

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Інститут модернізації змісту освіти МОН України

Український державний університет науки і технологій (УДУНТ), м. Дніпро

Українська асоціація управління проектами «УКРНЕТ», м. Київ

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності (НДІВ)

Національної академії правових наук України (НАПрН України), м. Київ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

Національний технічний університет України «Харківський політехнічний інститут»

Національний технічний університет України «Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Одеський національний морський університет (ОНМУ), м. Одеса

Честоховський політехнічний університет, Польща

Вища школа управління охороною праці в місті Катовіце, (WSZOP), Польща

Університет в Мішкольце, Угорщина

Інститут підвищення кваліфікації, Будапешт, Угорщина

Вища школа менеджменту у Варшаві, (WSM), Польща

Astana IT University, Kazakhstan

за підтримки:

Центр Українсько-європейського наукового співробітництва

Видавничий дім «Гельветика»

Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України

Юридична компанія «ЮРСЕРВІС», м. Дніпро



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

за матеріалами

IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»**

(24-25 березня 2022 року)

**ДНІПРО
ЮРСЕРВІС
2022**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
за матеріалами
IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА
НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ,
ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»**
(24-25 березня 2022 року)

ДНІПРО
ЮРСЕРВІС
2022

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]

Конференція запроваджена МОН України, лист Інституту модернізації змісту освіти МОН України № 22.1/10-28 від 12.01.2022 року за № 47 у переліку.

Матеріали публікуються за оригіналами, наданими авторами.
Претензії до організаторів не приймаються.

Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В.О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В.М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожко Г.К.

Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності: збірник наукових праць за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 березня 2022 р.). – УДУНТ, УКРНЕТ, НДПВ НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2022. 421 с.

У збірнику наукових праць наведені матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності». Збірник наукових праць становить інтерес для наукових працівників, викладачів, фахівців з інтелектуальної власності та управління проектами, а також студентів.

УДК 005.8:[005.3+004.9+347.77]

© Український державний університет науки і технологій, 2022
© Українська асоціація управління проектами, 2022
© Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності
Національної академії правових наук України, 2022
© Колектив авторів збірника, 2022

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

- ПРОЙДАК Ю.С.** – голова, доктор технічних наук, професор, проректор з наукової роботи Українського державного університету науки і технологій (УДУНТ);
- БУШУЄВ С.Д.** – співголова, президент Української асоціації управління проектами «УКРНЕТ», доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри управління проектами Київського Національного університету будівництва та архітектури;
- ДОРОШЕНКО О.Ф.** – співголова, канд. юридичних наук, в.о. директора Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності НАПрН України;
- ПЕТРЕНКО В.О.** – заступник голови, доктор технічних наук, професор, УДУНТ, модератор конференції;
- ДОРОЖКО Г.К.** – заступник директора НДІВ НАПрН України, кандидат технічних наук, доцент, модератор конференції;
- МОЛОКАНОВА В.М.** – доктор технічних наук, професор кафедри системного аналізу та управління Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»; модератор конференції;
- ВІХЛЯЄВ М.Ю.** – доктор юридичних наук, професор, директор Центру Українсько-європейського наукового співробітництва;
- ПЕРЕРВА П.Г.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки бізнесу НТУ «Харківський політехнічний інститут», професор університету в Мішкольце (Угорщина);
- ЧЕРНОВ С.К.** – доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри управління проектами Національного університету кораблебудування ім. адмірала Макарова, м. Миколаїв;
- ЛАПКІНА І.О.** – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри управління логістичними системами і проектами Одеського національного морського університету;
- ЗАВГОРОДНЯ О.О.** – доктор технічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки, політичної економіки та управління УДУНТ;
- КІРІН Р.С.** – доктор юридичних наук, судовий експерт, Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України, м. Дніпро;
- КОЗЕНКОВ Д.Є.** – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту УДУНТ;
- КОРОГОД Н.П.** – кандидат педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри інтелектуальної власності та управління проектами УДУНТ;
- САВЧУК Л.М.** – кандидат економічних наук, професор, декан факультету комп'ютерних систем, енергетики і автоматизації УДУНТ;
- ЮРЧИШИН О.Я.** – кандидат технічних наук, доцент, директор Департаменту інновацій та трансферу технологій НТУ України «КПІ імені Ігоря Сікорського»;

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ПРОГРАМАМИ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ

ПЕРЕДМОВА

д.т.н., професор МОЛОКАНОВА В.М.....13

KUZNETSOV V., KUZNETSOVA A.

BASIC APPROACHES TO THE FUNCTIONING OF THE
ELECTRICITY MARKET.....18

БІЛОЦЕРКІВЕЦЬ В.В., ЗАВГОРОДНЯ О.О., ЗАБРОДСЬКА А.А.

НАЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ:
ВІД РЕАКТИВНОГО ДО ПРОАКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ.....25

ГІЛЬОРМЕ Т.В.

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТІВ СИСТЕМ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ.....30

ЖИВЦОВА Л.І., БРОВЧЕНКО К.А.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «SMART CITY»
НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ: ДОСЯГНЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ.....33

КАРМАЗІНА Л.Л.

ФАЗИ АДАПТАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ КОМАНДИ ІТ-ПРОЄКТУ.....39

КІЖАЄВ С.О., ПЕТРЕНКО В.О., МАЗУР А.В., МАЗУР Н.В.

ІННОВАЦІЙНІ МЕДИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РАМКАХ СУЧАСНОЇ
ПАРАДИГМИ УПРАВЛІННЯ.....44

КОСЕНКО Н.В., МОРИЩАВКА Ю.О.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ВИДАВНИЧОГО
ПРОЦЕСУ.....50

КОСЕНКО Н.В., ШКОДА К.В.

ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВНЕ УПРАВЛІННЯ У МЕДИЧНИХ
ОРГАНІЗАЦІЯХ.....53

| | |
|--|------------|
| ЛАПКІН О.О. ПРОЄКТИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА БАЗІ КОНЦЕПЦІЙ СМАРТ СІТІ ТА СМАРТ ПОРТ..... | 55 |
| ЛАПКІНА І.О., ГЛАВАТСЬКИХ В.І. МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В ПРОЕКТАХ..... | 60 |
| МАЛІЄНКО А.В. АНАЛІЗ ТА ФОРМУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ОСНОВ УПРАВЛІННЯ ЦИКЛІЧНОЮ ЕКОНОМІКОЮ..... | 66 |
| МОЛОКАНОВА В.М. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ БІЗНЕС-АНАЛІТИКІВ У ВИЩИХ ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ..... | 71 |
| ПАРХОМЕНКО А.О., ПАРХОМЕНКО В.Д. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЗАПИТ ЧАСУ НА РОЗРОБКУ НОВОГО ПОРЯДКУ РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ..... | 77 |
| ПЕТРЕНКО Ю.А. УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСПЕТЧЕРСЬКОГО УПРАВЛІННЯ НА АСФАЛЬТОБЕТОННИХ ЗАВОДАХ..... | 83 |
| РОМАШКО А.С. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ..... | 88 |
| ТУЛУПОВ М.О. АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСОМ «ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ» В ПРОЄКТАХ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РЕІНЖИНІРИНГУ НА МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ..... | 91 |
| ФОНАРЬОВА Т.А., ПЕТРЕНКО В.О., КОРХІНА І.А. ДО ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ПРОЄКТАХ РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА..... | 96 |
| ЧЕРНОВА Л.С. МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ..... | 102 |
| ЯТЧУК О.М. ІНТЕРАКТИВНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ..... | 105 |

ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НЕЙРО-НЕЧІТКІ ТЕХНОЛОГІЇ МОДЕЛЮВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ ТА УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ

MOROZ D.

**SOME PROBLEMS OF DESIGNING HIGH-PERFORMANCE
MULTIPROCESSOR SYSTEMS.....110**

SUSHKO L.

**INFORMATION SYSTEM FOR ASSESSING THE TECHNICAL
CONDITION OF MECHANISMS.....116**

SHVACHYCH G., MOROZ B., HULINA I.

**OBJECT-ORIENTED MODEL OF CONSTRUCTING OF THE
DISTRIBUTED DATABASES.....123**

БУШУЄВ К.М., ПЕТРЕНКО В.О., САВЧУК Л.М., ФОНАРЬОВА Т.А.

**ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРО-НЕЧІТКИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНЦІ
РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....129**

ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ У БІЗНЕСІ

ЛИСЕНКО Д.В., ФОНАРЬОВА Т.А., БУШУЄВ К.М.

**ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ В
УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ.....135**

МИРОНЕНКО М.А.

**ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
2020-Х РОКІВ141**

САВЧУК Л.М., УДАЧИНА К.О.

**ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИКЛАДНИХ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕСІ.....146**

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО, КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ

ЄРШОВА Н.Ю.

**ФІЛОСОФІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ
РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....152**

ПРИХНО Ю.Є.
УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ – ВИСОКОЕФЕКТИВНИЙ
ІНСТРУМЕНТАРІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТНОГО
КОМПЛЕКСУ.....156

ФОНАРЬОВА Т.А., ПЕТРЕНКО В.О., БУШУЄВ К.М.
РЕПУТАЦІЙНИЙ КОМПЛЕКС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБІЛЬШЕННЯ
ГУДВІЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....158

ПРОБЛЕМИ ЮРИДИЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

СИНИЦІНА Ю.П.
ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА У СИСТЕМІ ПРАВА НАЦІОНАЛЬНОЇ
БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....165

ШТЕФАН А.С.
ВІЛЬНЕ ВІДТВОРЕННЯ ТВОРІВ ДЛЯ СУДОВОГО ТА
АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРОВАДЖЕННЯ.....169

МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, ОХОРОНА, ЗАХИСТ, ЕКСПЕРТИЗА ТА РОЗПОРЯДЖЕННЯ ПРАВАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТАХ

БАБЕНКО В.А.
МАТЕРІАЛЬНА ТА НЕМАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА В
КОНТЕКСТІ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА
НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....176

БІЛОВОДСЬКА О.А.
ТОРГОВІ МАРКИ ЯК ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ТОП-5
БРЕНДІВ У СВІТІ.....186

ЖИХАРЕВ О.С.
МЕХАНІЗМИ ОБМЕЖЕННЯ ТА ВИКЛЮЧЕННЯ З ПАТЕНТНИХ ПРАВ
ЯК СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ДОСТУПНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ.....192

| | |
|---|-----|
| ЗЕМКО Г.В. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА З ОГЛЯДУ ВОЄННОГО ЧАСУ В УКРАЇНІ..... | 198 |
| ІЛЛЯШЕНКО С.М., ІЛЛЯШЕНКО Н.С. МАРКЕТИНГ ЗНАНЬ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УНІВЕРСИТЕТУ..... | 204 |
| КОРОГОД Н.С., НОВОРОДОВСЬКА Т.С. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТАХ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ..... | 208 |
| КУЧИНСЬКИЙ В.А., ПОБЕРЕЖНИЙ Р.О., ПЕРЕРВА П.Г. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ МІСЦЕ У СИСТЕМІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 217 |
| МАЛЧЕНКО В.І., КІРІЧОК О.Г. СТРУКТУРА НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 224 |
| МАРЦЕНЮК М.В., КІРІЧОК О.Г. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ОДИН З ВИЗНАЧАЛЬНИХ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ..... | 228 |
| МАСЛАК О.І., МАСЛАК М.В., ЯКОВЕНКО Я.Ю. КРЕАТИВНА ТА ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ЕПОХУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО КОНТЕНТУ..... | 232 |
| МИРОНЕНКО І.Є., ДОБРОГОРСЬКИЙ О.В., МЕШКОВ А.М. ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У СФЕРІ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... | 236 |
| ПЕТРЕНКО В.О., ДОРОЖКО Г.К., ГОРСЬКА К.О. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЩОДО ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПЕРТИЗИ ПОРУШЕНИХ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 240 |
| ХОМЕНКО І.І. РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ У НАУКОВИХ УСТАНОВАХ ТА ЗВО..... | 245 |
| ІНФОРМАЦІЙНЕ, ДОКУМЕНТАЛЬНЕ, ПАТЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, НАУКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ. КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ | |

| | |
|---|------------|
| ZASORINA H.V., KARPENKO A.V. THE IMPORTANCE OF UNIVERSITY AND BUSINESS COOPERATION FOR HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT..... | 251 |
| БЕВЗО Ф.О., ПИЛЮЧЕНКО Д.В. РУЙНАЦІЯ РИНКУ ВІДЕОІГОР ДЛЯ ЦІЛОГО ПОКОЛІННЯ..... | 255 |
| БІЛОЦЕРКІВЕЦЬ В.В., ЗАВГОРОДНЯ О.О. ЯКІСТЬ ПРАВОВОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... | 259 |
| ВЕРЕС ШОМОШІ МАРІАНН, ГАВРИСЬ О.О., ТКАЧОВА Н.П. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ДЛЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ..... | 264 |
| ВЕРЕС ШОМОШІ МАРІАНН, КОСЕНКО О.П., КОБЕЛЄВА А.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОЦЕСУ ТРАНСФЕРУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... | 270 |
| ВОЛИНЕЦЬ І.П. ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ РЕКЛАМИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ..... | 276 |
| КІРІН Р.С. ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОКРЕМИХ БЛОКІВ ІР-ЗАКОНОДАВСТВА..... | 279 |
| КОРОГОД Н.П., МИРОНЕНКО І.Є., ДОБРОГОРСЬКИЙ О.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ В УМОВАХ ВИДАВНИЦТВА..... | 284 |
| ЛЕГА О.В., ЯЛОВЕГА Л.В., ПРИЙДАК Т.Б. ВПЛИВ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... | 290 |
| МАСЛАК М.В., КОБЕЛЄВА А.В., ПЕРЕРВА П.Г. ПЕРЕДУМОВИ ЕФЕКТИВНОЇ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 296 |
| МАСЛАК О.І., ГРИШКО Н.Є., ЯКОВЕНКО Я.Ю. СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПАТЕНТУВАННІ..... | 302 |

МАСЛАК О.І., ЯКОВЕНКО Я.Ю., ЛІВЕНЦОВА К.В.
КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА
ЗАСАДАХ ЕКОНОМІКИ ПЛАТФОРМ.....306

НАГІ САБОЛЬЧ, ГАВРИСЬ О.О., ТКАЧОВА Н.П.
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО РИНКУ.....310

НАГІ САБОЛЬЧ, КОСЕНКО О.П., МАСЛАК М.В.
МАРКЕТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ.....318

ПЕРЕРВА П.Г., МАСЛАК М.В., КОБЕЛЄВА А.В.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....325

СЛАУТА А.А., КІРІН Р.С., ХОМЕНКО В.Л.
ВИКОРИСТАННЯ БРЕЙНРАЙТИНГУ 6-3-5 ДЛЯ ПОШУКУ
РІШЕНЬ ТВОРЧИХ ЗАДАЧ.....331

ШПОРТЬКО Г.Ю., САЛЕНКОВА Є.О.
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ З ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ
МОВИ ДЛЯ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ.....337

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО – КАТАЛІЗАТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

БУТНІК-СІВЕРСЬКИЙ О.Б.
СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ З УРАХУВАННЯМ ДИНАМІКИ
ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....343

ПАРХОМЕНКО Н.Г., ПАРХОМЕНКО Г.О., ПАРХОМЕНКО О.В.
ІНФОРМАЦІЙНО-ЗНАННЄВА ОСНОВА СУЧАСНОГО
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....352

SZABOLCS NAGY, TKACHOV MAKSYM, PERERVA PETRO
FORMATION OF DAMAGES FROM VIOLATION OF INTELLECTUAL
PROPERTY RIGHTS.....357

SCHIMPF KARIN, PETRO PERERVA
LEGAL PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS –
A CONDITION FOR THEIR SUCCESSFUL COMMERCIALIZATION.....363

| | |
|--|------------|
| ДОЛИНА І.В., ПЕРЕРВА П.Г. ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕС-ПРОЕКТУ..... | 369 |
| КОБЕЛЄВА А.В., ПЕРЕРВА П.Г. ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... | 374 |
| КОБЕЛЄВА Т.О., ПЕРЕРВА П.Г. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... | 379 |
| КОВАЛЕНКО Т.В. ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК БЕЗ ДОЗВОЛУ ВЛАСНИКА - ПОСЯГАННЯ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ..... | 385 |
| КОЛОТЮК О.І., ЧЕРЕПАНОВА В.О., ПЕРЕРВА П.Г. МИТНИЙ ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 391 |
| КОСЕНКО А.В., ПЕРЕРВА П.Г. ФОРМУВАННЯ НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ..... | 397 |
| КРАМСЬКИЙ Д.Ю., КУЧИНСЬКИЙ В.А., ПЕРЕРВА П.Г. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... | 403 |
| МАСЛАК М.В., ПЕРЕРВА П.Г. ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 409 |
| ТКАЧОВ М.М., ПЕРЕРВА П.Г. ЮРИДИЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ..... | 415 |

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ПРОГРАМАМИ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ

ПЕРЕДМОВА
МОЛОКАНОВА ВАЛЕНТИНА МИХАЙЛІВНА

**доктор технічних наук, професор, професор Національного технічного
університету «ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Ще зовсім недавно дивиною було твердження, що SPOD-світ (steady predictable, ordinary, definite) змінився VUCA-світом. SPOD-світ був стійким, передбачуваним, простим і певним. VUCA-світ (volatile, unstable, complex and ambiguous) видався нестабільним, невизначеним, складним і неоднозначним. Але такий світ не збирався стабілізувати свою ходу, а тільки збільшував темпи змін. І вже сьогодні сучасній людині доводиться підлаштовуватися під BANI-світ (brittle, anxious, nonlinear, incomprehensible). Кожне слово в акронімі VUCA ніби перейшло на більш складний рівень невизначеності. Мінливість перетворилася на крихкість, невизначеність обернулася тривожністю, складність – нелінійністю, неоднозначність – неосяжністю. Проте у просторі зростаючого хаосу уже всім зрозуміло, що наші старі уявлення про економічні моделі та управлінські інструменти більше спрацьовують.

Сучасний стан українського суспільства демонструє, що Україна не встигає за змінами, що відбуваються, внаслідок чого проблеми суспільства стають предметом теоретичного дослідження вже після того, як вони досить загострилися і потребують негайних рішень. Отже, ми живемо в таку епоху

розвитку навколишнього світу, коли для забезпечення нашого майбутнього потрібна активна співпраця кожного з нас. Зі старими моделями мислення людство не може досягти сталого розвитку, який відповідатиме потребам виживання майбутніх поколінь. Зі зростанням населення планети й загостренням екологічних проблем для задоволення основних потреб людства необхідна не лише нова хвиля економічного зростання, а й гарантії того, що вони також отримають свою частку ресурсів, необхідних для підтримки цього зростання.

В Україні на найвищому політичному рівні сформульований вектор економічного сталого розвитку на період до 2030 року, у якому передбачено сформувати конкурентоспроможні умови для бізнесу та інвестицій, відновити довіру до держави, створити умови для розвитку інновацій і модернізації економіки, сприяти розвитку людського потенціалу.

На сьогоднішній момент в Україні практично всі місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування беруть участь в розробці та реалізації стратегій і цільових програм соціально-економічного розвитку відповідних територій і регіонів, проте не використовують єдину методологію і підходи до управління, що згубно відбивається на ефективності і результатах.

Сьогодні практично кожний регіон, кожне велике підприємство має свою стратегію розвитку. Але із досвіду впровадження численних стратегій треба згадати, що жодна стратегія не була реалізована на хоча б на 80%. Чому так відбувається? Далеко не кожен державний службовець зможе відповісти на це питання. Окремі державні керівники визнають украй важливу роль професійного управління проєктами. Проте, управління проєктами на державному рівні занадто формалізоване і не допомагає інноваційному розвитку країни. Необхідність прискорення поступу України на шляху до європейської інтеграції, поєднаного із демократизацією всіх складових суспільного життя, потребує формування якісно нового державного управління.

Оскільки будь-яка система розвивається за певними законами, розробка стратегії розвитку потребує врахування цих законів розвитку, а саме визначення

стадії життєвого циклу організації, рівня домінуючих цінностей та можливостей її колективного інтелекту до створення нових ціннісних конструкцій за допомогою методології проєктного менеджменту. Методологічні основи управління розвитком систем базуються на основі інтеграції стратегічного та портфельного ціннісно-орієнтованого управління, які можна розглядати з позицій методологічного, методичного та інструментального рівнів. Опанування українськими управлінцями основ методології проєктного менеджменту дозволило б керівництву країни реалізувати свої стратегічні пріоритети.

Всі ці масштабні перетворення важко уявити без застосування методології реалізації проєктів. Методологія управління проєктами дозволила вирішувати складні завдання з реформування держави багатьом розвинутим країнам в умовах строгих обмежень ресурсів та часу. Метою управління проєктом є забезпечення реалізації змін з мінімальними можливими відхиленнями якості продукту проєкту, строками, бюджетом та досягненням задоволеності для всіх учасників проєкту. На жаль, постійний моніторинг застосування таких- потужних інструментів розвитку в Україні показує, що люди, залучені до розробки та реалізації державних проєктів та програм, часом лише поверхово знайомі з методологією управління проєктами, що суперечить задоволенню нагальної потреби суспільства - швидкому здійсненню реформ.

У сучасному управлінні проєктами широко визнається, що головною метою проєктів є не отримання фінансового прибутку, а створення нових людських цінностей. Ця обставина призвела до появи нової ціннісно-орієнтованої методології управління проєктами, тоді як стандарти з управління проєктами переважно зосереджені на комерційному аспекті проєктів - управлінні грошовими потоками для отримання прибутку. Допомогою у вирішенні цього протиріччя може стати формалізований метод оцінки цінностей компонентів портфеля розвитку для системи будь-якого рівня.

Управління державними програмами регулюється Законами України «Про державне прогнозування та розвиток програм економічного та соціального

розвитку України», «Про засади регуляторної політики у сфері господарської діяльності» та Постановою Кабінету Міністрів України від 31.01.2007 № 106 «Про затвердження Порядку розроблення та реалізації державних цільових програм». Вони встановлюють загальний порядок розробки, затвердження та реалізації програм економічного та соціального розвитку в Україні. При аналізі законів слід зазначити, що вони не досить чітко визначають, хто відповідає за результати програм, тим самим порушуючи один із основних принципів методології управління програмами. Крім того, ціннісно-орієнтовані принципи управління програмою не відображені в методологічних рекомендаціях до державних цільових програм.

В Україні взагалі не існує середньострокового бюджетного планування, тому, якщо програма розрахована на три роки, то наступного року вона може бути просто закритою, оскільки наступного року бюджет може не включити її подальше фінансування. За таких умов говорити про ефективність державних цільових програм можливе лише в теоретичному аспекті.

Впровадження професійного управління проектами може забезпечити підвищення ефективності інноваційної діяльності та контроль над витрачанням ресурсів та часу на державному рівні. У класифікації державних програм немає визначення інвестиційних та інноваційних програм, незважаючи на те, що реалізація останніх передбачена законами України. Тому впровадження інноваційної моделі економічного розвитку не може бути реалізоване у державних програмах.

Як показав час, всі побажання позитивних змін так і залишаються на папері, якщо в кожному конкретному випадку не були чітко визначені кількісні та якісні результати реалізації програм, терміни їх виконання, відповідальні виконавці та механізми оцінювання досягнення запланованого результату. Успіх цілеспрямованих програм соціально-економічного розвитку має вимірюватися не тільки економічною складовою, а й цінностями, які впливають на сталий розвиток регіону. Чинна нормативно-правова база для розробки та реалізації

державних цільових програм, яка регулюється Законами України, не відповідає вимогам часу, що підтверджується висновками міжнародних експертів та вітчизняних вчених.

Україні необхідно удосконалити законодавчу базу для державних програм та організувати масову перепідготовку керівників усіх рівнів для освоєння методології та інструментів управління проєктами. Також у державному управлінні не вистачає методологічних засад розвитку систем, заснованих на інтеграції стратегічного та портфельного ціннісно-орієнтованого управління. Основними результатами впровадження проєктної методології в управління розвитком країни мають стати структурні зміни української економіки. А це залежить від ефективного використання людських ресурсів на методологічних засадах інноваційного проєктного управління.

BASIC APPROACHES TO THE FUNCTIONING OF THE ELECTRICITY MARKET

VITALIY KUZNETSOV,

Department of Electrical Engineering, Ukrainian State University of Science and
Technologies, Street Lazaryan. 2, 49010 Dnipro, Ukraine

ALISA KUZNETSOVA,

Department of Calculating Mathematics and Mathematical Cybernetics, Oles Honchar
Dnipro National University, 35, D.Yavornitsky Avenue, 4 building of DNU Dnipro,
Ukraine

As is known, electric energy is the most convenient type of energy, and it may be regarded as the basis of modern civilization. Due to the development of market relations in the industry of electric energy supply, electric energy is considered to be the product which should comply with certain quality and market demands. The Law of Ukraine “On electric energy market” as in force on 17.10.2020 defines clearly the legislative, economic, and organizational grounds of the energy supply market, regulate the relations in terms of production, transmission, distribution, purchase and sell, supply of electric energy to provide reliable and safe electric energy supply for consumers taking into consideration the consumers’ interests, development of competitive relations, minimization of costs for electric energy supply, and minimization of negative environmental impact. Article 18 “Quality of electric energy supply” of the Law of Ukraine “On electric energy market” makes it clear that:

1. The Regulator (the National Committee performing state regulation in the spheres of power generation and communal services) defines a list of quality coefficients for electric energy supply, characterizing the level of energy supply reliability (continuity), commercial reliability of the services as for electric power transmission, distribution, and compensation as well as electric energy quality, and approves their values;

2. The Regulator defines the procedure of compensations, if the electric energy supply does not meet the quality coefficients, and the amount of compensations;

3. The quality coefficients of electric energy supply, procedure, and amount of compensations for being not in compliance with them are subject to public disclosure in accordance with the procedure identified by the Regulator.

As is known, the electric energy quality is the complex of certain properties of electric energy according to the specified standards determining the degree of its suitability for its proper use.

According to the information from the official site of the National Committee regulating the activities in the spheres of power generation and communal services (<http://www.nerc.gov.ua/>): “Currently, the relations between the electric energy producers or suppliers and consumers, taking place during the electric energy purchase and sell in the electric energy market, are regulated by the “Rules of retail electric energy market (RREEM) approved by the National Committee regulating the activities in the spheres of power generation and communal services (NCRPGCS) of 14.03.2018 No. 312.

According to point 5.1.2 of RREEM, an operator of the distribution system is obliged to follow the quality coefficients of electric energy supply, which characterize the level of reliability (continuity) of electric energy supply, commercial quality of the services concerning the electric energy distribution (transmission) as well as the quality of electric energy coefficient, which list and values are approved by the Regulator.

According to the provisions of point 11.4.6 of chapter 11.4 of division XI “Code of distribution systems” approved by the Order of the NCRPGCS of 14.03.2018 No. 310, parameters of the electric energy quality coefficients within the points of consumers’ connections and in terms of standard operating mode should meet the parameters determined in DSTU EN 50160:2014 “Characteristics of electric energy supply voltage in general-purpose electric networks” (DSTU

EN 50160:2014)”.

Thus, the State Standard of Ukraine DSTU EN 50160:2014 “Characteristics of electric power supply voltage in general-purpose electric networks” is the current effective document in Ukraine; the Standard is developed by the Institute of Electrodynamics of the National Academy of Sciences of Ukraine.

As is known, electromagnetic compatibility (EMC) of technical means considers the processes occurring in electrical complexes and systems in terms of generating electromagnetic interference, their impact on electrical equipment, the degree of protection and correction of adverse effects. The emergence of new devices for conversion technology, the modernization of an increasing number of industrial electrical installations, in particular, the use of adjustable electric drive, lead to a decrease in the quality of electricity in the supply networks of enterprises. This necessitates the strengthening of electromagnetic compatibility requirements for industrial plants. Standardization of electricity quality indicators in such conditions is one of the main issues of this problem [1].

Electricity quality indicators (EQI), regulated by state standards, are the starting point in almost all areas related to electrical installations. This applies to the design of new facilities, and commissioning, research of electrical equipment, the decision to upgrade and others.

The international normative basis for the assessment of electromagnetic compatibility of electrical installations is the well-known European standard EN 50160: "Characteristics of voltage supplied by general purpose distribution systems" (1994), as well as the standard of the International Electrotechnical Commission (IEC) 1000-2 - 4: "Electromagnetic compatibility. EMC levels at industrial facilities for low-frequency conduction interference.

EQI in the power supply systems of industrial enterprises are determined by the mode of operation of electrical installations that introduce distortion, and therefore are constantly changing.

Therefore, in GOST 13109-97 "Electricity. Requirements for the quality of

electricity in general purpose electrical networks" provides a comprehensive methodology for assessing the quality of electricity, based on the assessment of energy performance of the distortion. Normalized EQIs are integrated indicators that reflect the degree of negative impact of distortion of electricity on the technical and economic characteristics of electrical equipment. The maximum allowable values of the electricity quality indicator are selected for technical and economic reasons and the impact of distortion on the reliability of electrical equipment.

Thus, the main document in force in Ukraine regulates the following indicators of electricity quality: voltage deviation δU_y ; the magnitude of the voltage change (or the amplitude of voltage fluctuations (VF)); intensity (dose) of flicker P_f ; the coefficient of curvature of the sinusoid of the curve of linear (phase) voltage K_U ; the coefficient of the n-th harmonic component of the voltage $K_{U(n)}$; reverse voltage asymmetry coefficient K_{2U} and zero K_{0U} sequence; duration of voltage failure K_{dv} ; voltage pulse U_{puls} ; temporary overvoltage factor K_{ov} ; frequency deviation. Therefore, consider methods for calculating only the main indicators of electricity quality associated with the most common distortions of the network.

The asymmetry of voltages of a three-phase network is characterized by the coefficient of their reverse sequence $K_{2U}, \%$, which is determined by the ratio of the current value of the voltage of the reverse sequence of the fundamental frequency of the three-phase voltage system U_2 to the nominal value of the phase voltage U_{nom} :

$$K_{2U} = \frac{U_2}{U_{nom}} \cdot 100.$$

In addition, the value of the zero sequence coefficient is normalized $K_{0U}, \%$, which is determined by the ratio of the voltage of the zero sequence of the fundamental frequency U_0 to the nominal value of the phase voltage U_{nom} :

$$K_{0U} = \frac{U_0}{U_{nom.}} \cdot 100.$$

Non-sinusoidal voltage is characterized by the value of the curvature coefficient of its curve K_U , %, which is determined by the ratio of the current value of the higher harmonics U_n to rated voltage:

$$K_U = \frac{1}{U_{nom}} \sqrt{\sum_{n=2}^N U_n^2} \cdot 100,$$

U_n – the effective value of the voltage of the n^{th} harmonic; $N=22$ – the number of the last of the considered harmonics. The permissible and maximum permissible value K_U depends on the voltage class.

