід зазначити, що результати функціонування наукомісткого підприємства безпосередньо залежать від успішної реалізації науково-дослідних робіт у межах інноваційних проектів. Здійснення інноваційної діяльності, пов'язаної з розробкою технологій, нових видів продукції й послуг

вимагає не тільки ефективного використання інтелектуального потенціалу, а і його розвитку.

Структура потенціалу – це відносно стійкий спосіб організації елементів, який розкриває його будову, елементний склад, принципи формування та розвитку

При визначенні структури інтелектуального потенціалу дослідження переважно базуються на тісно пов'язаних з ним категоріях: інтелектуальний капітал, інтелектуальні ресурси та інтелектуальна власність.

1. Хоча термін «інтелектуальний капітал» широко використовується у світовій економічній літературі, існують різні його трактування. Крім того, часто застосовуються наступні терміни: «нематеріальні активи», «інтелектуальний потенціал», «активи знань» і т. д. На думку одного з засновників концепції інтелектуального капіталу Т. Стюарта, «інтелектуальний капітал – це інтелектуальний матеріал, що містить знання, досвід, інформацію, інтелектуальну власність і бере участь у створенні цінностей. Це – колективна розумова енергія. Її важко виявити й ще важче керувати нею, але вже якщо ви її виявили й змусили працювати на себе, ви - переможець» [120,с. 12.].

Головна функція інтелектуального капіталу – істотно прискорювати приріст маси прибутку внаслідок формування та реалізації необхідних підприємству систем знань, речей і відносин, які забезпечують його високоефективну господарську діяльність. Зокрема, інтелектуальний капітал підприємства визначає якість його системи управління.

Проаналізуємо сутність цих понять за допомогою схеми на рисунку 3.1. Схема свідчить про те, що першоджерелом та визначальним чинником розвитку як країни, так і кожного підприємства є інтелектуальні ресурси.

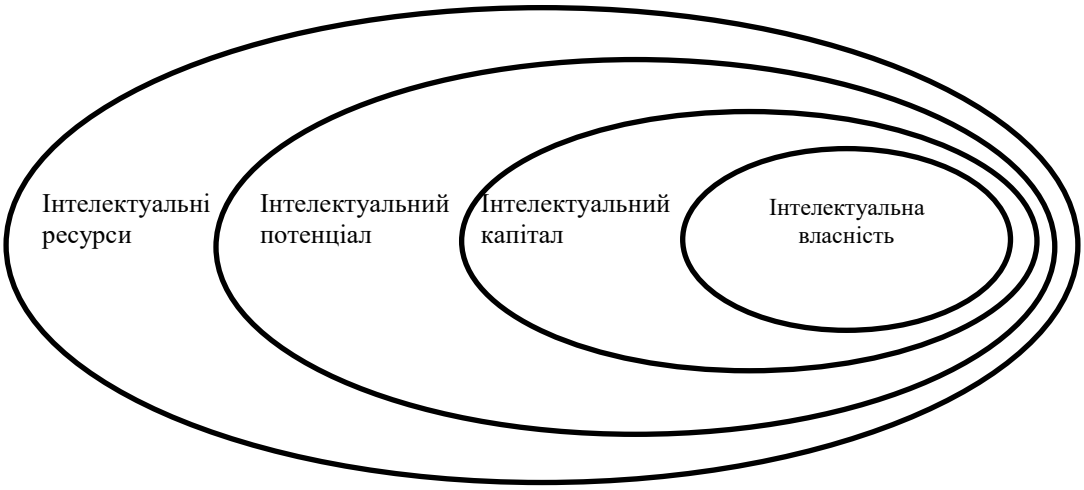

Рисунок 3.1 - Співвідношення понять «інтелектуальні ресурси», «інтелектуальний потенціал», «інтелектуальний капітал», та «інтелектуальна власність» підприємства

Інтелектуальний потенціал так само слугує узагальненою характеристикою інтелектуальних ресурсів, відповідно до місця і часу, який окреслює сучасне з погляду практичного використання наявних економічних можливостей у майбутньому для досягнення поставлених цілей. Саме тому інтелектуальний потенціал залежно від умов може бути реалізованим і нереалізованим.

Отже, категорія «інтелектуальний потенціал» є дещо ширшою, ніж інтелектуальний капітал. Перетворення інтелектуальних ресурсів (нематеріальні, ринкові активи, здібності й навички працівників, інтелектуальна власність) в інтелектуальний капітал є наслідком реалізації інтелектуального потенціалу. Сам по собі процес трансформації інтелектуального потенціалу в інтелектуальний капітал залежить від ступеня розвитку кадрів, управлінської системи та від стадії життєвого циклу підприємства.

2. Процес формування інтелектуального потенціалу є складним та не знаходить свого зображення в бухгалтерському обліку в повному обсязі. Розвиток інтелектуального потенціалу та стадії життєдіяльності підприємства зображено на рис. 3.2

.

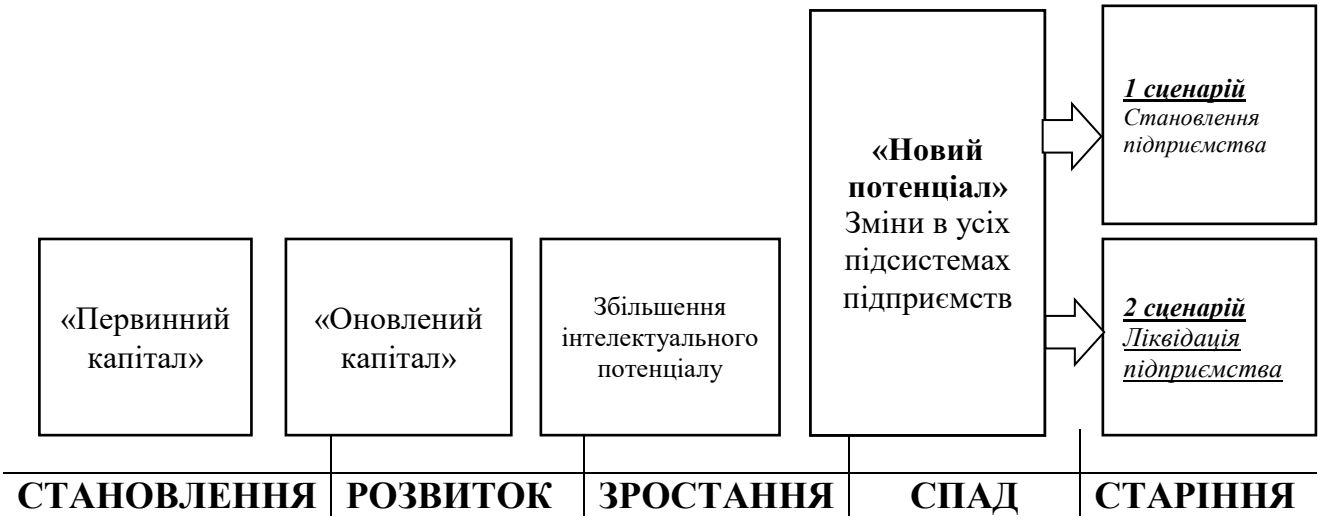

Рисунок 3.2. Розвиток інтелектуального потенціалу та стадії життєдіяльності підприємства.

Формування потенціалу як категорії загалом відбувається на стадії становлення підприємства. На цій стадії тільки починають формуватися організаційні методи, тому формування потенціалу залежить від стану економічних відносин та специфіки фінансово-господарської діяльності підприємства та формується передусім зовнішніми чинниками.

На початку життєдіяльності підприємства потенціал може бути однаковим для суб'єктів господарювання одного регіону й галузі виробництва, тому виникає необхідність введення поняття «первинного потенціалу підприємства».

На стадії розвитку підприємство активно розвиває технічні, технологічні, організаційні методи управління й виробництва, оскільки адаптація до зовнішніх економічних чинників спричиняє формування внутрішніх чинників виробництва й управління підприємством, до того ж здійснюється вдала реалізація актуального «первинного потенціалу підприємства».

Відповідно до критеріїв ефективності використання того чи іншого методу відбувається позитивна чи негативна зміна потенціалу підприємства. Це найпродуктивніша стадія, оскільки соціальні чинники все ще мають значний вплив. Чинності набирає колегіальність. Отже, на цьому етапі виникає необхідність введення поняття «оновленого потенціалу», який формують внутрішні підсистеми підприємства, а саме: технічна, технологічна, організаційна, економічна, соціальна.

Саме на цьому етапі й формується інтелектуальний потенціал підприємства на основі інтелектуальних ресурсів – ринкових активів, здібностей й навичок працівників підприємства.

На етапі зрілості суб'єкт господарювання чітко для себе визначає поняття «оновленого потенціалу», яке знаходить своє відбиття у критеріях рівня фінансового стану підприємства.

Крім того, потрібно зазначити, що існують значні здобутки знань, навичок, ресурсів, які потребують постійного оновлення. На цій стадії поняття «фінансовий потенціал», «фінансові ресурси» й «фінансовий стан» знаходяться у максимальних точках дотику й взаємодіють одне з одним на максимально можливому рівні. Використання усіх трьох інгредієнтів складової продуктивного функціонування суб'єкта господарювання призведе до максимального продовження цієї стадії.

Утворюється фактично автономна система взаємодії усіх трьох понять, де оновлення фінансового потенціалу може повторюватися багаторазово. Відбувається постійний приріст фінансових ресурсів, що збільшує фінансовий потенціал підприємства й зі свого боку розширює джерела фінансування інтелектуальних ресурсів.

Інтелектуальні ресурси створюють більші можливості для зростання інтелектуального капіталу підприємства, збільшується інтелектуальний потенціал підприємства. Крім того, інтелектуальні ресурси можуть самостійно виступати джерелами формування інших інтелектуальних ресурсів.

Інтелектуальний потенціал, який при цьому збільшується, відкриває все більші можливості на підприємстві для генерування фінансових ресурсів, а отже, збільшує фінансовий потенціал підприємства. Тому на цьому етапі головним є чітка й злагоджена взаємодія усіх п'яти потенціалів підприємства.

На етапі спаду суб'єкт господарювання чітко розуміє необхідність змін в усіх підсистемах, їх взаємодії, складу й напрямку використання ресурсів. Головним чинником, як і на стадії зросту, знову стає соціальний чинник. Виникає потреба у введенні поняття «новий потенціал». Він відрізняється від первинного багатьма ознаками, серед яких, насамперед, є вже чинна платформа

діяльності підприємства, яка істотно відрізняється від платформи інших суб'єктів господарювання.

Новий потенціал, зокрема фінансовий та інтелектуальний, стає результатом взаємодії впродовж усього циклу життєдіяльності підприємства із зовнішнім й внутрішнім середовищами. На етапі старіння підприємство має два шляхи розвитку: перший – вдале використання усіх відомих чинників й реалізація нового потенціалу підприємства, за чим слідує повторення моделі життєдіяльності підприємства, починаючи зі стадії зросту, й другий – невдала реалізація нового потенціалу підприємства, що зумовлює ліквідацію суб'єкта господарювання як неефективної складової економіки. Зауважимо, що інтелектуальний потенціал має власний зміст, який визначається: наявністю і прогресивним розвитком інтелектуальної власності, нематеріальних активів, а також знань й навичок працівників підприємства, що в комплексі зумовлює підвищення продуктивності праці й очікуваного економічного ефекту.

Отже, з одного боку, інтелектуальний потенціал – це наявність та ефективне використання інтелектуальних ресурсів підприємства, з іншого, – категорія інтелектуального потенціалу є набагато ширшою й передбачає взаємодію з фінансовим потенціалом підприємства, ще ширший погляд на інтелектуальний потенціал – це здібності взагалі, які не залежать від їх використання у виробництві.

Проблеми формування інтелектуального потенціалу зумовлюють проблеми формування інтелектуального капіталу, а також трансформаційні процеси фінансового потенціалу підприємства в інтелектуальні ресурси й інтелектуальний потенціал

3. Напрямки розвитку інтелектуального потенціалу слід розглядати в кількісному і якісному аспектах. Кількісний аспект інтелектуального потенціалу наукомісткого підприємства характеризує як темп його розвитку в цілому, так і окремих його складових. Якісний розвиток інтелектуального потенціалу характеризує збільшення особистих кваліфікаційних можливостей кожного працівника в області науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт приймати найбільш якісні рішення у межах своєї компетенції.

Таким чином, якісний інтелектуальний потенціал кожного працівника визначається, насамперед, його особистими здібностями, а також рівнем освіти й практичними навичками. Є складовою частиною інтегрованого кількісного інтелектуального потенціалу. Інтелектуальний потенціал організації пов'язаний і з іншими видами потенціалу.

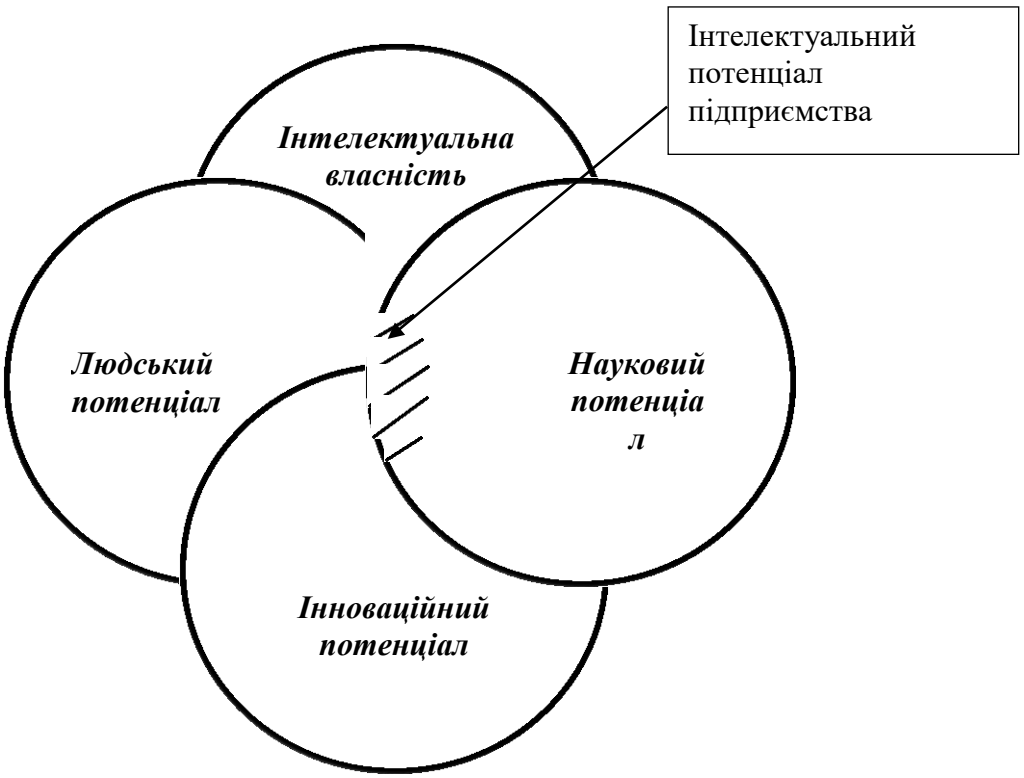

Рисунок 3.3 - Інтелектуальний потенціал як спільний елемент категорій «людський потенціал», «науковий потенціал», «інноваційний потенціал», «інтелектуальна власність».

Науковий потенціал – це сукупність ресурсів і можливостей сфери науки будь-якої системи (колективу, галузі, міста тощо), що дає змогу за наявних форм організації та управління ефективно вирішувати господарські завдання. Складовими наукового потенціалу є кадри, кошти, матеріально-технічна база, інформаційне забезпечення.

Інноваційний потенціал – це сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття та впровадження нових (радикальних і модифікованих) ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення.

Інтелектуальну власність – економічна складова інтелектуального потенціалу, що має вартісну оцінку та забезпечує його залучення до господарського обороту як самостійного об’єкта цивільно-правових відносин.

Прийоми, що застосовуються для визначення вартості прав на об’єкти інтелектуальної власності, можна розділити на три групи: підходи, методи і методики.

Підходи дають принципи визначення вартості. Методи визначають процедуру розрахунку вартості. Методики розглядають застосування того чи іншого методу щодо конкретних об’єктів інтелектуальної власності (ОІВ) та конкретних цілей розрахунку. Схематично цілі оцінки зображені на рис. 3.4.