In addition to the non-sinusoidal coefficient, the coefficients of each harmonic component up to the 22nd separately are also normalized. The latter are defined by the expression:

$$K_{U(n)} = \frac{U_n}{U_{nom}} \cdot 100.$$

And their allowable and maximum allowable values are also normalized depending on the voltage class.

Thus, the quality of electricity is determined by the set of its indicators, at which the electrical receivers can work properly and perform their functions. At deviations of their values from admissible, normal work of electromechanical converters is complicated or is possible only at considerable reduction of loading. It should also be noted that the reduction of the efficiency of this equipment often occurs at the values of EQIs in the ranges allowed by the standards.

Nowadays, the demand for electricity is much higher than the potential of electric networks; at the same time, consumers require much cheaper high-quality electric energy. That is why provision of high quality of electric energy is a topical problem and one of the main tasks of electric energy. Inappropriate electric energy quality is the main reason of interruptions in terms of power supply for consumers. Quality of electric energy is the degree of correspondence of electric energy characteristics at a specific point of electric system to a set of

control parameters.

Broadly defined, electric energy quality is a set of its properties determining the influence on electric equipment, devices, and facilities. Quality of electric energy is connected with reliability since the standard mode of electric power supply is the one in terms of which consumers are provided with the electric energy of normalized quality, in the required amount, and without any interruptions. Due to the fact that the quality coefficients of electric energy may differ from the standard ones regulated by DSTU EN 50160:2014, some enterprises may face following negative consequences: disconnection and downtime of the equipment due to accidents and switching in the external networks; direct losses due to underproduction of end products; indirect losses due to possible operations to repair mechanical equipment as well as its maintenance expenses; decreasing reliability of electric energy supply systems; reducing production efficiency and increasing specific energy-output ratio of the end product unit; and reducing service life of electric equipment.

Annually, electric energy consumers bear direct and indirect costs.

Direct costs include the following:

- electric energy charge;
- costs for network operations;
- fee for fundamental electric energy loss;
- fee for additional electric energy losses stipulated by harmonic currents, asymmetry of voltages and currents;
- fee for low power coefficient taking into account a constituent of the increase in tariff for consumption (generation) of reactive power of extra specified boundary values of the reactive power coefficient.

As a result, direct costs of electric power consumers account for the considerable share of costs (81%). Indirect costs are related to interruptions in electric energy supply, overvoltages, transient processes, reducing voltages resulting in the loss of computer system data, underproduction, operating

troubles, and equipment outage. Indirect costs of the electric energy consumers cover about 19% [2].

References

1. Y. Kuznetsova, V. Kuznetsov, M. Tryputen, A. K Kuznetsova, M. Tryputen, Development and Verification of Dynamic Electromagnetic Model of Asynchronous Motor Operating in Terms of Poor-Quality Electric Power (2019) Proceedings of the International Conference on Modern Electrical and Energy Systems, MEES 2019, pp. 350-353. DOI: 10.1109/MEES.2019.8896598

2. Saprnov, A.A. Low-quality electric power – additional component of the commercial losses of power enterprise/ A.A. Saprnov, D.S. Goncharov // Modern energy systems and complexes and their control: collection of reports. – Novocherkassk, 2006

**НАЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В ЦИФРОВІЙ
ЕКОНОМІЦІ: ВІД РЕАКТИВНОГО ДО ПРОАКТИВНОГО
УПРАВЛІННЯ**

В.В. БІЛОЦЕРКІВЕЦЬ,

д.е.н., професор, професор кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

О.О. ЗАВГОРОДНЯ,

д.е.н., професор, професор кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

А.А. ЗАБРОДСЬКА,

магістр Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Сучасну національну економіку не можливо представити поза межами фронтальної цифровізації, що охоплює усі галузі та види економічної діяльності. Процеси діджиталізації стають ознакою сьогодення як у сфері виробництва, виступаючи в ролі драйвера його модернізації, переведення на рейки сучасних технологічних інновацій, так й у сфері споживання, перетворюючи структуру споживчих переваг, змінюючи їх змістовне наповнення, набуваючи функцій важливого, якщо не визначального, детермінанта консумаційного вибору пересічного актора. Не менш виразні прояви діджиталізація отримує у секторі загального державного управління, визначаючи перехід державних послуг, механізму їх надання на технологічно новий рівень [1, 2]. Слід зазначити, що технологічні продуктово-процесові трансформації цифрового забарвлення охопили всю

національну економіку як частину глобальної.

Одним з найважливіших кластерів діджиталізації національної економіки виступає сектор інформаційно-комунікаційних послуг, що акумулює найсучасніші технологічні розробки, знаходиться в авангарді інноваційного розвитку та сприяє ризомному поширенню цифрових технологій у тіло економіки України. При цьому взаємодія, комплементарність та співробітництво між учасниками кластера, водночас, поєднуються з непримиренною конкурентною боротьбою між ними. І великі, тривалий час працюючі на ринку, компанії і нові гравці змушені розробляти та впроваджувати інноваційні стратегії підвищення конкурентоспроможності своєї продукції.

Саме особливості ринку детермінують прийоми та особливості конкурентної боротьби, змістовне наповнення стратегій забезпечення конкурентоспроможності продукції в умовах викликів цифровізації [3]. Існування глобальних впливових постачальників високотехнологічного обладнання та відсутність виробничих потужностей з їх випуску в Україні визначають засади стратегій постачальників послуг на інформаційно-комунікаційному ринку як покупців на ринку продавців. Статус прайстейкерів на факторному ринку різко обмежує набір їх інструментарію щодо маніпулювання цінами, робить практично неможливим для конкурентів реалізацію стратегій цінових війн на ринку кінцевої продукції.

На ринку інформаційно-комунікаційні підприємства пропонують широкий спектр послуг мобільного зв'язку, послуги доступу до мережі Інтернет, мобільного телебачення та широкого асортименту відповідних аплетів. Конкурентів на ринку інформаційно-комунікаційних послуг в реаліях українського сьогодення забагато, що детермінує вкрай обмежений потенціал цінової конкуренції на базі схожої технологічної бази [4,5,6]. За таких умов підвищення ціни на кінцеву продукцію за межі певного, дуже скромного, діапазону означатиме втрату надій на отримання прибутку як

наслідок втечі покупців до конкурентів з більш низькими цінами. Аналогічні дії, спрямовані на зниження цін є фактично заблокованими за обставин неможливості компенсувати витрати за надто низьких цін на послуги при зовні фіксованих цінах на високотехнологічне обладнання.

Такі умови директивно диктують необхідність дотримання інноваційної стратегії розвитку як головного, якщо не єдиного, засобу забезпечення підвищення конкурентоспроможності в інформаційно-комунікаційному секторі національної економіки. Лише впровадження більш сучасних, більш ефективних аніж у конкурентів технологій стає запорукою отримання та подальшого утримання конкурентних переваг на перманентно мінливому ринку інформаційно-комунікаційних послуг.

Саме здатність запропонувати інформаційно-комунікаційні послуги ще відсутні у конкурентів або якісно відмінні, ліпші, аніж спроможні запропонувати інші ринкові гравці, визначає потенційну спроможність перемогти у запеклій конкурентній боротьбі та закріпити свій успіх, зміцнити свої конкурентні позиції.

У цьому ракурсі, конкурентна боротьба на високотехнологічному ринку повинна бути зосереджена не на пошуку та посиленні традиційних переваг, зокрема, економії витрат підприємства на заробітну плату чи споживання електроенергії, що знайде подальше закарбування у реалізації цінових методів конкуренції.

Увага гравців на високотехнологічному ринку інформаційно-комунікаційних послуг має бути зацентрована на формуванні стратегій, що передбачають широке застосування методів нецінової конкурентної боротьби. Саме остання в своїй інноваційній іпостасі, проактивному застосуванню має стати фокусом зусиль компаній, що прагнуть перемогти на ринку інформаційно-комунікаційних послуг.

Включення до асортиментного ряду нових, ще відсутніх у конкурентів послуг, впровадження модернових високотехнологічних розробок мають

стати запорукою подальших позитивних змін, отримання зиску для продавців інформаційно-комунікаційних послуг. Водночас реалізація таких стратегій дозволяє отримати й вигаши і їх безпосереднім клієнтам, сприяє прогресивним змінам на ринку в цілому та стає провідником висхідного розвитку національної економіки, що отримує додатковий імпульс для подальшого інноваційного оновлення.

Слід зазначити, що слідування такій інноваційній стратегії передбачає для її ініціаторів пошук та здійснення масштабних капіталовкладень, реалізацію ризикованих інвестицій на ринку інформаційно-комунікаційних послуг, якому завжди була властива значна додаткова волатильність в умовах відчутної нестабільності економіки України. У цьому контексті, на нашу думку, досить бажаною була би проактивна підтримка та управління процесами розробки та подальшого впровадження подібних стратегій компаніями, що є драйверами діджиталізаційних трансформацій в національній економіці з боку держави.

Література

1. Білоцерківець В. В., Завгородня О. О., Чернишов Ю. О. Авангардизація та технологічна модернізація національної економіки України – інноваційні відповіді на загрози глобальної конкуренції // Управління проектами. Ефективне використання результатів наукових досліджень та об'єктів інтелектуальної власності: збірник наукових праць за матеріалами III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (17-18 березня 2021 р.). – НМетАУ, УКРНЕТ, НДІВ, НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2021. С. 41-45.

2. Гудзь О. Є., Байрамов С. Сутність та оцінка інноваційного потенціалу телекомунікаційних підприємств // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2016. - №3. - С. 11-16. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2016_3_4.

3. Смоляр Л.Г., Іляш О. І., Трофименко О.О. Трансформаційні ефекти цифровизації у забезпеченні розвитку промислового виробництва в умовах індустрії 4.0 // Підприємництво та інновації. – 2021. - № 21. – С. 24- 30. - Режим доступу: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/464/451>

4. Гудзь О. Є. [Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами](#) // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2018. - № 2 (24). - С. 4-12. - Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/p_1010_10116202.pdf.

5. Цифровий вимір інноваційно-інформаційної економіки: монографія / Тарасевич В. М., Білоцерківець В. В., Завгородня О. О., Лебедєва В. К. та ін.; за ред. В.М. Тарасевича: Дніпро: ПМП «Економіка», 2021. - 448 с.

6. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. - McGraw-Hill, 1995. - 342 p.

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТІВ СИСТЕМ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ

Т.В. ГІЛЬОРМЕ

д.е.н., доцент, провідний науковий співробітник НДІ енергетики
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(м. Дніпро)

Проблема енергозаощадження та перехід на технології, у яких передбачено використання енергії альтернативних джерел (сонячна енергія, тепло навколишнього середовища тощо), надають змогу суб'єкту господарювання підвищити економічну незалежність від традиційної енергії, тобто збільшити економічну безпеку.

Для підвищення ефективності запровадження механізму просування технологій енергозбереження необхідно сформувавши обліково-аналітичне забезпечення, при цьому враховувати зростання складності організаційно-структурної побудови внутрішнього середовища в умовах інформаційного суспільства.

У новому тисячолітті в Україні активно впроваджують проєкти систем енергозабезпечення на основі використання альтернативних джерел енергії. З метою формування європейської ментальності у вітчизняних споживачів, посередників, постачальників, інших учасників ринкових процесів потрібно проводити відповідне маркетингове комунікаційне забезпечення створення й просування на ринки інноваційних технологій енергозбереження в Україні. Актуальність розробки стратегій зменшення загроз енергетичній безпеці України є безперечною, особливо коли рівень енергоспоживання країни є одним з найвищих у Європі.

При цьому засоби забезпечення впровадження технологій енергозбереження такі: інституційно-організаційні, економічні та інформаційно-мотиваційні. Кожен із засобів можна подати як ієрархічну систему взаємопов'язаних етапів [1].

Інституційно-організаційні засоби впровадження технологій енергозбереження включають два рівні:

1) інституційний: внесення змін до установчих документів → розробка та впровадження положень, інструкцій, які регламентують діяльність у сфері енергозбереження → прийняття наказів, розпоряджень, роз'яснень з питань енергозбереження → запровадження правил, що встановлюють обсяг, послідовність, способи та терміни виконання персоналом підприємства дій, передбачених режимами енергозбереження;

2) організаційний: адаптація діяльності до змін зовнішніх умов в апараті управління підприємством; реорганізація окремих структурних підрозділів упровадження системи підготовки, перепідготовки, ротації персоналу.

До економічних засобів забезпечення впровадження технологій енергозбереження належать економія ресурсів; упровадження бюджетного фінансування та створення центрів відповідальності витрат; покращення фінансової дисципліни; оптимізація джерел фінансування діяльності та розвитку підприємства.

Інформаційно-мотиваційні засоби забезпечення впровадження технологій енергозбереження включають два рівні [2]:

1) мотиваційний (підвищення рівня кадрового забезпечення; преміювання за розробки та пропозиції з упровадження технологій енергозбереження; забезпечення нематеріальної мотивації за дотримання стандартів енергозбереження);

2) інформаційний (інформування персоналу про мету, завдання, програми, можливості та наслідки політики управління енергозбереженням; захист інформації та комерційної таємниці; інформування щодо змін у

планах, завданнях із забезпечення енергозбереження).

Перспективними економічними інструментами в системі управління енергозбереженням на підприємстві для реалізації політики енергоефективності є:

– GAP-аналіз – аналіз стратегічного розриву, що надає змогу визначити розбіжність між бажаним і реальним станом діяльності підприємства. Мета GAP-аналізу – визначити, чи існує розрив між цілями кампанії та її можливостями й розробкою заходів щодо «заповнення» цього розриву;

– STEP-аналіз (STEP – аббревіатура початкових букв англійських термінів: S-social, T-technological, E-economical, P-Political) – методика аналізу ключових елементів макросередовища підприємства: демографічних, економічних, природних, науково-технічних, культурних, політичних;

– SWOT-аналіз (SWOT – аббревіатура початкових букв англійських слів: сила – strength, слабкість – weakness, можливості – opportunity та загрози – threat) – аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів і ситуацій на ринку. Усі дані згодом зводять в одну таблицю (матрицю SWOT-аналізу), що містить чотири основних сектори: сила, слабкість, можливості й загрози;

– визначення ключових показників ефективності (англ. Key Performance Indicators, KPI) – система оцінювання, яка допомагає підприємству визначити досягнення стратегічних і тактичних (операційних) цілей.

Література

1. Гільорме Т. В. Обґрунтування управлінських рішень щодо запровадження технологій енергозбереження на промислових підприємствах: теорія, методологія, практика : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2020. 300 с.

2. Гільорме Т. В. Організація обліку та аудиту на підприємствах в умовах інформаційного простору : монографія. Дніпро : ФОП Дробязко С. І., 2018. 188 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ «SMART CITY» НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ: ДОСЯГНЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ

ЖИВЦОВА Л. І.,

канд. техн. наук., доц.,

БРОВЧЕНКО К. А.,

асистент

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

м. Дніпро, Україна

Постановка проблеми. В останні роки урбанізація та диджиталізація формує сучасний рівень життя людини. Зростає чисельність населення міст, що впливає на міську інфраструктуру. Це змушує владу міст відмовлятися від традиційних підходів управління та переходити до більш гнучкого управління. Управління що засновано на концепції «SMART CITY» (Specific Measurable Achievable Realistic Time) [1]. Концепція, метою, якої є підвищення ефективності всіх міських служб за допомогою використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення безпеки та покращення якості життя жителів міста [2].

Аналіз результатів дослідження. Дослідженню питань реалізації «SMART CITY», щодо питань архітектури розумного міста та його екологічної складової відображені в працях зарубіжних дослідників Л. Антопулуса, Д. Овенсбі-Конте, П. Пальми, Л. Хенса та ін. Вітчизняні дослідники Н. Кунанець, І. Жукович, О. Мацюк, Т. Мужанова, Р. Небесний, О. Рибчинська розглядали соціальні, соціально-комунікаційні, енергозберігаючі аспекти функціонування міст [3]. Досить велика кількість робіт присвячена вивченню поняття «розумне місто». Серед відомих відзначимо: В. Альбіно, Ю. Берарди, Р. М. Дангелико «Умные города: определения, измерения и производительность» (Albino et al., 2015), Т. Нэм, Т. А. Пардо «Концептуализация Умного Города с измерениями технологий, людей и учреждений» (Pardo, 2011), М. Еремия та інші. «Концепция смарт-сити 21

века» (Eremita et al., 2017) та багато інших [1]. Однак, все ж залишаються питання визначення негативних факторів розвитку концепції «SMART CITY» в містах України.

Мета дослідження. Проаналізувати можливості впровадження концепції «SMART CITY» на території України в рамках цифровізації системи управління, визначити її негативні фактори.

Результати дослідження. Українські міста поступово реалізують проекти розвитку «розумних міст» [4]. Влада міст прагне впровадити інноваційні технології із урахуванням іноземного досвіду. Інтелектуальне місто дозволить з'єднати людей, дані та пристрої, щоб створити найкраще місце для життя. Інноваційні технології та знання експертів об'єднують ресурси для підвищення продуктивності у сфері громадської безпеки, руху у місті та моніторингу навколишнього середовища. Використовуючи датчики, Internet of Things [5] та мережі інтелектуальних камер відеоспостереження, дасть органам громадської безпеки можливість керувати ресурсами більш ефективно.

Найактивніше концепція «SMART CITY» реалізується в таких містах як: Київ, Львів, Дніпро, Одеса, Харків, Вінниця, Івано-Франківськ, Полтава, Луцьк, Запоріжжя та багато інших [4, 6, 7].

«SMART CITY» передбачає реалізацію таких проектів:

- **Smart Energy** – проект модернізації мереж електропостачання, який використовує інформаційні та комунікаційні мережі та технології для збору інформації про енерговиробництво та енергоспоживання, що дозволяє автоматично підвищувати ефективність, надійність, економічну вигоду, а також стійкість виробництва та розподілу електроенергії [8].
- **Smart Water and Gas** – проект модернізації водних та газових систем, інноваційних методів очищення води, встановлення інтелектуальних лічильників споживання, що дозволять здійснити не тільки контроль та виявлення витоків, а й керування аварійними ситуаціями [8].

- **Smart Buildings** – проект створення або облаштування окремих будівель, які акумулюють у собі всі інженерні та інформаційні системи та інтегруються в єдину систему управління (BMS — building management system). Така система дозволяє, здійснювати опалення будинку у потрібний період робочого дня залежно від кількості людей у приміщенні, регулювати потужність вентиляційних установок та чистоту повітря, а також автоматично переходити в режим енергозбереження за відсутності людей у будівлі [8, 4].
- **Smart Transportation** – проект створення інтелектуальних транспортних та логістичних систем, які забезпечать моніторинг та управління трафіком, дозволять контролювати оплату дорожніх зборів, реагувати на надзвичайні ситуації, керувати світлофорами. Таке рішення запустило інтелектуальні паркування, послуги індикації та оповіщення на зупинках громадського транспорту. В рамках цього напряму передбачається використовувати автомобілі з низьким рівнем викидів та екологічний громадський транспорт [8, 4].
- **Smart Government** – проект оптимізації роботи різних департаментів, застосування інформаційних технологій з метою надання державних послуг широкому колу осіб. Зокрема, система ProZorro, що створено з метою прозорого та ефективного витрачання державних коштів, запобігання корупції шляхом громадського контролю та розширення кола постачальників [4].

Однак є низька факторів, що можуть стати на перешкоді розвитку «розумного міста» та привести до негативних наслідків [7, 2]:

- витік інформаційних даних, що знаходяться в базі даних «розумного міста»;
- порушення конфіденційності приватного життя;
- технічні несправності у роботі пристроїв, збій баз даних;
- висока вартість програмного забезпечення та необхідного обладнання;

- кіберзлочини, фальсифікація даних, виведення системи безпеки з ладу, запуск вірусного програмного забезпечення;
- відключення електроенергії у разі аварії.

Українським містам знадобиться близько 10 – 15 років, щоб стати «розумним містом», але при достатньому фінансуванні, оскільки проекти передбачають витрати на сучасні технології та якісних спеціалістів, що в межах своєї галузі можуть досягти значних результатів [9].

Висновки. Концепція «SMART CITY» набуває все більшої популярності в містах України цьому сприяє децентралізація, діджиталізація, велика кількість ІТ-фахівців, готовність суспільства до змін. Смарт-сіті – місто, побудоване на принципах сталого розвитку, у якому сучасні технології використовуються для більш ефективного та сталого управління. Це місто з високою якістю життя, мобільністю, дбайливим ставленням до навколишнього середовища, оптимізацією використання ресурсів, вирішенням питань безпеки, підтримкою економічного зростання.

В рамках даної концепції реалізовані вже деякі проекти, зокрема видача довідок про перебування на квартирному обліку, система управління майном, сервіс електронних петицій, система інформування городян, запис на прийом до лікаря, запис дитини до закладів дошкільної освіти, забезпечено діяльність міської системи відеоспостереження з системою розпізнавання обличь, номерів автомобілів. З початку 2020 р. в пологових будинках деяких міст України запущена послуга «Є-малятко», яка дозволяє за допомогою лише однієї заяви батькам отримати послуги у пологовому будинку або онлайн на сайті «Дія».

Розробка інтелектуального міста, «SMART CITY» – це шлях уперед, стратегічний процес, який потребує новизни у підході, плануванні, організації мереж та управлінні міськими підприємствами.

Україна лише почала використовувати переваги діджиталізації та формувати свої SMART-стратегії. Вона має великі перспективи розвитку даної

концепції, але є ризики, які необхідно враховувати та бути до них готовими.

Список використаних джерел

1. Карагулян Е. А., Смарт-Сити — благополучие для всех? / Е. А. Карагулян, О. В. Захарова, М. В. Батырева, Д. Л. Дюссо // Журнал экономической теории. №3.- 2020. – С. 657 – 678. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-3.11>
2. Буракова А. А., Концепция «умный город» и цифровизация городского управления. / А. А. Буракова, Г. А. Банных. – 2019. С. 118 - 123. Режим доступа: https://elar.urfu.bitstream/10995/77066/1/978-5-7996-2729-4_1_28.pdf
3. Тур О.В. Концепція розумного міста як основа забезпечення сталого розвитку територій. / О. В. Тур // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (15) 2018. С. 297 - 300.
4. Приклади 5 населених пунктів в Україні, які реалізують Smart City. / Режим доступу : <https://sites.google.com/site/666smartcity/prikladi-5-naselenih-punktiv-v-ukraieni-aki-realizovuut-smart-city>
5. Zhyvtsova L., *INTERNET OF THINGS (IOT)* в сфері образования. // VII Международная научно-практическая конференция «Topical issues of modern science, society and education» 29-31 січня 2022 р., Харків, Україна. – С. 451- 456.
6. Антонюк І. В., Запровадження програм Smart-City у великих містах: вітчизняний та зарубіжний досвід. / І. В. Антонюк, С. П. Кошова. // Державне управління удосконалення та розвиток. С. 99 -107. DOI: 10.32702/23066814.2021.18.99
7. Позднякова А. М., Впровадження концепції розумних сталих міст в Україні: особливості та рекомендації. // Проблеми системного підходу в економіці. 2019. №2(70) С. 49 - 57 DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-33>

8. Smart City: технологии «умного города» и их целевое назначение. // Аналитика. Режим доступа: <https://everest.ua/ru/smart-city-tehnologyy-umnogo-goroda-y-yh-czelevoe-naznachenye-2/>
9. Muraev E., Ukrainian experience of implementation of the smart-city concept: main achievements and problems. / E. Muraev // Вісник Хмельницького національного університету, № 2. – 2020. – С. 91 – 96. DOI: 10.31891/2307-5740-2020-280-2-17

ФАЗИ АДАПТАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ КОМАНДИ ІТ-ПРОЄКТУ

Л.Л. КАРМАЗІНА

к.т.н., доцент кафедри інтелектуальної власності та управління проектами
Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

Сучасні міжнародні економічні відносини характеризуються інтенсифікацією процесів глобалізації, що спричиняє підвищення рівня конкуренції, скорочення життєвих циклів та формування сучасної системи господарських зв'язків. В таких умовах стає особливо актуальною діяльність гнучких структур (віртуальних організацій, віртуальних команд проєктів і т.д.), які повинні постійно проводити раціоналізацію своєї діяльності та адаптуватися до умов глобалізації. Об'єктом даного дослідження є віртуальна команда ІТ-проєкту (ВКП), від якої глобальне бізнес-оточення вимагає високу культуру спільної роботи в рамках динамічних розкладів, обмеженні вартості та життєвих циклів. Віртуальною командою такого проєкту виступає група людей, що включає замовника, постачальника та виконавців проєкту на чолі з проєктним менеджером, які розташовані в різних місцях світу. Ця команда об'єдналася з метою реалізації програмних проєктів.

Роботу ВКП в такому оточенні назвемо «спільною роботою у віртуальному просторі», яка використовує сучасні інформаційні технології, що дозволяють створювати інтегровані, інноваційні, конкурентні продукти, системи та послуги. Методи та технології управління ВКП мають використовувати одночасно інформаційні, комунікаційні та технології управління проектами. Досягти цього можна шляхом розвитку та вдосконалення цих технологій до рівня, на якому вони могли б ефективно функціонувати разом. Багатовимірність спілкування за допомогою інтернет-технологій зумовила утворення нових конфігурацій класичних вимірювань комунікаційного процесу. Інтернет – це мультікластерний засіб масової

комунікації, який означає множинність різних конфігурацій спілкування [1, с. 6-7]. В [1, с. 6-7] відзначається, що «Інтернет змінює властивості традиційної моделі масових комунікацій «джерело – повідомлення – одержувач», формуючи абсолютно нові поєднання відомих у психології законів та ефектів інформаційного обміну». Дослідники у галузі віртуальних організацій М. Уорнер та М. Вітцель виділяють такі проблеми, що породжуються внаслідок гнучкості віртуальних організацій, це проблеми контролю та підзвітності, невміння персоналу контактувати у мережах, що веде до зриву планів [2]. А одним із критичних моментів інформаційного обміну при спільній роботі над проектом для ВКП є помилки, що виникають під час сприйняття та обробки інформації щодо проекту. Метою взаємовідносин між учасниками ВКП є прагнення повного порозуміння для ефективного прийняття рішень, що виникають у ході реалізації проекту.

Щоб прискорити включення учасників ВКП до спільної роботи у віртуальному просторі, пропонується розробити алгоритм адаптації, який б дозволив ефективно працювати в умовах швидких змін зовнішнього та внутрішнього оточення, що спричиняються розвитком інформаційних та комунікаційних технологій та засадами віртуального співробітництва. Адаптація ВКП складається з трьох фаз: фаза розробки, фаза навчання, фаза застосування.

Фаза розробки включає аналіз компетенцій, необхідних для реалізації проекту у віртуальному просторі, та розробку методичного забезпечення щодо адаптації ВКП для застосування компетенцій у реалізації ІТ-проектів на базі віртуального офісу (програми, практичні рекомендації, системи адаптації і т.д.) Для проведення аналізу компетенцій необхідні наступні дані: 1) інформація про проект, на базі якого виконується аналіз (список робіт проекту розробки програмного продукту: область охопту проекту, аналіз та вимоги до програмного забезпечення, проектування, розробка, тестування, навчання, документація, пілотний етап); 2) список функцій учасників ВКП, де функція – це роль, яка виконується суб'єктом чи об'єктом в сфері розробки програмного

забезпечення; 3) компетенції учасників ВКП. Згідно [3] «компетенція» - це продемонстрована здатність застосовувати знання та/або навички та особисті якості там, де це доречно. В [3] виділено три види компетенцій керівника проєкту. Вони включають в себе технічні, поведінкові та контекстуальні компетенції. Технічні компетенції, призначені для опису основних елементів знань у сфері управління проєктами. Цей блок компетенцій охоплює суть управління проєктами (20 технічних компетенцій). Поведінкові компетенції, призначені для опису особистісних елементів знань у сфері управління проєктами. Цей блок компетенцій містить відношення та навички керівника проєктів (15 поведінкових компетенцій). Контекстуальні компетентності призначені для опису елементів знань у сфері управління проєктами, що пов'язані з контекстом проєкту. Цей блок компетенцій охоплює знання керівника проєкту, які стосуються побудови відносин з організаціями лінійного типу управління, а також його здатність функціонувати в організації проєктного типу (11 контекстуальних компетенцій). Згідно [3] всі компетенції мають однакову вагу. Але в окремих ситуаціях чи видах проєктів деякі компетенції можуть стати ключовими. Таким компетенція необхідно приділити особливої уваги. Для виявлення ключових компетенцій пропонується використати метод, який описано в [4].

Наступною йде фаза навчання, яка присвячена ознайомленню учасників ВКП з розробленим методичним забезпеченням щодо адаптації для реалізації проєктів у віртуальному оточенні, новим технологіям та професіоналізму. Навчання може бути як колективне (відео конференції, тренінги і т.д.), так і індивідуальне (робота зі своїм наставником чи самостійна). Ключовим для роботи в віртуальному оточенні є розвинути високий рівень довіри серед учасників ВКП. У територіально розосередженій команді розвиток довіри відбувається дуже швидко, т.к. комунікаціям та взаємодії приділяється велика увага. Пришвидшити налагодження ефективного процесу в команді проєкту допоможе створення єдиного тезаурусу ВКП та подальше його використання в системі контролю тезаурусу повідомлення. Єдиний тезаурус проєкту (ЄТП) –

це термінологічний ресурс команди проєкту, реалізований як словник понять і термінів у проєкті зі зв'язками між ними. Основне призначення тезаурусу – допомога у сприйнятті інформації щодо проєкту. Зміст системи контролю тезауруса повідомлення полягає в тому, що після складання повідомлення укладач перевіряє тезаурус повідомлення на предмет присутності всіх ключових понять проєкту, що використовуються в ЄТП. Якщо система визначає наявність термінів, що не входять до ЄТП, ці терміни з описовими до них статтями необхідно додати до ЄТП. ЄТП та система контролю тезауруса повідомлення допомагають створити єдиний інформаційний простір віртуальної команди проєкту [5].

Фаза застосування включає використання систем адаптації ВКП з її навичками та практичним досвідом. Також можливе використання досвіду інших проєктних команд. Зібрані знання за час можуть бути зібрані в основу знань - корпоративний стандарт віртуальної команди проєкту.

Виконувати фази адаптації ВКП слід послідовно в часі з детальним попереднім плануванням зумовлених вимог до виконання проєкту. Неточність будь якої вимоги або некоректна його інтерпретація в результаті призводить до того, що доводиться повертатись до ранньої фази моделі, і необхідна переробка не просто вибиває проєктну команду з графіка, але часто призводить до якісного зростання витрат.

Література

1. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія / О.М.Немеш. Київ: Слово, 2017. – 391 с.
2. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новая форма ведения бизнеса в XXI веке: веб-сайт. URL: <https://coollib.com/b/151570-malkolm-uorner-virtualnyie-organizatsii-novaya-forma-vedeniya-biznesa-v-xxi-veke/read>
3. Бушуев С. Д. Управление проектами: Основы профессиональных знаний и система оценки компетентности проектных менеджеров /

С. Д. Бушуев, Н. С. Бушуева (National Competence Baseline, NCB UA Version 3.0). - К. : ІРІДУМ, 2006. – 208 с.

4. Демин Г.К. Выявление ключевых коммуникационных барьеров в проекте. / Г.К. Демин, Л.Л.Кармазина, В.В. Малый // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ПДАБіА, 2008. - № 9 – С.40-45.
5. Кармазина Л.Л. Система контроля тезауруса сообщения как инструмент преодоления семантического барьера виртуальной команды проекта. / Л.Л. Кармазіна. // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Нові рішення в сучасних технологіях. Харків: НТУ «ХПІ-2010. №57 – С.145-149.

**ІННОВАЦІЙНІ МЕДИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РАМКАХ СУЧАСНОЇ
ПАРАДИГМИ УПРАВЛІННЯ**

С.О. КІЖАЄВ

кандидат технічних наук, доцент кафедри інноваційної інженерії
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», (м. Дніпро)

Міжнародна академія біоенерготехнологій при ЮНЕСКО,
Центр українсько-європейського наукового співробітництва

В.О. ПЕТРЕНКО

д.т.н., професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління
проектами Українського державного університету науки і технологій

(м. Дніпро)

А.В. МАЗУР

директор Комунального некомерційного підприємства «Центр первинної
медико-санітарної допомоги» Новомосковської районної ради»,

(м. Новомосковськ Дніпропетровської області)

МАЗУР Н. В.

Лікар вищої кваліфікаційної категорії
«Центр інформаційної медицини Медім», м. Дніпро, Україна

Категорію парадигми ввів у науку на початку 60-х років ХХ ст. відомий американський історик і філософ Т. С. Кун, маючи на увазі визнані всіма наукові досягнення, які впродовж відповідного часу дали науковому співтовариству модель постановки проблем і їх рішень. Парадигма - це набір правил, принципів і система понять, тобто теоретична модель дослідження, яку використовують як зразок постановки, обґрунтування, та вирішення певної проблеми [1-2].

Нова парадигма суспільного розвитку включає в себе функції з акцентом на нематеріальні здобутки (інтелект, інформація, знання), соціальні

та екологічні цінності на основі використання сучасних технологій. Розвиток глобальної екосистеми здійснюється шляхом розвитку таких процесів як інтелектуалізація, цифровізація, соціалізація, екологізація, тощо, які разом утворюють загальну тенденцію розвитку нової «розумної» економіки [3].

Парадигма управління є змінною системою і перебуває в постійному розвитку. Виділяють чотири типових етапи її формування. 1-й етап – криза (невідповідність вимогам) настає, коли парадигма не відповідає вимогам сучасності; 2-й етап – революція (накопичення рівня аномалій). Коли рівень аномалій продовжує накопичуватись, а парадигма управління сповна не виконує своїх функцій, тоді відбувається її заміна, тобто революція; 3-й етап – формування (зародження нової парадигми управління); 4-й етап – утвердження (визнання і прийняття нової парадигми управління) [4].

Суть парадигми охорони здоров'я полягає у сукупності прийнятих суспільством і професійним медичним співтовариством знань та методологічних підходів до вирішення проблем здоров'я. При цьому способи досягнення цієї мети змінювалися протягом століть, охоплюючи весь спектр підходів – від емпірики до системного аналізу [5].

Кардинальні зміни наших уявлень про формування здоров'я призвели до перегляду існуючої парадигми охорони здоров'я, зміни самої її концепції. Традиційна модель заснована на чіткому безальтернативному розумінні категорії «здоров'я» і «хвороба», що передбачає нібито стрибкоподібний перехід від фізіологічного стану до патологічного (рис. 1) [5].

Нова парадигма охорони здоров'я заснована на теорії медицини граничних станів (рис. 2) і враховує дисфункціональні порушення, що носять донозологічний характер. Вона передбачає зміщення акцентів від понять норма і патології до понять донозонологія, а також від лікувального напрямку медицини до профілактичного. Дані відхилення можуть бути виміряні, оцінені та систематизовані [5].



Рис. 1. Існуюча парадигма охорони здоров'я:
 1 – виявлення та усунення чинників ризику;
 2 – клінічна діагностика, лікування, реабілітація;
 3 – відновлення здоров'я



Рис. 2. Нова парадигма охорони здоров'я:
 1 – виявлення та усунення чинників ризику,
 2 – діагностична та корекційно-функціональна діагностика;
 3 – відновлення здоров'я

Концепція побудови нової національної системи охорони здоров'я України передбачає 7 основних напрямів розвитку системи охорони здоров'я: лідерство, управління, фінансування, кадрове забезпечення, медичне обслуговування, громадське здоров'я, доступ до лікарських засобів [6].

В сучасності медицина наголошує на боротьбу з вже існуючими проявами хвороби, не завжди глибоко вникаючи в причини її появи, тому механізми розвитку патології залишаються не до кінця з'ясованими, а лікування не дає довгострокового ефекту і є тимчасовим заходом [7].

Медицина майбутнього має бути спрямована на запобігання появі хвороб та включати чотири складові (автор створення 4P медицини професор Лерой Худ); **Прогноз.** Прогнозування хвороби на основі геному та індивідуальних характеристик організму. **Профілактика.** Знаючи характер прогнозованої патології, з впровадженням нових підходів можна запобігти хворобі, поки людина ще здорова. **Персоналізація** – індивідуальний підхід до кожної людини. **Партисипативність**, тобто. активну участь самого пацієнта та залучення різних фахівців [7].

Нова парадигма, сенс якої полягає в тому, щоб не допустити розвитку хвороби, періодично вимірюючи рівень здоров'я, зараз обговорюється в усьому світі. Це дає можливість контролювати та запобігати розвитку хвороби і, що особливо важливо, керувати індивідуальним здоров'ям індивіда [7].

Однією з необхідних умов втілення медицини майбутнього є отримання, аналіз та застосування великої кількості даних про людину, необхідних для

вирішення складних клінічних проблем. Для цього знадобиться постійне генетичне та біохімічне тестування з широким використанням інформаційних технологій. Відповідно зростає потреба в аналітичних інструментах, таких як універсальна та спеціалізована обчислювальна техніка, штучні інтелектуальні системи, які можуть експлуатувати складні відношення між цими змінними та когнітивні інтелектуальні системи, здатні виконувати професійні функції на рівні інтелекту людини [8-11].

В умовах ринкової економіки для успішного розвитку сфери охорони здоров'я також необхідно застосування сучасних методів для оцінки ефективності роботи медичних установ. Відштовхуючись від відповідних теоретичних положень та методології можна сформувати оптимальну для конкретного медичного закладу систему оцінки ефективності. Для її успішної роботи необхідні професійні менеджери, які здатні використовувати сучасні інформаційні технології управління [12].

Інтенсивне впровадження сучасних енерго-інформаційних технологій в медицину і охорону здоров'я є вкрай актуальним, тому що різко підвищує кваліфікаційний рівень медичного персоналу, забезпечує надання високоякісних послуг пацієнтам та підвищує ефективність роботи медичних закладів.

Література:

1. Кун. Т. Структура научних революцій / Т. Кун. — М.: АСТ, 2002 — 605 с.
2. Менеджмент: понятійно(термінол. слов. [авт.(уклад. Щокін Г.В., Головатий М.Ф., Антонюк О.В., Сладкевич В. П.]. — К.: МАУП, 2007 — 744 с
3. Kalenyuk I., Tsymbal L., Uninets I. (2021). Intelligent drivers of smart economy in the global ecosystem. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 7. № 2. Pp. 91-100. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-2-91-100>.
4. К. Е. Шумовська Еволюція парадигми управління і соціальні зміни Журнал “Економіка та держава” № 1 2012, стор. 79 – 81 <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=1681&i=19>].

5. Лісовий В.М. Медицина граничних станів та нова парадигма охорони здоров'я / В.М. Лісовий, В.О. Коробчанський, О.В. Веремієнко // Медицина сьогодні і завтра. – 2015. №2 (67) – С. 147-152.
6. [Устінов О.В.](#) Експертний погляд на систему охорони здоров'я: кадрова криза та недолугі управлінські рішення /Український медичний часопис [1\(1\) \(123\) – I/II 2018](#) / <https://www.umj.com.ua/article/119853/ekspertnij-poglyad-na-sistemu-ohoroni-zdorov-ya-kadrova-kryza-ta-nedolugi-upravlinski-rishennya>]
7. Геннадий Апанасенко Медицина 4Р: новая парадигма здравоохранения Информационно аналитический еженедельник Зеркало недели [Выпуск № 29, 12 августа-18 августа 2017г.](#) / <https://zn.ua/HEALTH/medicina-4r-novaya-paradigma-zdravoohraneniya-cto-my-poteryali-256876.html> .
8. Кіжаєв С.О. Інтелектуальні системи в управлінні медичними технологіями і якістю життя / Кіжаєв С.О., Петренко В.О., Мазур Н.В., Білецький В.В., Мазур А.В., О.І. Дуднікова О.І. // Журнал «*Медичні перспективи*» 2021 XXVI, №1 Науковий журнал Дніпровського державного медичного університету (категорія А). 2021. С.18-30. DOI: <https://doi.org/10.26641/2307-0404.2021.1.227724> <https://orcid.org/0000-0001-6545-0545>
9. Кижаев С.А., Мазур Н.В. Искусственный интеллект в медицине: функциональные возможности Комплекса Медицинского Экспертного / Медицина XXI століття: перспективні і пріоритетні напрями наукових досліджень: Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 24-25 липня 2020 р.) – Дніпро : Організація наукових медичних досліджень «Salutem», 2020. – С. 68-77.
10. Artificial intelligence in medicine / AN Ramesh, C Kambhampati, JRT Monson, PJ Drew -Ann R Coll Surg Engl2004; 86: 334–338 doi 10.1308/147870804290 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1964229/pdf/15333167.pdf>.
11. Кіжаєв С.О., Мазур А.В., Петренко В.О. Енерго-інформаційна інтелектуальна система «КМЕ ANTI-AGE», як інструмент управління активним довголіттям. International scientific conference «Modern medicine: the

use of creative industries in the healthcare system»: conference proceedings (December 28-29, 2021. Lublin, the Republic of Poland). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. 190 pages. Pp. 166-171. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-182-4-45>.

12. Алшарф Ібрагім А.М., Гончарук А.Г. Методологічні аспекти оцінки ефективності роботи медичних установ. Соціально-економічний та технічний розвиток підприємств: проблеми, рішення, оцінка ефективності: монографія/ за заг. ред. Л.М.Савчук. Дніпропетровськ: Пороги, 2016. 553 с. С. 254-260.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ВИДАВНИЧОГО ПРОЦЕСУ

Н.В. КОСЕНКО¹, Ю.О. МОРЦАВКА²

¹ к.т.н., доцент, доцент кафедри управління проєктами в міському господарстві і будівництві Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

² студент ННІЕіМ кафедри управління проєктами в міському господарстві і будівництві Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

Людський капітал є ключовою конкурентною перевагою в сучасному світі. Видавнича галузь у цьому випадку не є винятком з правил. Система управління людським капіталом видавничого процесу традиційно має значну специфіку, яка включає особливості функціонування всіх ключових управлінських підсистем на локальному рівні видавничої організації, у тому числі підсистем найму (підбору, набору, відбору), адаптації, мотивації, навчання та розвитку, оцінки. Ключову роль успішної діяльності видавничої організації грає формування унікальної корпоративної культури, спрямованої на досягнення відповідного результату, а саме підготовки і випуску видавничої продукції. Ця процедура, як відомо забезпечується основними учасниками видавничого процесу: автор видання або перекладач, редактор, у тому числі головний, коректор, художній редактор, технічний редактор, верстальник, складач та ін.

У видавничій галузі якість видавничого процесу формується на всіх етапах виробничо-технологічної діяльності пов'язаної з виданням видавничої продукції. Підготовка видавничої продукції до видання не може розглядатися як змодельований процес, який застосовує однотипні правила і прийоми роботи над рукописом відповідного видання. Підготовчий процес будь-якого видання завжди має творчу спрямованість, при цьому має певні взаємопов'язані дії, які забезпечують незмінний порядок видавничої діяльності – прийоми, механізми і методи досягнення необхідних результатів господарювання [1].

Сучасний видавничий процес у видавничій галузі поділяється на наступні етапи, які наведено на рисунку 1 [2].



Рисунок 1 - Сучасний видавничий процес [2]

Базовою складовою, яка відрізняє видавничу діяльність від інших видів підприємницької діяльності бізнесу є наявність автора видавничої продукції. Видавець створює видавничий продукт, який належить, як правило, автору.

Необхідно відмітити, що надійну основу всіх процесів у видавничій галузі забезпечує саме управлінський персонал який зобов'язаний доступно та неупереджено формулювати базові цілі працівникам, які задіяні у видавничому процесі, виокремлювати особливості особистості й адекватно їх оцінювати, підтримувати необхідний морально-психологічний клімат, знімати стреси, згладжувати конфліктні ситуації, які притаманні господарській діяльності.

Для таких співробітників повинна розроблятися певна процедура, що

визначає Систему оцінки компетенцій фахівців, які задіяні або можуть бути задіяні у реалізації проєкту та шляхом призначення на проєктні ролі.

Ця процедура визначає рекомендовані способи та дії щодо визначення рівня компетентності фахівців згідно профілю компетенцій, визначеного для кожної проєктної ролі.

Завданнями цієї процедури є:

- визначення елементів Системи оцінки: суб'єкти (кого оцінюємо, хто оцінює), об'єкти (що оцінюємо) та процес оцінки (як оцінюємо);
- визначення профілю компетенцій для виділених суб'єктів оцінки;
- опис порядку проведення оцінки компетенцій та визначення рівня компетентності.

Метою оцінки компетенцій є підвищення якості та ефективності управління проєктами за рахунок:

- отримання об'єктивної картини поточного рівня компетентності спеціалістів, які виконують проєктні ролі;
- виконання рекомендацій щодо підвищення рівня компетентності, підготовлених на основі інформації, отриманої в результаті оцінки.

На підставі такої оцінки компетенцій розробляється модель компетенцій проєктних ролей команди проєкту. Модель компетенцій проєктних ролей є інструментом розвитку співробітників, залучених до проєктів, що є учасниками команд проєктів та виконують певні рольові інструкції в проєктах.

Література

1. Морщавка Ю.О. Системна характеристика видавничого процесу. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Том 18. Вип. 1 (41), 2019. С.208–221.
2. Морщавка Ю.О. Забезпечення стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки: монографія / Ю.О. Морщавка – Київ: Парлам.вид-во, 2020. – 152 с.

**ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВНЕ УПРАВЛІННЯ
У МЕДИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ
Н.В. КОСЕНКО¹, К.В. ШКОДА²**

¹ к.т.н., доцент, доцент кафедри управління проєктами в міському господарстві і будівництві Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

² студент ННІЕіМ кафедри управління проєктами в міському господарстві і будівництві Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

В останні роки уряд України активно шукає нові механізми, які могли б забезпечити створення, впровадження та подальше поширення інноваційних технологій у найрізноманітніших сферах народного господарства. У зв'язку з цим особливо актуальним стає питання розробки та впровадження у практичну діяльність охорони здоров'я нових інноваційних технологій. Саме в цій галузі потреба у нововведеннях особливо велика. Це пов'язано з тим, що підвищення доступності та якості медичної допомоги неможливо забезпечити без використання нових високотехнологічних методів.

Як один із перспективних підходів в управлінні організаціями у сфері охорони здоров'я слід розглядати процесно-орієнтований підхід. Управління засноване на цьому підході розширює свої межі та включає додаткові завдання [1]:

- вивчення причин відхилення від встановлених на певний клас якості процесів;
- вивчення причин відхилення фактичних витрат від запланованих;
- розробка та реалізація програми профілактичних заходів щодо попередження можливих причин невідповідності та оцінка витрат на цю програму.

Ключовим поняттям процесно-орієнтованого управління у медичних організаціях є термін «бізнес-процес». З точки зору охорони здоров'я технологія реінжинірингу бізнес-процесів – це концепція управління, що змінює методи та процедури в організації, що існують зараз, та їхню взаємодію у майбутньому.

Сучасні процесно-орієнтовані методи управління та, зокрема, реінжиніринг бізнес-процесів, на відміну від традиційної ієрархічної організації діяльності та принципів функціональної організації, що застосовуються у медичних установах, базуються на використанні корпоративних правил та вивірених, чітко прописаних процесів, включених до інформаційно-аналітичної системи. Вони об'єднують медичні, технічні дані, економічні та інформаційні потоки в рамках єдиної автоматизованої системи, забезпечуючи цим досягнення корінних поліпшень в основних актуальних показниках діяльності організацій: вартості, якості, сервісі та швидкості.

Аналіз та моделювання діяльності компанії на основі бізнес-процесів, що протікають у ній, дозволяє оперативно змінювати і доопрацьовувати технології, модернізувати інформаційну систему. Бізнес-процеси у сфері охорони здоров'я трактуються як складові єдиного технологічного процесу, який передбачає використання найбільш ефективних за результативністю та ефективності методів діагностики та лікування з врахуванням усіх існуючих методик, індивідуальних особливостей пацієнта та перебігу захворювання, а також матеріальних, кадрових та інших медичних ресурсів установ.

Процесно-орієнтоване управління у лікувально-профілактичних установах передбачає широке делегування повноважень та відповідальності виконавців, що забезпечує зменшення кількості рівнів прийняття рішень та поєднання принципу цільового управління з груповою організацією праці, а також підвищену увагу до питань забезпечення якості медичних послуг. Цей метод дозволяє оперативно змінювати та доопрацьовувати технології, безболісно модернізувати інформаційно-аналітичну систему медичної організації.

Література

1. Мартынюк Е. Проблемы оценки эффективности систем управления бизнес-процессами / Е. Мартынюк // Institutionelle Grundlagen für die Funktionierung der Ökonomik unter den Bedingungen der Transformation: Sammelwerk der wissenschaftlichen Artikel. – Nürnberg: Deutschland, 2014. – Vol. 1: Verlag SWG imex GmbH. – 348 p. – P. 240–243.

ПРОЄКТИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА БАЗІ КОНЦЕПЦІЙ СМАРТ СІТІ ТА СМАРТ ПОРТ

О.О. ЛАПКІН

здобувач рівня PhD за освітньо-науковою програмою Управління проектами
Одеського національного морського університету (м. Одеса)

Останнім часом доволі поширеною концепцією, що сприяє активним інноваціям і розвитку інформаційної підтримки на рівні окремого міста, є Смарт Сіті (Smart City, Розумне місто). Ідея Смарт Сіті виникла в кінці минулого сторіччя, остаточно сформувалась з початку 2010-х років, а у теперішній час перелік сучасних міст, перш за все, мегаполісів, які будують свою систему управління та розвитку на основі цієї концепції, постійно доповнюється. До таких міст відносяться Сінгапур, Гельсінкі, Цюріх, Окланд, Осло, які посіли відповідні перші місця за результатами рейтингу швейцарського Міжнародного інституту управлінського розвитку (IMD Business School), опублікованому 17 вересня 2020 р. До 2020 р. індустрія Смарт Сіті перетворилась в активний ринок з 400 млрд. дол. і 600 містами по всьому світу. Саме на такі міста, відповідно даним досліджень McKinsey, до 2025 р. припаде внесок до 60% світового ВВП.

До функціональних галузей Смарт Сіті входять Смарт Енергія (усі види енергопостачання, у тому числі альтернативні); Смарт Транспорт (міський та приміський транспорт та відповідні транспортні потоки; транспорт загального та особистого користування всіх видів; структура місць для паркування авто тощо); Смарт Вода та Газ; Смарт Міське середовище; Смарт Дім (житлові та торгові будівлі, промислові зони, зони відпочинку тощо). Технічне та технологічне забезпечення будується на основі розгалуженої системи датчиків, сенсорів, відео-камер, мобільних бездротових мереж, алгоритмів динамічного аналізу вхідних інформаційних потоків. Вихідна інформація призначена надавати повний та всебічний опис міського середовища для прийняття рішень

з удосконалення та розвитку.

Управління транспортною складовою здійснюється за оптимізаційними алгоритмами скорочення відстані та часу пересування пасажирів та матеріальних потоків, оптимізації використання пасажиромісткості та вантажомісткості (вантажопідйомності) транспортних одиниць, ін. Використання переваг IoT (Інтернету речей) в режимі реального часу відкриває широкий спектр можливостей для визначення стратегічних і оперативних цілей з подальшим вирішенням таких проблем, як, наприклад, збільшення пропускної спроможності транспортних магістралей, зміни транспортної напруги на окремих ланках маршрутів різних видів транспорту, введення в дію альтернативних маршрутів або видів транспорту з урахуванням фактору сезонності.

Новаторська концепція Смарт Порт (Smart Port, Розумний порт) була ініційована в порту Гамбург в 2012 р. [1]. До складу інтелектуальних портів у теперішній час відносяться Антверпен, Барселона, Гамбург, Лос-Анджелес, Монреаль, Пусан, Роттердам, Сінгапур, ін. Загалом у світі нараховується 33 мегаполіси (з більш ніж 10 млн. мешканців), при чому 25 з них – портові міста, через які проходять біля 25% світового об'єму контейнерних перевезень. Але це відноситься лише до дуже великих міст, у той же час концепція Смарт Порту вибудовується й у містах з значно меншою кількістю населення.

Типовими завданнями, що вирішуються з використанням великих та відкритих даних у рамках Смарт Порту, є управління портовими операціями, такими як, наприклад, управління даними о суднозаходах, призначення вантажних воріт, відстеження вантажних місць та небезпечних вантажів. Зростання розмірів сучасних транспортних і круїзних суден, обсягів перевалки вантажів та обслуговування пасажирів безпосередньо призводять до виникнення нових проблем, технологічне вирішення яких на основі IoT покращує складську логістику, управління запасами, дозволяє автоматизувати процеси навантаження, вивантаження, відправлення і транспортування [2].

Порт Салоніки є прикладом Смарт Порт-Сіті [1], тобто поєднання обох

концепцій - Смарт Сіті та Смарт Порту. У цьому випадку використовуються прозорі інтегровані дані з двох відповідних джерел їх виникнення – міста та порту, а портове місто розглядається як цілісний суб'єкт, що ініціює ефективні дії, збалансовані інтересами муніципальних органів влади та портової адміністрації. Такі дії цілеспрямовані на стримування кліматичних змін, застосування енергоефективних технологій, сталу мобільність, удосконалення системи управління, забезпечення здоров'я і якості життя людей та захисту довкілля. В усіх цих напрямках особливе місце посідають міські та транзитні транспортні засоби, основна частина яких продовжує працювати на паливі з суттєвими викидами в атмосферу шкідливих речовин, забруднення від яких має небезпечні наслідки для людей та всієї екосистеми. До уваги слід прийняти як громадський транспорт і транспортні засоби особистого користування, та також, що найбільш важливе, – вантажні перевезення регулярного характеру. Таке небезпечне становище значною мірою простежується в тих портових містах, де розташування порту безпосередньо біля житлових кварталів має свої певні наслідки (як наприклад, це історично склалося в Одесі [3]).

Зробити місто та порт розумними має на увазі не тільки цифрове поєднання всіх складових зсередини міста та порту, а й багаторівневе співробітництво між державними органами, підприємствами, міською спільнотою.

На макрорівні моделі розвитку транспортної складової міського середовища у безпосередньому зв'язку з розвитком портового виробництва включають: оптимізацію міського простору для транспортних потоків та потоків людей для забезпечення міської мобільності і виробничих потреб порту; планування і координацію видів транспорту на рівні міста з урахуванням центрів утворення вантажних (порт) та пасажирських (агломерації) потоків; використання традиційних (тролейбуси, трамваї, автобуси, маршрутні таксі, автомобілі, метро) та альтернативних видів транспорту (водний міський транспорт, канатні дороги, монорельс, автономні транспортні засоби [4], велосипеди, самокати, гіроскутери тощо), проектування

дорожньої інфраструктури; використання інформаційних засобів моніторингу

Теоретичною базою, яка об'єднує обидві концепції відносно управління містом та портом, є логістика, технологічною - її сучасний смарт напрямок (Smart Logistics) (рис.) зі спрямуванням на використання великих даних (Big data), IoT, відкритих даних (Open data), цифрового злиття фірм, crowd-рішень для «останньої милі», роботизації транспорту і складування, технології Blockchain і смарт-контрактів, упровадження платформ штучного інтелекту і машинного навчання [5].

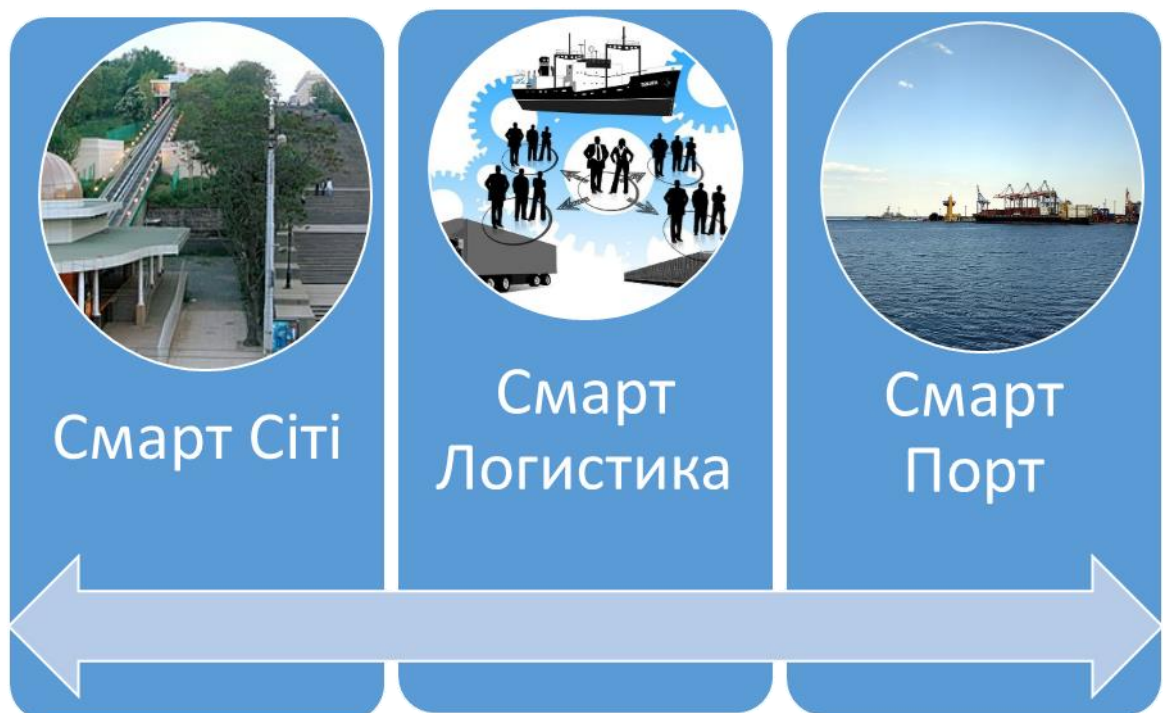


Рисунок. Складові Смарт Порт-Сіті.

Концепція Смарт Порт-Сіті містить широке поле ініціатив для R&D (Research & Development) проектів, тобто відповідних НДДКР (науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт) з отримання нових знань, технологій, систем, продуктів та послуг для забезпечення перспективних напрямків розвитку міст та портів для забезпечення раціонального управління, оптимальних витрат ресурсів, підвищення цінностей міського середовища та ефективності результатів портової виробничої діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. [Lacalle I., Belsa A., Vaño R., Palau C.E.](#) Framework and Methodology for

Establishing Port-City Policies Based on Real-Time Composite Indicators and IoT: A Practical Use-Case. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7435889/>

2. Ильин И.В., Ян К., Вейгел Ю., Калязина С.Е. Внедрение Цифровых технологий для сотрудничества Smart City и Smart Port.

https://business.spbstu.ru/userfiles/files/VNEDRENIE_TsIFROVYKh_TEKhNOLOGIJ_DLYa_SOTRUDNICHESTVA_SMART_CITY_I_SMART_PORT.pdf

3. Лапкін О.О. Проблеми транспортної інфраструктури Одеси та проекти для їх вирішення / Вісник ОНМУ: Зб. наук. праць. – Одеса: ОНМУ, 2019. – Вип. 3 (60). – С. 109-123. <http://visnyk.onmu.odessa.ua/index.php/1/article/view/46>

4. Лапкін О.О. Проекти розвитку автономного торгового судноплавства/ Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій. Том 4: зб. наук. праць. – Одеса: КУПІРІЄНКО СВ, 2021. – С. 100-104.

5. Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. - 440 с.

**МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В
ПРОЕКТАХ**

І.О. ЛАПКІНА

д.е.н., професор, зав. кафедри управління логістичними системами і проектами
Одеського національного морського університету (м. Одеса)

В.І. ГЛАВАТСЬКИХ

здобувач рівня PhD за освітньо-науковою програмою Управління проектами,
асистент кафедри управління логістичними системами і проектами Одеського
національного морського університету (м. Одеса)

В теорії управління проектами (УП), згідно стандартів «Керівництва з питань проектного менеджменту» (5-те видання) [1], визначено 10 галузей знань. Питання, що стосуються управління ресурсами в проектах, пов'язані зі змістовою частиною таких галузей: управління змістом проекту, його часом, вартістю, якістю, людськими ресурсами, закупівлями та ризиками. Отже, ресурсна база є об'єднуючою для вказаних вище галузей знань, а також багато в чому визначає характер прийнятих рішень в управлінні конкретним проектом.

Спираючись на [2], виділяємо наступні два основні типи ресурсів:

- Невідтворювані, складовані, накопичувальні ресурси у процесі виконання робіт використовуються повністю, їх повторне використання неможливе. Не використані у даний відлік часу, вони можуть бути використані у подальшому. Такі ресурси можливо накопичувати з подальшим використанням запасів. До цього типу ресурсів відносять ресурси типу «енергія» (паливо, предмети праці, засоби праці одноразового використання, а також грошові кошти).

- Відтворювальні, нескладовані, ненакопичувальні ресурси у ході роботи зберігають свою натурально-речову форму та по мірі використання можуть використовуватись для інших робіт. Якщо ці ресурси простоюють, то

їх не використана властивість до функціонування у даний відлік часу не компенсується у майбутньому, тобто вони не накопичуються. Ресурси цього типу називають ресурсами типу «потужність» (люди та засоби праці багаторазового використання: машини, механізми, станки тощо).

Поняття «ресурс» взаємопов'язане з поняттям «робота», оскільки ресурси співвідносяться з певними роботами, що виконуються в запланованій послідовності, відповідної календарному плану-графіку робіт з проекту.

Базуючись на [1, с.25,307], управління матеріальними ресурсами проекту включає такі процеси: планування ресурсів (визначає, яким чином виконувати оцінку, придбання і використання матеріальних ресурсів проекту); оцінку ресурсів операцій (визначає тип і кількість матеріалів, устаткування та витратних матеріалів, необхідних для виконання робіт проекту); придбання ресурсів (забезпечує долучення устаткування, засобів та матеріалів, у тому числі витратних, та інших ресурсів, необхідних для виконання робіт проекту); контроль ресурсів (забезпечує доступність визначених відповідно до плану та виділених для проекту матеріальних ресурсів, а також моніторинг запланованого та фактичного використання ресурсів і виконання коригуючих дій).