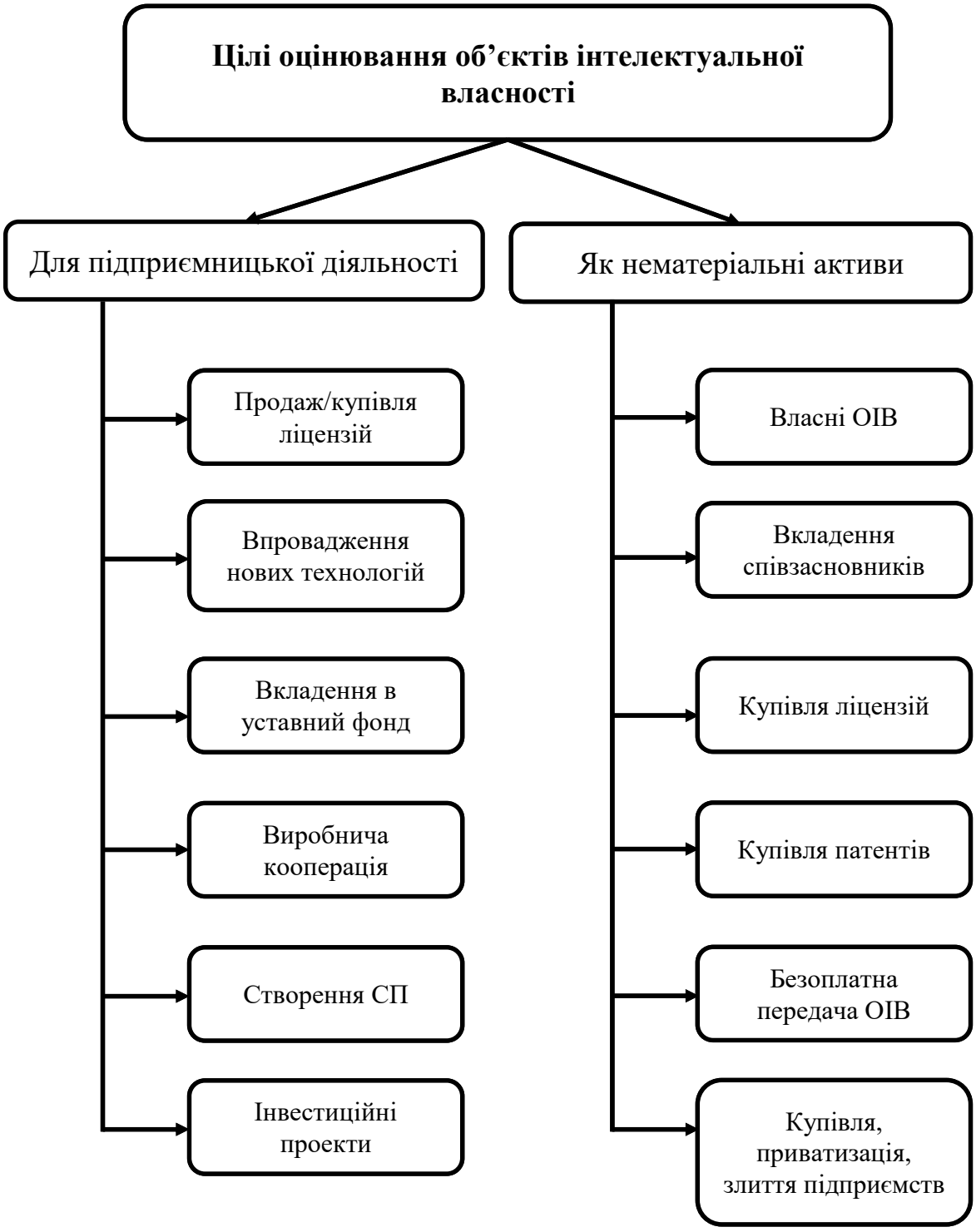

Рисунок 3.4 - Цілі оцінювання вартості об'єктів інтелектуальної власності.

Відповідно до Міжнародних стандартів оцінювання (МСО-1 та МСО-4), розрахунки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності можуть виконуватися при визначенні:

- оподатковуваної бази майна підприємств;

- вартості виключних прав, переданих на основі ліцензійного договору чи договору про їхню переуступку;

- вартості об’єктів інтелектуальної (промислової) власності, що вносяться до статутного капіталу підприємства;

- розміру компенсації, що необхідно виплатити згідно з чинним законодавством правовласнику за порушення його виключних (майнових) прав на об’єкт інтелектуальної власності.

Випадки, в яких виникає необхідність оцінювання будь-якого майна, зокрема прав на ОІВ, можна розбити на дві групи.

До першої групи відносять випадки, коли змінюється юридичний статус об’єкта оцінки або підприємства:

- очікується операція з продажу або купівлі власності, що підпадає під оцінку;

- очікується розподіл майна між власниками підприємства (у США близько 30% замовлень на оцінку відбувається з цієї причини);

- очікується виокремлення від крупного підприємства невеликого життєздатного підприємства;

- планується поглинання одного підприємства іншим;

- очікується реорганізація фірми (наприклад, перехід від ПрАТ до ПАТ);

- очікується ліквідація підприємства;

- надійшло попередження про відчуження активу державою.

До другої групи входять ситуації, коли юридичний статус активу підприємства, що підпадає під оцінку, не змінюється:

- виникла необхідність включити нематеріальний актив до статутного фонду (сьогодні в Україні більше половини замовлень на оцінку виконується з цією метою);

- очікується укладання ліцензійної угоди та необхідно обґрунтувати розрахунок плати за користування активом; необхідно визначити розмір авторської винагороди;

- планується отримати банківський кредит під заставу виключних прав власника інтелектуальної власності (на практиці виявляється не часто);

- складається бізнес-план з метою залучення інвестицій;

- визначається розмір податку на майно при його даруванні або успадкуванні;

- здійснюється страхування інтелектуальної власності;

- проводиться розрахунок компенсації за збиток, завданий, наприклад, порушником виключних прав.

Під базою оцінювання слід розуміти вид вартості, яка визначається в конкретній ситуації, враховуючи мету оцінки і характеристику прав на об’єкт інтелектуальної власності.

Основними видами вартості, що використовуються при оцінці ОІВ, є:

- ринкова вартість;

- розрахункова вартість обмеженої реалізації;

- залишкова вартість заміщення;
- вартість оренди на відкритому ринку;
- розрахункова майбутня вартість оренди;
- вартість утилізації;
- вартість для страхування;
- інвестиційна вартість.

Ринкова вартість – це розрахункова сума, за яку власність слід обмінювати на дату оцінки між готовим купити покупцем і готовим продати продавцем в комерційній операції після належного маркетингу, під час якого кожна зі сторін діяла компетентно, обачливо і без примушення.

Розрахункова вартість обмеженої реалізації – це припущення щодо грошової суми до вирахування витрат на продаж, яку, як вважає оцінювач на дату оцінки, можна достеменно очікувати в майбутній безумовній операції продажу права власності, за умови, що здійснення операції відбудеться в майбутньому, в момент, визначений клієнтом (і зазначений у звіті про оцінку); при цьому не буде достатнього періоду часу для належного маркетингу (відповідно до характеру власності й стану ринку).

Залишкова вартість заміщення – це поточна ринкова вартість за нинішнього використання об’єкта оцінки за вирахуванням накопиченого зносу. Основною передумовою залишкової вартості заміщення є те, що вона застосовується для оцінки власності, що не продається на ринку і, відповідно, не має ринкового попиту.

Вартість оренди на відкритому ринку – це припущення про якнайкращу орендну плату, за яку нове надання в оренду права власності було б здійснене на дату оцінки. Це визначення застосовується для оцінки орендної плати за власність. При цьому розглядається не продовження нинішньої оренди, а організація нового договору оренди.

Розрахункова майбутня вартість оренди – це припущення про орендну плату, отримання якої, як вважає оцінювач на дату оцінки, можна очікувати при майбутньому завершенні операції нового надання в оренду об’єкта власності.

Винятком є те, що здійснення операції з надання в оренду відбудеться в майбутньому в момент, визначений оцінювачем (і зафіксований в звіті оцінювача), щоб надати достатній період (з урахуванням характеру власності й стану ринку) для належним чином організованого маркетингу права власності, для угоди щодо орендної плати й інших умов надання в оренду, і для завершення операції з оренди.

Вартість утилізації – це вартість, що розглядається як вартість об’єкта оцінки без його доопрацювання й підготовки до продажу.

Вартість для страхування і оподаткування – вартість, розрахована відповідно до конкретних методик і нормативів, що використовуються державними органами оподаткування для розрахунку бази оподаткування.

Інвестиційна вартість – це вартість власності для конкретного власника, що представить свої інвестиційні вимоги до повернення вкладеного капіталу.

Поняття «інвестиційна вартість» може бути застосовано до ідентифікованих ОІВ у разі їх внесення як внеску до власного (статутного) фонду новостворюваного підприємства.

Прийоми, що застосовуються для визначення вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності, можна поділити на три групи: підходи, методи і методики. Підходи дають принципи визначення вартості. Методи визначають процедуру розрахунку вартості. Методики розглядають застосування того чи іншого методу стосовно конкретних об'єктів інтелектуальної власності та конкретних цілей розрахунку.

Людський потенціал – сукупність знань, досвіду, навичок, творчих можливостей, здібностей конкретних фізичних осіб, які залучені до процесів стратегічного планування, є невіддільними і невідчужуваними від їх володаря – фізичної особи. Людський потенціал організації налічує дві складові (субпотенціали):

- творчий потенціал;
- професійно-кваліфікаційний потенціал.

Творчий потенціал – це сукупність здібностей працівників організації до постановки та вирішення нових творчих завдань, створення чогось якісно нового, неповторного та унікального, а також до створення умов на підприємствах для прояву цих творчих здібностей.

Професійно-кваліфікаційний потенціал – це сукупність здібностей, професійних навичок працівників організації, необхідних для виконання ними своїх професійних обов'язків, і створення умов на підприємстві для вдосконалення й розвитку навичок і вмінь персоналу.

Знаючи субпотенціали підприємства і маючи можливість оцінити їх і сукупний потенціал, отримуємо можливість оцінити конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Творчий потенціал підприємства можна виміряти за допомогою наступних показників:

- кількість ліцензій, патентів, винаходів, торговельних марок, промислових зразків в цілому, а також у ставленні до:
  а) загальної чисельності персоналу;
  б) чисельності керівників, фахівців;
- питома вага нової продукції в загальному обсязі продажів (до нової продукції належить продукція, яка освоєна і випускається протягом періоду до трьох років; при обчисленні показника продукція береться в натуральному вираженні за кількістю асортиментних груп);
- кількість раціоналізаторських пропозицій щодо поліпшення ставлення до чисельності персоналу;

- кількість щорічно реалізованих заходів, передбачених організаційно-технічними планами та програмами.

Професійно-кваліфікаційний потенціал організації можна оцінити за допомогою наступних показників:

- статево-віковий склад;
- освітній рівень персоналу;
- стаж роботи;
- кваліфікація робітників;
- зусилля організації щодо підвищення професійної підготовки працівників.

Статево-віковий склад так само оцінюється за такими показниками, як питома вага працівників чоловічої і жіночої статі й питома вага працівників у різних вікових діапазонах (до 25 років, 25-35 років, 35-45 років, від 45 до пенсійного віку, пенсіонери, які працюють).

Рівень освіти оцінюють за питомою вагою працівників з наступними рівнями освіти: неповна середня; середня; середня спеціальна та неповна вища; вища; науковий ступінь.

Таблиця 3.1 – Приклади характеристик людського потенціалу

Компоненти людського потенціалу	**Об'єкти аналізу та відповідні їм показники**		
	Працівник	***Підприємство***	***Суспільство***
Здоров'я	Праце здібність. Час відсутності на роботі із –за хвороби	Втрати робочого часу через хвороби і травми. Затрати на забезпечення здорового самопочуття персоналу	Середня тривалість життя. Затрати на охорону здоров'я. Смертність по віку.
Моральність	Відношення до оточуючих	Відношення Між співробітниками. Втрати від конфліктів	Відношення до інвалідів, дітей, людей похилого віку. Злочинність, соціальна напруженість
Творчій потенціал	Творчі здібності	Кількість реквізитів, патентів, раціоналізаторських пропозицій, нових виробів на одного працюючого. Підприємливість	Прибутки від авторських прав. Кількість патентів і міжнародних премій на одного мешканця країни. Темпи технічного прогресу

Активність	Прагнення до реалізації можливостей. Підприємливість		
Організованість	Охайність, раціональність, дисциплінованість, ощадливість, досконаліть, порядність	Втрати від порушень дисципліни. Чистота. Виконання	Якість законодавства. Якість доріг і транспорту. Дотримання договорів та законів
Освіта	Знання. Кількість років навчання в школі та вузі	Доля спеціалістів з вищою та середньою освітою у загальній чисельності працюючих. Затрати на підвищення кваліфікації персоналу	Середнє число років навчання в школі та ВУЗі. Доля витрат на освіту в державному бюджеті
Професіоналізм	Вміння. Рівень кваліфікації	Якість продукції, втрати від браку	Доходи від експорту. Втрати від аварій
Ресурси робочого часу	Період зайнятості протягом року	Кількість співробітників. Кількість годин роботи за рік одного співробітника	Працездатне населення. Кількість зайнятих. Рівень безробіття. Кількість годин зайнятості за рік

У контексті інноваційного розвитку потенціал працівників проявляється, насамперед, у здатності забезпечити реалізацію інновацій різного масштабу (глибини змін): локальних - оновлення обладнання, вдосконалення окремих операцій, процесів; комплексних - перетворення виробничого процесу; системних - перетворення оргструктури, функцій і відносин на підприємстві.

Визначення креативних здібностей працівника на основі запропонованої класифікації інновацій пов'язано з тим, що перехід від реалізації локальних інновацій до системних збільшує сукупні можливості для досягнення максимального ефекту від інвестицій в людський капітал підприємства.

Важливо відзначити, що потенціал розвитку працівників розкривається тільки при реалізації конкретних інновацій, які можуть по-різному відповідати цілям розвитку вугледобувного підприємства. Тому при оцінці інвестиційної привабливості працівників необхідно враховувати значимість для розвитку підприємства конкретного інноваційного проекту, що реалізується цими працівниками.

Диференціація працівників за критерієм інвестиційної привабливості являє собою сукупність прийомів, що дозволяють визначати :

по-перше, сумарні показники проблемно-змістовних блоків, що зображають потенціал розвитку працівника і ризик інвестування в створення умов щодо реалізації цього потенціалу,

по-друге, інтегральний показник, який є підставою для ранжирування працівників за рівнем інвестиційної привабливості.

Таблиця 3.2 - Інвестиційна привабливість працівника підприємства

Тип інноваційної поведінки	**Характеристика робітника**
Інноваційна активність	Рівень мотивації та кваліфікації на достатньому рівні для розробки й реалізації нових ідей, оригінальних та нестандартних рішень наявних задач, володіє раціоналізаторськими та винахідницькими навичками, використовує їх для вдосконалення своєї діяльності.
Інноваційна чутливість	Рівень мотивації на достатньому рівні для реалізації нових ідей, але потребує участі більш досвідчених колег.
Інноваційна апатія	Рівень мотивації недостатній, хоча кваліфікація придатна для рішення інноваційних задач.
Відторгнення інновацій	Рівень мотивації та кваліфікації занизький для участі в інноваційному процесі; відмовляється від розробки інновацій й перешкоджає їх впровадженню.

На думку Р. В Гайдай, категорія інтелектуального потенціалу повинна розкриватись з урахуванням трьох основних аспектів[24]:

1. По-перше, інтелектуальний потенціал, як і будь-який інший потенціал економічної системи, ґрунтується на відповідному ресурсному забезпеченні. Як і у випадку, наприклад, потенціалу виробничих фондів, який охоплює певний техніко-технологічний базис виробництва у вигляді устаткування, конкретних машин, автоматизованих ліній тощо, інтелектуальний потенціал можна розкрити з огляду на склад інформаційних ресурсів, залучених до процесу генерування нових ідей.

2. По-друге, інтелектуальний потенціал підприємства повинен розглядатись як «система факторів, що забезпечує досягнення мети виробництва». Дане положення свідчить про те, що рівень розвинення інтелектуального потенціалу має досліджуватись опосередковано через низку непрямих індикаторів розвитку виробничої структури, а також викриття резервів використання інтелектуального капіталу.

3. По-третє, інтелектуальний потенціал має забезпечувати можливості подальшого розвинення організації у майбутньому. Це можна простежити як у

розвиткові ресурсів підприємства у майбутньому, так і у зростанні ефективності їхнього використання.

ТЕМА 5.
МОТИВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Методичні рекомендації

Під час вивчення цієї теми варто зупинитися на структурі мотиваційного механізму інтелектуальної діяльності, розглянути матрицю результативності мотивації на інтелектуальному підприємстві, проаналізувати проблеми формування справедливої компенсаційної політики у сфері забезпечення інтелектуального бізнесу.

Основні поняття: зовнішня мотивація, внутрішня мотивація, компенсаційний пакет, структура компенсаційного пакета, компенсаційна політика, система компенсацій, справедлива компенсаційна політика.

Перелік питань

1. Система мотивації інтелектуальної діяльності на підприємстві.
2. Організаційно-мотиваційний механізм інтелектуальної діяльності на підприємстві.
3. Формування компенсаційної політики у сфері забезпечення інтелектуального бізнесу.

1. У інформаційному суспільстві, де велика частина працездатного населення зайнята інтелектуальною працею, основним видом стимулювання є індивідуальний розвиток, тобто власне робота є цінністю для працівника.

Оскільки тільки інтелектуальна праця дозволяє генерувати нові товари, послуги та інші інтелектуальні продукти, умови, створені на підприємстві для ефективної інтелектуальної діяльності, є найважливішим фактором активізації людського потенціалу.

Особливістю інтелектуальної праці є подвійність потреб працівника і компанії. Потреба у самореалізації потенціалу людини формує мотив працівника: бажання та можливість працювати на цій посаді у даних умовах підприємства. А якісна праця й професійна діяльність на цій посаді у даних умовах є потребою організації. Способом мотивації у цьому випадку виступає організаційно-мотиваційний механізм, а видами стимулювання моральні цінності, патерналізм, організаційні якості, кар'єра і розвиток. Потреба у самореалізації працівника, його фізичних і психологічних характеристик формує мотив працівника: бажання й можливість заробити якомога більше грошей. Компанія тим самим задовольняє потребу в безперервному виробничому процесі. Способом мотивації у цьому випадку виступає система стимулювання, а видами стимулювання - грошова заробітна плата, натуральна заробітна плата, плата за участь в управлінні.