Планування ресурсного забезпечення проекту (рис. 1.1) є однією з найважливіших задач менеджера, а також засобом перерозподілу ресурсів між роботами, що дозволяє домогтися прийняттого графіка робіт.

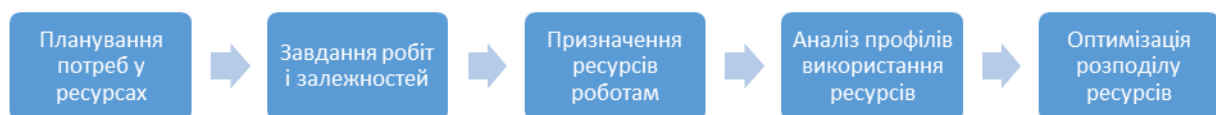


Рис. 1.1 – Процеси планування ресурсів.

Процеси планування починаються до затвердження обсягу робіт, тривають в ході виконання проекту і внесення змін. Кожна фаза життєвого

циклу проекту передбачає певний вид планування з властивими йому методами та інструментами. У складі процесів планування проводиться збалансований аналіз комплексів робіт і ресурсів, що споживаються, з урахуванням обмежень, а також прогнозний розподіл ресурсів на основі графіків потреби. Планування ресурсів в проекті - основа визначення в часі потреб в ресурсах, необхідності укладення контрактів із закупівель, планування поставок ресурсів, а також розподілу доступних ресурсів по роботах проекту [3].

Існують два основні *методи планування ресурсів проекту*: ресурсне планування за обмеженнями у часі, планування за обмеженнями у ресурсах.

Перший метод передбачає фіксовану дату закінчення проекту і призначення додаткових ресурсів на періоди перевантажень. Другий метод припускає, що спочатку задану кількість доступних ресурсів не може бути змінено; це і є основним обмеженням проекту.

Можливі ситуації, коли ресурси, які призначаються на конкретну роботу, є основним фактором, що визначає терміни її початку і закінчення. У цьому випадку ресурси мають власні ресурсні календарі, згідно з якими здійснюється виконання роботи. При призначенні роботам обмежених ресурсів необхідно враховувати межі споживання кожного виду ресурсів, що в подальшому дозволяє проводити аналіз профілів їх використання. Існуючі програмні продукти для календарно-мережевого планування підтримують такі режими споживання ресурсів: нормальний та максимальний.

З метою оптимального розподілу ресурсів і, зокрема, вирішення ресурсних конфліктів використовуються *методи вирівнювання*, які враховують межі споживання ресурсів та дозволяють використовувати їх найбільш ефективно. Вирівнювання усуває пікові навантаження і встановлює рівень використання нижче максимальної межі, зміщуючи виконання деяких робіт на більш пізні дати.

Ресурси виступають як забезпечуючі компоненти робіт в проекті та включають виконавців, енергію, матеріали, обладнання, тощо. Відповідно, з

кожною роботою можна зв'язати функцію потреби в ресурсах і розрахувати методами календарного планування потреби в ресурсах для проекту в цілому, а методами вирівнювання забезпечити відповідність потреб наявності або можливостям забезпечення ресурсами.

Планування являє собою циклічний процес. Він починається з найбільш загального визначення цілей, рухається до більш детального опису того, коли, як і які роботи мають бути виконані для досягнення поставлених цілей. У міру просування проекту від концепції до завершення з'являється додаткова інформація про умови, що впливають на хід робіт. Реалізація замкнутого контуру управління у складі планування, регулювання, контролю, аналізу дозволяє членам команди більше чітко з'ясовувати поточний стан проекту і ураховувати його динаміку.

Відповідно до *методу ABC контролю матеріальних ресурсів*, запаси сировини, матеріалів і напівфабрикатів поділяються на три базові категорії в залежності від їх вартості на одиницю готової продукції, а також від важливості в процесі виконання робіт проекту:

- категорія А - найбільш цінні матеріальні ресурси, які вимагають постійного (іноді щоденного) обліку і контролю. Для цієї категорії обов'язкове застосування методу EOQ - економічно обґрунтованого розміру запасу;
- категорія В - матеріальні ресурси, що вимагають періодичного (від тижня до місяця) обліку і контролю. Для цієї категорії також можливе застосування методу EOQ;
- категорія С - найменш цінні матеріальні ресурси.

Застосування даного методу дозволяє сконцентрувати увагу на найбільш важливих матеріальних ресурсах і таким чином домогтися економії часу і фінансових ресурсів, зниження вартості виконання робіт і підвищення ефективності управління.

Метод визначення економічно обґрунтованого розміру запасу (Economic ordering quantity, EOQ) спрямований на мінімізацію сумарних витрат на закупівлю та зберігання запасів матеріальних ресурсів. Попередньо витрати

групуєть за двома категоріями: витрати на розміщення та замовлення і витрати на зберігання.

Методи мережевого планування і управління в сучасному вигляді і в супроводі відповідного програмного забезпечення є центральною ланкою в ланцюзі методів УП [2, с. 341]. З їх допомогою здійснюється ресурсне планування (використовуючи календарний план, визначаються кількість і терміни витрачання ресурсів); регулювання (при незмінному терміні завершення проекту мінімізується різниця між графіком виникнення потреб в ресурсах і графіком їх надходження; при незмінному рівні наявних ресурсів мінімізується термін завершення проекту; вирішується змішана задача: коли ресурси і терміни одних фаз/етапів проекту залишаються незмінними, тоді як ресурси і терміни інших мінімізуються) та аналіз.

Однією з найважливіших проблем сьогодення є здійснення структурних перетворень, спрямованих на розвиток виробничо-технологічної бази галузей і підприємств, зміцнення економічного потенціалу та обороноздатності нашої країни. Вирішення цієї проблеми потребує обґрунтування, ініціації та успішного виконання масштабних проектів, що стримується об'єктивним дефіцитом наявних ресурсів [5]. Серед усіх видів ресурсів такими, що потребують найбільшої уваги, є матеріальні, оскільки абсолютна більшість проектів виробничого спрямування потребує залучення до контурів проектів доволі широкого переліку як невідтворюваних, так і відтворюваних ресурсів матеріального характеру, причому, відтворювані ресурси є особливо капіталомісткими. У зв'язку з цим важливістю набуває визначення комплексу методів, що використовуються для управління матеріальними ресурсами в проектах, їх подальше удосконалення та адаптація до проектів певних прикладних сфер.

Література

1. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®). – Шестое издание [Текст] - Project Management Institute, Inc., 2017. – 726 с.

2. Управление проектами [Текст]/И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге, А.В. Полковников. 6-е издание. – Москва: Омега-Л, 2010. – 960 с.

3. Лапкіна І.О. Ресурсно-орієнтований підхід в методології проектного менеджменту/ Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій. Том 1: монографія / [авт.кол.: С.В. Руденко, І.О. Лапкіна, Т.А. Ковтун, А.В. Бондар, В.Ю. Смирковська та ін.]. – Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2018. – С. 51-57.

4. Главатських В.І. Види матеріальних ресурсів у проектах розвитку судноплавних компаній/ Міжнародна науково-практична конференція «Математичне моделювання процесів в економіці та управлінні проектами і програмами» (ММП-2020), Коблево, 14-18 вересня 2020 р. – Харків: ХНУРЕ, 2020. – С. 42-46.

5. Главатських В.І. До питання визначення видів ресурсів та управління ними в проектах/ Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій. Том 4: збірник наукових праць. – Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2021. – С.73-75.

УДК 681.518.54

АНАЛІЗ ТА ФОРМУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ОСНОВ

УПРАВЛІННЯ ЦИКЛІЧНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

А.В. МАЛІЄНКО

к.т.н., доцент кафедри системного аналізу та управління Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна

У 1980–1990-тих роках у Європейських державах було запроваджено розширену відповідальність виробників за пакувальні відходи. Це стало одним з комплексів політичної ініціативи щодо скорочення кількості відходів, зниження загрози для навколишнього середовища і, зокрема, підняти обізнаність населення країни.

Передові технології держав Євросоюзу формують підвищення вимог до викидів сміттєспалювальних заводів, при цьому підвищуються норми щодо виробництва необхідного технологічного обладнання. Німеччини має новітні розробки та технології виробництва обладнання для переробки сміття. Таке обладнання вона експортує майже до всіх країн світу, сприяючи захисту довкілля у цих країнах та в світі в цілому. Дані «Звіту про стан циклічної економіки Німеччини» говорять про те, що у 2018-2019 роках обсяг німецького експорту екологічного обладнання перевищив 5 мільярдів євро., а в галузях, безпосередньо пов'язаних із циклічною економікою, зайнято понад 300 тисяч людей, а валовий обсяг створюваного ними продукту перевищує 28 мільярдів євро [1].

Але поряд із успішним розвитком галузей, пов'язаних з переробкою та утилізацією відходів, існують інші ключові аспекти циклічної економіки, які потребують більш детального аналізу, вивчення та опрацювання результатів: це запобігання виникненню відходів, створення якісних замкнутих сировинних циклів, мислення категоріями замкнутих циклів як головних принципів нових бізнес-моделей світової економіки.

Аналіз бізнес-моделей лінійної економіки, в основі яких лежить

максимізація обороту сировини, яка після мінімального терміну використання продукту перетворюється на відходи, показує тупиковий розвиток. Виходячи з логіки лінійної економіки, формується єдиний висновок запобігання утворенню відходів завдає бізнесу велику шкоду: якщо термін придатності та використання продукту довший або продукт підлягає легшому ремонту, то зменшуються об'єми продажів нових продуктів, що, в свою чергу знижує прибуток підприємства та корпорацій.

Таким чином є потреба в розробці нових циклічних бізнес-моделі та їх методології управління для привабливого інвестування в систему повернення продуктів виробничого циклу до виробника на вигідних умовах.

Щоб реформувати існуючу та міцно усталену систему лінійної економіки недостатньо розглядати питання сталого розвитку та екологічний напрямок державного регулювання. Встановлення додаткових квот на перероблену сировину, формування технічного стандарту переробки відходів утворюють важливі рамкові умови, а також непрямі економічні стимули для оптимізації продукт-виробництва та інноваційні спрямування направлені у бік циклічних бізнес-моделей сучасного світу та управління в них. Але треба проводити узгодження, опрацювати початкову ідеї циклічної економіки пов'язані з нововведеннями, які на сьогодні погано інтегровані в інші сфери політики, економіки та соціального стану країн.

Таким чином, циклічна економіка — це загальнополітична, економічна, соціальна тема, яка потребує комплексного вивчення, аналізу та підходу до запровадження та управління основними напрямками її діяльності.

Аналіз питання показує тема «циклічна економіка» є на європейському рівні головним елементом програми промислової політики: трансформація класичної лінійної економіки на циклічну повинна забезпечити конкурентоспроможність сучасної Української промисловості на перспективу співпраці з Європейськими виробниками та споживачами. Справа в тому, що в середньо- та довгостроковому плані існує ризик ефективності, накопичене лінійним виробництвом, не вдасться утримати через підвищення рівня

соціальних та екологічних стандартів, збільшення оплати праці, а така перевага потрібна в умовах глобальної конкуренції у європейському середовищі. Глобальну конкурентоспроможність європейської промисловості треба буде витримати та підвищити сучасні показники української промислової палати.

Європейські виробники переходять на глобалізацію циклічної економіки, у межах якої можна буде скоротити прямі витрати за рахунок використання вторинної сировини і досягти таких непрямих ефектів, як поширення нових бізнес-моделей та управління ними, посилення інноваційної активності завдяки новим формам кооперації та спрощення виходу на ринки інвестиційного капіталу, де пріоритетом є внесок у збереження клімату та охорону природних ресурсів.

Розглядаючи Європейську «Промислову стратегію 2030» зазначимо, що велика кількість міністерств економіки європейських держав характеризують циклічну економіку як важливий елемент стратегії, посиляючись при цьому на сировинну стратегію: «На тлі зростання споживання сировинних ресурсів у світі та вичерпності запасів багатьох видів первинної сировини центр уваги все більше зміщується на вторинне використання сировини» [2]. Якщо розглядати окремі заходи – помітна значна різниця між сировинними галузями, які отримують підтримку профільних міністерств (гарантії фінансових кредитів або створення центрів компетенцій), та сферою циклічної економіки, де досить розпливчата та неконкурентна боротьба за підтримку дослідницьких проєктів та управління інноваційною діяльністю.

Аналіз діяльності та трансформація підприємств до циклічної економіки показує велику кількість соціально-економічних переваг: Європейська спільнота та економічні експерти говорять про те, що завдяки реалізації плану дій з переходу до циклічної економіки, в перспективі 2030р, має бути створено більше 700 тисяч нових робітників місць. Підвищення конкурентоспроможності важливих секторів промисловості дозволить, зберегти колишні робочі місця [3].

Але не виключено, що масштабна трансформація приведе до величезних

змін, внаслідок яких значна частина лінійної промисловості зазнає економічних змін та труднощів, що змусить її скоротити робочі місця. За даними представників промисловості заборона одноразового пластикового посуду вже привела до скорочення тисяч робочих місць в ЄС [4]. Зрозуміло, що для альтернативного виробництва багаторазового посуду, а також у секторах, необхідних для його очищення та транспортування, виникли нові робочі місця — але, ймовірно, в інших місцях та з іншими кваліфікаційними вимогами.

Дослідження британської організації UK Waste and Resource Action Programme (WRAP) підтвердили реструктуризацію ринку праці – замість двох робочих місць лінійної промисловості, виникнуть три нові циклічні робочі місця, тобто відбудуться великі структурні зміни, що потребують перекваліфікації робочих кадрів, керуючого персоналу [5]. Розглядаючи постійну потребу в кваліфікаційних робочих кадрах, то у виграші від переходу до циклічної економіки залишаються мало оплачувані працівники за умовою перекваліфікації та переходу на нові робочі місця.

Для того щоб циклічна економіка зайняла основну сходинку в розвитку світу, треба передбачати ефективні структурні зміни та заздалегідь готувати соціально-політичні заходи щодо їх пом'якшення. Необхідні, зокрема, об'ємні інвестиції на навчання та підвищення кваліфікації працівників, а це потребує новітнього наукового підходу до перекваліфікації персоналу, його навчання та адміністрування, додаткову розробку та впровадження управлінських рішень.

Література.

1. Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e. V. 2020: Statusbericht der deutschen Kreislaufwirtschaft 2020 [Федеральное объединение вторичных сырьевых ресурсов и удаления отходов. 2020: Статусный отчет немецкой циклической экономики 2020], https://www.bvse.de/dateien2020/2-PDF/01-Nachrichten/01-bvse/2020/November/Statusbericht_der_deutschen_Kreislaufwirtschaft_2020.pdf/

2. Industriestrategie 2030—Leitlinien für eine deutsche und europäische Industriepolitik. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie [BMWi 2019b: Промышленная стратегия 2030 — Ориентиры для немецкой и европейской промышленной политики. Федеральное министерство экономики и энергетики], https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Industrie/industriestrategie-2030.pdf?__blob=publicationFile&v=20/

3. Circular economy action plan: For a cleaner and more competitive Europe, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/45c-c30f6-cd57-11ea-adf7-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-170854112.European-Environment-Agency-2018-Waste-prevention-in-Europe-Policies-status-and-trends-in-reuse-in-2017-4/2018> [EEA Report], <https://doi.org/10.2800/15583/>

4. Adoption of the Single-Use Plastics Directive: Industry Organizations React. Packaging Europe, <https://packagingeurope.com/adoption-of-the-single-use-plastics-directive-industry/>.

5. Morgan, J.; Mitchell, P.; Green Alliance; WRAP (Organization) 2015: Employment and the circular economy: Job creation in a more resource efficient Britain, <https://green-alliance.org.uk/resources/Employment%20and%20the%20circular%20economy.pdf>

**ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ БІЗНЕС-АНАЛІТИКІВ У ВИЩИХ
ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ**

МОЛОКАНОВА ВАЛЕНТИНА МИХАЙЛІВНА

д.т.н., професор, професор кафедри системного аналізу та управління,
Національного технічного університету «Дніпровська Політехніка»

У сьогоdnішньому мінливому світі зростають вимоги до якості професійної підготовки майбутніх фахівців, їх інтелектуального, наукового та культурного рівнів, їх здатності до постійного професійного саморозвитку. професійної майстерності та творчих здібностей. Сучасна освітня парадигма спрямована на становлення особистості з високим інтелектуальним потенціалом, здатної вчитися й працювати в умовах постійного розширення інформаційного простору має особливий вплив на формування майбутнього бізнес-аналітика. На жаль, у багатьох навчальних програмах робиться наголос на отримання саме теоретичних знань без прив'язки до практичної площини їх використання.

В умовах реалізації студенто-центрованого навчання практично всі провідні університети та бізнес-школи світу інтегрують у свої навчальні програми проектно-орієнтований підхід [1]. Так окремі університети у Сполучених штатах та на кожному занятті дають студентам новий проект - на цьому базується все навчання. Чому цей підхід такий важливий та поширений? Навіть якщо студент вивчив напам'ять книгу про 100 хвороб, чи готовий ти вилікувати пацієнта? Мабуть, ні. Адже лікарю потрібно не просто мати знання в теорії про симптоми певної хвороби, а вміти проаналізувати загальний стан хворого, виключити зайве, сфокусуватися на головному, поставити діагноз та призначити лікування. Всі ці елементи можна віднести до компетенцій системного аналітика. Якщо у фізиків та хіміків є лабораторії для експериментів, то у системних аналітиків є проекти для тренування своїх навичок аналізувати складні ситуації та шукати найкращі управлінські

рішення. Саме коли майбутній бізнес-аналітик починає розробляти проекти, йому відразу стає зрозуміло, навіщо вам усі ті знання та підручники, які він вивчав. Бо проекти - це безпечний простір для того, щоб помилятися та вчитися ухвалювати рішення. Це вчить тому, як набуті знання використовувати на практиці. Це тренує мозок для пошуку рішень у різних ситуаціях.

Отже, проектні технології виявляються дуже ефективними оскільки передбачають не лише опанування студентами певних знань, а й уміння через проектну діяльність практично застосовувати набуті знання у різних ситуаціях. У такий спосіб вдається найбільш повно поєднати академічні знання з їх практичним застосуванням, а також розвивати лідерські якості слухачів. Отже, технологія проектно-орієнтованого навчання передбачає реалізацію цілеспрямованої навчальної діяльності, яка відрізняється насамперед тим, що спрямована на отримання зовнішніх результатів через реалізацію студентами власних проектів.

Отже, проектна діяльність, спрямована на вирішення складних міждисциплінарних завдань є одним з найбільш ефективних методів формування інтегральних компетентностей студентів. Такі практичні завдання можуть бути оформлені у вигляді курсових проектів із використання електронного середовища для роботи у командах. Робота над проектом може стати важливою компонентом навчального процесу, спрямованого на формування вмінь працювати в інформаційному просторі, на професійний розвиток, орієнтований на систематизацію інтегральних компетентностей [2].

Динамічний розвиток нових інформаційних технологій і фахового програмного забезпечення обумовлює необхідність надати майбутньому проектному менеджеру не лише якісну професійну освіту, але й розвинути здатність швидко оновлювати і доповнювати набуті знання та навички. Широке застосування в навчальному процесі можливостей інформаційно-комунікаційних технологій призвело до появи нових компонентів в системі освіти, які відкривають широкі можливості удосконалення освітнього процесу.

Найвагомішими складовими такого удосконалення є використання всіх можливостей мережі Інтернет у навчальному процесі, утворення віртуальних співтовариств практиків, використання хмарних технологій для спільної роботи та багато інших. Цифрова трансформація освіти - це відкритий шлях до залучення набору можливостей і зміни ряду процесів, моделей і багато чого іншого з метою використання цифрових технологій інтегральним способом.

Міждисциплінарний підхід вважається необхідним для вирішення викликів сучасного бізнесу та соціальних питань. Він надає можливість вивчення інновацій в освіті як рухомих частин, що передбачають поєднання соціальних, технологічних та підприємницьких питань. Останні дані свідчать, що керівники проектів стикаються із збільшенням інновацій, які потребують професійного управління зацікавленими сторонами, вміння працівників постійно підтримувати розвиток продуктів та послуг [2]. Це означає необхідність інтегральних умінь і навичок для проектної діяльності. Організація групової проектної роботи у межах однієї дисципліни розглядається у багатьох наукових працях. Зазвичай проектний метод застосовується як індивідуальна дисципліна в процесі підготовки фахівців з менеджменту або ІТ. Реалізація завдань проекту в межах однієї дисципліни обмежує використання проектної методології. Інтеграція декількох академічних дисциплін при розробці проектних завдань залишаються проблемою, яка повинна бути спрямована на формування інтегральних компетентностей слухачів. При цьому, викладачі мають надавати рекомендації та підтримку, покладаючи на студента значну відповідальність при плануванні та реалізації проекту.

У науковому середовищі існує загальне розуміння того, що навчальні плани повинні постійно оновлюватися, щоб пристосуватися до динамічних змін середовища, проте мало що відомо стосовно того, які навички повинні стати важливими в навчальних програмах. Освіта повинна підготувати майбутнього фахівця до такої роботи, яка ще не існує і ще не може бути чітко визначена. Тому питання розвитку особистісних якостей студентів,

формування їхнього розуміння необхідності неперервності освіти та саморозвитку виявляються пріоритетними в навчальному процесі.

Процеси оцінювання слухачів завжди були важливою частиною навчання, а викладачі дисциплін виграють визначну роль у використанні оцінювання для покращення навчання студентів. Багато дослідників визнають оцінювання корисною функцією освіти. Хоча база досліджень з оцінювання результатів навчання є добре вивченою та розвинутою, виявляється, що освітня методологія ще не повністю оснащена такими засобами, які б призвели до об'єктивної оцінки результатів навчання на практиці [3].

Наразі існують значні розриви між формалізованою та підсумковою формами оцінок, що відображено в масштабних практиках тестування. Відсутність синергії між масштабними тестуваннями та аудиторними оцінками викладачів часто є результатом суперечливості аудиторних практик. З моєї точки зору, ці розриви можуть бути заповнені тільки коли обидва способи оцінювання будуть змістовно доповнювати один одне.

Якщо ми хочемо, щоб наші майбутні бізнес-аналітики займали керівні посади у своєму професіональному середовищі, то необхідно розвивати у студентів лідерські якості, вміння сміливо вирішувати складні інтегровані завдання, застосовувати сучасні методи та технології командної роботи над проектами. Тому в процесі навчання майбутніх бізнес-аналітиків необхідно виробити цілісну компетенцію, яка включає навички міждисциплінарної роботи. Проблема формування такої інтегральної компетентності полягає в тому, що студент отримує складне завдання для дослідження лише під час підготовки дипломного проекту. Тому треба розвивати цілісну інтегральну компетенцію протягом всього навчання. Це мають бути практичні завдання в умовах невизначеності, що допомагають розвивати цілісну інтегральну компетенцію бізнес-аналітика.

На конкурентному ринку відкриття та розвиток талановитих студентів є основним рушієм для успіху організацій. Демографічні, економічні та соціальні зміни впливають на те, що управління талантами стала однією з

найбільш важливих тем в сьогоденних освітніх закладах. Наразі все більше власників бізнесу починають усвідомлювати, що талант є основною конкурентною перевагою і ключовим фактором успіху організацій [4]. В сучасній Україні стало очевидним, що належне управління талантами є необхідною умовою нашої конкурентоспроможності в майбутньому. Тому хочеться підкреслити, що управління проектами тісно пов'язане із управління талантами та інтегральною культурою майбутніх бізнес-аналітиків.

Проектно-орієнтоване навчання – це інструмент залучення потрібних талантів та надання студентам можливостей розвитку завдяки навичкам діяти у нестабільному непередбачуваному середовищі. Таким чином, управління проектами виконує функцію виявлення прогалин в управлінні талантами та їх спадкоємності, а також очолює підтримку талановитих кваліфікованих кадрів. Управління проектами може бути корисним для надання працівникам розуміння їх можливостей та створення сприятливого професійного клімату, що дає змогу вивчати, підтримувати та створювати інновації.

У сучасному світі на зміну загально визнаним видам навчання, коли програми навчання формуються з довгостроковою перспективою, приходять навчання через практичні дії, так зване проектно-орієнтоване навчання. Це означає, що змінюється сам формат навчання, навчальні програми складаються з тематичних модулів, які можуть в різні способи поєднуватися між собою через специфічні предметні та загальні проектні компетенції. Добре, якщо програму ведуть викладачі, які щодня приносять у клас власний досвід роботи. Таке щоденне спілкування надає студентам практичні навички, необхідні для успішної роботи у майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карабін, О. Проектна діяльність у формуванні професійного саморозвитку майбутніх фахівців у галузі інформаційних технологій / Молодий вчений, № 12.1 (40), 2016. [Електронний ресурс]. Available: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/12.1/100.pdf>
2. О. Товканець. Стратегічні напрями розвитку інформаційно-

комунікаційних технологій у вищій європейській школі на початку XXI століття / Інформаційні технології і засоби навчання, т. 66, № 4, с.14-23, 2018. [Електроний ресурс]. Доступно: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/2118/1369>.

3. Menucha Birenbaum, Christopher DeLuca. International trends in the implementation of assessment for learning: Implications for policy and practice / Policy Futures in Education, vol. 13(1), pp. 117-140, Apr. 2015. doi: 10.1177/1478210314566733

4. Tiwari Usha and Sherivastava Devanshi (2013). Strategies & Practicies of Talant Management & Their Impact on Employee Retention & Effectiveness. International Journal of Management. 2(4). 1-10.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЗАПИТ ЧАСУ НА РОЗРОБКУ НОВОГО ПОРЯДКУ РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

А. О. ПАРХОМЕНКО,

студентка Київського Національного
торговельно-економічного університету, м. Київ

В. Д. ПАРХОМЕНКО,

д.т.н., професор, Український інститут науково-технічної та
економічної інформації, м. Київ

Ми дотримуємося визначення, що діджиталізація є, по-перше, позначенням цифрової трансформації суспільства та економіки, а по-друге, вона є складовою переходу від індустріальної епохи розвитку до епохи знань і творчості, які формуються на різних парадигмах розвитку, що дає підстави стверджувати, що настав час формування запиту на розробку нового порядку розуміння сутності сучасного соціально-економічного розвитку.

Суспільство і кожна людина увійшли в нові умови прогресу, які вимагають докорінної зміни систем управління, виховання, зміни системи освіти, нового відношення до законів природи, зміни свідомості тощо, а це в свою чергу вимагає формуванню нової людини з новою свідомістю, людини майбутнього[1].

Крім того слід зазначити, що також і **COVID-19** сприяє поширенню діджиталізації бізнесу в нашому повсякденному житті. Епідемія стає тим переломним моментом, після якого дистанційна робота стає звичною практикою і доведе лідерам, що їхні співробітники можуть працювати з дому так само ефективно, як і в офісі за наявності потрібних технологій, правильному підході до управління юридичною структурою.

Наприклад, вже сьогодні безперервне навчання у вигляді віртуальних шкіл, курсів для самостійного вивчення, платформ для онлайн-навчання,

систем управління дистанційним навчанням є приклади того, як діджиталізація освіти допомагає педагогам під час вимушеного закриття шкіл не втрачати можливість продовжувати свою просвітницьку роботу.

В сучасних умовах розвитку ті керівники, які користуються методами, які дозволяють їм бути гнучкими, рухливими, моторними, ті хто краще за інших зможуть реагувати на зміни вимог навколишнього середовища, контролювати і відслідковувати свою діяльність будуть в змозі тримати свою діяльність в межах вимог часу.

Перейдемо до другої частини значення діджиталізації в нашому житті. Сучасний цивілізаційний соціально-економічний прогрес увійшов в третій етап розвитку. Позаду аграрний та індустріальний етапи, які базувалися на матеріальній основі. Фундаментом третього етапу розвитку стала енергетична компонента функціонування природи, яка базується на використанні енергетичної частини функціонування природи.

Перехід до принципово нового варіанту цивілізаційного прогресу став можливим при досягненні революційних змін в *технологічному* розвитку суспільства, який дав можливість мати доступ до новітньої інформації, мати можливість швидко переміщатися, спілкуватися в реальному часі. Техніка стала обслуговувати людину без прив'язки до місця перебування, часу і багато іншого.

Перехід до енергетичного соціально-економічного розвитку змушує людину замислюватися над принциповими змінами нашого життя. Виникає об'єктивна необхідність розуміння сутності процесів, які одночасно проходять в природі, суспільстві і в житті людини.

Існування природи базується на її законах. Поняття природи пов'язане з ідеєю впорядкованості світу. Ідея порядку майже завжди пов'язана з поняттям закону. Порядок передбачає деяку стійкість, незмінність об'єктів і відносин між ними.

Подоланню глибинних проблем, що постійно виникають, сприяє аналіз діяльності людини крізь призму одночасного, багатовекторного її снування, що

дає можливість розглядати людину, як складну систему, яка живе разом з багатьма світами - світом сім'ї, світом суспільства і світом природи[2].

Людина, як частина природи, теж функціонує на обов'язковому використанні трьох категорій існування природи: руху, енергії і матерії. Розглянемо ці складові життєдіяльності природи.

Терміни «матерія» і «енергія» - це субстанції, які відображають фундаментальну сутність світу. Головною їх ознакою є їх об'єктивна реальність, яка існує поза і незалежно від свідомості людини.

Обов'язковою особливістю функціонування природи також є і рух. Рух - це спосіб існування матерії та енергії[3].

Отже, рух не обумовлено чимось надприродним, він є зміною матерії і енергії. Пізнаючи навколишній світ, ми бачимо, що в ньому немає нічого абсолютно застиглого і незмінного, все знаходиться в русі, переходить з одних форм в інші. Абсолютного спокою, рівноваги, нерухомості ніде немає, всякий спокій, рівновага є відносними і являють собою певний стан руху.

У своїй знаменитій статті, опублікованій в 1905 році, Ейнштейн об'єднав масу, енергію і рух в простій формулі, яка з тих пір відома кожному школяреві: $E = mc^2$. До Ейнштейна концепції маси і енергії у фізиці розглядалися окремо. Ейнштейн поєднав матерію, енергію і рух у взаємопов'язану систему існування природи. Завдяки фундаментального зв'язку між цими поняттями: матерія перетворюється в енергію і навпаки - енергія в матерію[3].

Будь-яка діяльність людини здійснюється відповідно *закону діяльності усіх суб'єктів*. Пояснюється це тим, що у людині є тільки один шлях діяти відповідно до цього закону, а саме: спочатку формується мета, на другому етапі створюється знання для досягнення мети, а тільки потім відбувається матеріалізація віртуального рішення (знання) досягнення мети. За таким технологічним алгоритмом функціонує вся природа. Все починається з голови, з свідомості.

Розглянемо кожну з них етапів окремо. Визначення мети - одна з головних задач забезпечення життєдіяльності людини. Мета - це свідомо

частина діяльності суб'єкта, яка пов'язана з передбаченням, з поданням наслідків діяльності, шляхів досягнення бажаних і необхідних результатів за допомогою певного переліку засобів.

Друга стадія технологічної дії суб'єкта спрямована на *знаходження віртуального варіанта* (формування знання) досягнення мети. Цю стадію вчені називають інформаційним моделюванням. Після визначення мети починається процес створення знання для її досягнення. Знання є результатом збору, обробки та аналізу інформації відповідно до поставленої мети, або результатом інформаційного моделювання - одним з поширених методів наукового дослідження.

Третя *стадія матеріалізації* завжди відбувається після сформованого знання щодо визначення шляху досягнення мети. Стадія матеріалізації відбувається шляхом взаємодії суб'єкта із зовнішнім середовищем.

У нашому повсякденному житті процес ефективної взаємодії людини і суспільства базується на системах, які вчені називають національними інноваційними системами взаємодії суспільства і людини.

У сучасних умовах розвитку відбувається тісне переплетення інтересів і можливостей суспільства і людини. Людина і суспільство змушені діяти за однаковими векторами, спрямованими на досягнення єдиної конкретної мети.

Таким чином створювані людьми матеріальні і духовні блага є продуктами людської інтелектуальної праці. *Все починається з голови.*

Природа наділила людину можливістю творчого мислення, спрямованого на перетворення свого внутрішнього і зовнішнього світу відповідно до законів природи і мети.

Оскільки людина є часткою природи, то вона функціонує в рамках *цілісно існуючої універсальної природної системи і копіює її основні правила.* Відкрита природна система людини реалізується за принципом творчого буття, за принципом творчої реальності.

Це свідчить про те, що в період розквіту інтелектуальної економіки, по-перше, *значення* людини в її розвитку відіграє першорядне значення, по-друге,

принцип цілісності стає головною ознакою єдності елементів мата системи.

Є багато визначень терміну «інформа». Ми дотримуємося думки, що інформація є *відображенням зміни енергії і матерії* в просторі та часі. Інформація є базовим ресурсом соціально-економічного, технологічного та культурного розвитку.

Відповідно до теорії, Г. Слоулі і П. Ромера, *знання* стали основним джерелом соціально-економічного розвитку[4]. Знання створює людина шляхом збору, аналізу і перетворення її в знання відповідно до сформованої мети. Знання є енергією[5].

Підсумовуючи, слід звернути увагу на те, що, спочатку працює голова, створюючи енергетичну, віртуальну базу для досягнення мети, а вже потім відбувається перетворення енергетичного варіанту вирішення проблеми в матеріальну продукцію або послугу. Так, природа своїм законом дає можливість людині знаходити безліч варіантів розвитку і нескінченного самовдосконалення з метою підняття свого суспільного значення за рахунок постійної творчої діяльності.

Таким чином цивілізаційний розвиток дозрів до активного переходу щодо використання енергетичних можливостей природи, які є базою для нескінченного прогресу. Перехід до принципово нових умов розвитку вже сприймається суспільством і людиною як безальтернативний.

Перехід на використання енергетичних можливостей природи диктує розробку принципово нових технологій, істотної зміни свідомості людини, зміни всіх сфер життєдіяльності людини: виховання, освіти, сприйняття змін і багато іншого.

Список використаних жерел:

1. Попова Л.А. Человек в потоке премен /Л.А. Попова.-К.: Інтерсервіс, 198 с.
2. Казначеев В. П., Спирин Е. А. Космопланетарный феномен человека:

Проблемы комплексного изучения. Новосибирск : Наука : Сибирское отделение. 1991. 304 с.

3. Джеммер М. Понятие массы в классической и современной физике. — М. : Прогресс, 1967.— 255с.
4. Ромер.П. Растущий оборот прибылей и долгосрочный экономический рост. – Журнал политической экономии 94:5, октябрь, 1986. – С. 1002-1011.
5. Пархоменко О. В. Базова відмінність знання від інформації і взаємозв'язок між ними / О. В. Пархоменко, А. О. Пархоменко // Наука, Технології, Інновація / 2021.

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСПЕТЧЕРСЬКОГО
УПРАВЛІННЯ НА АСФАЛЬТОБЕТОННИХ ЗАВОДАХ
Ю.А. ПЕТРЕНКО**

д.т.н., професор, професор кафедри автоматизації та комп'ютерно-інтегрованих технологій Харківського національного автомобільно-дорожнього університету.

Одним з основних завдань дорожнього будівництва є підвищення якості автомобільних доріг з асфальтобетонним покриттям при одночасному зниженні матеріаломісткості і енергоємності виробництва асфальтобетонних сумішей.

Технологічне устаткування асфальтобетонного заводу (АБЗ) включає певну множину засобів автоматики і автоматизації, такі як електричні схеми і електронні компоненти управління, датчики та виконавчі механізми, що інтегровані з мікропроцесорною технікою, дозволяючи передавати інформацію в загальну систему управління АБЗ.

Це устаткування дозволяє управляти якістю асфальтобетонних сумішей з меншими витратами і споживанням сировини. АБЗ може складатися з різних варіантів технологічного устаткування залежно від цього вартість такого заводу може складати від 500 до 500 000 євро [1, 2].

Система управління АБЗ має різні функції і варіанти побудови відповідно до різних вимог користувача і розміром заводу. Одна з функціональних частин систем управління АБЗ є система диспетчерського управління та контролю, яка дозволяє управляти з декількох місць на підприємстві, а термінали можна навіть використати для завантаження рецептури асфальтобетонних сумішей і отримання виробничої статистики і даних, не впливаючи на поточні операції. Такий децентралізований контроль знижує потребу в робочій силі. Нові системи управління оптимізують планування ресурсів, відстежуючи споживання матеріалів, забезпечуючи правильний вибір і кількість заповнювачів, добавок і інших основних матеріалів, необхідних для своєчасного виробництва асфальтобетону, при цьому уникаючи надмірних

запасів і дорогих відходів. Це гарантує бережливе і ефективне виробництво. У базі даних системи управління зберігається тисячі рецептур сумішей і дані про виробництво за роки, забезпечуючи, таким чином, гарантію якості, необхідні як для задоволення вимог клієнтів, так і для вимог законодавства.

Одним з напрямів вирішення цієї проблеми є розробка та реалізація проекту впровадження диспетчерського управління на вітчизняних АБЗ.

Такий проєкт повинен включати, крім традиційних наступні етапи:

- проведення вивчення складу технологічного устаткування, електротехніки і засобів автоматизації АБЗ. В результаті розробляється схема усієї системи управління.

- адаптація до особливостей кожного виробника існуюче технологічне устаткування, яке автоматизує виробничі процеси [2].

- розроблення спеціалізованого програмного забезпечення для АБЗ яке, серед іншого, дозволяє контролювати та візуалізувати усі виробничі процеси. Однією з основних переваг програмного забезпечення є простота використання усього процесу через графічний інтерфейс, який також забезпечує просте і інтуїтивно зрозуміле управління для робітників.

Для комплексного та ефективного вирішення розглянутих задач, пропонується застосувати методологію управління програмами та проєктами, що ґрунтується на підставі міжнародних стандартів [3, 4].

З метою формалізації загальної та часткових задач запропонованої методології з урахуванням різного ступеня визначеності вхідної інформації будуть застосовані математичні моделі та методи, що розглянуті в роботах [5, 6].

Методологія управління проєкту впровадження диспетчерського управління розпочинається з аналізу проблеми та формулювання загальної мети проєкту і її декомпозиції на часткові задачі, визначаються завдання дослідження і розглядаються методи їх рішення (рис 1). Модуль методологічного забезпечення має на меті вибір і обґрунтування принципів, математичних методів для розробки моделей поставлених задач, а також вибір

методів їх рішення. Залежно від міри невизначеності початкової інформації, най більш поширеними методами прийняття рішення є: методи аналізу ієрархій, багатокритеріальної оцінки і оптимізація, методи нечіткої логіки [5, 6]. Моделі часткових задач відносяться до класу задач лінійного програмування з дискретними змінними і залежно від розмірності вирішуються за допомогою методів повного перебору, гілок і меж або випадкового пошуку.

На рішення поставлених завдань, накладаються обмеження визначені міжнародними, державними, регіональними, галузевими законодавчими актами, нормами, правилами. Для обліку цих обмежень призначений модуль нормативно-довідкового і методичного забезпечення.

Модуль програмного і технічного забезпечення містить дані про можливості, характеристики та вартість на програмне забезпечення, комп'ютерну техніку і технологічне устаткування, яке представлене сьогодні на ринку, організувати інформаційну взаємодію на основі комп'ютерних мереж. Це дозволять укомплектувати автоматизовані робочі місця менеджерів для ефективного виконання всіх процесів управління проекту і створити середовище функціонування для фахівців.

Модуль організаційного і кадрового забезпечення дозволяє визначити організаційну структуру проекту, рівні функціональних повноважень, критерії до кваліфікації фахівців.

На підставі запропонованих модулів розробляються відповідні моделі вибору (рис. 1), що дозволяє управляти проектом впровадження диспетчерського управління на АБЗ. Формується множина варіантів проектів, з якої вибирається найкращий варіант.

Проводиться формалізація усіх етапів проекту впровадження диспетчерського управління на АБЗ, основних елементів організаційного, програмно-технічного, кадрового і інформаційного забезпечення. Результати кожного з етапів є вхідними даними для подальших етапів. На кожному з етапів є можливість переходу не лише на наступний етап, але і на будь-який з попередніх для корекції раніше прийнятих рішень.



Рис. 1. Методологія управління проектом впровадження диспетчерського управління на АБЗ

Завершується методологія оцінкою результатів. Контури зворотного зв'язку дозволяють адаптувати розроблені моделі упродовж усього життєвого циклу проекту до особливостей відповідних змін замовника.

Література

1. Composition de centrale à béton URL: <https://fr.constructionreviewonline.com/>. (дата звернення: 26.11.2022).

2. Industrial automation solutions /Automation of concrete plants. URL: <https://www.arcoelectronica.es/solutions/automation-of-concrete-plants>. (дата звернення: 26.11.2022).

3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) 5-th Edition. Newton Square, Pennsylvania USA : Project Management Institute, 2013. 589 p.

4. Managing Successful Programmes with PRINCE2/ Office of Government Commerce (OGC), 2007. 258 p.

5. Нефёдов Л.И. Методологические основы синтеза офисов по управлению программами и проектами: монография / Л.И. Нефёдов, Ю.А. Петренко, М.В. Шевченко, А.Б. Биньковская. – Х.: ХНАДУ, 2012. – 296 с.

6. Петренко Ю.А. Модель и метод управления интеграцией программы на основе ее декомпозиции на проекты [Текст] / Ю.А. Петренко, Т.Г. Щербакова, Е.Д. Мирная // Інформаційно-керуючі системи на залізничному транспорті. – 2016. – № 4 – С. 25-28.

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК
НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ**

РОМАШКО А.С.

к.т.н., доцент, Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

З огляду на війну проти України та зруйновану інфраструктуру, після перемоги буде масштабна відбудова, тому вже зараз варто орієнтувати підприємства, організації та студентство на вивчення стандартів з систем управління та, зокрема, стандарту з систем управління якістю ДСТУ ISO 9001:2015.

Управління проєктами це діяльність, яка пов'язана з плануванням, організацією та управлінням ресурсами для досягнення цілей.

Проєкт це процес (сукупність процесів), що характеризується його тимчасовістю та має початок і завершення. Якщо розглядати окрему організацію, по вона теж застосовує. процеси (бізнес-процеси), які вона виконує на постійній основі.

Розробляти оригінальну систему управління за ДСТУ ISO 9001:2015 нераціонально, з огляду та вищезазначену тимчасовість, але це не означає, що при управлінні проєктом варто нехтувати зазначеним стандартом, бо він містить положення, зокрема, щодо лідерства та зобов'язань, планування, ресурсів (в тому числі й людських), компетентності, обізнаності, інформування, задокументованої інформації, планування та контролю, вимог до продукції та послуг, проектування та розроблення, контролю надаваних іззовні процесів, продукції та послуг, контроль невідповідних виходів, моніторинг, вимірювання, аналізування та оцінювання, внутрішній аудит, аналізування.

Якщо ж проєктом вцілому чи окремими завданнями проєкту займаються

конкретні організації, то запровадження ними стандартів з систем управління повинно мати ключове значення.

Запровадження таких стандартів дає впевненість в тому, що організації оцінюють ризики, контролюють свої процеси, здійснюють їх моніторинг, управляють невідповідностями, проводять внутрішні аудити та зовнішні незалежні аудити, в тому числі й такі, що завершуються схваленням системи управління чи її сертифікацією.

Сертифікація означає, що незалежна організація перевірила відповідність процесів організації вимогам стандартів з систем управління і така організація повинна мати вищу спроможність бути задіяною в проєкті ніж організація, яка не має такого підтвердження.

При розгляді сертифікатів на системи управління такої організації додатково варто оцінювати ким надана акредитація сертифікуючої організації (і чи взагалі така акредитація наявна), бо були випадки видачі сертифікатів на системи управління структурами, які не були акредитовані (сертифікуюча організація видавала сертифікат у власній системі сертифікації), що допускається, але ми кажемо про рівень довіри до наданого сертифікату.

Оскільки при реалізації проєктів можуть вчинятися корупційні дії, то окрім стандарту ДСТУ ISO 9001 Україна має прийняти стандарт з систем управління боротьбою з хабарництвом, який розроблений Міжнародною організацією з стандартизації, але поки не чинний в Україні (ISO 37001:2016 Системи управління боротьбою з хабарництвом. Вимоги та настанови щодо застосовування).

Також зазначимо, що для України вцілому усі проєкти відбудови України варто здійснювати (а також передбачити майбутнє функціонування відбудованих об'єктів) з дотриманням вимог систем управління екологією та енергозбереженням та інших доцільних для характеру майбутнього функціонування стандартів.

Перелік основоположних стандартів з систем управління, які розроблені Міжнародною організацією з стандартизації доступний на їх сайті (, а те чи ці

стандарти діють в Україні можна перевірити на сайті НІЦ «ЛЕОНОРМ», правда лише в режимі пошуку, бо повний доступ на цьому сайті платний (<http://www.leonorm.com.ua/Default.php?rescode=0510&Page=stcatalog>) та на сайті ДП «УкрНДНЦ» (<http://katalog.uas.org.ua/>), де наявний Каталог національних стандартів та кодексів ustalеної практики.

Стандарти з систем управління (MSS), які встановлюють вимоги або рекомендації, щоб допомогти організаціям керувати своєю політикою та процесами для досягнення конкретних цілей. MSS розроблені для застосування в усіх економічних секторах, різних типах і розмірах організацій та різноманітних географічних, культурних та соціальних умовах:

- ISO 9001:2015 Системи управління якістю — Вимоги;
- ISO/IEC 27001:2013 Інформаційні технології — Методи захисту — Системи управління інформаційною безпекою — Вимоги;
- ISO 14001:2015 Системи екологічного менеджменту — Вимоги з керівництвом щодо використання;
- ISO 50001:2018 Системи енергоменеджменту. Вимоги та настанови щодо застосовування;
- ISO 22000:2018 Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації харчового ланцюга;
- ISO 45001:2018 Системи управління охороною праці. Вимоги та настанови щодо застосовування;
- ISO 37001:2016 Системи управління боротьбою з хабарництвом. Вимоги та настанови щодо застосовування;
- ISO 20121:2012 Системи управління стійкістю подій. Вимоги та настанови щодо застосовування.

**АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ
БІЗНЕС-ПРОЦЕСОМ «ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»
В ПРОЄКТАХ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РЕІНЖИНІРИНГУ НА
МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

М.О. ТУЛУПОВ

к.т.н., Український державний університет науки і технологій (м. Дніпро)

Сьогодні інформаційні технології (ІТ) відіграють стратегічну роль в конкурентній боротьбі металургійних підприємств України в умовах ринку. Впровадження сучасних ІТ на підприємствах дозволяє підвищувати ефективність їх функціонування, продовжувати розвиток, створювати цінність для бізнесу.

Ефективна реалізація ІТ-стратегії на основі таких відносно нових концепцій, як цифрова трансформація, діджиталізація, Industry 4.0 вимагають від підприємств революційних змін не тільки в автоматизації виробничої сфери, а й відповідних змін у підходах щодо організації управління бізнес-процесом «ІТ» [1].

Після роздержавлення підприємств металургії України новими власниками розпочато розвиток діючих лінійно-функціональних організаційних структур управління (ОСУ) із використанням різних підходів та методів, одним з яких був реінжиніринг бізнес-процесів (Business Process Reengineering - BPR).

Відбулося перепроєктування недостатньо ефективних для ринку застарілих типових організаційних блоків та перехід у формі проєктів організаційного реінжинірингу до формування горизонтальної ОСУ із чітким виділенням бізнес-процесів (напрямків діяльності) за наступною функціональною спрямованістю: виробництво, інжиніринг (блок головного інженеру), технології та якість, ІТ, персонал, капітальне будівництво та інвестиції, транспорт, збут продукції, комерційна діяльність, економіка, фінанси, бухгалтерія, охорона та безпека, охорона праці, техногенна та промислова безпека, діловодство, комунікації та ЗМІ, соціальна сфера.

Лінійно-функціональна ОСУ очолюється генеральним директором, йому

підпорядковані його заступники (директори), які керують відповідними бізнес-процесами. Лінійним бізнес-процесом є виробництво, інші бізнес-процеси - функціональні. До складу кожного бізнес-процесу включені профільні за функціями структурні підрозділи, цехи.

Як правило, лінійно-функціональні ОСУ металургійних підприємств мали типовий склад бізнес-процесів, структурних підрозділів, цехів. Однак, їх склад на підприємствах міг незначно різнитися за назвою та виконуваними функціями в залежності від особливостей виробництва [2].

До моменту роздержавлення підприємств їх ОСУ мали головний недолік: окрім прямих обов'язків, пов'язаних з обслуговуванням обладнання, більшість бізнес-процесів були підпорядковані головному інженеру через його заступників, що суттєво перевантажувало його. Типовими структурними підрозділами та цехами, які відносились до бізнес-процесу «ІТ» на той час були: відділ автоматизованих систем управління виробництвом (відділ АСУВ), цех контрольно-вимірювальних приладів і автоматики (цех КВПіА), цех технологічних ваговимірювальних систем (ЦТВС), цех зв'язку і телекомунікацій (ЦЗіТ), центральна лабораторія автоматизації та механізації (ЦЛАМ), лабораторія радіоізотопної техніки (ЛРІТ), лабораторія метрології [3].

Але ж підходи щодо організації управління бізнес-процесу «ІТ» до теперішнього часу на підприємствах мали певні відмінності за наступних причин: 1) тривала відсутність стратегії розвитку ІТ, проста еволюція прикладних програм та інформаційних систем (ІС) з-за частотої зміни власників, вищого керівництва; 2) велика кількість застарілих, успадкованих прикладних програм, ІС з несумісними ІТ, які експлуатуються ізольовано та придбані в різний період часу; 3) неповна автоматизація технологічних процесів; 4) наявність чотирьох основних рівнів ІС підприємства для інтеграції в єдину ІС: автоматизовані системи управління технологічними процесами (АСУТП), АСУВ, два рівні ІС для управління: бізнес-процесами, стратегією [1].

Тому проведення аналізу підходів щодо організації управління бізнес-процесу «ІТ», які були реалізовані в проєктах реінжинірингу діючих ОСУ металургійних підприємств, є своєчасним та актуальним для промисловості України в цілому.

В результаті проведення аналізу інформаційних джерел встановлено три

основні підходи щодо організації управління бізнес-процесу «ІТ» в проєктах реінжинірингу діючих ОСУ металургійних підприємств: 1) підходи, які пов'язані з реалізацією окремих пакетів прикладних програм на рівні підприємства; 2) стратегічні підходи на рівні підприємства; 3) стратегічні підходи на рівні структур управління власника.

Характеристиками першого підходу є: бізнес-процес «ІТ» в діючій ОСУ підприємства не створено; відповідні структурні підрозділи та цехи включені до складу або розподілені поміж непрофільними бізнес-процесами.

Наприклад, у 2017 році на ПАТ «Запоріжсталь» підрозділи та цехи, діяльність яких пов'язана з ІТ, були розподілені між наступними бізнес-процесами [2]: 1) інжиніринг: відділ АСУТП, цех КВПіА; 2) технології та якість: ЦТВС; 3) охорона праці, техногенна та промислова безпека: відділ обслуговування систем протипожежної безпеки, радіоізотопна лабораторія; 4) фінанси: головний спеціаліст з ІТ та підпорядковані йому підрозділи: бюро розвитку ІТ, управління корпоративних ІС, управління інфраструктурних систем.

Такий підхід до організації управління підрозділами та цехами розподіляв всі рівні єдиної ІС підприємства між непрофільними дирекціями, не мав системного характеру та не сприяв стратегічному розвитку ІТ підприємства взагалі, вимагав координації з боку генерального директора.

Логіка підпорядкування директору з фінансів підрозділів головного спеціаліста з ІТ пов'язана з реалізацією пакету прикладних програм системи планування ресурсів підприємства (ERP - Enterprise Resource Planning). Саме тому, ці підрозділи були інтегровані до складу непрофільного бізнес-процесу «Фінанси». Такий підхід був спрямований на організацію спільної роботи спеціалістів з ІТ, фінансів, економіки, бухгалтерії з метою ефективної реалізації проєкту впровадження системи ERP .

Другий підхід має наступні характеристики: всі відповідні структурні підрозділи та цехи були об'єднані та виділені в окремий бізнес-процес «ІТ», що сприяло розвитку та ефективній реалізації ІТ-стратегії підприємства.

Наприклад, у 2011 році на ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат» в діючій ОСУ була створена дирекція з ІТ до складу якої увійшли: директор з

інформаційних технологій, управління інформаційних технологій (УІТ), цех КВПіА. УІТ було створено на основі типових підрозділів, які були перепроєктовані. Структуру УІТ склали: відділ АСУТП, відділ АСУП, відділ системотехнічних засобів, ділянка телекомунікацій. ЛРІТ була включена до складу цеху КВПіА [4].

Третій підхід відрізняється від попередніх тим, що на рівні структур управління власника декількох підприємств створюється окреме ІТ-підприємство, яке є самостійним суб'єктом господарської діяльності та на ринкових умовах надає ІТ-послуги.

Такий підхід спрямований на ефективне впровадження ІТ-стратегії власника на основі сучасних ІТ-концепцій на всіх його підприємствах з метою: побудови гнучких цифрових швидко реагуючих виробництв, відповідності новим викликам, вимогам та трендам ринку, зниження витрат, безперервного розвитку, керованості та отримання цінності.

Наприклад, в 2018 році в рамках промислово-фінансової групи Метінвест шляхом аутсорсингу та об'єднання ІТ-підрозділів металургійних підприємств групи була створена ІТ-компанія «Метінвест Діджитал».

Характеристиками «Метінвест Діджитал» є наступні: 1) обслуговує більше 30 підприємств групи; 2) спеціалізується на цифровій трансформації; 3) реалізує проекти цифрової трансформації виробничих та бізнес-підрозділів групи для отримання економічного ефекту в ланцюжку: процеси-технології-кінцеві споживачі; 4) розробляє, впроваджує та підтримує комплексні ІТ-рішення; 5) є сертифікованим партнером Microsoft та SAP; 6) реалізовані проекти компанії здобули національне та міжнародне визнання; 7) розробляє, впроваджує інноваційні технології та рішення Industry 4.0 [5].

Такий підхід сприяє: 1) ефективній реалізації ІТ-стратегії групи Метінвест та окремих його металургійних підприємств; 2) ефективному розвитку та вдосконаленню персоналу, відмові та виходу за рамки підтримки тільки існуючих прикладних програм, ІС та/або часткової їх розробки; 3) компетентному впровадженню ІТ в умовах ринку на рівні з іншими приватними ІТ-компаніями.; 4) часткової або повної відмови від зовнішніх ІТ-послуг.

Таким чином, спостерігаються наступні тенденції, пов'язані з організацією управління бізнес-процесу «ІТ» на металургійних підприємствах України: 1) підвищення ролі та потреби в сучасних ІТ, розуміння їх впливу на отримання цінності від ведення цифрового автоматизованого бізнесу; 2) перехід від підходів щодо організації управління бізнес-процесу «ІТ» на рівні окремого підприємства (з функціоналом, який не завжди повністю відповідає сучасним ринковим вимогам) до актуальних адаптивних ринкових підходів на рівні промислово-фінансових груп (створення ІТ-підприємств в рамках групи, які здійснюють безперервний розвиток свого персоналу з урахуванням вимог, тенденцій, змін ринку з метою ефективної реалізації ІТ-стратегії групи, надання послуг зовнішнім підприємствам та партнерам).

Література

1. Тулупов М.О. Інжиніринг підприємства - наукова парадигма трансформації металургії України до Industry 4.0 [Текст] / М.О. Тулупов // Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку: збірник тез доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2021 року, м. Харків, Україна. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. С. 344–346.
2. Річна інформація ПАТ «Запоріжсталь» за 2017 рік [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.zaporizhstal.com/wp-content/uploads/2019/04/richnij-zvit-pat-zaporizhstal-za-2017-r.-rozmishhenij-na-veb-storinci-23.04.2019-r.7z>.
3. Базарянінов В.К. Держинка: роки і долі: нариси історії Дніпровського металургійного комбінату [Текст] / В.К. Базарянінов. Дніпропетровськ: Пороги, 1999. 276 с.
4. ПАТ «Дніпровський меткомбінат» 125 років [Текст] / З.В. Гайнуліна, В.К. Базарянінов, В.О. Попруга та інш. За ред. З.В. Гайнуліної, В.К. Базарянінова. Запоріжжя: ТОВ «Видавничий дім «Кераміст»», 2014. 347 с.
5. Сергій Детюк, Метінвест Діджитал: "Гнучкість і адаптивність – синоніми сучасної ІТ-служби" [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://metinvest.digital/ua/page/sergej-detyuk-metinvest-didzhital-gibkost-i-adaptivnost-sinonimy-sovremennoj-it-sluzhby?culture=ua>.

**ДО ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ПРОЄКТАХ
РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Т.А. ФОНАРЬОВА

к.е.н., доцент, доцент Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара, м. Дніпро

В.О. ПЕТРЕНКО

д.т.н., професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління
проєктами Українського державного університету науки і технологій
м. Дніпро

І.А. КОРХІНА

к.т.н., доцент, доцент кафедри інтелектуальної власності та управління
проєктами, Українського державного університету науки і технологій
м. Дніпро

До основних завдань модернізації металургійного виробництва належить зменшення ресурсо- і енергоємності, скорочення викидів шкідливих речовин, покращення умов праці. Для цього необхідне технічне переозброєння виробництва, цифровізація продукції та послуг, інформаційне управлінське середовище.

Металургійна галузь України перебуває у кризовому стані, в умовах глобальної конкуренції.

До шляхів підвищення конкурентоспроможності металургії віднесено: акумуляція та впровадження інноваційних ресурсів, формування нових та збереження утворених національних вертикально – інтегрованих корпоративних систем і утворень, відповідність вітчизняної продукції міжнародним стандартам якості тощо [1, с. 58].

Основними управлінськими рекомендаціями щодо покращення рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств в умовах економічної

нестабільності та невизначеності є запровадження ресурсозаощадливих та екологічних технологій, а також збільшення виробництва частки технологічно закінченої продукції та продукції із високою доданою вартістю [1, с. 58].

Автори [2, с. 179] у дослідженні привели основні проблеми розвитку металургійної галузі: високий рівень експортної залежності; використання застарілого обладнання та технологій і, як наслідок, висока енерго-та матеріалоємність виробництва; недостатність власних коштів для докорінної модернізації виробництва тощо. Вирішення наведених проблем підштовхує власників підприємств до пошуку джерел фінансування масштабних інвестиційних проектів, найбільш реальними з яких є іноземні інвестиції.

Запроваджені у 2018 році США та ЄС митні обмеження та дискримінаційні квоти негативно позначилися на становищі українських металургів на зовнішньому ринку. Це призвело до витіснення наших експортерів зі світових ринків металу.

Світова економічна і фінансова криза посилила негативний вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, загострила всі вищезазначені проблеми функціонування гірничо-металургійного комплексу і підприємств галузі, що обумовлює необхідність поширення досліджень, пов'язаних із визначенням засад й шляхів нівелювання та подолання негативних економічних і соціальних наслідків кризи в металургії та розробкою відповідних антикризових заходів [3, с. 65].

Проекти дають можливість ефективно використовувати наявні ресурси: кадрові, науково-методичні, інформаційно-аналітичні, фінансово-економічні, часові, організаційні та інші.

Актуальність цього дослідження обумовлюється високим рівнем ризиковості, невизначеності, швидкоплинних змін у конкурентному середовищі.

Проблема впливу різних негативних чинників, зокрема й ризиків, завжди актуальна в управлінні проектами. Практика управління проектами та програмами свідчить про те, що управління невизначеністю як частиною

реального світу – це обов’язкова функція проєктного менеджера, оскільки в умовах невизначеності проєкти завжди мають фактичні додаткові втрати часу, фінансів, якості порівняно з плановими [4, с. 7].

Сучасний стан політичного, економічного, законодавчого середовища проєктів та програм, що реалізуються на базі вітчизняних підприємств, організацій, компаній у різних сферах, мінливий, нестабільний, турбулентний.

Високий рівень невизначеності як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ проєктів призводить до того, що керівник проєкту повинен управляти ним в умовах високих ризиків, постійних змін, оперативно вирішувати проблеми у проєкті, управляти конфліктами, боротися зі стресами, і навіть інколи вирішувати кризові ситуації у проєкті [4, с.7].

Керування проєктами це не алгоритм, а творчий процес, який ураховує дуже багато різноманітних факторів. Хоча в цього творчого процесу є свої оптимальні технології організації, які необхідно знати й уміти застосовувати щоб бути успішним менеджером проєкту.

Проєктний метод керування – це метод, що дозволяє підвищити ефективність будь-якої діяльності.

На думку вчених Національної академії наук (НАН) України, розвиток вітчизняної металургійної галузі має відповідати світовим тенденціям та орієнтуватися на модернізацію металургійних підприємств. Для цього необхідно розробити державну програму модернізації та розвитку галузі. Серед її основних завдань, за переконанням експертів, необхідно виокремити такі:

- оптимізація металургійних потужностей до прийнятних меж із урахуванням максимально можливого розширення внутрішнього ринку.
- розроблення та реалізація інноваційної моделі розвитку галузі шляхом створення та впровадження у виробництво принципово нових наукоємних, ефективних, ресурсощадних і екологічно чистих технологій світового рівня.
- розвиток внутрішнього ринку металопродукції, оскільки саме він є

ключовим важелем для стабілізації та розвитку металургійної галузі країн в умовах погіршення світової кон'юнктури й посилення конкуренції на зовнішньому ринку [5, с. 12].