Факторами, які сприяють формуванню певної поведінки працівників інтелектуальної праці, є елементи організації інтелектуальної праці: ділова репутація, організаційна культура, освіта, підвищення кваліфікації, соціальна підтримка, організаційна структура, програмне забезпечення, база знань і база даних, професійний інтелект, ефективність виробництва, цінність продукту для різних груп споживачів.

Мотивація праці працівника залежить, головним чином, від мотивації до праці й до винагороди за неї. Мотив до праці визначає зануреність людини у діяльність і майбутнє підприємства. Мотив винагороди за працю дозволяє забезпечувати керованість персоналу і встановлює на підприємстві стандарти якості. Співвідношення цих двох мотивів формує, зрештою, результативність працівника. Оскільки інтелектуальна праця є особливим видом розумової праці, то система мотивації інтелектуальної праці складається з організаційно-мотиваційного механізму і системи стимулювання працівників.

Провідні творчі мотиви можуть бути об'єднані у наступні групи:

1) інтелектуальні;

2) матеріальні;

3) моральні.

До першої групи мотивів відносять інтелектуальний саморозвиток, допитливість, захопленість ідеєю, любов до вирішення складних завдань, прагнення до повної реалізації своїх інтелектуальних здібностей. Творчому працівнику потрібно тільки допомагати направляти самого себе на виконання поставлених завдань, тобто на ефективність.

Для нього творчість є формою самовираження, проявом основної діяльності.

Другим важливим стимулом творчості є матеріальна зацікавленість - отримання матеріальної винагороди.

На сьогодні ряд відомих вчених (П. Друкер, В. Іноземцев, А. Тоффлер, Р. Інгельгарт) стверджують, що матеріальні чинники для співробітника сучасної корпорації як для творчої особистості перестали грати домінівну роль. Однак ця теза є суперечливою. Як правило, матеріальні потреби перестають мати перевагу тільки тоді, коли вони є на задовільному рівні.

Третім стимулом служить моральна винагорода - визнання компанією цінності роботи, внеску співробітника в її розвиток; відчуття працівником своєї особливої значущості для компанії, особливого покликання.

Моральні стимули сприяють створенню позитивного соціального самовідчуття людини.

Результатом творчої праці є як створення нового інтелектуального продукту, так і інтелектуальний розвиток самої особистості.

Стратегія підприємства надає прямий та непрямий вплив на формування системи мотивації.

Сутність прямого впливу в тому, що при стратегічному плануванні враховуються витрати на персонал, визначається політика в області

чисельності, структури й розвитку персоналу, в області мотивації. Разом з тим враховуються можливості стану ринку праці, розвиток економіки, інші зовнішні загрози й можливості.

Члени організації, яка має прописаний статут щодо персоналу, за будь-яких обставин та у будь-який час знають, за якими правилами будуються у ній відносини. Тут більше справедливості, більше стабільності.

Непрямий вплив корпоративної стратегії також ефективний. Знання співробітниками цілей організації саме по собі мотивує, оскільки кожна дія співробітника набуває сенсу в контексті загального напрямку зусиль організації. Співробітники перестають бути сліпим знаряддям роботодавця, діють усвідомлено, що збільшує їх професійну віддачу.

Наразі саме ця неочевидна сторона мотивації привертає все більшу увагу ще й тому, що має кілька корисних «побічних ефектів».

По-перше, менеджери компанії гуртуються протягом розробки стратегії, бо спільна креативна діяльність має командоутворюючий ефект.

По-друге, всі керівники одномоментно усвідомлюють єдині цілі - це створює єдину думку й узгодженість у команді менеджерів.

По-третє, команда менеджерів вільно чи мимоволі транслює їх «вниз» - підлеглим, тоді цілі організації перестають бути «річчю в собі» для працівників, вони стають їх власними цілями.

По-четверте, вибудована лінія від стратегії до завдань співробітника «дерево цілей» багато в чому визначає корпоративну культуру.

По-п'яте, на цій основі може бути побудована система управління за цілями та інші механізми управління й мотивації.

Система мотивації інтелектуальної діяльності на підприємстві є сукупністю взаємопов'язаних елементів (системи оплати праці, заохочення за вислугу років, кар'єрне зростання, визнання успіхів і т. д.) й складається із зовнішньої та внутрішньої мотивації.

Зовнішня мотивація спрямована на заохочення результату і процесу інтелектуальної діяльності, внутрішня - на створення, збереження потенціалу інтелектуального працівника.

Зовнішня мотивація - конструктор для опису детермінації поведінки в тих ситуаціях, коли фактори, які його ініціюють і регулюють, знаходяться поза «Я» особистості або поза межами поведінки людини.

Зовнішня мотивація - це засіб досягнення мети. Вона безпосередньо впливає на поведінку, але ефективність її дії обмежена, поки вона сприймається людиною як стимул або тиск.

Зовнішня мотивація може бути трьох видів:

Рисунок 5.1 - Види зовнішньої мотивації.

Адміністративна мотивація означає виконання роботи за командою, за наказом, тобто за умови прямого примусу з відповідними санкціями за порушення встановлених норм.

Економічна мотивація здійснюється через заробітну плату, дивіденди і т. п.

Статусна мотивація заснована на зміні положення (статусу) співробітника в організації. Вона може виражатися також в різних формах суспільного визнання досягнень співробітника, його професійного і морального авторитету.

Внутрішня мотивація визначається змістом і значущістю роботи. Якщо вона цікавить людину, дозволяє реалізувати його природні здібності й схильності, то це є найсильнішим мотивом до активності, сумлінної та продуктивної праці. Поряд з наявністю істотного внутрішнього мотиву може бути вагомість роботи для розвитку певних якостей людини, корисність даного виду діяльності для групи людей і суспільства, відповідність цієї діяльності переконанням працівника, його етичної орієнтації.

Внутрішня мотивація - конструкт, що описує такий тип детермінації поведінки, коли його чинники виникають зсередини особистісного «Я» і знаходяться повністю всередині самої поведінки. Внутрішня мотивація - це розуміння сенсу, переконаність. Вона виникає в тому випадку, якщо ідея, цілі й завдання, а також сама діяльність сприймається як гідні й доцільні.

Значення зовнішньої мотивації для роботи велике. Але внутрішня мотивація в сучасному світі набуває все більшого значення. Вона важлива, через її здатність тривалий час і стійко впливати на результати праці та ставлення до роботи. Вплив тим сильніше, чим вище і різноманітніше вимоги до змісту роботи, чим більше цьому змісту відповідає внутрішній стан людини. Зовнішня мотивація повинна виконувати на початковому етапі роль опори. У руслі створення системи ефективної праці її також можна розглядати як додатковий опорний стимул в період консолідації. Однак довгострокова мотивація й ефективні зміни в поведінці співробітників досягаються тільки за умови створення внутрішньої мотивації [113].

Організаційно-мотиваційний механізм інтелектуальної діяльності є регулярним процесом, який збільшує психологічний потенціал організації, збільшує реально наявний обсяг потенціалу знань і перетворює психологічний потенціал в динамічні можливості підприємства, на основі яких формуються унікальні стійкі конкурентні переваги. Організаційно-мотиваційні механізми складаються з чотирьох блоків: інфраструктура створення знання, навчання й саморозвиток, мотивація створення знання, вимір.

Таблиця 5.1. Складові організаційно-мотиваційного механізму інтелектуальної діяльності підприємства

Блок організаційно-мотиваційного механізму	**Опис**
Інфраструктура створення знання	Способи кодифікації знання працівників і компанії, методи зберігання й передачі знань
Навчання та саморозвиток	Коучинг, способи навчання персоналу, система розвитку і підтримки освітньої підготовки працівників
Мотивація створення знання	Система стимулюючих і регресивних факторів
Вимірювання	Набір показників, що дозволяють контролювати й оцінювати працю

Відповідно до ієрархії організаційно-мотиваційний механізм підприємства складається із:

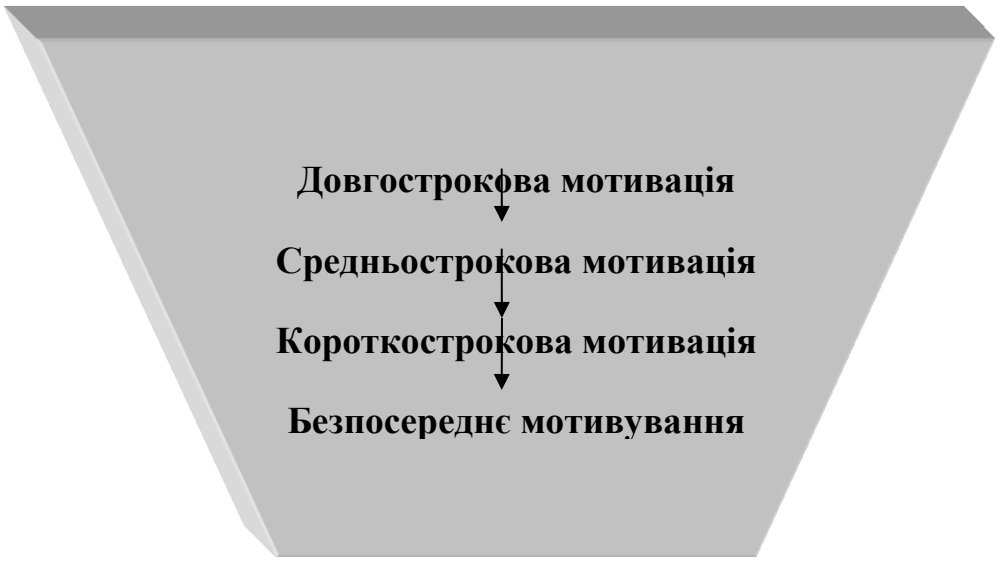

Рисунок 5.2 - Ієрархічний організаційно-мотиваційний механізм інтелектуальної діяльності підприємства.

Довгострокова мотивація передбачає досить традиційні форми спонукання. Вони безпосередньо випливають зі стратегічних завдань і складають основу кадрової політики:

виплати, пов'язані зі стратегічними результатами діяльності компанії;

виплати, пов'язані з довгостроковими результатами діяльності співробітника;

бонуси з відстроченим платежем, опціони тощо;

доплати за вислугу;

нематеріальні форми - звання, визнання стратегічно вагомих результатів, особливе місце в системі ієрархії, кар'єрне планування.

Середньострокова мотивація планується на період до року і включає досить традиційні механізми: квартальні та річні премії.

Якщо довгострокова мотивація спрямована на утримання співробітників у компанії, то лише деякі форми середньострокової мають таку властивість. Наприклад, це може бути відмова у виплаті річного бонуса, якщо працівник звільняється серед року, або право співробітника на пільги, якщо він пропрацював повний рік та ін. Нематеріальними формами можуть бути як «забуті старі» - підсумки діяльності за місяць, квартал, так і нові для нас - управління по цілях.

Короткострокова мотивація - щомісячна зарплата і місячний бонус. Нематеріальні форми мотивації тут не так ефективні.

Перспективним напрямком можна вважати систему корпоративної «біржі праці» для співробітників, компетенції яких не популярні й не є компенсованими факторами на його посаді. Такі співробітники можуть за додаткову плату брати участь в проектах, певних видах професійної діяльності, які час від часу потрібні компанії: навчання персоналу, робота перекладача, в тому числі, перекладача документації, складання проектів і звітів для інших підрозділів, експертна діяльність та ін.

Короткострокова мотивація більше інших видів мотивації спрямована на спонукання до ефективної праці, і саме тут повинні працювати формули нарахування. Але власне тут і виникають проблеми через формули, що не працюють. Цю проблему сучасний менеджмент вирішує декількома шляхами. Найбільш відомі:

перший - управління по цілях;

другий - оцінка виконання.

Оцінка виконання - це стандартизована оцінка праці співробітника, організована таким чином, що праця кожного, незалежно від посади й змісту праці, оцінюється безпосереднім керівником за ієрархічним принципом, «пірамідально», за єдиними критеріями.

Безпосередня мотивація зустрічається у вітчизняних компаніях досить рідко. Це винагорода, наприклад, у вигляді разової виплати незапланованої та непередбачуваної бюджетом невеликої премії за високі результати або вагомість виконаної роботи безпосередньо після виконання роботи.

Система стимулювання на підприємстві представлена процедурою і параметрами періодичної оцінки праці співробітників і механізмом винагороди за отримані результати показників. Через матрицю результативності можна встановити співвідношення мотиву до праці з мотивом до винагороди за працю (рис. 5.7).

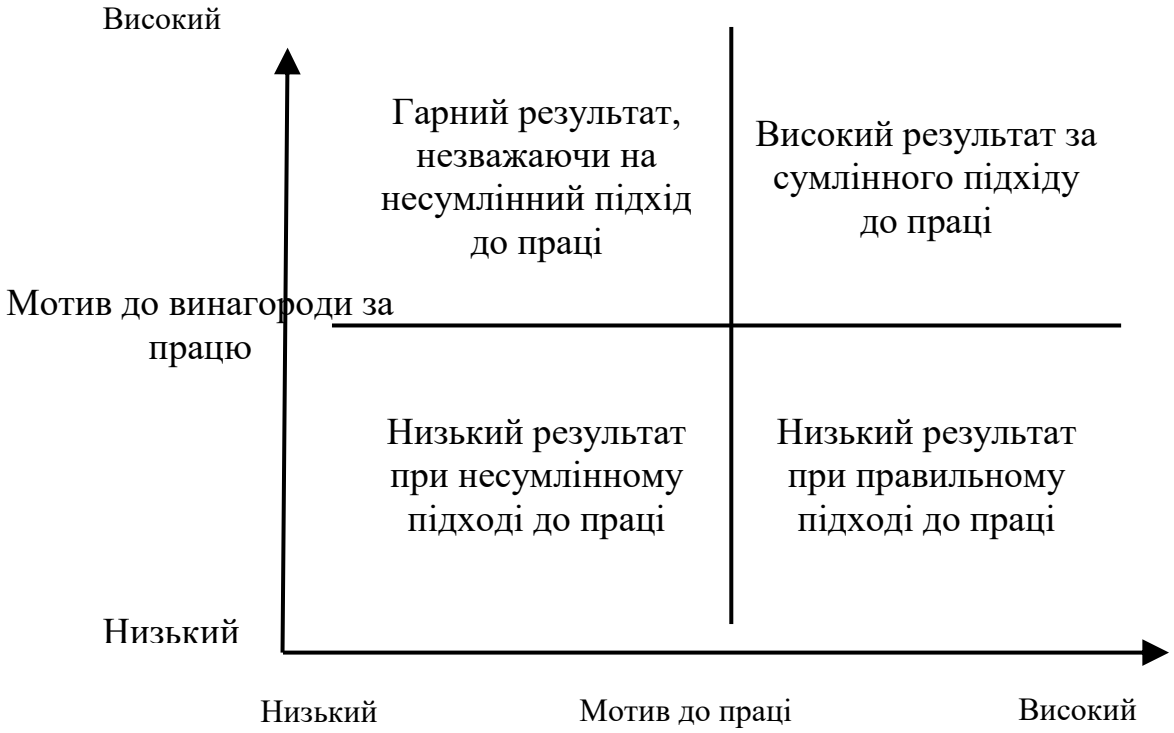

Рисунок 5.7 - Матриця результативності.

Ситуації, що продемонстрована у нижньому лівому кутку матриці, слід уникати: не наймати людей з відсутністю мотивів до праці та мотиву до винагороди за працю.

У разі, якщо співробітник показує хороші результати, але його підхід потребує зміни, змінити його мотив до праці значно складніше, необхідно розбиратися в індивідуальному порядку, що дозволить працівникові переглянути своє ставлення до праці.

Розробка ефективного мотиваційного механізму має стратегічне значення для підприємств. Розуміння, формування й задоволення потреб персоналу є основою створення цього механізму, зрештою, вирішальним кроком до досягнення мети діяльності підприємства.

Запровадження ефективного мотиваційного механізму сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності й, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства. Також це дозволяє вийти підприємству на

економічно новий рівень розвитку і відкриває можливості реалізувати себе на світовому рівні.

Ознаки ефективної чи неефективної системи мотивації персоналу підсумовані у таблиці 5.2.

Таблиця 5.2 - Ознаки ефективності системи мотивації персоналу

Ознаки ефективної системи мотивації	**Ознаки неефективної системи мотивації**
1. Стабільні результати.	1. Низькі, або нестабільні результати.
2. Регулярне виконання наявних задач.	2. Періодичне виконання завдань.
3. Низька ротація персоналу.	3. Висока ротація персоналу: більшу частину займають працівники, які звільняються за власним бажанням.
4. Готовність співробітників прийти на допомогу колегам та керівництву компанії.	4. Байдуже ставлення до роботи, відсутність взаємодопомоги.
5. Енергійні працівники, які готові брати участь у змінах, що проводяться.	5. Опір змінам і постійна наявність скарг і погроз про звільнення.

Механізми мотивації, що використовуються сьогодні, не є ідеальними, але вони дієві й активно застосовуються на практиці. Тому для ефективної роботи компанії показники матеріальної мотивації слід зіставляти з цілями бізнесу, передбачаючи системи заохочень за реалізацію конкретних завдань та за виконання загальних планів організації.

Компенсаційна політика – це сукупність економічних і соціальних стимулів, механізмів, інструментів зовнішнього мотиваційного впливу на трудову поведінку найнятих робітників.