Огляд стану і тенденцій розвитку світової металургії засвідчив, що головними галузевими трендами останнього двадцятиріччя, які закріпилися у 2013-2017 рр. та, на думку більшості міжнародних експертів, надалі залишатимуться актуальними такі:

- безпрецедентне зростання обсягів металовиробництва на тлі постійного перевищення виплавки металу над його споживанням і розширення металургійних потужностей;

- за двадцятирічний період (з 1998 по 2017 р.) обсяг виплавки сталі зріс більш ніж у 2 рази – з 777 до 1690 млн т, ще у 2004 р. перетнувши позначку 1 млрд т. Найбільш сприятливим періодом зростання для світової металургії були 2000-2007 рр., тоді як у 2008-2009 рр. ситуація кардинально змінилася внаслідок світової фінансово-економічної кризи (падіння у 2009 р. порівняно з 2007 р. становило майже 8% і значно варіювалося залежно від країни та регіону). Наразі рівень розвитку галузі так і не досяг докризового стану, значно поступаючись у темпах зростання, які у 1998-2007 рр. у середньому становили 105,4% на рік, тоді як у 2008-2017 рр. – лише 102,5%, а у 2013-2017 рр. – 101,7%, що було викликано головним чином загальним спадом у світовій економіці [5, с. 13].

У сучасних умовах металургійна промисловість, як і більшість промислових виробників, стикається з двома серйозними взаємопов'язаними викликами – необхідністю підвищення екологічності та ресурсоефективності виробництва [5, с. 14].

На великих підприємствах гірничо-металургійної промисловості України впроваджуються стратегічні інноваційно-інвестиційні проекти, які мають комплексний характер, і включають значну кількість «локальних» субпроектів. Серед них: розширення й реконструкція діючих цехів, удосконалення основних технологічних процесів, транспортної схеми, введення нових

технологічних операцій та ін. Вирішення проблеми реконструкції здійснюється в умовах значного дефіциту інвестиційних коштів у сировинному комплексі [6, с. 103].

Діяльність з управління ризиками охоплює такі основні напрямки (етапи): ідентифікацію (виявлення) ризику, його оцінку, вибір методу та засобів (інструментів) управління ризиком, запобігання, контролювання, фінансування ризику, оцінку результатів.

У дослідженні [7, с. 95] для зменшення ризиків реалізації проектів модернізації металургійних підприємств, визначено, що якість реалізації таких проектів в умовах діючих підприємств залежить від ступеня підготовленості організаційно-технічної системи. Запропоновано використання закону варіативності інновацій для покращення якості реалізації проектів в умовах діючих підприємств.

Для визначення інноваційності робіт у проектах запропоновано п'ять критеріїв, які характеризують спорідненість проектів до внутрішніх можливостей підприємства. Якщо проект не відповідає хоча б одному із запропонованих критеріїв, він вважається інноваційним для даного підприємства і потребує ретельної розробки протиризикових заходів.

В результаті треба відзначити високий рівень ризиковості проектів розвитку металургійного виробництва, особливо в кризовий період у світовій металургії. Рекомендовано при розробці проектів розвитку металургійного виробництва передбачити спеціальні заходи стратегічного управління з використанням креативного економічного та технологічного аналізу кожного з ризиків.

Література:

1. Темченко, О.А., Шевчук, Н.А., Салоїд, С.В., Редько, К.Ю. Управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств. *Економіка і держава*, 2021. № 4. С. 53-58.
2. Небилиця, В.С., Пригара, І.О., Новикова І.В. Оцінка інвестиційної

привабливості галузі на прикладі металургійної промисловості України. *Приазовський економічний вісник*, 2017. № 5(05). С. 176-180.

3. Жданко, Є.С. Економічна безпека функціонування металургійних підприємств міста в кризових умовах. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2009. № 3. Т. 2. С.65-69.

4. Данченко О. Б., Занора В. О. Проектний менеджмент: управління ризиками та змінами в процесах прийняття управлінських рішень : монографія. Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2019. 278 с.

5. Амоша О.І., Нікіфорова В.А. Розвиток металургійної смарт-промисловості в Україні: передумови, проблеми, особливості, наслідки: науково-аналітична доповідь; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2019. 67 с.

6. Варава Л.М., Варава А.А. Оптимізація упровадження стратегічного інноваційно-інвестиційного проекту на промисловому підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Економіка*. 2018. Випуск 2 (52). С. 102-106.

7. Петренко В.О., Мазов М.М. Управління проектами модернізації металургійних підприємств. *Управління розвитком складних систем*. 2015. №23(1). С. 90-95.

МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Л. С. ЧЕРНОВА

к.т.н., доцент, кафедра інформаційних управляючих систем та технологій
Національного університету кораблебудування ім. адмірала Макарова
(м. Миколаїв)

Якщо знання розглядати як практичну інформацію, то управління знаннями означає систематично, точно і продумано формувати, оновлювати та застосовувати їх. Управління знаннями є процесом навчання.

В умовах дистанційного навчання об'єктом дослідження в теорії управління є наукові дослідження та розробки, навчання, професійний досвід, тощо. А також, в умовах дистанційного навчання об'єктом дослідження виступають педагогічні знання та вміння – конструювання навчально-методичного комплексу мережевого курсу, навички перетворення та проектування навчального матеріалу, методичних вказівок, тощо.

Розвиток інноваційної діяльності та впровадження нових технологій у сучасних організаціях передбачає розробку та використання нових форм та методів управління знаннями. Це стає особливою актуальним завдяки підвищення інноваційного потенціалу, ефективності результатів інноваційної діяльності та, в результаті, підвищення конкурентоспроможності організації.

Система управління знаннями виступає як інструментальна основа для успішної реалізації бізнес-процесів, підвищення оперативності прийняття управлінських рішень, спрямованих на здійснення інноваційно-орієнтованих стратегій розвитку.

Впровадження системи управління знаннями дозволяє організації шляхом збереження його для повторного використання, підвищити продуктивність інтелектуальної діяльності співробітників організації, скоротити терміни виконання проектів і період адаптації нових фахівців.

Процес управління знаннями можна представити, як практику додавання

певних цінностей до існуючої інформації та надання знанням споживчого вигляду, про те, щоб вони були придатні для використання. Під змістом зазначених дій розуміється: придбання знань - використання та пристосування для своїх потреб вже існуючих у світі знань; засвоєння знань - забезпечення постійної освіти, створення можливостей для навчання протягом усього життя; передача знань - використання нової інформаційної та телекомунікаційної технології на основі конкуренції, відповідного нормативно-правового регулювання та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів.

Управління знаннями не є абсолютно новою парадигмою, а є відомими переусвідомленими управлінськими технологіями, які використовуються в сучасних реаліях по-новому. Можна перерахувати кілька популярних методів управління знаннями, що використовуються у сучасних організаціях:

1. Better Practice Transfer - цей метод використовують в ході опису процесу розробки передачі знань. Серед основних завдань методу можна назвати організацію створення, збору та поширення знань, враховуючи забезпечення їх доступності майбутнім користувачам.

2. Boundary Examination - метод, що передбачає поліпшення формулювання проблем з метою збільшення прозорості завдання, визначення важливих та неважливих аспектів.

3. Communities of Practice - метод обміну знаннями та досвідом між людьми, які захоплені спільною справою та прагнуть вдосконалити свої знання і навичок у цій сфері.

4. Negative Brainstorming - техніка мозкового штурму, що використовує зворотні формулювання питань з метою розробки більш креативних ідей, ніж при використанні звичайного мозкового штурму.

5. Peer Assist - це техніка групового допроектного навчання, в процесі якого відбувається підбір та розгляд думок щодо проблеми, проектів або діяльності та здобуттям уроків із нових знань.

6. Stakeholders Management - метод, що сприяє визначенню відносин із зацікавленими сторонами, які можуть перетворитися на партнерські.

Таким чином, управління знаннями, як вид управлінської діяльності, та, як спеціальна функція, має ряд особливостей: по-перше, знання є і ресурсом, і об'єктом управління практично у всіх підрозділах та в рамках усіх функцій; по-друге, управління знаннями безпосередньо пов'язане з використанням сучасних інформаційних технологій, мережі Інтернет, інших розгалужених та універсальних мереж, що дозволяють накопичувати та розповсюджувати необхідні знання; по-третє, функція управління знаннями виконує інтеграційну та координаційну роль у процесі організаційного навчання.

На основі аналізу фінансової звітності організацій, за кілька років до їхнього банкрутства, аналітики різних країн, ще на початку ХХ століття, сформулювали різні моделі передбачення ділової несумісності. Найбільш поширеними є прогнозні моделі, що базуються на множинному дискримінантному аналізі.

Модель дискримінаніного аналізу має такий вигляд:

$$Z = a_0 + \sum_{i=1}^n a_i * f_i,$$

де a_0 і a_i – коефіцієнти регресії;

f_i – фінансові коефіцієнти.

Коефіцієнти регресії розраховуються в результаті статистичного відпрацювання даних за вибіркою фірм, які або збанкрутували або зуміли вижити протягом деякого періоду.

Література

1. Milner B.Z. Knowledge management: principles, methods, effectiveness. URL: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/26.php>.
2. Grishin A.V. State regulation of innovation – oriented activities of Russian companies (the theory, methodology, practice) : summary of thesis. Doct. economical. SPb., 2009. P.17.

**ІНТЕРАКТИВНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ
УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ**

О.М. ЯТЧУК

к.н. з соц.комунікацій, доцентка, доцентка кафедри журналістики Університету
митної справи та фінансів (м. Дніпро)

Питання глобалізації та діджиталізації особливо загострилися під час пандемії COVID-19, що мала вплив не тільки на питання охорони здоров'я, але і безпосередній вплив на економіку та цифрові технології. Одним з викликів такої ситуації стала можливість, яку надавали саме цифрові технології для здійснення віддаленої роботи під час локдаунів у різних країнах світу. Ця ситуація сприяє переосмисленню використання інформаційних технологій та ресурсів під впливом трансформаційних процесів не тільки ІТ сегменту, економіки, але і соціальним питанням, і комунікації як такої.

З точки зору економіки, ми можемо побачити, що проектна діяльність вже є результатом будь-якого функціонування підприємства. і як кінцевий результат його діяльності уявляє собою самостійний завершений проєкт, і як наслідок такий підхід узагальнює актуалізацію питання отримання прибутків з метою підвищення ефективності бідь-якої діяльності, і комунікаційної в тому числі.

Питання використання інформаційних технологій в проєктній діяльності розглянуті в монографіях О. Побережець, А. Василевської, останні захищені дисертації І. Маковецької, Л. Васильченко, Р. Барана та інших, свідчать, що питання актуальності цифрових комунікацій в контексті формування та розвитку діяльності підприємства є актуальними та потребують теоретичного переосмислення в умовах невизначеності та кризової економіки.

Незважаючи на те, що впровадження цифрових технологій в процес керування проєктами може бути успішним, він має і певні недоліки, серед яких є не тільки сфера технічних умов, але і питання планування та контролю

людськими ресурсами.[1]

Питання використання інтерактивних технологій, які базуються на можливості одночасної взаємодії між відправником та отримувачем інформації (комунікантом та комунікатом) та їх безпосередній взаємодії у реальному часі (момент відправки та отримання для усіх учасників комунікаційного процесу є спільним) активно досліджуються і науковцями в різних галузях, так і економічній зокрема. Так, досліджуючи питання управління цифровими комунікаціями в логістичному бізнесі, вже доведено, що ефективними є використання не тільки сайтів, мобільних додатків, але і чат-ботів та соціальних мереж [2]. Таким чином, ми бачимо, що поступово для підвищення ефективності бізнес-проектів використовуються не тільки економічні, але і комунікаційні показники, та їх вектор носить загальний соціальний напрям, спираючись на сучасні тренди комунікації. Проте поза увагою науковців залишаються можливості саме інтерактивних технологій для різних сфер проектної діяльності на підприємстві, а саме:

- переваги щодо он-лайн опрацювання завдань, функцій та можливостей;
- трансформація ресурсної бази: збільшення кількості сервісів та застосунків, що використовують інтерактивну (он-лайн) структуру;
- процес створення, накопичення та збереження інформації змінюється без опосередкованої функції адміністрування;
- комунікаційні зв'язки користувачів розширюються через можливості одночасної дії великої кількості користувачів.

Серед технологічних компонентів, які вже сьогодні ефективно показують свої переваги для проектної діяльності – Microsoft Teams, хмарні сервіси Google, Asana, Trello, Notion, Todoist, Evernote, Notion, OneNote, MindMeister, Mindomo, MindMup та інші. Кожний з цих програм створений для можливостей застосування в різних ОС та платформах, і легко може бути використаний як зі стаціонарного ПК, так і через мобільні гаджети, кількість який щорічно збільшується. Крім того, вагомою перевагою є те, що розробники таких

програм активно використовують декілька версій, які можуть легко синхронізувати різні технічні можливості, паралельно створюючи копії як в віртуальному середовищі, так і в пам'яті конкретного гаджета, проте легко може бути поєднано на різних платформах та ОС одночасно.

Таким чином ми бачимо, через трансформацію ресурсів щодо технологічної підтримки розширюються і он-лайн сервіси, створюючи можливість розширювати і проєктне середовище, застосовуючи новітні технології у практичній сфері. Крім того, універсальність програмного забезпечення, яке може бути використано в різних країнах світу зменшує цифровий розрив між країнами, створюючи нові умови для подальшого вивчення та аналізу [3].

Ще однією з переваг інтеграції цифрових комунікаційних інструментів є можливість використовувати інтернет-аналітику для дослідження ключових показників ефективності КРІ. Для соціально комунікаційних процесів, інтерактивні технології, що будуються на звичайній природній комунікації, де приймають участь усі учасники комунікаційного процесу, маючи можливість обмінюватися інформацією та впливати один на одного створює і додатковий соціальний вектор для переваги саме такій формі, наближаючи цифровий світ з реальним.

Проте, крім комунікаційних переваг, вже сьогодні можна побачити і певні виклики, які потрібно вирішити, для ефективного застосування саме інтерактивних технологій, крім підготовленого технічного рівня користувачів, які повинні одночасно працювати в одному середовищі, вони повинні демонструвати високий рівень комп'ютерної грамотності, тож проблеми пов'язані з людським фактором стають ключовими. Крім того, розширені можливості технічного застосування повного функціоналу програмного забезпечення пов'язані з додатковими витратами.

Таким чином, ми бачимо, що питання використання інтерактивних технологій, хоча і має численні переваги у проєктній діяльності групи учасників (команди, підприємства), вона все ж таки потребує детального

вивчення та застосування різних моделей та методики урахування ефективності її використання. Проте комунікативне та технологічне підґрунтя створює максимально ефективне середовище, для подальшого вивчення та застосування цих технологій в практичній діяльності.

Література:

1. Башинська І.О., Хрїстова А.В. Використання сучасних інформаційних технологій управління проектами. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2017, № 1. с. 16-22.
2. Kolosok V.M., Lazarevska Yu.A. Efficiency of digital communications in the logistics business: evaluation indicators. *Intellectualization of logistics and Supply Chain Management.*, 2020, vol.2, pp.78-87. URL: <https://smart-scm.org/en/journal-2-2020/valeriya-kolosok-yulianna-lazarevska-efficiency-of-digital-communications-in-the-logistics-business-evaluation-indicators> (дата звернення: 13.02.2022). DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2020-2-6>
3. Vladimir Bilozubenko, Olha Yatchuk, Elzbieta Wolanin, Tetiana Serediuk and Maxim Korneyev. Comparison of the digital economy development parameters in the EU countries in the context of bridging the digital divide. *Problems and Perspectives in Management*. 2020, 18(2), pp. 206-218. DOI : [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18\(2\).2020.18](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.18)

**ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НЕЙРО-НЕЧІТКІ ТЕХНОЛОГІЇ
МОДЕЛЮВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ ТА УПРАВЛІННІ
ПРОЄКТАМИ**

**SOME PROBLEMS OF DESIGNING HIGH-PERFORMANCE
MULTIPROCESSOR SYSTEMS**

D. MOROZ

PhD student, Dnipro University of Technology, Dnipro

The need in high-performance computing in the world belongs to the fundamentals of the strategic potential and has important scientific, technological and national economic significance. To date, there are two basic methods of increasing productivity and performance of computing systems: the use of more advanced element base; parallel execution of computational operations.

The first method involves a very significant investment. Experience of the firm *CRAY*, which has created a supercomputer based on gallium arsenide showed that the development of a fundamentally new element base for high performance computing systems is a daunting task even for such big-name corporations. The second method dominates after the announcement of the government program "*Accelerated Strategic Computing Initiative*" (*ASCI*) in the United States.

Given the above, we note that in recent years the process of creating high-performance systems developed mainly in one direction: combining many parallel processors for the solution of a large and complex problem [1, 2]. In this regard, one often identifies today a concept between a supercomputer and parallel (multiprocessor) computer system. To build supercomputers one takes serial microprocessors provided with their local memory and connected via a communications medium. This architecture has many advantages: if necessary, one can add processors, increasing the productivity of the cluster; if financial resources are limited or the necessary computing power is known in advance it is easy to select the desired system configuration. The name of such systems emphasizes theoretically unlimited scalability devices of this class.

Analysis of ways to develop high-performance systems shows that the real

turning point in mastering the parallel computing technologies can be achieved in the developing of additional (actually base) level in the hierarchy of capacities of hardware multiprocessor computing systems *MPP*-architecture or the personal computing clusters. Thus, it is proposed to establish the foundation of the pyramid hardware technology for parallel computing as personal computing clusters similar to the existing instruments with traditional technologies in the form of sequential computations as the *PC*. As computers have ceased to be exotic after widespread of the *PCs* as well mastering techniques of parallel computing is only possible as a result of widespread use of the *PCs*. In this case, if the beginning of the common use of *PCs* belongs to the other half of eighties, the mid-first decade of XXI century should be considered the beginning of the spread of personal calculable clusters in the form of multiprocessor computer systems with distributed memory. Scope of these systems application is very wide: mastering the parallel computing technology, creation and debugging of parallel programs, including problem-oriented packages and libraries, as well as run of the model developed software.

This paper shows that the problems that arise when developing parallel computing systems usually are paramount and require in-depth study and research. Indeed, a distributed (parallel) computer modeling covers the entire spectrum of modern computing: supercomputers, cluster computing systems, local and wide area networks, etc. In addition, distributed modeling permits to solve problems that require large amounts of *CPU* time to integrate mathematical models processed on different (including geographically distant) computer systems. In this regard the problem of designing computing clusters, as well as the development of numerical algorithms for parallel processors are relevant and paramount.

In modern conditions the cluster systems are constructed by use of computing nodes based on standard processors connected by high-speed system network (interconnect), and, usually, by auxiliary and service networks. However, in recent years the leaders in manufacturing hardware computer technology offer a form factor: in particular, the companies *IBM*, *LinuxNetworx* and others have at their disposal a

cluster solution built on the basis of so-called blade technology.

There are many computing systems with the shared memory which are oriented on solving of the task. These systems involve the processors united with definite commutation environment. Among them there are *Intel Paragon*, *IBM SPI*, *Parsytec*, *Blackford MultiCore* and others. The differences between these systems depend on the type of processors and the structure of communicative area. The typical example of such systems may be presented by the cluster Blackford MultiCore [3].

Nevertheless, it should be noted the following disadvantages of a multiprocessor system:

1. Low real productivity solutions of strongly coupled tasks .

This disadvantage due to the fact that the peak performance of the compute node is equal to *37.28 GFLOPS*, and the communication environment for all nodes in the cluster system could exploit one Gigabit network.

2. The high cost of the system.

Lack of is predetermined by application processors specialized components, housings format *1U/2U*, specialized air conditioning systems, high-power *UPS* systems, and more.

3. Complexity of the cluster operating.

The reasons for this lack can be explained by two factors. Firstly, there is a need to retain staff of certified specialists for adjustment, operation and maintenance of the cluster system. Second, the operating system is installed on each of the compute nodes, so in the event of failure or the need for changes in the system or software one has to migrate each node separately. All this leads to an increase in system downtime.

It is also known that the efficiency of the parallel computations significantly depends on many factors, one of the most important is the specificity of the data transfer between neighboring nodes of a multiprocessor system, because this slowest part of the algorithm can negate the effect of increasing the number of processors used. These questions considered to be critical in the process of modeling of a wide class of problems with the help of modular multiprocessor systems and today these are being

addressed by many researchers [1, 2, 4].

In practice of parallel computing the known module of a high effective multiprocessor system on high alert contains one master node (*MNode001*) and five slave-computing nodes (*NNode001*, *NNode002*, *NNode003*, *NNode004*, *NNode005*), three controlled switch (*SW1*, *SW2*, *SW3*), intermediate buffer memory switches, re-configured network for the data exchange between computing nodes, virtual *LANs*, the redundancy mechanism of key components, and also provides network booting nodes. Commutative network multiprocessor computing system operates in two modes: having topology of the star type or of the circle one. This cluster system is based on blade technology. It is a densely packed module processor of a blade type installed in the rack. The rack inside contains nodes, devices for efficient connection of the components of the control equipment internal network systems, etc. Each blade cluster runs under its copy of the standard operating system. The composition and output nodes may be different within the same module, and a homogeneous unit is considered in this case. The interaction between the nodes of a cluster system is installed using the programming interface, i.e. specialized function libraries. In designing the multiprocessor system special attention was paid to the possibility of extension or modification of the cluster in the future.

Among the disadvantages of such a system we can call:

1. Inability to use such a system for solving problems with an expandable calculations' area. The disadvantage is predetermined by the fact that the communication environment for all nodes of a cluster system is designed to use one-gigabit network. In solving problems with an expandable area calculations we will meet the overload of network resources of the system as so the processors will be forced to idle and the system will work only on the organization of the data exchange between its nodes.

2. Low real performance for tightly coupled tasks. This disadvantage is connected in a one-gigabit network latency at which most of the time will be spent for data exchange and synchronization .

3. Limited and specially oriented range of problems that can be solved with the help of such a system. This disadvantage is due to the fact that the solution of problems with using commutative computer network system is based only on the use of two modes. The first mode simulates the network star-topology, the second simulates the circle-topology t . These modes are oriented to implement data exchange limit depending on a restricted class of problems solved by the proposed cluster.

4. Limited expandability of a multiprocessor system. The reason for this deficiency is caused by using one-gigabit network, so during expansion of a cluster system the number of its blades will be limited because of an overload of network resources.

The existing multiprocessor computing systems are not focused on solving tasks with an expanding field of computing. Acting methods of analyzing the effectiveness of multiprocessor systems do not allow to determine the optimal number of nodes to solve the mentioned above class of problems. At the same time the proper development studies on the analysis of the influence of the network interface on the efficiency of such systems have not acquired. In addition, for evaluating the effectiveness of a computer system the basic analytical relations through the parameters of the studied system are not presented.

The purpose of the study is to provide a multi-module computer system, the real efficiency and productivity of which would peak at solution strongly coupled problems and problems with an expanding field of computing. And in addition, the system must have high reliability and high energy efficiency. Units of the claimed device must be equipped with the help of computer technology of mass production. These solutions allow to design the claimed system in universities, research organizations, research centers. Due to the significant demand for blade configuration systems within the domestic market the further development of blade technology for the construction of the cluster computing system should be acquired.

Design features of the multiprocessor system. Multi processor module system includes one master node ($PM001$) and slave-computing nodes ($PN001$, $PN002$,

$PN003, \dots, PN00N$), two controlled switches (KGI, KIB), intermediate buffer memory switch KGI , reconfigured network for communication between computing nodes, $VLANs$ core redundancy components and also provides a network boot nodes. Commutative multiprocessor computing system operates in six modes: star, circle, ruler, complete graph, grid, lattice closed. These modes have been focused on the implementation of the limit data exchange representing the particular problems which are solved using the proposed system.

Prospects for further research in this scientific direction the authors see in the coverage of issues related with the study of computing in a multiprocessor system slow because of its expandable memory. There occurs the need for increased computing power of the system to decouple a certain class of applications. Founded principle of modularity can increase performance of the computer system through the addition of new slave-nodes. The authors consider it expedient to introduce the corresponding analytical expressions for calculating the efficiency of the claimed computer system. This would allow researchers to choose the most effective configuration of a multiprocessor system and its modes of operation. The authors intend to address such study in the next publications.

REFERENCES

1. Moroz D.M. Research of the influence of a network interface on the efficiency of modular multiprocessor systems. *System technologies*. 2021. № 3 (134). P. 55–66.
2. Мороз Д.М. Моделирование максимально параллельных структур алгоритмов решения тепловых задач. *Modern problems of metallurgy*. 2021. № 24. P. 98–109.
3. Спецификация кластера Blackford MultiCore. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mvs.icc.ru/cluster_info.html
4. Shvachych G.G., Vozna N.J., Ivashchenko O.V., Bilyi O.P., Moroz D.M. Efficient algorithms for parallelizing tridiagonal systems of equations *System technologies*. 2021. № 5 (136). P. 110–119.

**INFORMATION SYSTEM FOR ASSESSING THE TECHNICAL
CONDITION OF MECHANISMS**

L. SUSHKO,

senior lecturer State Agrarian and Economic University, Dnipro

Today, documenting the technical state of the functioning of mechanisms takes a large part of the working engineer's time, but is a necessary attribute of any technological institution. Nowadays there are systems for computer diagnostics of the technical state of mechanisms, but they are far from ubiquitously [1, 2]. Due to the increasing amount of information in the technical diagnosis arrangements, there is a need to automate processes of the basic flow of documents. Collection, storage, analysis of information, structuring the informational flows, their distribution, and other operations with diverse types of data are impossible without the use of computer technology.

However, note that computer systems for diagnostics automation of mechanisms and machines, are perhaps the most frequently changed component in the management structure of a modern enterprise. In addition to the traditional directions of modernization, one of the recently demanded ways of developing computer systems is the integration of systems of various levels of control. Technological safety management is added to the list of functions of these systems.

A variety of hardware and software, structural and architectural solutions, functional capabilities, as well as various degrees of participation of information tools in production and enterprise technology control channels are the main defining characteristics of existing computer automation systems in modern enterprises, in all industries. The management of the automation departments of various enterprises have problems regarding choosing the path of further system development.

On the one hand; the volume of automation, the complexity, and the cost of hardware and software have increased. Along with this, the expences of resources and

time for design work as well as the requirements for the qualification of staff and maintenance costs have also dramatically increased.

On the other hand, there is a “patchwork” nature of automation in general, at all levels of management, as a result of which there are losses i.e. non-compliance with the regulations: violations of the operating standards of equipment. Production losses are frequent due to conflicts in the flow of “technological actions” planned by staff who control the technological processes of repair and preventive work, which is organized at the level of production management. The "transparency" of the processes for monitoring the technical diagnostics of systems for external technology control loops is insufficient. In addition, it should be noted that so far, the coordination of actions has been minimal. This was due to the various requirements of the departments and services of enterprises utilizing multiple means of automating the process of system diagnostics.

Existing computer systems for an integrated assessment of the technical state of the functioning of mechanisms are not always suitable for a number of enterprises. The reason for this may be the accuracy of data presentation, speed of information processing, memory requirements for computer tools, and the structure of algorithms. The situation becomes more complicated by the fact that usually each of the computer systems diagnostic mechanisms were implemented on the basis of various hardware, software and information standards. Lack of regulatory services and a unified standardization of management tools leads to unreasonably high costs for maintenance and modernization of equipment. Hence arises the urgency of the creation of modern computer systems for an integrated assessment of the technical state of the functioning of mechanisms taking into account a single information space.

The main objective of the developed information system is a complex solution for the collection and analysis of information about the technical condition and functioning of mechanisms as well as the management tasks of the enterprise in general. Respectively, specific tasks are solved for each unit of the enterprise. However, difficulties in determining the main focus or priorities of the enterprise’s

activities significantly complicates the development and implementation of such information systems. The developed computer system primarily optimizes information gathering, helps an engineer in monitoring and diagnosing the technical condition of the functioning of mechanisms, as well as aid in reducing errors and eliminating negative consequences. The existing experience in the developing of information systems allows one to conclude that as a result of designing such a class of systems, it is necessary to pay attention to both the diagnostic component (the decision support function) and the statistical component (analysis of heterogeneous data, reporting for analysis and forecasting of the functioning of mechanisms), and also economic (optimization of the financial activities of the organization).

The process of automating the information support of the processes of monitoring the status and maintenance of technological equipment is based off the following principle: at the first stage, the operator enters information into a single database of equipment status for the current period. At the second stage, this information goes to the person in charge, who decides on the appropriate equipment work that needs to be done.

If the decision is made to perform certain work tasks with equipment and mechanisms, then:

- data on necessary work are entered into the computer system;
- the entered data goes to the operators through the means of a computer system;
- after completing certain work tasks, data on performed actions is entered.

Diagnostics of equipment occurs at one- month intervals, carried out by the specialists responsible for it. The reports give indications of the current status of the equipment. It also contains information about the condition of the equipment at the beginning of the month, possible problems with the equipment, and recommendations for further work.

Input and output data of the system. The input data of the system includes data on equipment, data on guarantees, warranty information, data on checking the condition of the equipment. The output data includes information on depreciation, information on

repairs performed, information on contracts, equipment health check information. In addition, it is possible to output the data on depreciation of the equipment in an Excel file and sort it by year, as well as output the data on specific repair work in a Word file.

Design features of the computer system. The following tables were created during the design of the computer system:

- table “Depreciation” stores information on depreciation of the equipment;
- table "Equipment" stores information about the types of equipment in manufacturing;
- table "Repair" stores information about the repair work performed;
- the "Employees" table stores information about employees;
- the "Authorization" table stores information about authorization data;
- table “Reports” stores the information about authorization data;
- the “Inspection” table stores information about equipment inspections.

The principal feature of the created tables is the organization of connection between them. In this connection, one of the main requirements for the organization of the developed database is to provide the ability to find certain entities according to the purposes of others, so that specific connections are established between them.

Basic requirements for software and hardware. The following development and storage tools were used to create the computer system:

- Microsoft SQL Server Management Studio — to store the data;
- Microsoft Visual Studio 2019, язык программирования C# — for the development of software product.

Microsoft Visual Studio — Microsoft product line, including an integrated software development environment and a number of other tools. The main feature of this product is that it allows the development of both console applications and graphical user interface applications (GUI) including support for Windows Forms technology. In addition, this product aids in the development of websites, web applications, web maintenance services in both your own and managed code, as well as for all platforms supported by Microsoft Windows, Windows Mobile, Windows CE, .NET Framework,

Xbox, Windows Phone .NET Compact Framework and Microsoft Silverlight [15].

Visual Studio consist of:

- VisualBasic .NET (Visual Basic slightly differ by syntaxes);
- Visual C++;
- Visual C#;
- Visual F# (starting from VB2010).