Обмін трудовими послугами відбувається завдяки механізмам компенсаційної політики, що надаються найнятими робітниками за винагороду − матеріальні й нематеріальні блага, які служать компенсацією витрачених у процесі праці фізичних, інтелектуальних, творчих, психоемоційних зусиль, отриманих знань, умінь, навичок і компетенцій.

Компенсаційний пакет можна визначити як систему винагороди, засновану на комплексному поєднанні матеріальних важелів і моральних стимулів до високоефективної праці

Систему компенсацій (компенсаційний пакет) треба розуміти як сукупність усіх компенсацій, зокрема матеріальних виплат і винагород, нематеріальних благ і послуг. Їх роботодавець надає працівникові за долучення

до процесу праці (створення матеріальних і нематеріальних благ) й право розпоряджатися результатами (продуктами) праці, одержаними у процесі застосування робочої сили (компетенцій, людського капіталу), відповідно до кон'юнктури ринку праці, норм чинного законодавства, норм колективних угод, положень корпоративної політики, умов колективного та трудового договорів.

Список літератури
26,28 , 29, 32, 39, 46, 56, 62, 107, 110, 132.

ТЕМА 8.
РИЗИКИ В ІНТЕЛЛЕКТАЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Методичні рекомендації

Головна мета вивчення даної теми – набуття теоретичних знань і практичних навичок управління ризиками інтелектуального бізнесу.

Основні поняття: ризик, ризики інтелектуального бізнесу, невизначеність, процес оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу.

Перелік питань

1. Ризики в інтелектуальному бізнесі: сутність та класифікація
2. Специфіка інтелектуального капіталу підприємства.
3. Методи вимірювання інтелектуального капіталу.

Управління будь-якою організацією – це завжди інтегрована система менеджменту, яка сприяє зменшенню ризиків. У процесі управління інтелектуальним підприємствам особливу роль відіграють інтелектуальні ризики.

Ризики інтелектуальні – ризики, пов'язані з управлінням інтелектуальними ресурсами та їх комерціалізацією внаслідок недостатньої обґрунтованості або несприятливих умов реалізації стратегії управління інтелектуальними ресурсами.

Менеджмент інтелектуального бізнесу повинен брати до уваги всю специфіку даних ризиків настільки, наскільки вони співвідносяться з погрозами його діяльності або зі сприятливими можливостями, які підвищують імовірність успішного результату.

Ризики, що є загрозою для підприємницької діяльності, можуть бути прийнятними тільки в тому випадку, якщо витрати, які несе бізнес у результаті виникнення цього ризику, є меншими, ніж рівень доходу, який він отримає при здійсненні своєї діяльності, прийнявши його. Ризики, що являють собою сприятливі можливості, можуть прийматися для досягнення найкращого результату підприємницької діяльності.

Дієвим інструментом реагування на зміни економічного середовища функціонування підприємства виступає ризик-менеджмент, який визначається як сукупність управлінських дій інтегрованого характеру, спрямованих на виявлення, аналіз і регулювання ризиків.

Упровадження міжнародних стандартів в управлінні ризиками може дати можливість керівникам інтелектуального бізнесу зробити управління ризиками в діяльності проектно-орієнтованих підприємств більш ефективним і максимізувати можливості та мінімізувати затрати в ході досягнення цілей проектів.

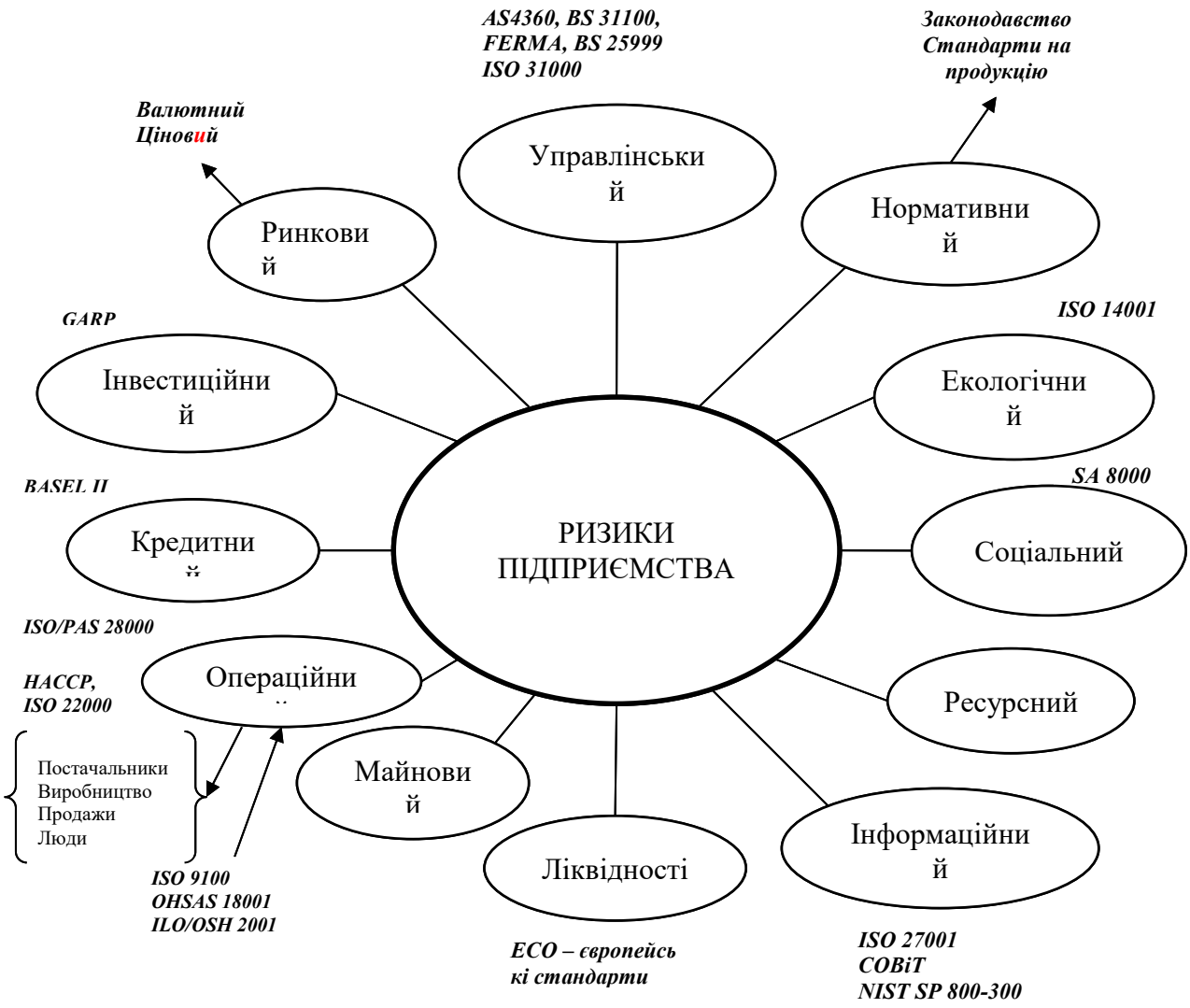

Рисунок 8.1 – Ризики підприємства та стандарти

До основоположних стандартів ризику менеджменту відносять :

- стандарт, розроблений Федерацією Європейських Асоціацій Ризик Менеджерів («FERMA»);
- деякі постулати закону «Сарбейнса-Окслі»;
- стандарт «COSO II»;
- південно-африканський стандарт – «KING II»;
- ISO 31000 «Загальні керівні вказівки щодо принципів та втілення ризик-менеджменту».

Стандарт з управління ризиками «FERMA» був розроблений спільно з інститутом ризик-менеджменту у Великобританії (The Institute of Risk

Management), Асоціацією ризик-менеджменту та страхування (The Association of Insurance and Risk Management) і Національним Форумом ризик-менеджменту в Громадському Секторі (The National Forum for Risk Management in the Public Sector) і прийнятий у 2002 році.

Даний документ містить основні визначення, пояснює внутрішні та зовнішні фактори ризику, процеси управління ризиками, методологію та технологію оцінки та аналізу ризиків, а також загальні обов'язки ризик-менеджера [156].

Відповідно до стандарту «FERMA» обов'язками фахівця з ризиків є:

– розробка програми управління ризиками,

– супровід її реалізації,

– координація співробітництва підрозділів організації,

– створення програм зі зменшення втрат і заходів з підтримки безперервності бізнес-процесів.

Одним з небагатьох законодавчо затверджених стандартів у сфері управління ризиками є «Закон Сарбейнса-Окслі» (Sarbanes-Oxley Act). Даний закон розглядає, насамперед, питання внутрішнього контролю і достовірності фінансової звітності, а також опосередковано регулює процес управління ризиками. У законі немає керівних вказівок з розробки конкретних процедур фінансового контролю. Стандарт пропонує аналіз даних, які стосуються протікання процесів і перевірки відповідності шляхом аудиту.

Якщо отримані результати свідчать про підвищений рівень ризику, то необхідне застосування документованих дій. Вирішуючи питання про застосування необхідних процедур фінансового контролю, керівник повинен виявити, які угоди можуть бути ризикованими.

Якщо не враховувати ризики по кредитах і активах, то основними джерелами фінансових ризиків, відповідно до закону, є:

– точність обчислення доходів;

– рішення із закупівель і своєчасність постачання;

– управління продукцією;

– витрати на робочу силу і точність виконання робіт;

– управління активами;

– управління витратами;

– точність рахунків;

– дебіторська/кредиторська заборгованість.

У 2001 році Комітет спонсорських організацій Комісії Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, «COSO») спільно з компанією «Price Water House Coopers» ініціював проект розробки принципів ризик-менеджменту (Enterprise Risk Management – Integrated Framework).

Відповідно до розроблених принципів ризик-менеджмент це:

– процес, що охоплює всю діяльність підприємства, до якого долучені співробітники на різних рівнях управління;

– інструмент, що дозволяє досягти поставлених стратегічних цілей;

– технологія виявлення ризиків та управління ними;

– спосіб застрахувати діяльність підприємства від можливих помилок менеджменту або ради директорів.

Стандарт «COSO II» покликаний вирішити такі завдання:

– визначити рівні ризику відповідно до стратегії розвитку;

– удосконалювати процеси прийняття рішень щодо реагування на ризики, що виникають;

– скоротити число непередбачених подій і збитків у господарській діяльності;

– визначити всю сукупність ризиків;

– управляти всією сукупністю ризиків;

– використовувати сприятливі можливості;

– раціонально використовувати капітал.

Найновіший південноафриканський стандарт «KING II» є своєрідним зразком для управління ризиками. Він являє собою збірник типових рішень у практиці ризик-менеджменту, постійно поповнюється і є посібником для навчання ризик-менеджерів. У даному стандарті доступно зображено ідеологію процесу і бажані стадії.

Ключовим стандартом для управління ризиками є ISO 31000 «Загальні керівні вказівки щодо принципів та втілення ризик-менеджменту».

Даний стандарт дає загальне розуміння того, як розробити, впровадити й підтримувати ефективну систему управління ризиками у рамках галузі, підприємства та ін.

Впроваджуючи ISO 31000, підприємство може порівняти свою практику управління ризиками з міжнародним досвідом і привнести свій власний досвід у світову практику управління ризиками.

Отже, стандарт ISO 31000 на управління ризиком призначений для:

– збільшення ймовірності досягнення мети;

– заохочення активного управління та впровадження елементів управління ризиками в загальний процесний підхід сертифікованих підприємств;

– інформування про необхідність виявлення та усунення ризиків у масштабах всієї організації;

– покращення виявлення можливостей і загроз;

– вдосконалення фінансової звітності;

– підвищення ефективності управління та рівня довіри зацікавлених сторін;

– створення надійної основи для прийняття рішень та планування;

– поліпшення контролю, ефективного розподілу і використання ресурсів для усунення ризику, підвищення оперативної ефективності та дій;

– підвищення здоров'я та техніки безпеки, а також охорони навколишнього середовища, ефективного запобігання втрат;

– мінімізації втрат;

– поліпшення корпоративного навчання та корпоративної стабільності.

Якщо йдеться про управління ризиками у банківській сфері, то використовуються стандарти, що описують діяльність банківської сфери. Якщо йдеться про управління ризиками в безпеці інформації та бізнесу, то інформацію про них слід шукати у відповідних стандартах певної галузі. Прикладом таких стандартів для банківської сфери є BASEL II. Цей документ було розроблено та запропоновано Базельським комітетом з банківського нагляду і він містить критерії регулювання банківської діяльності.

Він наполягає на обов'язковому управлінні ризиками й вимагає поліпшити забезпеченість підприємства власним капіталом. За допомогою спеціальних рейтингів фінансові установи оцінюють кредитні ризики позичальників. Відповідно до цього визначається величина власного капіталу, яку повинен підтвердити банк.

Методологія вимірювання та визначення достатнього рівня капіталу викладена в Basel II, заснована на передових теоріях та практиці побудови й функціонування системи управління ризиками банківської діяльності. Його положення вже застосовуються в Євросоюзі, США, Канаді, Японії та Індії. Основна мета Basel II – зміцнити надійність і стабільність міжнародної банківської системи на основі впровадження передової практики управління ризиками.

Управління ризиками у сфері безпеки інформації регулює стандарт ISO 27005. У ньому представлено загальне керівництво з управління ризиками інформаційної безпеки. Він підтримує загальні концепції, викладені в ISO / IEC 27001, і призначений для «сприяння адекватному забезпеченню інформаційної безпеки на основі ризикоорієнтованого підходу». Цей Міжнародний стандарт можна застосовувати до всіх видів підприємств (комерційних, державних установ, некомерційних організацій), які планують управляти ризиками інформаційної безпеки.

Використовувати стандарти у процесі управління ризиками можна не лише в рамках організацій.

Велика частина проаналізованих стандартів – «COSO II», «FERMA» – діють на основі угоди їх учасників. Один з небагатьох законодавчо затверджених стандартів у сфері управління ризиками – це «Закон Сарбейнса-Оксли». Але і цей закон не гарантує успішності дій і процедур. Перелічені стандарти можуть застосовуватися у практиці інтелектуального підприємництва, але, враховуючи специфіку інтелектуального бізнесу,

необхідний свій стандарт, що допомагає складати регламенти та інструкції, які визначають:

• принципи взаємодії між структурними підрозділами компанії у сфері управління ризиками;

• чіткий розподіл функцій, повноважень і відповідальності між підрозділами компанії в сфері управління ризиками;

• систему контролю та повноваження контролюючих структурних підрозділів;

• норми і вимоги до операцій, що призводять до ризику.

Реалізація інтелектуальної діяльності має наступні ризики:

− економічний, пов’язаний з фінансуванням і калькуляцією проекту, прийняттям та реалізацією економічних рішень;

− оригінальності, обумовлений можливістю відсутності попиту на запропоновані технології й продукти виробництва і ринку;

− технологічної неадекватності, що виникає через принципову різницю між технологією як продуктом інтелектуальної діяльності та технологією як об’єктом інвестування;

− фінансової невідповідності, коли кошти, що виділяються на реалізацію проекту, не відповідають його змісту;

− некерованості проектом, що виникає через недостатню відпрацьованість проекту, непрофесіоналізм управлінської команди;

− контрактових відносин: можуть бути порушені взяті взаємні юридичні зобов’язання однією зі сторін щодо проведення економічних операцій; може бути порушене однією стороною щодо іншої право купити чи продати інтелектуальний (інноваційний) продукт, передати іншій особі право власності на інноваційний товар, створити товариство чи спільне підприємство; у нездоровій економічній системі, в якій домінує владний адміністративний ресурс, контроль за рухом товарів і грошових систем - підпорядкована адміністрації судова система може відстояти інтереси лише сильнішої сторони, що значно послаблює позовну силу слабшої сторони;

− юридичний, пов’язаний з дотриманням нормативних актів про захист інтелектуальної власності, зобов’язань при виконанні договорів, визначенням прав на розробки.

Право приватної інтелектуальної власності означає, що творець інновацій має абсолютне право розпоряджатися своєю власністю, наприклад, винаходом, новою конструкцією, технологією, новим видом продукції. За ринкової системи більша частина як загального, так й інноваційного майна належить фізичним особам або організаціям, які також належать фізичним особам.

Існують ризики, пов’язані з просуванням нового виду продукції або послуг на ринок, де є конкуренція ідей і розробок. Головною причиною ризику часто є невизначеність, пов'язана з відсутністю надійної інформації, необхідної для прийняття рішень, реалізація якої відбувається тільки з плином часу. Тому при

розробці інноваційних проектів враховується вірогідний характер очікуваного результату.

Сумарним показником ризику виступає фінансовий ризик підприємця та інвесторів, який характеризує можливі втрати підприємця та інвесторів, незалежно від причини завершення проекту, що фінансується.

2. Першопричина виникнення високого рівня ризику у процесі управління інтелектуальним потенціалом, як було зазначено раніше, обумовлений сутністю та специфікою інтелектуальних ресурсів.

Так, Б. Лев акцентує увагу на таких драйверах витрат [71, с. 48]:

1. Неповна виключність та побічні наслідки обумовлюють відсутність чітких прав власності, тобто втрату повного контролю над інтелектуальним ресурсом. Неможливість повністю виключити інших учасників знижує вартість ресурсу для власників, зумовлюючи незахищеність та послаблення конкурентної позиції підприємства (яскравим прикладом є піратство щодо продуктів, записаних на електронних носіях – фільми, пісні, програми та ін.).

2. Внутрішній ризик інтелектуальних ресурсів спричинений особливостями інвестування в їх розвиток, оскільки найбільш інтенсивне фінансування відбувається на початкових стадіях інноваційного процесу, коли загальна можливість генерування вартості ще невідома. Значні незворотні витрати є джерелом підвищеного ризику їхньої неокупності у майбутньому.

3. Труднощі купівлі-продажу виникають у зв’язку з нематеріальною (невідчутною) формою інтелектуальних ресурсів, знижуючи їхню ліквідність та створюючи проблеми при укладанні договорів щодо вільного обміну на ринку. Складність реалізації пояснюється також прив’язаністю до власника, часто невіддільністю від нього. У тих випадках, коли сепарація все-таки можлива, асиметричність інформації щодо розуміння потенційних можливостей генерування вартості створює проблеми при укладанні контрактів і формуванні справедливої ціни інтелектуального ресурсу.

З точки зору практичної значущості виділяють такі класифікаційні ознаки ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом (рисунок.8.2):

етапи відтворення;

можливий вплив на результат у часі;

структурні елементи інтелектуальних ресурсів.

Етапи відтворення інтелектуального потенціалу характеризуються різними цілями та механізмами забезпечення управління, що зумовлює виникнення диференційованих типових ризиків на кожній ланці цього процесу.

Ризики формування портфелю інтелектуальних ресурсів пов’язані з можливою розбалансованістю його структури, а також з невисоким рівнем потенціалу як окремих складових, так і їхньої сукупності.

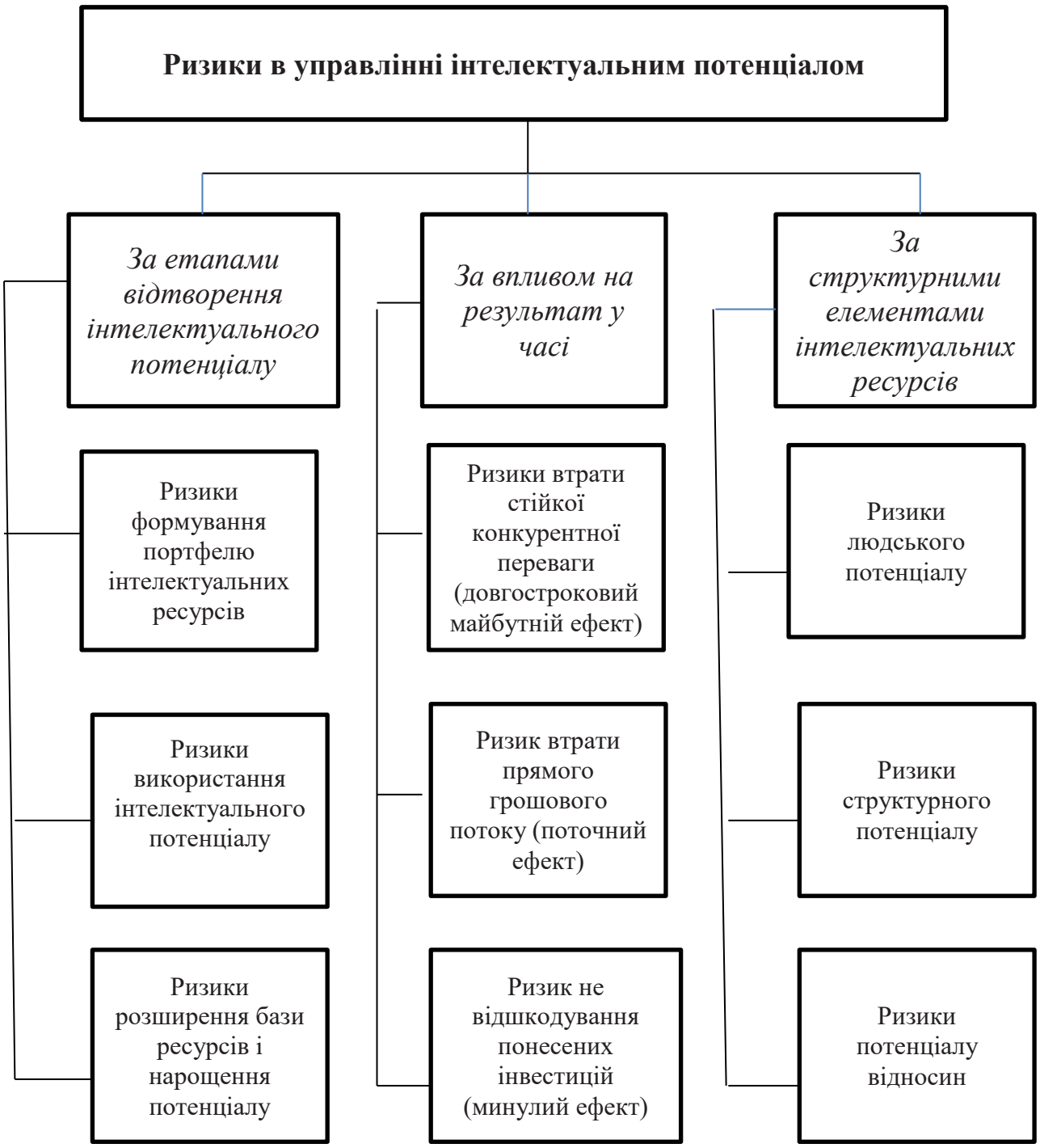

Рис. 8.2 – Класифікація ризиків в управлінні інтелектуальним потенціалом[12].

На етапі використання інтелектуального потенціалу можуть виникнути ризики неповного вивільнення можливостей або вищі витрати, ніж отриманий результат.

Ризики розширення бази ресурсів і нарощення потенціалу пов’язані з невдалим вибором альтернативних варіантів зміни наявного портфеля, які не принесуть очікуваної вигоди у майбутньому, надмірним фінансуванням у

ресурси із незначним потенціалом, невідповідністю напрямку розвитку інтелектуального потенціалу та зміни ринкової кон'юнктури.

Ризики інтелектуального потенціалу можуть створювати різноманітний, розтягнутий у часовому континуумі, вплив на діяльність підприємства. Руйнування стійкої конкурентної переваги проявляє себе як майбутній ефект на результативність, зумовлюючи поступову втрату позицій на цільовому ринку аж до можливого витіснення у довгостроковій перспективі та зниження вхідних грошових потоків.

Вплив на сьогодні мають ризики втрати прямого грошового потоку у зв'язку з недоотриманням доходу від об'єктів інтелектуальної власності. Нарешті, раніше інвестовані кошти у розвиток інтелектуального потенціалу можуть так і не бути відшкодованими (не окупитись), тобто вектор впливу спрямований на результати минулих періодів.

Залежно від структури інтелектуального потенціалу можуть виникнути: людський ризик, структурний ризик та ризик потенціалу відносин.

Ключовими ризиками, *асоційованими з управлінням людським потенціалом*, є:

- висока плинність ключових менеджерів та персоналу;
- неадекватність посади та рівня навичок;
- недостатня обґрунтованість створення культури, яка сприймає нове та цінує навчання;
- висока протидія змінам, неефективність навчання;
- підготовка спеціалістів для конкурентів (інвестиції у навчання будуть приносити результат для інших підприємств);
- втрата неформалізованих знань разом із переходом працівників, а, отже, ефективності процесів.

До головних ризиків управління структурним потенціалом варто включити:

- порушення прав інтелектуальної власності;
- невірне (деформоване) документування та розсіювання прихованих знань;
- слабкі та/або несумісні робочі процеси;
- «завмирання» культури при виході з колективу провідних її носіїв;
- неповне використання працівниками можливостей програмного забезпечення, інструкцій, стандартів;
- втрата гнучкості та актуальності наявними процедурами та процесами;
- загрози для бренду.

Інтелектуальний потенціал відносин є особливо важливим у діяльності підприємства, оскільки відображає його безпосередній зв'язок з ринком. Сила лояльності споживачів (у взаємному впливі з брендом) визначатиме поточний, майбутній потенціал генерування бізнесу.

Значну вагу мають також зв'язки з постачальниками, підрядниками, аутсорсинговими компаніями та партнерами зі стратегічних ресурсів.

До основних ризиків управління потенціалом відносин доцільно включити такі:

- висока еластичність лояльності до підприємства споживачів і партнерів;
- прихильність до окремих індивідуумів, а не компанії загалом;
- нечесна конкуренція щодо переманювання клієнтів;
- вразливість стейкхолдерів до зміни політики діяльності підприємства;
- негативні асоціації з підприємством як виробником товарів/послуг, роботодавцем, партнером т. ін., у тому числі щодо рівня надійності виконання.

Ризики інтелектуального потенціалу можуть створювати різноманітний, розтягнутий у часовому континуумі, вплив на діяльність підприємства.

Однак, інвестиції в інтелектуальний капітал супроводжуються додатковими ризиками, які породжені сутнісними характеристиками останнього:

– результати наукових досліджень непередбачувані: значні капіталовкладення не є гарантією збільшення інтелектуального капіталу підприємства;

– знання та інформація є особливим об'єктом власності: щоб одержувати від них ефект, важливо не просто їх отримати, слід зробити це першим, до того ж вчасно захистити свої права власності (існує ризик того, що хтось зробить це раніше, і витрати підприємства не принесуть бажаних результатів);

– носієм знань є людина, а людина як така не може бути об'єктом власності, її дії не можна повністю контролювати. Тому захист прав власності на складові інтелектуального капіталу є особливо складною справою, що супроводжується ризиком або повної їх втрати (звільнення кваліфікованого робітника), або втрати монопольного права їх використання (розголошення певної інформації). До того ж втрата фахівців на фазі теоретичних або прикладних досліджень може поставити проект під загрозу закриття та стати причиною збитків у обсязі всіх попередніх капіталовкладень;

– знання та інформація зазвичай швидко застарівають, знецінюються, що породжує ризик недоотримання очікуваного прибутку через недостатній термін їх використання;

– існує також ризик того, що інші суб'єкти господарювання, застосовуючи методи нечесної конкуренції, використають інтелектуальний капітал підприємства на власну користь, зменшуючи вигоди від останнього для його власника. Важливо зауважити, що ризик несе в собі не тільки негативні наслідки; окремі зміни можуть обумовити додаткові вигоди. Так, скажімо, можливі «прориви» у дослідженнях, тоді навіть незначні фінансові вливання призводять до можливості отримувати надприбутки протягом тривалого періоду часу.

До ключових моментів, що визначають особливості формування системи ризик-менеджменту інтелектуального потенціалу на підприємствах, можна

віднести процес управління ризиками господарської діяльності, який можна представити у вигляді таких етапів:

1) визначення мети ризикованих подій – руйнування стійкої конкурентної переваги проявляє себе як майбутній ефект на результативність, зумовлюючи поступову втрату позицію на цільовому ринку аж до можливого витіснення у довгостроковій перспективі та зниження вхідних грошових потоків;

2) діагностика проблеми – вплив на даний час мають ризики втрати прямого грошового потоку у зв'язку з недоотриманням доходу від об'єктів інтелектуальної власності;

3) аналіз ризиків розвитку інтелектуального потенціалу;

4) визначення ризик-позиції підприємства на основі результатів оцінки ризиків;

5) розробка та впровадження основної програми дій щодо коригування ступеня ризику інтелектуального потенціалу;

6) моніторинг і контроль процесу управління ризиками та відповідних їм ключових процесів – раніше інвестовані кошти у розвиток інтелектуального потенціалу можуть так і не бути відшкодованими (не окупитись), тобто вектор впливу спрямований на результати минулих періодів.

Процес оцінки ризиків суб'єкта інтелектуального бізнесу – це процес, який здійснюється управлінським персоналом підприємства для визначення ризиків інтелектуального бізнесу і необхідних заходів для їх зменшення (до прийнятного рівня) та отримання очікуваних результатів діяльності.

Після визначення ризиків, які можуть впливати на діяльність інтелектуального підприємства, управлінський персонал розглядає їх суттєвість, ймовірність і формує відповідні заходи, направлені на управління ними.

Існує ціла низка методів кількісної оцінки ризику, які можна поділити на дві групи:

– об'єктивні – базуються на активному використанні математичного апарата для всебічної обробки об'єктивних кількісних даних щодо досліджуваного інвестиційного проекту;

– суб'єктивні – базуються, насамперед, на досвіді експертів, які здійснюють оцінку; математичні розрахунки при цьому мають допоміжний характер, базова інформація для їх проведення може бути менш повною, точною або правдивою.

Серед методів першої групи слід назвати: статистичний метод; аналіз чутливості; метод сценаріїв; імітаційне моделювання та ін..

До методів другої групи можна віднести методи експертної оцінки (метод Дельфі, ранжування, попарне порівняння, метод бальних оцінок тощо) та метод аналогій.

Головною перевагою об'єктивних методів є висока надійність, точність та обґрунтованість отриманих результатів. Однак вони мають і суттєвий недолік:

для їх застосування потрібні перевірені, точні, повні та своєчасні дані, отримати які зазвичай дуже дорого, а інколи й зовсім неможливо.

Суб'єктивні методи позбавлені цього недоліку, але це обумовлює їх слабку сторону – недостатню надійність отриманих результатів кількісної оцінки ризику.

На процес вибору методу кількісної оцінки ризику суб'єкта інтелектуального бізнесу впливають різноманітні фактори, яку зображені на рисунок 8.3.

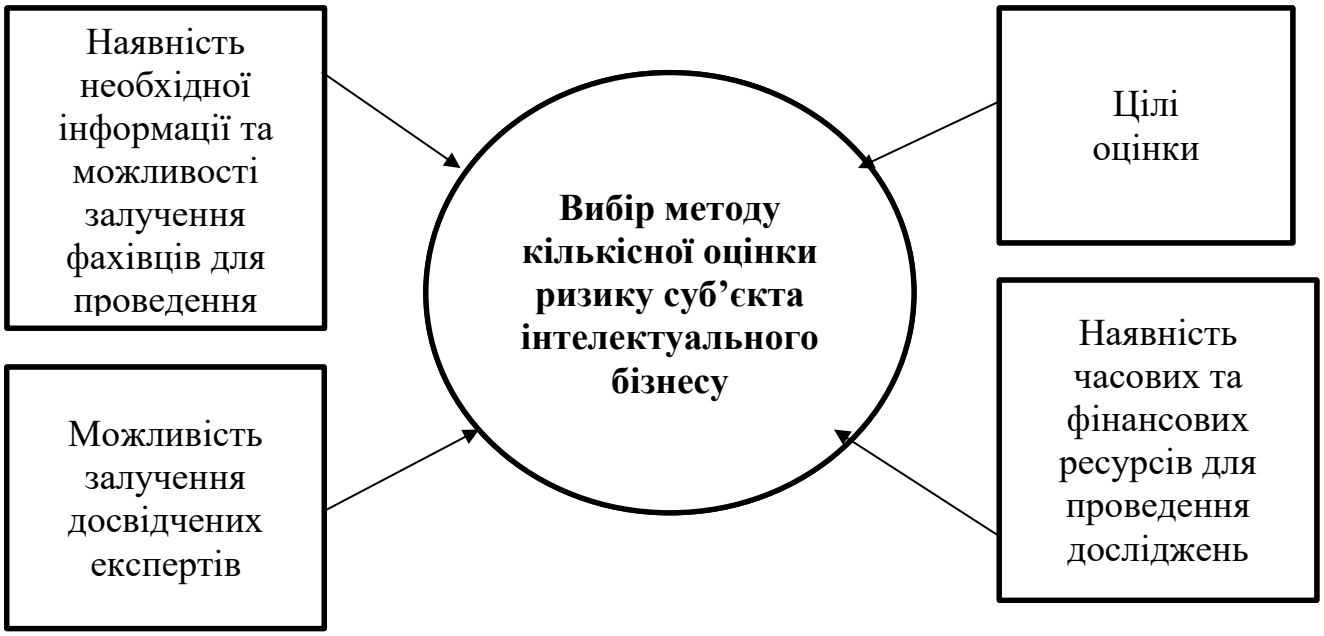

Рисунок 8.3 – Особливості вибору методу кількісної оцінки ризику суб'єкта інтелектуального бізнесу.

Найчастіше при здійсненні *оцінки ризиків суб'єкта* інтелектуального бізнесу застосовують методичні засади оцінки збитків від порушень прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Його основою є метод «ціна-кількість», заснований на твердженні про те, що вихід на ринок одиниці контрафактної продукції заміщає одиницю легальної продукції.

Перевагою цього підходу є простота розрахунків та наявність всіх вихідних даних для них. При цьому слід зазначити, що розрахунок збитків за методом «ціна легальної продукції на кількість контрафакту» не може в повній мірі об'єктивно відображати розмір можливих прибутків правовласника, оскільки певна кількість реалізованого контрафакту не обов'язково означає, що легальної продукції було б реалізовано таку ж кількість. У той же час метод за ціною контрафакту на його кількість також є суперечливим, оскільки у випадку реалізації легальної продукції, її ціна була б іншою, а отже розмір отриманого доходу також був би іншим.

Інші методи, які частіше використовуються оцінювачами є більш точними, але при цьому і більш складними у використанні. Зокрема, метод вартості «до і після» порушення вимагає визначення вартості об'єкта інтелектуальної власності безпосередньо перед порушенням та після нього, що може викликати певні труднощі. Крім того, не можна зі стовідсотковою впевненістю стверджувати, що зміна вартості об'єкта інтелектуальної власності викликана лише фактом порушення прав на нього.