As an object-oriented language, C # supports the concepts of encapsulation, inheritance, and polymorphism. All variables and methods, including the Main method - the application entry point - are encapsulated in class definitions. A class can inherit directly from one parent class, but it can implement any number of interfaces. In addition to the described basic object-oriented principles, C # simplifies the development of software components through several innovative language constructions, which include the following:

- encapsulated method signatures, so-called delegates, that support type-safe event notifications;
- properties acting as accessor methods for private member variables;
- attributes with declarative metadata about types at runtime;
- inline comments of XML documentation;
- LINQ, which offers built-in query capabilities in various data sources.

The developed computer system also uses Microsoft SQL Server - relational database management system (RDBMS) developed by Microsoft Corporation. Primary query language used – Transact-SQL, created jointly by Microsoft and Sybase. Transact-SQL is an implementation of the ANSI / ISO standard for structured query language (SQL) with extensions. This approach is used to work with databases ranging in size from personal to large databases of the enterprise scale; competes with other DBMS in this market segment.

The considered database design environment is the best option for the developed computer system, since it is convenient in creating databases, has an accessible and intuitive interface, and allows the transfer of the database from one computer to

another, without requiring additional software. The above features of the design environment are crucial due to the fact that the developed computer system will be installed on various types of computer equipment.

Recommended hardware requirements: CPU: Intel Pentium Xeor; RAM: no less than 128 MB; free disk space: at least 1 GB.

Conclusions. The developed computer system solves the problem of automating an integrated assessment of the technical functioning of mechanisms. The proposed system has the following qualities. First of all, it is ideal for its moderate cost, which is one of the decisive factors for most industrial enterprises when choosing a computer system to use.

Secondly, the proposed system is simple and comfortable to use. The system has an intuitive and understandable interface for the operator, which allows the operator to quickly go through the familiarization stage and increase effective use and productivity; the system monitors the correctness of filling in the electronic history fields - it will correct, if basic fields are not indicated (repair data, repair requests, part price, etc.).

The system has the ability to add users' own templates for a specific unit. When working, it displays only system templates and does not display a huge list of additional embedded templates, i.e. has customization feature for a specific workplace. The system includes a built-in, editable directory of necessary parts and equipment.

Another advantage of the developed system is its stability and reliability. At the same time, the system containing important information about the enterprise is not only stable in operation but also protected from unauthorized access attempts. In addition, it is multifunctional and easily adapts to the profile of the unit.

The computer system is constantly updating, taking into account the wishes of its users. Also, it has minimal requirements for the computer hardware. No additional paid software is required to install the system.

References

1. Соколев В.С. Программное обеспечение современных систем сбора и обработки измерительной информации. *Сборник научных трудов Приборы и системы управления*. 1998. 1. Р. 55-63.

2. Pokojski J. Komputerowe wspomaganie decyzji wielokriterialnych u dynamice maszyn. Pr. nauk. Mech. Pwarsz. 1990. 108 p.

**OBJECT-ORIENTED MODEL OF CONSTRUCTING OF
THE DISTRIBUTED DATABASES**

G. SHVACHYCH,

Doctor of Technical Sciences, Professor,

B. MOROZ,

Doctor of Technical Sciences, Professor,

I. HULINA,

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

Dnipro University of Technology, Dnipro

The classic model of constructing relational databases, which describes the rigid relationships between objects that has recently become widespread, does not fully satisfy a number of problems, such as dynamic systems of planning, reporting and documentation. The apparent simplicity of describing relationships between objects in simple (transparent) systems does not apply to large, requiring recurrent relationships.

It is known that development of any information system based on the relational model, involves a set of preliminary work to identify and document the requirements for information. Depending on this work stage accuracy performance, extent to which the correctly indentified entities and their determination and definition interrelationships the system effectiveness, and, as a consequence, its life cycle thrives.

One of the most complex problems performed at the initial design stage is the problem of developing qualification classifiers, which in relational databases fulfill the primary role of primary and foreign keys that identify entities and relationships between categories. This problem is characterized by identification or definition of specific information for describing categories in large information volumes. Such problems implementation requires a lot of time and high qualification of specialists.

It should be noted that during the system registry description, the human factor often leads to implicit errors that get revealed during system operation as irregular failures. Identifying such errors is of a quite difficulty, and their correction in the

classic relational databases is almost impossible.

From the foregoing it follows that at the initial stage of designing large systems, it is required to carry out a set of works related to development of mockups of the system main components and the test software that both identify possible errors, which in turn increase the system cost.

At higher educational establishments that have limited funding, it is very difficult to develop or order a single information standard independently for all the problems of planning the educational process. This fact is conditioned both by objective reasons connected with frequently changing requirements to conduct of educational process, and subjective factors connected with traditions of higher educational establishments. Thus, the system developer encounters vaguely formulated problems and uncertain information, i.e. it requires problems solution in fuzzy sets

As a rule, any attempts to independently develop systems for providing the learning process result in the implementation of separate, unrelated problems partially satisfying the requirements of individual services, but absolutely not affecting the range of problems that provide the information needs of executive structures and ability to quickly access for interested people to information.

The transition of higher educational establishments to the credit-module form of education to a certain extent contributed to the information standardization, especially with regard to the unity of the curricula for all bachelor-level specialties. Nevertheless, any system should provide sufficient flexibility, satisfying the specifics of the higher educational establishments and the peculiarities of its traditions.

One of the successful solutions of this class of problems are dynamically indexed systems with a large life cycle, which representatives are popular applications of “1С бухгалтерия” (“1С accounting”) and “1С предприятие” (“1С enterprise”), and also less common, due to considerable cost, the “Project” dynamic planning program. Nevertheless, the “1С” applications operate according to predetermined (deterministic) rules, developed on the basis of normative acts, and their adaptation to changing conditions is performed by developer or developer's representative on the basis of changes in regulatory documents. It should also be noted that these applications

relations classifiers are known.

To simplify access to information in databases, the language of structured SQL queries is effectively used, which standard was adopted in 1992. The SQL language allows to create complex dynamic links between non-indexed fields of tables based on simple SQL statements. However, a system based on a SQL server or on a platform that supports SQL queries will have a high operational cost, since it requires highly skilled personnel to maintain it, which can be problematic in a high educational establishment's environment.

Let us simulate a situation where the information is required about which second year academic groups study the "Information Technology" discipline and students number in those groups. The sample SQL query looks like this:

```
Select MyGroup, Count from Plane
Where Discipline = "Информационные технологии"
("Information technologies") and Course = 2
```

At the same time, the question arises: will the department employee be able to make such a request? More likely no than yes.

A similar situation arises in a number of other cases. Thus, although the SQL language has unique flexibility, its interactive use (hidden is allowed) is most likely unacceptable.

The above analysis shows that only a mathematically justified model of the information automatic classification allows reliably describing the information registry, defining a single standard (system interface) for all the problems solved in the system and significantly reducing time and resources necessary for the system development as a whole.

By abandoning of traditional relational model of building databases and replacing it with a parallel package of a data set maintained by its own relationship processor allows efficiently solving problems with deep recurrence relations, both in exclusive operation mode and in distributed systems.

The planning system basis determines basic structure of reference information, which is the core of the information and reference system, the IRS. Basic structure

describes main relationship (administrative structure).

So, taking into account the mentioned circumstances, it is possible to formulate the main research objectives. In the IRS developing process, the following main objectives should be implemented:

- synthesis of cryptographic key from the content information;
- implementation of primary property of the primary key;
- system data integrity maintaining;
- ensuring data (information content) modification disability;
- ensuring the established rules for directories creation;
- providing a user-friendly interface;
- obtaining hard copies of directories.

The described objects are implemented using TClientDataSet remote access components as domain structures (Figure 1), that allow access to attribute values via domain names, for example:

```
CDS2CF_Code.Value := CDS1CF_Code.Value;
```

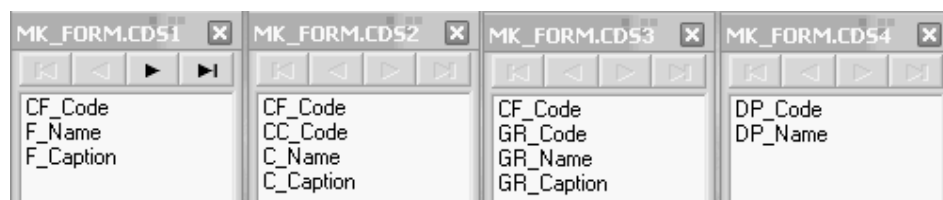


Figure 1. Domain name structure

The relations between the tables fields describing objects are directly realized when making the application by setting "hard" links according to the Master-Detail relationship scheme (Fig. 2).

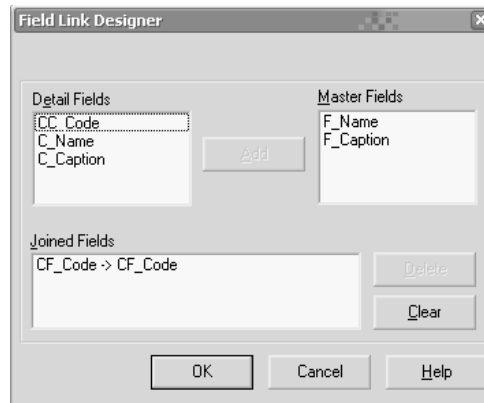


Figure 2. Implementing interrelations between fields of tables

The connection between the TClientDataSet object and the control elements is run via TDataSource connection component.

Next, consider the computation of cryptographic keys values.

The system architecture is determined by accepted ideology, where it is assumed that each user has an instance of the system located on a removable medium (full-function application and local database) or transparent access to the application instance. Each user can access data only in the volume defined by the license. Users can communicate with each other and with the main database in batch mode. The main database can represent a single file (a package of files) located on any dedicated computer, or be an extended representative of any application instance. Thus, the adopted architecture fully corresponds to the distributed systems concept.

By default, each instance of the application is a local DBMS. After executing the registration command of the relationship processor class, the application acquires the property of a server providing access to its resources to all network clients.

The proposed object-oriented system model provides a solution to a complex of planning and reporting problems in fuzzy sets based on symmetric pairs of cryptographic keys.

In the proposed system, the object identifiers (cryptographic keys) describing structure of the high educational establishments and the learning process are automatically generated on the basis of complete (standardized) names of structural divisions, specialties, disciplines, etc. To generate the keys, one-way HASH is used, the

CRC32 (NIST standard) function that allows creating non-repeatable keys.

A set of cryptographic keys is the problem title being solved. Problem solving is performed by a relationship processor, described by macro functions. The relationship processor is a server module that provides both single and batch problems processing. From the relationship processor point of view, all the problems are parallel. From this it follows that problems can be applied to the system if need be.

Each problem is described by a linear information table in CDS format (binary representation of XML format), which provides non-nuclear database compact files.

Unlike classic relational databases, the object-oriented model allows solving effectively problems of such automatic transactions, such as inheritance of the past period plan parameters in the new period plan, the inheritance of the previously described structures. In addition, it allows removal and adding to the work plan of new periods, as well as new structures designed to provide interactive automatic postings of students during the entire period of their studying, etc.

A flexible description of the structure of the high educational establishments units, curricula and programs, specialties graduates, student groups composition, provide a simultaneous change of data in all the problems solved by the system.

Note that the object-oriented system model, based on the platform of the latest SET-oriented (non-nuclear) technologies and distributed computing (MIDAS), as well as unified standardization of problems and the accepted open system architecture allows unlimited system development when there is the information need, and perform parallel work by independent developers in modern computing environments.

References

1. Khutorskoy A.V. Pedagogicheskaya innovatika: ucheb. posobiye dlya stud. vyssh. ucheb. Zavedeniy: M.: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 2008. – 256 p.

2. Golitsina, I.N. (2009): Informatsionno-kommunikatsionnyye tekhnologi v sovremennom yevropeyskom universitete (Na primere Norvezhskogo universiteta nauki i tekhnologii): V International Conference “Strategy of Quality in Industry and Education”; June, 6 – 13. – 2009, Varna; Bulgaria. – Proceedings, V. 2, P. 785 – 787.

**ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРО-НЕЧІТКИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНЦІ
РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

К.М. БУШУЄВ

аспірант третього року навчання

В.О. ПЕТРЕНКО

д.т.н., професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління
проектами

Л.М. САВЧУК

к.е.н., професор, декан факультету прикладних комп'ютерних технологій
Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро

Т.А. ФОНАРЬОВА

к.е.н., доцент, доцент Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара, м. Дніпро

Прийняття рішення щодо реалізації інвестиційного проекту вимагає всебічного аналізу та оцінки. Під інвестиційним рішенням розуміють зважений і аргументований аналіз всіх позитивних і негативних сторін інвестицій. Як відомо, інвестування є довгостроковими вкладеннями економічних ресурсів при якому здійснюється перетворення коштів інвестора в активи, які, при використанні, здатні створювати нову ліквідність.

Тобто важливим є вирішення завдання оцінки альтернатив інвестування їх селекція та добір найбільш ефективних. Таким чином, необхідно здійснити проектно-інвестиційний аналіз, у якому об'єктом аналізу виступає як сам проект, так й пов'язані з ним грошові потоки, ризики та фактори зовнішнього середовища, які утворюють умови невизначеності, й аналізуються, прогнозуються за допомогою поєднання інтерактивних методів, таких як експертні методи та методи на основі штучного інтелекту, а саме, нейронних мереж. Етапи процесу оцінки й обґрунтування добору інвестиційного проекту схематично представлені на рис.1.

Особливої уваги потребує оцінка інвестиційних рішень з використанням експертних методів та методів штучного інтелекту на основі нейронних мереж.

Можливість широко використовувати експертні знання дає нечітка логіка, що дозволяє забезпечити формалізацію якісних, розмитих в смисловому плані, понять та зв'язків.

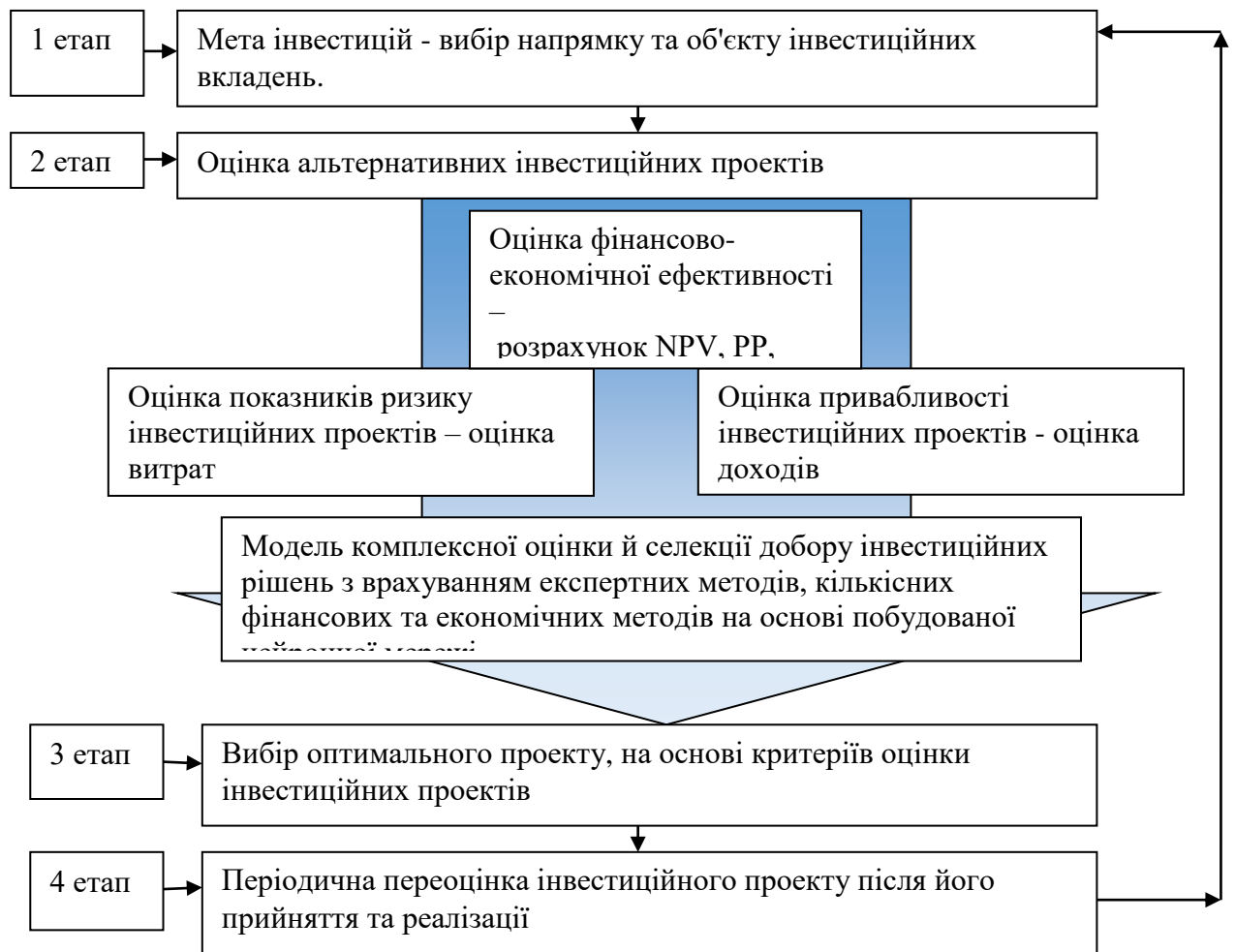


Рис. 1 - Етапи процесу оцінки й обґрунтування добору інвестиційного проекту (авторська розробка)

На основі методів нечіткої логіки вдається проектувати системи, що здатні ефективно функціонувати в умовах наявності інформації про об'єкт управління, яка має якісний характер. Практичний досвід розробки систем на принципах нечіткої логіки свідчить про те, що терміни і вартість їх проектування значно нижче, ніж при використанні традиційного математичного апарату, при необхідному рівні якості. Це пояснюється тим, що: а) нечітка логіка дозволяє за відповідними експертними знаннями швидко розробити модель з подальшим ускладненням її функціональності; б) модель на

принципах нечіткої логіки простіше для розуміння, ніж аналогічна модель у вигляді нелінійних диференціальних рівнянь; в) моделі на принципах нечіткої логіки простіше реалізувати апаратно.[1]

В умовах невизначеності та з огляду на вище наведене, постає актуальна задача оцінки привабливості та ризиків фінансування (впровадження) інвестиційних проектів. Як зазначено на рис. 1, для вирішення такої задачі пропонується модель оцінки й селекції добору інвестиційних рішень з використанням класичних методів оцінювання та з залученням знань експертів на основі побудованої нейронної мережі.

Нехай маємо деякий проект який потрібно оцінити щодо ризику його фінансування. Вхідні дані будуть як у вигляді множини кількісних оцінок, так й якісні, тобто експерт (чи група експертів) ставить лінгвістичну оцінку, на основі своїх міркувань для кожного показника. Отже, вирішення завдання синтезу об'єктів, що погано формалізуються пропонується здійснити на основі нейронної мережі.

В моделі, що пропонується авторами, [див. 2] навчання нейронної мережі буде як з вчителем, тобто на основі історичних даних та певного обсягу навчальної вибірки, так й без вчителя, тобто на основі обробки інформації завдяки кластеризації. Таким чином вдасться уникнути суттєвого недоліку нейронної мережі – необхідності мати великий обсяг експериментальних даних для навчання.

Цим умова відповідає модель FALCON (Fuzzy Adaptive learning Control Network), яка має п'ятишарову архітектуру та реалізує тип нечіткого виведення Мамдані. FALCON використовує двоетапний алгоритм, що складається з навчання без учителя і параметричної оптимізації на основі методу градієнтного спуску. Алгоритм зворотного поширення використовується для навчання з учителем. Такі властивості моделі FALCON роблять її особливо цінною для задачі моделювання оцінки й селекції добору інвестиційних рішень [3].

Питання побудови функцій належності є одним з основних в нечіткій логіці, якому присвятило свої праці багато вчених, починаючи з засновника цього напрямку науки Л. Заде. В теорії нечітких множин функція належності відіграє значну роль, так як це основна характеристика нечіткого об'єкта, а всі дії з нечіткими об'єктами виконуються через операції з їх функціями належності. Визначення функції належності – це перша і дуже важлива стадія, що дозволяє потім оперувати з нечіткими множинами. [1]

Експертні методи побудови функції належності поділяються на прямі і непрямі. Аналіз результатів досліджень показав, що прямі методи характеризуються великою часткою суб'єктивізму, внаслідок чого використовуються в якості допоміжних. Крім того, при використанні прямих методів часто відбувається «сповзання» оцінок експертів до полярних значень. У випадках відсутності елементарних вимірних властивостей необхідно використовувати непрямі методи. До непрямих методів завдання функцій належності відносяться методи статистичних даних, парних порівнянь, експертних оцінок та інтервальних оцінок.[1]

Отже, підводячи підсумок, можливо зазначити напрями подальшого дослідження, а саме: доопрацювання моделі комплексної оцінки й селекції добору інвестиційних рішень з врахуванням експертних методів функції належності як прямих так й непрямих; удосконалення нейронної мережі, з можливістю навчання без вчителя на основі нечіткої кластеризації; побудова системи підтримки прийняття рішень для інтерпретації результатів; апробація розробленої моделі для різних інвестиційних проектів.

Література.

1. Шушура О.М. Методологічні основи побудови інформаційних технологій для автоматизації управління складними системами на принципах нечіткої логіки. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора технічних наук за спеціальністю 05.13.06 «Інформаційні технології». Державний університет телекомунікацій, Київ, 2018. URL: https://dut.edu.ua/uploads/p_86_16286603.pdf

2. Бушуєв К.М., Савчук Л.М. Особливості процесу моделювання оцінки інвестиційних рішень. «Актуальні тенденції наукових досліджень у сфері розробки і використання моделей економічної поведінки суб'єктів господарювання»: зб. тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, 6-7 грудня 2021 року, м. Дніпро: УДУНТ, ІПБТ, 2021. 221 с.

3. Андриевская Н.В., Резников А.С., Черанев А.А. Особенности применения нейро-нечетких моделей для задач синтеза систем автоматического управления. Фундаментальные исследования. 2014. № 11-7. С. 1445-1449.

ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ У БІЗНЕСІ

ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

ЛИСЕНКО Д.В.,
студентка 3 курсу ЕП-19-2

ФОНАРЬОВА Т.А.,

к.е.н., доцент

Дніпровський національний університет ім. Олесья Гончара, м. Дніпро

БУШУЄВ К.М.,

аспірант 3 курсу

Український державний університет науки і технологій
м. Дніпро, Україна

Ціна є головним фактором конкурентоспроможності, окрім того, формування вартості проживання у готельних номерах визначає на скільки ефективно функціонує підприємство на ринку послуг гостинності.

Дослідження ціноутворення закладів гостинності доречно проводити у трьох напрямках, а саме: по-перше, розглядати як потужний маркетинговий інструмент по створенню конкурентної переваги, яка ґрунтується на задоволеності клієнта та забезпеченні якості обслуговування при відповідній ціні, по-друге, як напрям діяльності менеджменту готелю, який включає формування цінової політики та розробку й реалізацію цінової стратегії, по-третє, як економічну складову формування доходу із врахуванням витрат та собівартості, по-четверте, як напрям застосування та впровадження ІТ-технологій у процес ціноутворення, якій дасть змогу враховувати велику кількість факторів як внутрішнього так й зовнішнього середовища та здійснювати постійний моніторинг. Саме такий комплексний підхід здатний забезпечити досягнення успіху в умовах нестабільності ринкового середовища та враховувати певне коло чинників.

Чинники, які впливають на формування ціни: собівартість номерів і готельних послуг загалом; інвестиції, що надійшли, або ті, надходження яких очікується; ситуація і тенденції на основних цільових ринках; норми прибутку і повернення витрат на вкладений капітал; реальні попит і пропозиція на ринку; можливості конкурентів і наявність у даній місцевості інших засобів

тимчасового проживання; якість обслуговування у готелі та можливості її поліпшення [1].

Окрім того, слід враховувати особливості ціноутворення у готельній сфері, а саме:

- сезонність цін та тарифів. Сезонна диференціація цін та тарифів на послуги індустрії гостинності, з одного боку, повинна відображати зміни в обсязі попиту та необхідних витрат ресурсів у різні періоди року, тижня, доби, а з іншого – стимулювати попит та рівномірний розподіл послуг у часі;

- більшість видів послуг, щонадаються готельними підприємствами, не можна виробляти «про запас», тому неритмічність їх споживання у часі зумовлює збільшення резервних потужностей, необхідних для задоволення попиту у період його максимального значення;

- для готельної індустрії характерна широка градація рентабельності різних видів послуг та підприємств, що різняться ступенем концентрації виробництва послуг, технічним забезпеченням, спеціалізацією, собівартістю послуг, що надаються, та продуктивністю праці;

- деякі види послуг реалізуються як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, тому під час оцінки їхньої споживчої вартості необхідно враховувати міжнародні вимоги;

- важливим є механізм ціноутворення на додаткові послуги готельних підприємств (послуги побутового, спортивно-розважального характеру, послуги зв'язку та інформації, транспортні, торговельні, банківські, медичні та ін.) [2].

Але на ціноутворення готелів в загалі впливають два головні фактори. З одного боку, ціна формується виходячи з собівартості номеру, але з іншого боку, ця ціна повинна бути прийнятна для кінцевого споживача. У свою чергу, задоволеність клієнта включає безліч факторів: політичну й економічну стабільність держави, природно-кліматичні умови регіону; рівень суспільно-необхідних витрат праці; технічне оснащення готельного підприємства; конкурентне оточення, тобто ціни готелів-конкурентів та їх концентрація; сезонні коливання попиту; певний перерозподіл ризику не продажів номерів

між посередниками та споживачами на ринку; від соціального статусу споживачів, які прибувають з різних регіонів, врахування психологічних особливостей клієнтів, їх матеріального становища, тобто здатність пропонувати спеціальні готельні продукти що задовольняють специфічний попит і створюють імідж готельного підприємства. Наприклад, позитивний імідж готелю, що орієнтується на клієнтів-підприємців, які прибувають у справах бізнесу, створюють послуги ділового характеру: бізнес-центр (факс, телекс, ксерокс, експрес-пошта); послуги мережі Інтернет; послуги міжнародного телефонного зв'язку; послуги конференц-залів та інші послуги ділового характеру.

На жаль вітчизняні готелі здебільшого практично не враховують вище зазначені чинники, тобто формування тарифів на послуги проживання з врахуванням додаткових послуг обґрунтовується недостатньо, практично відсутня диференційована відпускна вартість послуг розміщення за категоріями номерів готелю, майже не проводяться маркетингові дослідження у процесі обґрунтування рекламних і відпускних тарифів. Отже, підприємству необхідно розробляти власну обґрунтовану стратегію та тактику ціни, яка б дозволяла вчасно реагувати на зміни зовнішнього ринкового середовища та пристосовуватися до них.

Швидке прийняття рішень щодо рівня цін можливе при використанні комплексних систем управління підприємством сфери гостинності на основі сучасних ІТ-технологій, які забезпечують точність, оперативність, високу швидкість та повноту обробки та передачі інформації.

На сьогодні існує доволі багато автоматизованих систем управління готелем, які з успіхом застосовуються, такі як: FIDELIO, UCS Shelter, Едельвейс, B52®Отель, БарБосс та ін.

В контексті ціноутворення, слід зазначити що, такі системи налаштовані так, що до планів включаються тимчасові преїскуранти цін, затверджена система цінових знижок, в залежності від сезону. Але ціну встановлює не відділ маркетингу, а бухгалтерія чи планово-економічний відділ. Згідно з

міжнародним досвідом, у готельному бізнесі тарифну політику контролюють менеджери з маркетингу, вони ж взаємодіють з іншими внутрішніми відділами, відповідальними за визначення цін. Тобто необхідна постійна координація даних з врахуванням ринкових вимог та задоволеності клієнтів.

Повний спектр систем готельної автоматизації пропонує в Україні представництво відомої американської компанії «ЛІБРА Інтернейшнл». Ряд продуктів включає систему керування готелем «ЛоджингТач ЛІБІКА», систему управління ресторанами «ЛоджингТач СЕНАКОЛО», систему управління для готельних груп «ЛоджингТач СРІБЛО», систему управління продажами і заходами «ESP2000» та систему оптимізації прибутку «OPTIMS». Функції системи «ЛоджингТач ЛІБІКА» комплексно охоплюють усі процеси організації обслуговування гостей і фінансово-господарського управління готельним підприємством. Управлінський апарат готелю отримує могутній модуль звітності, що дозволяє формувати різноманітні звіти і складати за допомогою майстра запитів довільні вибірки за будь-якими критеріями, наприклад, за рівнем завантаження, станом номерів, кількістю броні, що поступає, тощо. Дуже зручним є у роботі модуль управління тарифами, який допомагає керівництву готелю формувати гнучку цінову політику з обліком різних граничних величин і обмежень. Можливе встановлення спеціальних тарифів по договорах у будь-якій валюті, а також для різних сегментів ринку [3].

Перспективним напрямком покращення ефективності діяльності засобу розміщення є автоматизація процесів комунікації відвідувачів з персоналом. Такі великі готельні мережі, як Hyatt, Starwood, Marriott визнали зростаючу перевагу споживачів, які використовують мобільні додатки для обміну повідомленнями, та впровадили своїх чатботів в якості каналів зв'язку зі службою обслуговування клієнтів. Застосування такої технології дозволяє опрацьовувати до 90% запитів без втручання персоналу готелю і суттєво заощаджувати [4].

Якщо мова йде про задоволеність клієнта, то, на думку авторів, слід поєднати в ціноутворенні готельного продукту, з одного боку, маркетингові дослідження, тобто корегувати дані планово-економічного відділу й бухгалтерії

з даними які надає інформаційна система завдяки моніторингу ринкового середовища, а з іншого - впроваджувати автоматизовані системи управління готелем з вбудованою CRM-системою – управління відносинами з клієнтами, яка обумовлює удосконалення організації бізнес-процесів у готелі. CRM – це стратегія, що ґрунтується на застосуванні сучасних управлінських та інформаційних технологій при формуванні взаємовідносин з клієнтами та орієнтована на збереження/нарощення конкурентоспроможності підприємства через збереження/нарощення фактичної кількості клієнтів у зв'язку із рівнем задоволення ними співпрацею [5].

Від об'єктивності в обґрунтуванні цін та позитивного сприйняття їх клієнтами залежить рентабельність підприємства, його конкурентоспроможність, обсяг наданих послуг та інші показники господарської діяльності.

Різноманіття існуючих автоматизованих систем управління готелем зумовлює напрям подальших досліджень, тобто розробка практичних аспектів вибору оптимальної автоматизованої системи управління готелем, яка б відповідала вимогам конкретного підприємства гостинності, вимагала адекватних інвестиційних вкладень, була гнучкою та легко вбудовувалася в інформаційну систему готелю із можливістю подальшого оновлення з врахуванням новітніх досягнень ІТ-технологій, та яка б дозволяла відстежувати задоволеність клієнтів при формуванні співвідношення ціна-якість, як головного фактору створення конкурентної переваги готелю, забезпечення його рентабельності та сталого розвитку.

Література.