Метод «якби не порушення» передбачає розрахунок величини збитку безпосередньо шляхом вирахування суми економічного доходу, котрий отримав би власник майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності якби не подія, яка спричинила збитки. Цей метод складається з ретроспективного та перспективного прогнозу економічного доходу, який би отримав власник, якщо б не подія, котра спричинила збитки. При використанні зазначених підходів оцінювачами та судовими експертами необхідно обґрунтовувати всі розрахунки, що не завжди можливо здійснити повною мірою.

У світовій практиці при здійсненні оцінки збитків від порушень прав на об'єкти інтелектуальної власності враховують низку факторів, що впливають на діяльність підприємства та ефективність комерціалізації об'єкта інтелектуальної власності. Для оцінки торгових марок найбільш розповсюдженою є система критеріїв компанії Interbrand, що передбачає такі фактори як лідерство, стабільність, ринок, інтернаціональність, модність, підтримка, надійність захисту [17].

Для оцінки винаходів, корисних моделей та промислових зразків використовують так звані «Фактори Georgia-Pacific», що включають набір з 15 критеріїв:

1) роялті, отримані патентовласником на час продажу ліцензій на основі патенту, що фігурує в позові;

2) ставки роялті, виплачені ліцензіатом при використанні інших патентів, аналогічних патенту, що фігурує в позові;

3) характер і сфера дії ліцензії;

4) політика ліцензіара та програма маркетингу з підтримки його патентної монополії;

5) комерційні відносини між ліцензіаром і ліцензіатом (чи є вони конкурентами на одній території, чи спільна у них спеціалізації бізнесу, чи вони винахідник та особа, що використовує об'єкти інтелектуальної власності);

6) ефект від продажу патентованої спеціальної продукції в просуванні продаж інших продуктів ліцензіата; вартість винаходу для використання ліцензіаром як генератора продаж його непатентованих продуктів;

7) термін дії патенту та термін ліцензії;

8) дохідність продукту, виготовленого на основі патенту, його комерційний успіх;

9) корисність і переваги володіння патентом на старі засоби або пристрої, якщо такі є в наявності, при використанні для розвитку подібних результатів;

10) природа патентованого винаходу, характер його комерційної реалізації, як ліцензіар ним володіє та використовує у виробництві, вигоди для тих, хто використав винахід;

11) ступінь використання виключних прав порушником, докази цінності цього використання;

12) частина прибутку чи продажної ціни, що може вважатися звичайною у даному бізнесі для врахування користі від об'єкта інтелектуальної власності або аналогічних об'єктів інтелектуальної власності;

13) частка прибутку, що припадає на винахід;

14) думки кваліфікованих експертів;

15) роялті, які ліцензіар (патентовласник) та ліцензіат (у даному випадку порушник) могли б прийти до спільного рішення, якби вони досягли згоди.

До основних методів реагування на ризики відносять:

ухилення від ризику,
передавання ризику,
зменшення ризику;
прийняття (утримання) ризику.

Ухилення використовується за надмірного ризику, якщо негативні наслідки досить суттєві або ймовірність їх появи висока. Сутність цього методу полягає у відмові від реалізації занадто ризикованих проектів або операцій. Цей метод отримав значне поширення, але він не є універсальним, оскільки для сфери управління інтелектуальним капіталом характерна особливо висока непередбачуваність результатів діяльності. За невиправданого ухилення від реалізації проекту виникає ризик втрат від нереалізованих можливостей.

Сутність методу прийняття (утримання) ризику полягає в тому, що фірма не здійснює жодних дій, щоб запобігти можливим збиткам, а бере весь ризик на себе. Його використання часто супроводжується локалізацією ризику: фірма створює дочірню компанію, покладає на неї реалізацію ризикового завдання, максимально її підтримує, при цьому відповідальність обмежується лише майном дочірньої компанії. Така схема при управлінні інтелектуальним капіталом більш розповсюджена та часто реалізується шляхом створення венчурних підприємств, які спеціалізуються на створенні та впровадженні інновацій.

Метод передачі ризику передбачає перенесення відповідальності за нього на третіх осіб при збереженні рівня ризику. До основних способів передачі ризику належать: укладання контрактів (з робітниками, державними організаціями, покупцями, постачальниками, посередниками тощо), страхування (має обмежене використання у сфері управління інтелектуальним капіталом через високий рівень невизначеності операцій з останнім) та

хеджування (з використанням форвардних, ф'ючерсних операцій, свопів та опціонів; також іноді використовується при операціях з інтелектуальним капіталом).

Методи зменшення ризику, спрямовані на зниження розміру збитків або їх ймовірності, мають широке використання щодо операцій з інтелектуальним капіталом.

Сутність методичного підходу – визначення оптимального способу регулювання ступеня ризику відображено у табл. 8.1. [27].

Таблиця 8. 1 – Матриця «ймовірність виникнення втрат»/«рівень збитків» для пошуку рішення щодо вибору напряму оптимізації ступеня ризику

<table>
<tr><th rowspan="2">Рівень збитків</th><th colspan="6">Ймовірність виникнення втрат</th></tr>
<tr><th>Близька до нуля</th><th>Низька</th><th>Невелика</th><th>Середня</th><th>Велика</th><th>Близька до одиниці</th></tr>
<tr><td>Незначні збитки</td><td colspan="4">Прийняття ризику</td><td colspan="2">Прийняття ризику чи створення резерву (запасу)</td></tr>
<tr><td>Малі збитки</td><td colspan="6">Створення резерву (запасу)</td></tr>
<tr><td>Помірковані збитки</td><td colspan="2">Створення резерву (запасу)</td><td colspan="3">Зовнішнє страхування чи (і) розподіл ризику</td><td>Уникнення ризику</td></tr>
<tr><td>Середні збитки</td><td colspan="5">Зовнішнє страхування чи розподіл ризику</td><td>Уникнення ризику</td></tr>
<tr><td>Великі збитки</td><td colspan="3">Зовнішнє страхування чи розподіл ризику</td><td colspan="3">Уникнення ризику</td></tr>
<tr><td>Катастрофічні збитки</td><td colspan="2">Зовнішнє страхування чи розподіл ризику</td><td colspan="4">Уникнення ризику</td></tr>
</table>

До основних із цих методів належать:

– диверсифікація – здійснюється шляхом розподілу ресурсів за декількома напрямами для того, щоб зменшити ймовірність одночасної невдачі та компенсувати збитки від одних проектів шляхом прибутків від інших;

– лімітування – встановлення меж, максимальних масштабів окремих операцій (скажімо, максимально можливих капіталовкладень у певну розробку, максимальної вартості придбання патенту, максимальної заробітної плати, гарантованої працівникові тощо);

самострахування – метод, схожий на страхування, але здійснюється за рахунок власних коштів – страхових (резервних) фондів;

розподіл (сегрегація) ризику – при цьому ймовірні збитки розподіляються між декількома учасниками так, щоб для кожного з них вони були незначними;

– придбання додаткової інформації – спрямоване на зменшення рівня невизначеності, при цьому вигоди від отримання додаткової інформації мають перевищувати необхідні для цього витрати. У практичній діяльності максимізувати прибутки (мінімізувати збитки) можна лише шляхом комплексного використання зазначених методів реагування на ризикову ситуацію.

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

Страхування відповідальності за заподіяння шкоди – ще один вид страхування, що забезпечує захист інтересів власників інтелектуального капіталу та третіх осіб. Існують інші програми страхування інтелектуального капіталу, що забезпечують відшкодування збитків власників таких об'єктів усуненням наслідків несумлінної конкуренції.

За кордоном широко використовуються різноманітні види страхування інтелектуальної власності на випадок [17]:

втрати прав на об'єкт інтелектуальної власності, документів (патентів, свідоцтв і т. п.);

професійної відповідальності патентних повірених; відповідальності за випадкове та ненавмисне використання чужих об'єктів інтелектуальної власності;

фінансових ризиків;

відмови у видачі патенту або свідоцтва;

розголошення конфіденційної інформації;

судових витрат;

непередбачених збитків або втрати доходу у випадку встановлення контрафактного використання об'єкта інтелектуальної власності та у зв'язку з появою на ринку товарів аналогів.

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

Питання оцінки збитків, завданих інтелектуальному капіталу, страховики вирішують шляхом прирівнювання його з об'єктом комерційної діяльності. Такій оцінці підлягають збитки від підприємницької діяльності з використанням виключних прав на інтелектуальну власність, які її власник поніс би при настанні страхового випадку.

До складу цих збитків включено суми не отриманих по авторських правах платежів, збитки, викликані прибутком, отриманим від продажу «піратської»

продукції, судові витрати тощо. При цьому розмір страхової суми визначається на основі суми доходу від володіння інтелектуальним капіталом.

При визначенні страхової премії використовують підвищувальні та знижувальні коефіцієнти, які залежать від [60]:

технічного рівня продукції, виробленої з використанням інтелектуальної власності;

особливостей виробництва – штучного рівня складності виробництва ліцензійної продукції; даних про правову охорону інтелектуальної власності (країни патентування, наявність ліцензій);

патентної чистоти інтелектуальної власності, витрат на патентні дослідження; наявності юридичної служби в компанії; територіального поширення підрозділів компанії (внутрішній, зовнішній ринок);

даних про потенційних клієнтів; розмір компанії тощо.

Важливо також мати інформацію про зафіксовані випадки незаконного копіювання продукції або використання технологій, про здійснені ліцензійні виплати.

Інтелектуальну власність з метою страхування можливо оцінити, якщо вона є потенційним об’єктом комерційної діяльності.

Проте мають місце випадки, коли інтелектуальний капітал ще не комерціалізований та потребує страхового захисту. У вітчизняній практиці страхування уникають укладання договорів страхування з приводу таких об’єктів, оскільки їх андерайтинг ускладнений.

Контрольні питання і завдання

1. Які види ризиків існують у сфері інтелектуального бізнесу? Схарактеризуйте їх.
2. Які особливості ризик-менеджменту інтелектуального підприємства?
3. Сформулюйте порядок оцінювання рівня ризику інтелектуального підприємства за допомогою методу експертних оцінок.
4. Яким чином можна класифікувати активи інтелектуального підприємства за ступенем ризику?
5. Які чинники впливають на вибір методу кількісної оцінки ризику інтелектуального підприємства?
6. Які альтернативні методи застосовують для захисту від інвестиційних ризиків в інтелектуальний потенціал підприємства?
7. Які види страхування інтелектуальної власності використовуються у світовій практиці?

КЕЙС 8.

Тимохова Г.Б.

Мінімізація ризиків виникнення рейдерської атаки

Ходаківський Є.І., Якобчук В.П., Литвинчук І.Л. Інтелектуальна власність : економіко-правові аспекти. - К. : Центр учбової літератури , 2014 . - 276 С

Характерною рисою новітньої історії розвитку вітчизняного бізнесу є дедалі більша кількість операцій зі злиття й поглинання суб'єктів господарювання, яка часто проявляється у досить агресивній формі так званого *недружнього поглинання* або *рейдерства*.

Рейдерство *(від англійського «raid» - «набіг», «раптовий напад»)* – поглинання (захоплення) одного суб'єкта господарювання (підприємства) або його власності іншим.

Рейдер *(англ. raider)* - компанія, що поглинає іншу компанію шляхом масового скуповування акцій компанії-жертви з метою одержати контрольний пакет. Між поняттями «*рейдерство*» та «*поглинання»* є лише одна істотна відмінність — *рейдер зазвичай використовує для захоплення підприємства незаконні методи*, у той час як *поглинач намагається діяти в межах закону.*

Рейдерство зародилося щойно було здійснено випуск перших акцій. Його не варто плутати з розповсюдженим на Заході ***грінмейлом*** — формою легального корпоративного шантажу, який застосовується дрібним акціонером з метою продажу своїх акцій мажоритарію у декілька раз дорожче.

За кордоном рейдерство вважається цілком нормальним і прийнятним видом бізнесу, що регулюється законодавчими нормами. Наприклад, у *США* правила ***Комісії з коштовних паперів і бірж (Securities and Exchange Commission)*** вимагають повідомляти комісію, а також компанію — об'єкт поглинання про намір придбати понад **5%** акцій. Там рейдерів називають своєрідними «санітарами бізнес-лісу», які поглинають підприємства зі слабким менеджментом; отже, побічно вони навіть сприяють поліпшенню макроекономічних показників країни. Причому власники атакованої компанії зрештою навіть виграють від вдалої «рейдерської» операції, оскільки вартість їх акцій (разом з вартістю акцій, придбаних рейдером) підвищується. Власне, інститут «рейдерства» став одним із найважливіших інструментів захисту інтересів міноритарних акціонерів.

Рейдери об'єднують голоси, розпорошені між сотнями і тисячами міноритаріїв, і змушують топ-менеджмент і власників великих пакетів акцій враховувати на їх вимоги.

З подібним явищем зустрілися свого часу всі країни з перехідною економікою. Наприклад, у Польщі рейдерство на початку 90-х років іменувалося «торпедуванням». На жаль, в Україну рейдерство прийшло не із Заходу, а зі Сходу — з відповідним російським колоритом початку 90-х років — епохи дикого нагромадження первинного капіталу. Як наслідок, з'явився поділ рейдерства на «біле», «сіре» й «чорне». «Білі» діють винятково за законом. «Сірі» використовують сумнівні методи, балансуючи на межі законності. Вони цілком можуть застосувати подвійний реєстр або

фальсифікувати результати виборів зборів акціонерів. «Чорні» не гребують навіть використанням силових методів, хоча їхні головні інструменти — підкуп чиновників і підробка документів.

Українські рейдери, у порівнянні з західними колегами, більше нагадують піратів.

Фактично, вони здійснюють захоплення власності, корумпуючи суди, правоохоронні органи, чиновників, політиків і депутатів.

Проте «недружні поглинання» в Україні не заборонено законом. При цьому під «недружнім» розуміється придбання, здійснюване за фактичної протидії з боку суб'єкта господарювання, акції якого скуповуються.

Основні українські сценарії рейдерської атаки

Сценарій	**Алгоритм реалізації**
1) Напад через кредиторську заборгованість	Найпопулярніший спосіб у другій половині 90-х років. Прострочені борги підприємства скуповуються в дрібних кредиторів, потім консолідуються й пред'являються до одноразової сплати. Нездатність підприємства розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями дає підставу для початку процедури банкрутства або санації з усіма відповідними наслідками. Завод, що перебуває на санації, не підконтрольний ні його власникові, ні менеджменту. Головна діюча особа — керуючий санацією — як правило, одна людина, купити яку для рейдера не створить великих труднощів.
2) Напад через акціонерний капітал	Можливий у разі, коли акціонерний капітал значною мірою розпорошений або слабо контролюється. Початок атаки — скупка акцій. Як правило, рейдерам досить скупити близько 10–15% акцій, щоб ініціювати проведення зборів акціонерів з потрібним порядком денним, наприклад, зміною керівництва підприємства. Одержуючи невисокі зарплати, працівники без особливих вагань продають свої цінні папери тому, хто пропонує за них в 5–10 разів більше від їх номінальної вартості (проте менше того, що вони реально вартують). Далі новоспечений акціонер реєструє їх у реєстратора товариства і розробляє план заходів для захоплення підприємства. Переважно використовують механізм блокування діяльності керівного органу підприємства-жертви через судові позови. Наприклад, акціонер-неофіт може звернутися до суду з позовом на основного

	акціонера. Суд виносить ухвалу про забезпечення позову, якою арештовує пакет акцій найбільшого акціонера. Далі рейдер проводить збори акціонерів та змінює керівництво підприємства доки основний власник підприємства доводить свою правоту в суді.
3) Напад через заперечування результатів приватизації	Форма рейдерської діяльності, породжена правовими прогалинами здійснюваної в Україні реприватизації, спровокованої зміною влади.
4) Напад через органи управління	Форма рейдерської атаки, що реалізується через напад на топ менеджмент, тобто органи керування. Наділений достатніми повноваженнями директор може сприяти швидкому виведенню майна зі свого підприємства до підконтрольних рейдеру структур і залишити власника заводу з акціями, які нічого не варті. Менеджмент легко може спровокувати фінансові проблеми на заводі, наприклад, санкціонувавши закупівлю сировини за завищеними цінами або взявши кредит під нереальні відсотки. Переконати керівництво діяти на користь рейдера можна по-різному: від звичайного підкупу до підсаджування на «гачок» — шантажу, кримінального переслідування й погроз. Атака через менеджмент дешевше за все обходиться на держпідприємствах, де немає ефективного контролю над операційною діяльністю з боку власника.

Джерело: за матеріалами статті Рейдерство в Україні – реалії сьогодення [Електронний ресурс]/ О. Бєліков // Юридичний журнал. – 2007. - №4. – Режим доступу http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2638

Ідея про захоплення підприємства може виникнути як в зовнішньому (все може початися із пропозиції продати бізнес), так і внутрішньому середовищі компанії. Як правило, ці плани виношують його власники, які не зуміли домовитися між собою. Рейдерським атакам піддаються зазвичай успішні й благополучні фірми, керівники яких не без підстав вважають себе професіоналами найвищого ґатунку, проте не вміють почути партнера й домовитися один з одним.

Зазвичай захоплення підприємства, судові рішення, що дають змогу разом із судовим виконавцем проникнути на територію, змінити членів правління й захопити управління бажаним заводом — це лише зовнішні й не найголовніші прояви раніше спланованої рейдерської атаки, її завершальний етап. Розпочати її можуть і за кілька років до того, про що у власників підприємства може не

бути навіть підозр. План із захоплення підприємства готують довго й ретельно, використовуючи відповідні методи роботи й фахівців. Рейдери знаходять вразливі місця фірми, вивчають психологічні портрети її керівників і власників, щоб спрогнозувати їхню реакцію на ті або інші подразники.

Питання

1. Запропонуйте системи превентивних заходів захисту інтелектуального бізнесу від рейдерського захоплення.
2. Яка роль відводиться конкурентній розвідці для запобігання рейдерській атаці?
3. Побудуйте карту мінімізації ризиків рейдерського захоплення щодо віртуального інтелектуального підприємства.
4. Прорахуйте варіанти протидії захопленню підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аврамова О. Є. Правові засади інтелектуальної власності в Україні : навч.-метод. посіб. для студентів денної та заоч. форми навчання / О. Є. Аврамова, Н. Г. Васильєва, Л. В. Перевалова ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін.-т». – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – 76 с.
2. Арджирис К. Организационное научение : [пер. с англ.] / Крис Арджирис. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 563 с.
3. Ажажа М. А. Інтелектуалізація економіки: інноваційний і людський потенціал в умовах глобалізації / М. А. Ажажа // Вісн. нац. ун-ту «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління : зб. наук. пр. – Львів, 2008. – № 628. – С. 11−17.
4. Азгальдов Г. Г. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов : учеб. пособ. / Азгальдов Г. Г., Карпова Н. Н. – М. : Изд-во Междунар. Акад. оценки и консалтинга, 2007. – 448 с.
5. Андрощук Г. Забезпечення економічної безпеки у сфері інтелектуальної власності / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 8. – С. 28–35.
6. Артемьев В. Что такое Business Intelligence? / Валерий Артемьев // Открытые системы. – 2003. – № 4. − С. 21.
7. Ахтямов М. Интеллектуализация предпринимательства как объективная закономерность развития экономики знаний [Электронный ресурс] / Ахтямов Мавлит, Кузнецова Наталья Александровна, Саакова Лилия Валериановна // Российское предпринимательство. – 2011. – № 4. Вып. 2 (182). – С. 16-24. – Режим доступа к журн.: http://www.creativeconomy.ru/articles/11774/ (дата обращения: 17.06.2017). – Загл. с єкрана.
8. Базилевич В. Д. Інтелектуальнавласність : [підруч.] / В. Д. Базилевич. – Київ :Знання, 2006. – 431 с.
9. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : підруч. / В. Д. Базилевич – 2-е вид., стереотип. – Київ : Знання, 2008. – 431 с.
10. Бендиков М. А. Интеллектуальныйкапиталразвивающейсяфирмы: проблемыидентификации и измерения / М. А. Бендиков, Е. В. Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 3–24.
11. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 614 с..
12. Бойко Т. Л. Ризики в управлінні інтелектуальним потенціалом / Т. Л. Бойко // Бізнесінформ. – 2014. – № 7. – С. 332–337.
13. Браун Т. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Тим Браун. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 256 с.

14. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успіху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
15. Бутник-Сиверский А.Б. Интеллектуальный капитал: теоретический аспект / Бутник-Сиверский О. Б. // Интеллектуальный капитал. – 2002. – № 1. – С. 20–24.
16. Бутнік-Сіверський О. Б. Інноватика та інтелектуальна економіка (теоретико-методологічний аспект) / О. Б. Бутнік-Сіверський // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. – № 6. – С. 68–81.
17. Бусыгин Д. Ю. Проблемы оценки влияния рисков при коммерциализации интеллектуальной собственности / Д. Ю. Бусыгин, И. А. Петрушкова // Устойчивое развитие: общество, образование, технологии, экономика, екологія : материалы Европ. семинара, (Минск, 16-19 мар., 2011 г.) / Гос. ин-т упр. и социал. технологий. – Минск, 2011. – С. 42-45.
18. Вітлінський В. В. Економічний ризик та методи його вимірювання / Вітлінський В. В., Наконечний С. І., Шарапов О. Д. – Київ : КНЕУ, 2000. – 354 с.
19. Верба В. А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток : монографія/ В. А. Верба. – Київ : КНЕУ, 2011. – 327 с.
20. Верба В. Маркетинг консалтингових послуг [Електронний ресурс] / Вероніка Верба, Тетяна Решетняк. – Режим доступу :http://www.management.com.ua/consulting/cons003.html (дата звернення: 23.10.2017). – Загол. з екрана.
21. Вютрих Х. Виртуализация как возможный путь развития управления / Х. Вютрих, А. Филипп // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 5 – С. 94–100.
22. Гавкалова Н. Л. Формирование и использование интеллектуального капитала / Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Харьков : Изд-во ХНЕУ, 2006. – 218 с.
23. Гаврилов О. Виртуализация бизнес-систем / О. Гаврилов // Космополис. – 2008. – № 2(21). – С. 164-167.
24. Гайдай Р. Ф. Оцінка інтелектуального потенціалу підприємства з врахуванням його сутнісного змісту / Р. Ф. Гайдай // Вісн. Хмельницьк. нац. ун-ту. – Хмельницький, 2009. – №6, т. 3. – С.191–194.
25. Гордійчук А. С. Економіка інтелектуальної власності : навч. посіб. / А. С. Гордійчук, О. А. Стахів. – Рівне : НУВГП, 2012. – 330 с.
26. Городянська Л. В. Управління інтелектуальним капіталом і забезпечення підприємств інтелектуальними ресурсами / Л. В. Городянська // Акт. пробл. економіки. – 2008. – №1. – С. 127–132.
27. Гранатуров В. М. Ризики підприємницької діяльності: проблеми аналізу / В. М. Гранатуров, О. Б. Шевчук. — К.: Державне вид.- інф. агентство «Зв'язок», 2000. — 150 с.

28. Грішнова О. А. Людський розвиток : навч. посіб. / О. А. Грішнова. – Київ : КНЕУ, 2006. – 308 с.
29. Грицуленко С. И. Интеллектуальный бизнес : курс лекций по дисциплине «Интеллектуальный бизнес» для иностр. студентов специальности 8.03050401 – «Экономика предприятия» (по видам экон. деятельности) дневной и заоч. форм обучения / С. И. Грицуленко ; Одес. нац. акад. связи им. А. С. Попова. – Одесса, 2015. – 132 с.
30. Грицуленко С. І. Інтелектуальний потенціал в інноваційній моделі розвитку оператора зв'язку : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Грицуленко Світлана Іванівна ; Одес. нац. акад. зв'язку ім. О.С.Попова. – Одеса, 2008. – 25 с.
31. Грунин О. А. Экономическая безопасность организации : [учеб. пособ.] / О. А. Грунин, С. О. Грунин. - СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2002. - 160
32. Дитко Л. П. Компенсаційний пакет підприємства: підходи доформування / Л. П. Дитко // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – Київ, 2010. – Спец. вип., т. 1: Соціально-трудові відносини: теорія та практика – С. 259–265.
33. Давидова І. О. Зайнятість і реалізація інтелектуального капіталу в умовах інноваційних перетворень : монографія / І. О. Давидова ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків : ХДУХТ, 2013. – 326 с.
34. Должанский А. М. Менеджмент якості та системи управління якістю : навч. посіб. / А. М. Должанский, Н. М. Очеретна, І. М. Ломов. – Дніпропетровськ : Вид-во «Свідлер А. Л.», 2011. – 450 с.
35. Драпак Г. Основи інтелектуальної власності : навч. посіб. / Драпак Г., Скиба М. – 2-ге вид., випр. – Київ : Кондор, 2007. – 140 с.
36. Дюндін В. Д. Інтелектуальна власність як головна складова інтелектуального потенціалу суспільства [Електронний ресурс] / В. Д. Дюндін // Ефективна економіка : електрон. фах. вид. – 2014. – № 5. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3021 (дата звернення: 10.08.2017). – Загол. з екрана.
37. Жаворонкова Г. В. Інформаційне підприємництво: інновації, консалтинг, маркетинг : монографія / Жаворонкова Г. В. – Київ : НАУ, 2003. – 366 с.
38. Журавльова І. В. Бізнес-моделювання стратегічного управління інтелектуальним капіталом підприємства / І.В. Журавльова // Вісн. економіки транспорту і пром-ті : зб. наук. праць / Укр. держ. ун-т залізн. трансп. – Харків, 2009. – № 28. – С. 142–145.
39. Журавльова І. В. Управління людським капіталом підприємства / І. В. Журавльова, А. В. . – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2004. – 284 с.
40. Забродин А. Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе : [справ. пособие] / Забродин А. Ю. – М. : Экономика, 2008. – 635 с.

41. Інтелектуальна власність : навч.посіб. / Г. О. Остапович, О. М. Стороженко, Г. В. Уманців, О. В. Фоміна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 456 с.
42. Інтелектуальна власність : навч. посіб. / [Т. Г. Васильців, В. В. Апопій, Р. Л. Лупак, О. О. Ільчук]. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2015. – 172 с.
43. Иванова Л. А. Методические рекомендации по оцениванию рыночной стоимости интеллектуальной собственности / Л. А. Иванова, С. В. Котлик, С. В. Малых. – Одесса : Астропринт, 2014. – 52с.
44. Иванюк И. А. Воспроизводство интеллектуального капитала в современных маркетинг-системах : монография / И. А. Иванюк. – Волгоград : Политехник, 2003. – 156 с.
45. Инновационный бизнес. Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок / В. А. Антонец, Н. В. Нечаева, К. А. Хомкин, В. В. Шведова. – М. : Дело, 2009. – 320 с.
46. Интеллектуальный бизнес : конспект лекций для студентов, обучающихся по специальности 8.03050401, 7.03050401 – Экономика предприятия / Нар. укр. акад., [каф. экономики предприятия ; авт.-сост. Г. Б. Тимохова]. – Харьков : Изд-во НУА, 2015. – 64 с.
47. Интеллектуальный бизнес : метод. рекомендации для студентов, обучающихся по специальности 8.03050401, 7.03050401 – Экономика предприятия / Нар. укр. акад., [каф. экономики предприятия ; авт.-сост. Г. Б. Тимохова]. – Харьков : Изд-во НУА, 2015. – 64 с.
48. Інтелектуальний бізнес : метод. рек. для студентів, що навчаються за спец. 051 – Економіка (заоч. форма навчання) / Нар. укр. акад., [каф. економіки підприємства ; уклад. Г. Б. Тимохова]. – Харків : Вид-во НУА, 2016. – 59 с.
49. Інтелектуальний бізнес : навч. посіб. для студентів екон. спец. денної та заоч. форми навчання / Кіровоград. нац. техн. ун-т ; за ред. М. В. Семикіної. – Кіровоград : Вид-во КНТУ, 2015. – 141 с.
50. Інтелектуальна власність та захист економічної конкуренції: міжнародні аспекти : навч.-метод. посіб. для студентів магіст. програми «Міжнародне та порівняльне право інтелектуальної власності» / [уклад. І. А. Шуміло]. – Харків, 2010. – 172 с.
51. Інтелектуальна власність. Рекомендації для бізнесу / Асоц. «Бвзнес проти контрафакції і піратства». – Київ, 2011. – 17с.
52. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / за ред.П. П. Микитюка. – Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. – 224 с.
53. Интеллектуальный капитал – стратегический потенціал организации : учеб. пособие / под. ред. Гапонено А. Л., Орловой Т. М. – М. : Социал. отношения, 2008. – 282 с.
54. Интеллектуальный капитал : оценка и управление : учеб. пособие / В. В. Платонов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 116 с.

55. Іванюк О. В. Інтелектуальна власність : навч.-наоч. посіб. / Іванюк О. В., Литвинчук І. Л. – Житомир : [В. Б. Котвицький], 2014. – 163 с.
56. Калініченко Л. Л. Управління кадровим ризиком наоснові застосування когнітивного моделювання [Електронний ресурс] / Л. Л. Калініченко // Ефективна економіка : електрон. фах. вид. – 2012. – № 7. – Режим доступу до журн.: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1275 (дата звернення: 17.10.2017). – Загол. з екрану.
57. Искренко Э. В. Международный бизнес : учеб.-метод. комплекс / Э. В. Искренко ; Волгоград. гос. ун-т. — Волгоград : [Из д-во ВолГУ] ,2003. – 176 с.
58. Каплан Р.Стратегические карты: трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. –315 с.
59. Квашнин А. Как управлять портфелем технологий и интеллектуальной собственностью / А. Квашин. – 2006. – 264 с.
60. Кевін В. Найт Стандарт ISO 31000 на управління ризиком / В. Найт Кевін // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – № 3. – С. 6–8.
61. Кірін Р. С. Інтелектуальна власність : підруч. / Р. С. Кірін, В. Л. Хоменко, І.М. Коросташова ; Нац. гірн. ун-т. – Дніпропетровськ, 2012. – 320 с.
62. Кодекс законів про працю України : станом на 30 черв. 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.jobs.ua/ukr/kzot/ (дата звернення: 25.08.2017). – Загол. з екрану.
63. Ковтуненко К. В. Основні підходи до формування інтелектуального капіталу: зміст та роль в інноваційому розвитку підприємства / К. В. Ковтуненко // Економіка розвитку. – 2013. – № 3. – С. 59–62.
64. Константинов Г. Н. Интеллектуальное предпринимательство, или принципы обретения конкурентного преимущества в новой экономике [Электронный ресурс] / Константинов Г. Н., Филонович С. Р. – Режим доступа: www.hbr-russia.ru (дата обращения: 10.09.2017). – Загл. с экрана.
65. Комаров И. Интеллектуальный капитал / И. Комаров // Персонал. – 2000. – № 5. – С. 54–62.
66. Корпоративне управління в Україні: інтелектуальний капітал, персонал, якість : монографія / за ред. В. І. Щелкунова, Г. В. Жаворонкової. – Київ : Наук. думка, 2010. – 615 с.
67. Кравченко В. Сучасні стандарти ризикменеджменту: основа для побудови дієвої системи управління маркетинговими ризиками компанії / В. Кравченко // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 5. – С. 36–40.
68. Кузьмінський В. О. Теоретичні основи інтеграції капіталів / В. О. Кузьмінський // ФінансиУкраїни. – 2003. – № 2. – С. 124–132.
69. Лазарєва С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу : навч. посіб. / Лазарєва С. Ф. Київ. нац. екон. ун-т. – Київ : Вид-во КНЕУ, 2002. – 667 с.

70. Лапін О. В. Організаційно-економічні основи підвищення ефективності використання інтелектуал.ь.ного капіталу промислових підприємств : автореф. / дис. … канд. екон. наук : / Лапін Олексій Володимирович ; Одес. держ. екон. ун-т. – Одеса, 2006. – 27 с.
71. Лев Б. Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность / Лев Б. – М. : Квинто-Консалтинг, 2003. – 240 с.
72. Литвин О. В. Об'єкти права інтелектуальної власності як інвестиції впідприємницьку діяльність / О. В. Литвин // Промислова гідравліка і пневматика. – 2006. – № 1. – С. 3–12.
73. Лукичева Л. И. Управление интеллектуальным капиталом : учеб. пособие / Л. И. Лукичева. – 2-е изд., стереотип. – М. : Омега-Л, 2008. – 552 с.
74. Макаров В. Л. Микроэкономика знаний / В. Л. Макаров, Клейнер Г. Б. – М. : Економіка, 2007. – 204 с.
75. Мариничева М. К. Управление знаниями на 100 %. Путеводитель для практиков / М. К. Мариничева. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 320 с.
76. Мейтус В. Виртуализация производства / В. Мейтус // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 1. – С. 18-22.
77. Мойсеєнко І. П. Управління інтелектуальним потенціалом : монографія / Мойсеєнко І. П. – Львів : Аверс, 2007. – 304с.
78. Морозов И. В. Интеллектуальнаясамозащита и система экономической безопасности бизнеса [Электронный ресурс] / И. В. Морозов. – Режим доступа: http://www.cfin.ru (дата обращения: 10.05.2017). – Загл. с экрана.
79. Нематеріальні активи [Електронний ресурс] : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8, затв. Наказом М-ва фінансів України № 242, із змін., внес. згідно з Наказом М-ва фінансів № 627 (1242 – 13) від 27черв. 2013. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99 (дата звернення: 23.06.2017). – Загол. з екрану.
80. Новый этап в жизни украинских технопарков [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступу: http://www.tp.paton.kiev.ua/about/publis/publis_new_02.php (дата обращения: 25.08.2017). – Загл. с экрана.
81. Немчин М. С. Використання міжнародних стандартів ризик-менеджменту на вітчизняних підприємствах / Немчин М. С., Хобта В. М. // Сучасний стан і проблеми інвестиційного розвитку – 2008 : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених / Донецьк. нац. техн. ун-т. – Донецьк, 2009. – С. 35–36.
82. Новітній маркетинг / [Є. В. Савельєв, С. І. Чоботар, Д. А. Штефанич та ін.]. – Київ : Знання, 2008. – 420 с.
83. Орлов В. М. Теоретико-методологические подходы к формированию интеллектуального предпринимательства [Электронный ресурс] / В. М. Орлов. – Режим доступа: http://www.ifsystem.susu.ac.ru/ (дата обращения: 25.09.2017). – Загл. с экрана.

84. Осадчук С. В. Роль інноваційних технологій в забезпеченні стабільного розвитку регіону / С. В. Осадчук // Стан та перспективи економічного розвитку регіону в умовах удосконалення інституціональної структури суспільства : матер. Щоріч. наук.-практ. конф., Одеса, 25 трав. 2007 р. – Одеса, 2007. – С. 65–68.
85. Основы инновационного предпринимательства : учеб. пособие / под ред. Г. А. Гершанока ; Перм. нац. исслед. политехн. ун-т. – Пермь : Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. – 167 с.
86. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей : настол. кн. стратега и новатора / Александр Остервальдер, Ив Пенье. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 288 с.

87. Олійник О. В. Політико-правові аспекти формування інформаційного суспільства суверенної і незалежної держави [Електронний ресурс] / О. В. Олійник, О. В. Соснін, Л. Є. Шиманський // Держава і право. – 2001. – № 13. – Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/book/Sosnin_2.htm (дата звернення: 15.09.2017). – Загол. з екрана.
88. Отенко І. П. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / І. П. Отенко, Г. А. Іващенко, Д. К. Воронков ; Харків. нац. екон. ун-т. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 256 с.
89. Паникарова С. В. Управление знаниями и интеллектуальным капиталом : [учеб. пособие] / С. В. Паникарова, М. В. Власов ; Урал. федер. ун-т им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. Ун-та, 2015. – 144 с.
90. Петіна О. М. Зайнятість молоді у сфері інтелектуального бізнесу / О. М. Петіна // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали. міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 14-15 листоп. 2014 р. / Харків. нац. екон. ун-т. р. – Харків, 2014. – С. 428.
91. Перский Ю. К. Институты интеллектуального предпринимательства / Ю. К. Перский, Т. Ю. Ковалева. – Пермь: ПГНИУ, 2011. – 163 с
92. Плани семінарських занять з навчальної дисципліни «Безпека інтелектуальної власності» (галузь знань 1801 «Специфічні категорії», освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр»,спеціальність 8.18010011 «Інтелектуальна власність») длястудентів денної форми навчання / уклад. : Г. Ю. Дарнопих,О. М. Левковець, Л. В. Нечипорук / Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. – Харків : Вид-во Нац. юрид. ун-ту ім. Ярослава Мудрого, 2014. – 43 с.
93. Посилкіна О.В., Літвінова О.В., Коноваленко М.К. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт з дисципліни «Інтелектуальний бізнес» для студентів спеціальності 8.03050401 «Економіка підприємства». – Х.: Видавництво НФаУ, 2015. – 75 с.

94. Право інтелектуальної власності: академ. курс : [підруч. для студентів ВНЗ] / [О. А. Підопригора, О. Б. Бутнк-Сіверський, В. С. Дроб'язко та ін.] ; за ред. О. А. Підопригори. – [2-ге вид., переробл. та допов.]. – Київ : ІН Юре, 2004. – 672 с.
95. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.93 // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13. – С. 64.
96. Про охорону прав на промислові зразки : Закон України від 23.12.93 № 3770-XII (3770-12) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – С. 34.
97. Про охорону прав на сорти рослин [Електронний ресурс] : Закон України від 21.04.93 3117-XII (3117-12). – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua (дата звернення: 10.10.2017). – Загол. з екрану.
98. Про захист від недобросовісної конкуренції [Електронний ресурс] : Закон Українивід 07.06.96 № 237/96-ВР. – Режим доступу :http://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 10.10.2017). – Загол. з екрану.
99. Про інноваційнудіяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 26.12. 2002 р. за № 38-IV, із змін. та допов. від 16.10.2012 № 5460–VI. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15 (дата звернення: 20.05.2017). – Загол. з екрана.
100. Про підприємництво [Електронний ресурс] : Закон України від 26.02.1991 р. за № 698-XII із змін. та допов. від 12.02.2015 № 191–VIII. – http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/698-12 (дата звернення: 30.06.2017). – Загол. з екрана.
101. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 20.11.2012 № 5492-VI (5492-17). – Режим доступу:http://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 10.10.2017). – Загол. з екрану.
102. Про затвердження Правил складанн та подання заявки на промисловий зразок [Електронний ресурс] : Наказ М-ва освіти і науки України № 110 від 18.02.2002 р. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0226-02.15 (дата звернення: 17.09.2017). – Загол. з екрану.
103. Про затвердження Правил складання та подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг» № 110 від 18.02.2002 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: // zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0811-11 (дата звернення: 13.06.2017). – Загол. з екрану.
104. Прахалад К. К. Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителем / К. К.Прахалад, М. С. Кришнан. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 264 с.
105. Податковий кодекс України. – Харків : Право, 2016. – 746 с.

106. Полохало В. І. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / В. І. Полохало. – Київ : Парламент. вид-во, 2008. – 448 с.
107. Професійна діяльність бухгалтера: аутсорсинг, ризики, захист інформації : монографія / Л. В. Чижевська, І. М. Вигівська, А. П. Дикий, А. С. Скакун. – Житомир : ЖДТУ, 2011. – 403 с.
108. Річний звіт департаменту інтелектуальної власності [Електронний ресурс] : офіц. вид. Департаменту інтелектуал. власності. – Режим доступу :http : // www.sdip.gov.ua (дата звернення: .18.09.2017). – Загол. з екрану.
109. Романюк О. І. Інтелектуальна власність : навч. посіб. / О. І. Романюк. –Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2012. – 270с.
110. Рудов Б. А. Удосконалення механізму мотивації в умовах постіндустріальної економіки / Б. А. Рудов // Бізнес Інформ. – 2012. – № 8. – С. 124–127.
111. Руус Й. Интеллектуальный капитал. Практика управления / РуусЙоран, Пайк Стивен, Лиза Фернстрем. – СПб. : Высш. шк. менеджмента, 2010. – 460с.
112. Салихов Б. В. Интеллектуальный капитал организации: сущность, структура и основы управления / Б. В. Салихов. – М. : Дашков и К, 2009. – 156 с.
113. Семикіна М. В. Компенсаційна політика як важіль активізації інноваційноїпраці / М. В. Семикіна, Т. І. Жеребченко // Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. пр. / Ін-т соціал.-труд. відносин Київ. нац. екон. ун-т. – Київ, 2014. – № 2 (8). – С. 97–103.
114. Ситник Й. С. Інтелектуальний потенціал як фактор інтелектуалізації системменеджменту підприємства / Й. С. Ситник // Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України «Київ. політехн. ун-т» : зб. наук. пр. – Київ, 2012. – № 9. – С. 276.
115. Смолінська Н. Управління знаннями як інструмент забезпечення інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Н. Смолінська, І. Грибик. – 2015. – С. 248–255. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29913/1/32_248-255.pdf (дата звернення: 01.11.2017). – Загол. з екрану.
116. Соглашение о торговых аспектах прав на интеллектуальную собственность (Соглашение ТРИПС) : Марракеш, 15 апр. 1994 г.
117. Стандарт ризик-менеджменту Федерації європейських асоціацій з ризик-менеджменту (RiskManagement Standard, FERMA – p.6) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ferma.eu/Defaul.aspx?tabitd=195 (дата звернення: 30.09.2017). – Загол. з екрану.

118. Стрижак О. О. Формування інтелектуального капіталу підприємства : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.06.01 / Стрижак Олена Олегівна ; Харків. держ. екон. ун-т. – Харків, 2004. – 22 с. – Изменился алфавит
119. Строкович Г. В. Якістьфункціонуванняпідприємства: внутрішніта зовнішніаспекти : [монографія] / Г. В. Строкович ; Нар. укр. акад. – Харків : Вид-во НУА, 2010. – 212 с
120. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации. Новая постиндустриальная волна на Западе : антология / Т. Стюарт; [под ред. В. Иноземцева]. – М. : Академия, 1999. – 1372 с.
121. Садаклієва Е. В. Сучасні засади фінансово-економічної безпеки в сфері інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Е. В. Садаклієва, О. В. Мамітов, Л. Ф. Кузнець ; Межрегіон. акад. з пробл. безпеки диттєдіяльності. – Рівне, 2012. – Режим доступу: http://on-libr.info/?p=719 (дата звернення: 23.06.2017). – Загол. з екрану.
122. Тимохова Г. Б. Анализ развития виртуальных институтов образования : научноеиздание / Г. Б. Тимохова // Вчені зап. Харків. гуманітар. ун-ту «Нар. укр. акад.». – Харків, 2016. – Т. 22. – С. 329–338.
123. Тимохова Г. Б. Менеджмент : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Тимохова Г. Б., Білокінь Т. А. – Київ : Кондор, 2017. – 344 с.
124. Тимохова Г. Б. Человеческий капитал в системе инновационного развития предприятия / Г. Б. Тимохова, И. Н. Погорелова // Вісн. Нац. техн. ун-ту «ХПІ». Сер. «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харкі, 2012. – № 56. – С. 175–180.
125. Тимохова Г. Б. Использование открытых инноваций при формировании конкурентних преимуществ предприятия / Г. Б. Тимохова, М. А. Быца // Наука й економіка : наук.-теорет. журн. / Хмельниц. екон. ун-т. – Хмельницький, 2012. – Вип. 4, т. 2. – С. 172–175.
126. Утилизация органических, в том числеме дицинских и других опасных отходов [Электронный ресурс] / Петров С. В., Маринский Г. С., Чернец А. В., Коржик В. Н., Мазунин В. М. – 2006. – Режим доступа: http://waste.com.ua/cooperation/2006/theses/petrov.html (18.09.2017). – Загл. с экрана.
127. Фролова А.С. Формування концепції інтелектуального капіталу підприємства // Електронне наукове фахове видання. – 2011. Вип. № 3. – С. 132–145.
128. Хоскинг А. Курс предпринимательства : практ. пособ. / А. Хоскинг ; общ. ред. и предисл. В. Рыбалкин. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 349 с.
129. Хомич С. В. Сучасні підходи до визначеннясутності та структури інтелектуального капіталу / С. В. Хомич // Економічний простір : зб. наук. пр. / Придніпр. держ. акад. буд-ва та архіт. – Дніпропетровськ, 2011. – № 52/1. –С. 119-129.

130. Хохлов Н. В. Управление риском / Хохлов Н. В. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. - 239 с.
131. Цибульов П. Кількісна оцінка інтелекту / П. Цибульов // Інтелект. власність. – 2004. – № 12. – С. 51–55.
132. Цимбалюк С. О. Компенсаційна модель винагороди за працю: теоретико-методологічні та прикладні аспекти : монографія / С. О. Цимбалюк ; Київ. нац. екон. ун-т. ім. В. Гетьмана. – Київ : КНЕУ,2014. – 359 с.
133. Цюпко І. В. Мотивація творчої інтелектуальної праці у контекстізабезпечення конкурентних переваг для виготовлення інноваційної продукції / І. В. Цюпко // Наук. вісн. Нац. лісотехн. ун-ту України. – Львів, 2011. – Т. 21, № 1. – С. 340–344.
134. Черевко Г. В. Інтелектуальнавласність : [навч. посіб.] / Г. В Черевко. – Київ : Знання, 2008. – 412 с.
135. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка : [підруч.] / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко. – Київ : Знання, 2010. – 687 с.
136. Швець Г. О. Захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні : навч. посіб. / Г. О. Швець, П. В. Солошенко, С. А. Петренко. – Маріуполь : Вид-во ПДТУ, 2012. – 215 с.
137. Економічна безпека бізнесу : навч. посіб. / [Швиданенко Г., Кузьомко В., Норіцина Н. та ін.] ; за заг. ред. Г. О. Швиданенко. ; Київ. нац. екон. ун-т. ім. В. Гетьмана. – Київ : КНЕУ, 2011. – 510 с. – Изменился алфавит
138. Економічна безпека суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / [М. І. Зубок, В. С. Рубцов, С. М. Яременко та ін.]. – Київ : Міжнар. фонд соціал. адаптації., 2012 – 226 с.
139. Економічна безпека : [навч. посіб.] / [О. Є. Користін, О. І. Барановський, Л. В. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. проф. О. М. Джужі. – Київ : Центр. учб. літ., 2010. – 368 с. – ИЗМЕНИЛСЯ АЛФАВИТ
140. Швиданенко Г. О. Інтелектуальні ресурси, які функціонують у зовнішньому середовищі / Г. О. Швиданенко, І. Ю. Гусєва // Проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 181–186.
141. Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании. Новая постиндустриальная волна на Западе : антология / Л. Эдвинсон, М. Меллоун ; [под ред. В. Иноземцева]. – М. : Академия, 1999. – 1067 с.
142. Ярмак О. В. Інтелектуальні послуги: проблеми розвитку в Україні / О. В. Ярмак // Економічна теорія та право. – 2015. – № 4. – С. 55–64.
143. Ярема І. І. Інтелектуальний капітал підприємства: структурний підхід / І. І. Ярема, А. О. Босак // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська

політехніка». – Львів, 2009. – № 657: Менеджмент та підприємництво вУкраїні: Етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 138-143.
144. Ястремська О. О. Інтелектуальна власність : навч.посіб. / О. О. Ястремська. – Харків : Вид-во. ХНЕУ, 2013. – 124с.
145. AS/NZS Risk Management Standart 4360 [Electronic source]. – URL: http://www.riskmanagement.com.au (access date: 10.08.2017). – Title on screen.
146. Bhaskara Rao N. Media Scene as India Globalizes / N. Bhaskara Rao, P N. Vasanti ; Centre for Media Studies (CMS). – New Delhi, 2006.
147. Cherwitz A.R., Sullivan Ch.A. Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education / Change. November/December 2002. - https://webspace.utexas.edu/cherwitz/www/ie/articles.html
148. Davidow W., Malone M. The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century. – New York: Harper Collins. – 1992.2Byrne J.A., Brandt R., Port O. The Virtua\150.Edvinsson L. Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. – New York, 1997.
149. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone ; prol. de Rich Karlgaard.. – New York, 1997. – 240 p.
150. Enterprise Rik Management – Integrated Framework [Electronic source]. – URL: http://www.coso.org/publications.htm (access date: 07.08.2017). – Title on screen.
151. FIPP / ZenithOptimedia World Magazine Trends 2005/2006 / FIPP. – 2005. –278 p.
152. Government of India.Ministry of Communications and Information Technology. Department of Information Technology (DIT) [Electronic source]. – URL: http://meity.gov.in/ (access date: 12.09.2017). – Title on screen.
153. Gu F., B. Lev. Intangible assets. Measurement, Drivers, Usefulness. Boston-New York, 2002. – 39 p.
154. Leliaert Ph. Indentifying and managing IC: a new classification / Leliaert Ph., Candries W., Tilmans R.// Journal of Inyellectual Capital. – 2003. – Vol.4, Nr. 2. – P .202–214.
155. NASSCOM [Electronic reource] : The Software Industry in India // Strategic Review. New Delhi. – 1996. – URL: http://www.nasscom.in/ (06.06.2017). – Title on screen.
156. Publications Risk Management Standart [Electronic resource]. – URL: http://www.airmic.com/publications (access date: 07.06.2017). – Title on screen.
157. Pulic A. MVA and VAIC. Analysis of randomly selected companies fromFTSE 250 [Electronic resource] / Pulic A. ; Austrian Intellectual Capital Research Center. – Graz ; London, 2000. – URL: www.vaic-on.net/start.htm (access date: 23.09.2017). – Title on screen.

158. Pulic A. Value Creation Efficiency at Nationaland Regional Level: Case Study Croatia and the EU [Electronic resource] / A. Pulic // World Bank. – URL: http://goo.gl/ADfnv (access date: 21.08.14) – Title on screen.
159. Sveiby K.-E. Methods for Measuring Intangible Assets [Electronic resource] / Sveiby K.-E. – 2007. – URL: http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm (access date: 23.08.2015). – Title on screen.
160. Talukdar A. What is Intellectual Capital? And why it should be measured. Attainix consulting [Electronic resource] / Talukdar A. – URL: http://www.attainix.com/Downloads/pdf (access date: 23.08.2015). – Title on screen.
161. The world's most innovative economies [Electronic resource]. – URL:http://www.bloomberg.com/news/ articles/2016-01-19/these-are-theworld-s-most-innovative-economies.
162. Tseng C.-Y. Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: empirical study of Taiwanese manufacturers / Tseng C.-Y., Goo Y.-J.J. // R&D Management, 2005. – Vol. 35, Nr.2.– P. 187–199.
163. VAIC history and development stages [Electronic resource] // Intellectual Capital Center Croatia. – URL: http://www.vaicon.net/download/VAIC_history.doc (access date: 21.08.14) – Title on screen.

ЗМІСТ

Вступ 3
Тема 1. Розвиток і специфіка интеллектуального бізнесу. 5
Тема 2. Функціональні групи інтелектуального бізнесу 28
Тема 3. Інтелектуальний потенціал підприємства. Його значення для розвитку інтелектуального бізнесу 44
Тема 4. Інтелектуальний капітал підприємства ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Тема 5. Мотиваційне забезпечення розвитку інтелектуального бізнесу 58
Тема 6. Технології управління інтелектуальним бізнесом **Ошибка! Закладка не определена.**
Тема 7. Інвестиції в інтелектуальний бізнес. **Ошибка! Закладка не определена.**
Тема 8. Ризики в інтеллектальному бізнесі 67
Тема 9. Економічна безпека інтелектуального бізнесу ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Тема 10. Віртуалізація інтелектуального бізнесу. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Екзаменаційні питання ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Практичні роботи ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Рекомендована література 289
Терміни та їх визначення ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Тимохова Г.Б.

Навчальне видання

ТИМОХОВА Галина Борисівна

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ БІЗНЕС

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК
для студентів вищих навчальних закладів

Редактор: Павлова О.І.