1. Кайдрович Х.І., Шняк О.З. Основні аспекти формування цін на готельні послуги в ринкових умовах. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.4420404>
2. Малюга Л.М., Загороднюк О.В., Терещук Н.В. Формування цінової політики готельних підприємств. *Інфраструктура ринку*. Випуск 53, 2021. С. 51-54.

3. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Підручник. Київ: Кондор, 2009.408 с. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-62/ua/chapter-2398/>

4. Доценко В. Ф., Шидловська О. Б., Медвідь І. М., Бедусенко Л. С. Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи. *Інвестиції: практика та досвід*. №1, 2020. С. 51-57.

5. Фонарєва Т.А., Бушуєв К.М. Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств індустрії гостинності. *Економіка та суспільство* Випуск 25,2021. URL статті: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/303>

ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ 2020-Х РОКІВ

М.А. МИРОНЕНКО

к.т.н., доцент, учений секретар ДП «НДТІ» (м. Дніпро)

Початок 2020-х років є саме тим часом, коли варто робити прогнози щодо подальшого розвитку національної економіки на найближчі три-п'ять років. Це дозволить краще розуміти наші перспективи, а відповідно регуляторним органам держави напрацьовувати такі управлінські рішення, які у майбутньому дозволять перетворити нинішні проєктні рішення на конкретні підзаконні акти та інші юридичні документи.

Аналізуючи попередній період розвитку вітчизняної економіки варто зазначити наступне. По-перше, частка сфери послуг у структурі ВВП України за даними Світового банку неухильно збільшується (рис.1). Це доводить перспективність означеної нами теми дослідження.

По-друге, сфера ІТ-послуг нині є найбільш високооплачуваним сектором економіки держави. Наші спеціалісти в галузі інформаційних технологій є вельми затребуваними на світовому ринку. В своїй більшості їхні роботодавці перебувають за межами України у США та країнах ЄС. Це дозволяє нашій економіці активніше інтегруватися у глобальні бізнес-процеси. Останнє спричиняє потребу у неухильному підвищенні рівня заробітної плати в Україні, адже кошти іноземних замовників витрачаються всередині держави (рис. 2). Відповідно галузь ІТ-технологій перетворюється на активного «агента змін» всієї національної економічної моделі взаємовідносин між суб'єктами господарювання.

По-третє, розвиток сектору інформаційних технологій дозволяє ринковими методами подолати проблему безробіття в Україні, яка нині виводить з економіки до 10% працездатного населення (рис. 3).

Згідно з даними Ukraine IT Report 2021 національна галузь інформаційних технологій за останні 25 років здійснила шалений ривок уперед [1].

Стартувавши практично з нуля, вона перетворилася на драйвер високотехнологічної індустрії, загальна кількість працівників у якому складає майже 300 тисяч фахівців і яка щороку зростає на 25-30% .

Структура української економіки



% ВВП



Джерело: Світовий банк

Рисунок 1 – Структура української економіки (у % ВВП) за 1990-2020 рр.

[2]

Станом на кінець 2021 року ІТ-галузь вийшла на перше місце за обсягом експорту послуг в абсолютних числах у понад 5 млрд. дол. США на рік і принесла Україні понад 4% ВВП [1].

В Україні є певні переваги на ринкові IT-послуг у порівнянні з найближчими державами Східної Європи та Балканськими державами, які зумовлені загальною величиною ринку праці у понад 18 млн. осіб та найбільшою кількістю випускників з IT-спеціалізацією [1].



Середня заробітна плата

Еквівалент в доларах

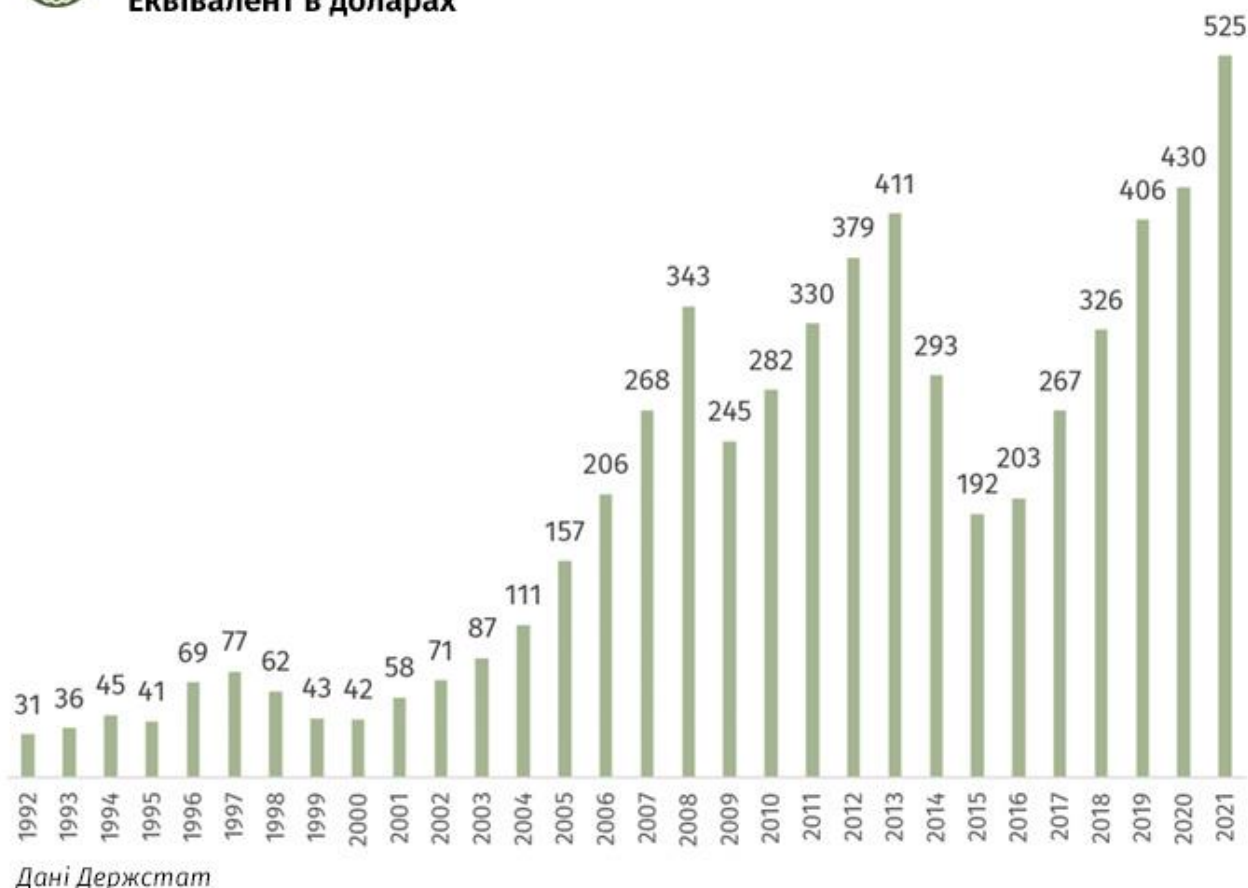


Рисунок 2 – Середня зарплата в Україні у 1992-2021 рр. (в дол США) [2]

Водночас в Україні нині у 2-4 рази менше IT-спеціалістів на 100 тис. населення, ніж у країнах-конкурентах. Це засвідчує високий потенціал розширення зайнятості у цій сфері через формальну освіту та перекваліфікацію.

За експертними оцінками, нині на ринкові праці в Україні активні близько 5 тис. IT-компаній. Найчастіше у їхньому складі працює до 80 осіб (86% ринку), причому половина компаній сервісні, а кожна третя має і власний

продукт і надає послуги. Причому світовий тренд діджиталізації створює передумови для їхньої ефективної співпраці з усіма індустріями, що нині існують на світовому ринкові [1].



Рисунок 3 – Рівень безробіття в Україні у 1995-2020 рр. (у % від працездатного населення) [2]

Також цікавим є і типовий профіль ІТ-працівника. Зазвичай це молода людина у віці близько 30 років, яка має вищу технічну освіту, володіє англійською мовою на рівні не нижче Intermediate та має понад 2 роки стажу практичної роботи в ІТ-секторі вітчизняної економіки [1].

Заробітна плата в ІТ-компаніях зазвичай переглядається двічі на рік у квітні та жовтні відповідно. Рівень же оплати праці фахівця ІТ-галузі в Україні, станом на кінець 2021 року складав в середньому не менше 50 тис. грн. на

місяць незалежно від регіону, в якому розташовано офіс компанії. Провідними ІТ-центрами в Україні залишаються міста-мільйонники чи кластери типу Львів-Івано-Франківськ-Тернопіль, або ж Дніпро-Запоріжжя [1].

Щодо найближчих перспектив, то експерти з ІТ-галузі сходяться на думці про подвоєння експортних надходжень до 2025 року за базовим сценарієм.

До негативних факторів розвитку ринку інформаційних технологій в Україні варто віднести значний вплив чуток щодо можливих сценаріїв початку активних бойових дій з боку Російської Федерації на нашій території. Вітчизняні ІТ-фахівці дуже чутливі до такої інформації (чи дезінформації) й досить оперативно згортають свою економічно активну діяльність, переїжджаючи до більш безпечних щодо мілітарних викликів країн перш за все Східної Європи.

Підводячи підсумок усьому викладеному вище варто зазначити, що ІТ-галузь в Україні є суттєвим драйвером зростання економіки у найближчій перспективі 3-5 років. Водночас вона дуже чутлива до впливу зовнішніх викликів як економічного (регуляторного) так і мілітарного характеру.

Література

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www IT Ukraine Report 2021 web.pdf](https://www.it-ukraine-report.com.ua/2021/08/23/677115/)
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/08/23/677115/>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИКЛАДНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БІЗНЕСІ

Л.М. САВЧУК

к.е.н., професор, декан факультету прикладних комп'ютерних технологій
Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

К.О. УДАЧИНА

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної інформатики
Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Сучасний ринкок інформаційних продуктів пропонує широкий вибір програмних модулів для управління бізнес-процесами підприємства.

Під бізнес-процесом розуміємо деяку сукупність дій (кроків, етапів, функцій), що здійснюються у порядку для досягнення кінцевих цілей компанії. Автоматизувавши та стандартизувавши ці дії, можна налагодити ефективну комунікацію з клієнтами та забезпечити безперервний діалог між відділами компанії. І, як наслідок, зберегти клієнтів та збільшити прибуток свого бізнесу.

Для кожного бізнесу стратегія застосування процесного підходу індивідуальна. На практиці, у більшості компаній процес ділиться на етапи:

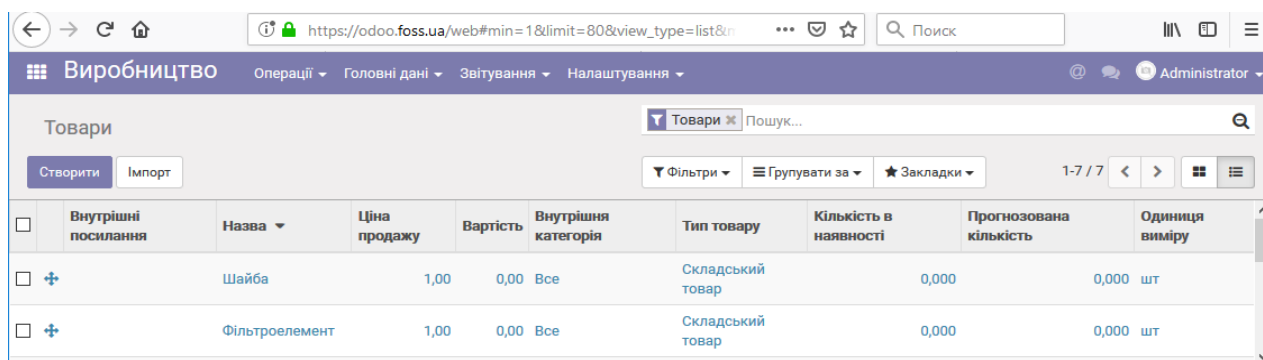
– підготовка і аналіз (визначення ключових цілей проекту автоматизації, відповідальних та учасників проектної команди, вибір системи на вирішення поставленого технічного завдання, оцінювання можливостей системи та фінансових умов співпраці, підписання договору про співпрацю, аналіз діяльності компанії, підготовка ІТ-інфраструктури до вимог технічного завдання);

– впровадження і налаштування (старт з найпростіших процесів, досвідчена експлуатація, виявлення дрібних недоліків у роботі системи та їх оперативного усунення, впровадження системи документообігу, навчання співробітників, створення та запуск процесів, контроль завдань);

– моніторинг та покращення (запис та збереження системою статистики всіх виконаних процесів, відстеження показників в режимі реального часу, визначення стратегії покращення, оперативна адаптація під зміни ринку).

Сьогодні існує достатній вибір програмних рішень для підприємств різноманітних напрямків діяльності.

Програма «Виробництво» (рисунок 1) призначена для малого і середнього бізнесу [1]. Модуль «Виробництво» допоможе організувати управління виробництвом на підприємстві: створювати специфікації та замовлення на виробництво для кожного із товарів, що виготовляється, та відслідковувати виконання виробничих процесів. Програма також дозволяє використовувати технологічні маршрути, створювати робочі центри по виготовленню продукції, вести облік робочого часу, відслідковувати завантаження обладнання, використовувати наряди на виконання робіт.



| <input type="checkbox"/> | Внутрішні посилання | Назва | Ціна продажу | Вартість | Внутрішня категорія | Тип товару | Кількість в наявності | Прогнозована кількість | Одиниця виміру |
|--------------------------|---------------------|----------------|--------------|----------|---------------------|------------------|-----------------------|------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | + | Шайба | 1,00 | 0,00 | Все | Складський товар | 0,00 | 0,00 | шт |
| <input type="checkbox"/> | + | Фільтроелемент | 1,00 | 0,00 | Все | Складський товар | 0,00 | 0,00 | шт |

Рисунок 1 – Інтерфейс програми «Виробництво»

Програма «Облік виробництва» відноситься до обороту виробничих ресурсів без урахування фінансових операцій (рисунок 2) [2].

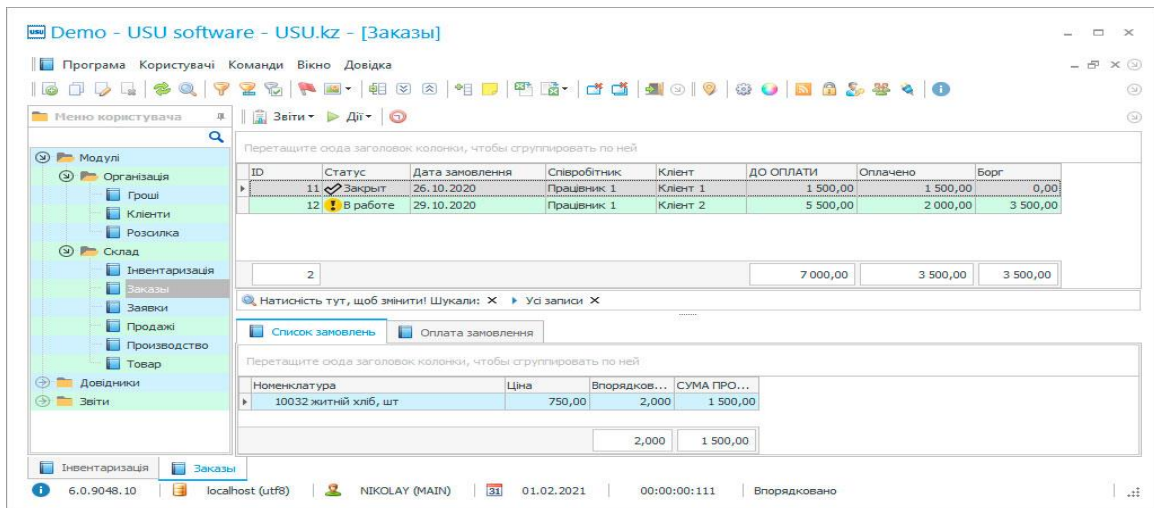


Рисунок 2 – Інтерфейс програми «Облік виробництва»

Система бухгалтерського обліку на виробничому підприємстві включає, крім управління, фінансовий облік, статистичний облік та планування бюджету. Система обліку виробництва у виробництві є невід’ємною частиною управлінського обліку разом із системою обліку виробництва.

Розробник «Soft.ua» пропонує програмний продукт для моніторингу і аналізу цін конкурентів [3], який забезпечує:

- автоматизацію виставлення кращої ціни серед конкурентів;
- автоматичні боти для збору інформації;
- моніторинг цін конкурентів по торговим майданчикам;
- моніторинг цін конкурентів по конкретним сайтам;
- виявлення конкурентів і порівняння цін;
- формування кращої оптової та роздрібною ціни;
- стратегії продажів на підставі отриманої статистики;
- відстеження конкурентів, які знижують ціну;
- вивчення кон’юнктури, виявлення тенденцій і технологій.

Також існує інструмент аналізу конкурентів «Serpstat» (рисунок 3) [4].

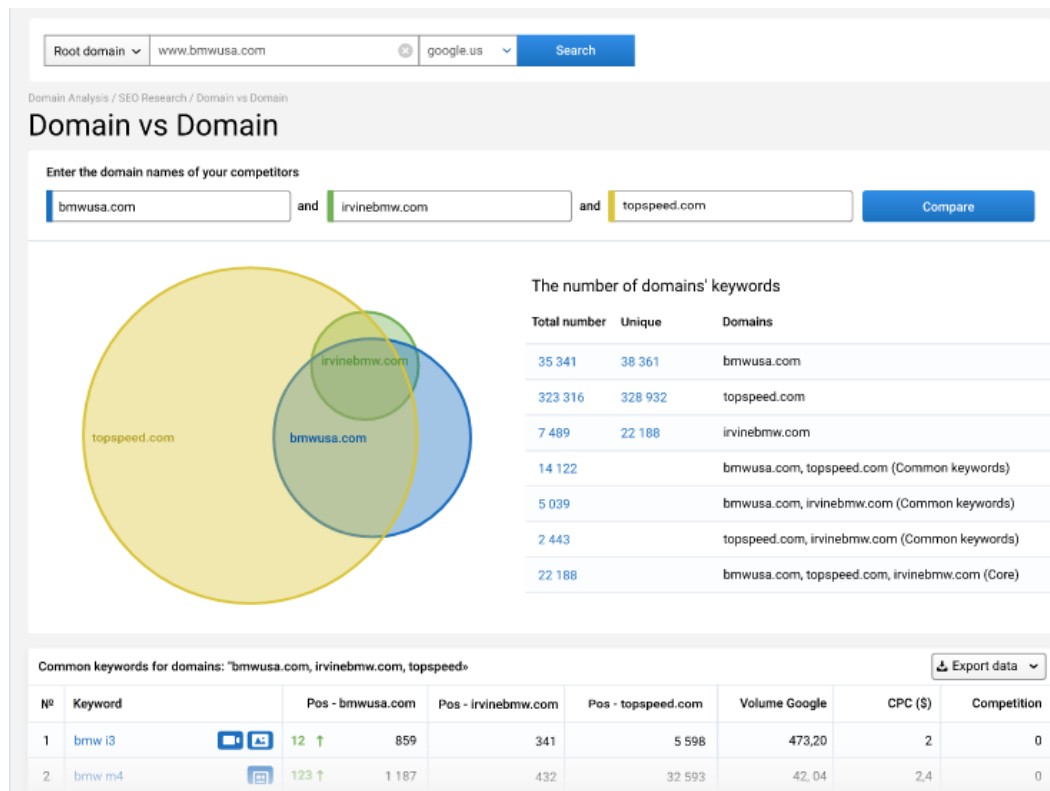


Рисунок 3 – Інтерфейс додатку «Serpstat»

Додаток «Serpstat» виконує наступні функції:

- пошук прямих конкурентів;
- визначення лідерів;
- моніторинг трендів ключових фраз;
- моніторинг прогресу конкурентів;
- аналіз семантичного ядра конкурентів.

Компанія «Софтком» пропонує рішення, яке дозволяє виконувати моніторинг і аналіз діяльності підприємства [5]. Механізм реєстрації цін контрагентів дозволяє аналізувати ситуацію на ринку, відстежувати зміни цін у динаміці, порівнювати ціни компанії з цінами конкурентів (рисунок 4).

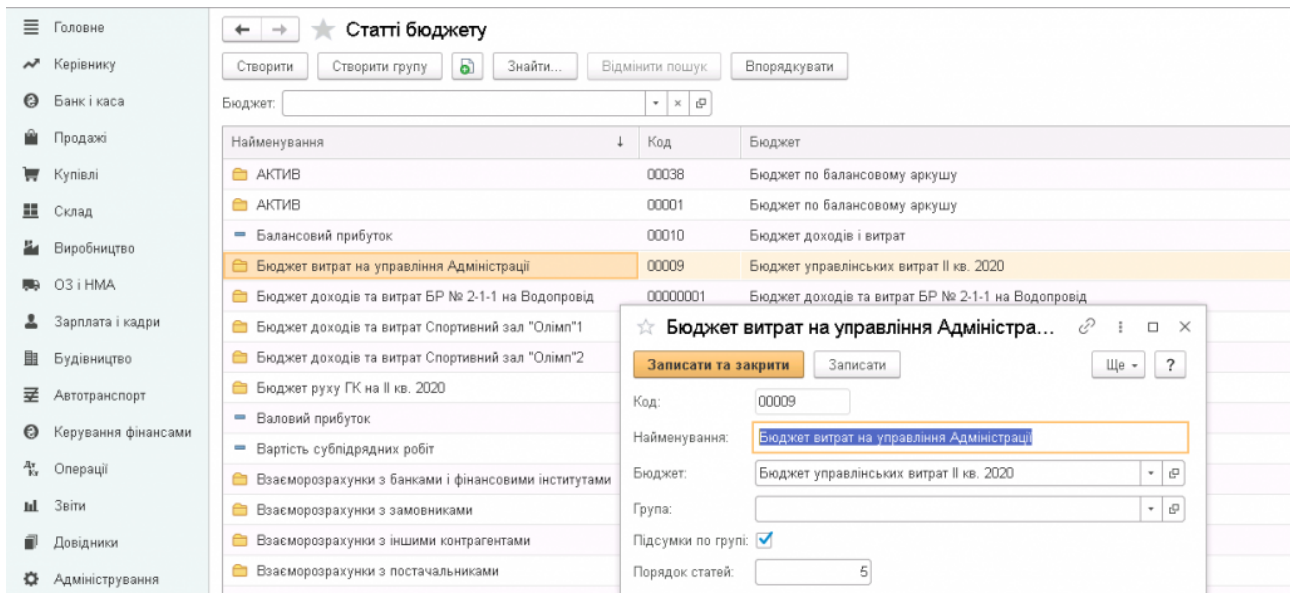


Рисунок 4 – Інтерфейс додатку «BAS будівництво»

Проаналізувавши інформаційні системи та врахувавши їх особливості, можна зробити висновок про високу вартість на сучасному ІТ-ринку програмних продуктів та багатозадачність, що призводить до перевантаження роботи комп'ютера. Тому у подальших дослідженнях пропонується розробка програмних рішень, призначених для вирішення конкретних бізнес-задач.

Література

1. ERP FOSS – Режим доступу: <https://erp.foss.ua/production/> – Загол. з екрана.
2. Програма обліку виробництва – Режим доступу: http://usu.kz/langs/uk/production/production_accounting_program.php – Загол. з екрана.
3. Soft.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://soft.ua/monitoring-i-analiz-tsen/c278/> – Загол. з екрана.
4. Serpstat. Інструмент аналізу конкурентів Serpstat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/xuqaoEF> – Загол. з екрана.
5. Софтком. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.softcom.ua/ua/1c/v8/facilities.php> – Загол. з екрана.

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО, КРЕАТИВНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ ТА НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ**

**ФІЛОСОФІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Н.Ю. ЄРШОВА

д.е.н., професор кафедри обліку і фінансів,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

(м. Харків)

Сучасний стан розвитку світової економіки характеризується зміною технологій, посиленням конкуренції, укрупненням та ускладненням промислових структур. Не можна не відзначити посилення глобальних ризиків у всіх галузях господарської діяльності. Ці та інші фактори особливо позначаються на вимогах до механізму формування стратегії розвитку підприємства, що змушує приділяти увагу проблемі вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства [1, 2].

Теоретичні та практичні питання обліково-аналітичного забезпечення процесів управління (менеджменту) отримали ґрунтовне дослідження у працях вітчизняних та зарубіжних вчених [3-5]. В дослідженнях наголошується на необхідності включення в процес обліково-аналітичного забезпечення розробки та реалізації стратегій розвитку дослідження фактора невизначеності змін стану макросередовища. Це пояснюється тим, що у міру впровадження та реалізації стратегії розвитку відбувається її постійна конкретизація та адаптація до реалій та динаміки зовнішнього середовища. У зв'язку з цим визначення небажаних тенденцій розвитку підприємства, прогнозування кризової ситуації, або «точки біфуркації (повернення)», набувають першорядного значення.

На основі опрацювання думок респондентів (менеджери вищої та середньої ланки промислових підприємств м. Харкова та Харківської області)

щодо проблем обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства в кризових умовах нами визначені такі основні з них:

- ефективно передбачати аномальні відхилення та ознаки кризи неможливо;

- обліково-аналітичне забезпечення не використовує принцип превентивності;

- керівництво не завжди приділяє необхідну увагу організації обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства.

Предметне поле філософії обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства характеризується насамперед онтологією. На цьому рівні вирішуються проблеми, що виникають у сфері взаємин між суб'єктами та об'єктами обліково-аналітичного забезпечення. Епістемологічний аспект спрямований на отримання цілісного, узагальненого знання про обліково-аналітичну діяльність.

На нашу думку, обліково-аналітичне забезпечення це вид діяльності, який забезпечує надходження, своєчасну обробку, зберігання та подальший аналіз інформації. Композиційна модель процесів розробки та реалізації стратегії складається з трьох взаємопов'язаних рівнів: обліково-аналітичне забезпечення, організаційне забезпечення, кадрове забезпечення. Перший рівень в моделі це обліково-аналітичне забезпечення, що формує інформаційну платформу. Об'єктом обліково-аналітичного забезпечення виступає стратегічне управління в кризових умовах. Суб'єкти – аналітики, що беруть участь у процесах пошуку, збору, обробки, накопичення та зберігання інформації.

Основними завданнями обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства є опрацювання стратегій економічної поведінки та перетворення їх на конкретні плани дій; можливості швидкого коригування стратегічних планів, антикризових програм та моделей економічної поведінки з урахуванням зміни умов середовища;

моніторинг ключових точок досягнення цільових орієнтирів підприємства; аналіз ефективності стратегічного планування антикризової економічної поведінки.

Філософія обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства в умовах кризової економіки ґрунтується на наступних принципах: узгодженості, комплексності, формалізації, ієрархічності та декомпозиції.

Процес обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства в умовах кризової економіки має складатися з таких етапів:

- збір та моніторинг інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовища та раніше реалізовані стратегії;
- аналіз інформації про стан зовнішнього і внутрішнього середовища і раніше реалізовані стратегії;
- стратегічне планування;
- реалізація стратегічних планів та моделей економічної поведінки в умовах кризової економіки;
- проведення контрольно-оцінних та моніторингових заходів.

Важливим етапом обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства є формування аналітичного банку інформації для коригування стратегічних планів та моделей економічної поведінки в умовах кризової економіки. Для цього важливим є експертний напрямок аналітичного забезпечення діяльності підприємства, відмінною особливістю якого є формування експертного судження чи висновку про стан господарських процесів з використанням методик, спрямованих на організацію управлінської діяльності на підприємстві.

Література

1. Єршова Н.Ю. Інтегрована система обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства / [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23806/1/>

2. Єршова Н.Ю. Концептуальні підходи до розвитку обліково-аналітичного забезпечення підприємств : стратегічний аспект / Н.Ю. Єршова // II Міжн. наук-практ. конф. «Облік, аналіз і аудит: виклики інституціональної економіки» (10 жовтня 2015 року, м. Луцьк). – 2015. – Вип.2 – Ч.1. – С. 100-101.

3. Moore, J. I. Writers on Strategy and Strategic Management / J. I. Moore. – London : Penguin books, 2001. – 336 p

4. Methods and Tools for Effective Knowledge Life-Cycle-Management / eds. A. Bernard, S. Tichkiewitch. Vol. 11. Berlin : Springer, 2008. 586 p.

5. Єршова Н.Ю. Методичний підхід до створення комплексної системи антикризового управління промисловим підприємством в сучасних умовах. Вісник НТУ «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». 2006. № 13(1). С. 113–116.

**УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ – ВИСОКОЕФЕКТИВНИЙ
ІНСТРУМЕНТАРІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ**

Ю.Є. ПРИХНО

к.т.н., доцент каф. «Управління логістичними системами та проектами»,
Одеський національний морський університет (м. Одеса)

Вітчизняний транспорт має великий потенціал, здатний підтримати розвиток економіки країни. Разом з тим, в його роботі є ряд серйозних проблем, таких як, постійне наростання зноса матеріальних активів, що веде до неефективної роботи підприємств транспортної галузі та транспортного комплексу всієї країни.

Саме тому транспортна галузь потребує нових ефективних методів вирішення проблем, якими можуть стати методи управління проектами у синергії з логістичним підходом.

Таким чином, у сучасних умовах управління проектами стає стратегічною платформою підтримки та розвитку підприємств транспортного комплексу. Управління проектами сприяє правильному вибору стратегій, концепцій, проєктів, систем і технологій; правильної організації управлінської діяльності компанії; вирішенню проблем міжфункціональної та міжорганізаційної координації та інтеграції.

Метою застосування управлінського підходу є підвищення ступеня обґрунтованості прийнятого рішення, розширення множини альтернатив та варіантів за проектами, серед яких проводиться обґрунтований вибір. Одним з основних завдань управління проектами в транспортних компаніях є вивчення та виявлення проблем, на підставі яких формуються стратегічні цілі, що найчастіше виявляється важчим завданням, ніж подальший вибір найкращого рішення. Однак, важливе місце в управлінні проектами займають проблеми

організації, а саме проблеми управління в ієрархічних системах, проблеми перебудови структур систем та ін.

Таким чином, при реалізації цілей підприємств транспортного комплексу, створення логістичної системи - найбільш доцільна та ефективна форма застосування логістики, що створює системний (синергічний) ефект. Він може проявлятися:

- у загальному прискоренні матеріального потоку;
- у зменшенні сукупних витрат за рахунок уникнення конфліктів часткових витрат;
- у загальному підвищенні рівня логістичного обслуговування.

Логістична система, що володіє інтегративною властивістю, здатна окупити витрати логістизації та забезпечити високу ефективність товароруку. Отже, до руху товару, як і до будь-якого процесу, можна застосувати теорію управління проєктами як методологію його дослідження для оптимізації процесу та прийняття кращого управлінського рішення. Це сприяє перспективі розвитку проєктного управління на підприємствах транспортного комплексу.

Література

1. Paul R. Murphy Jr. , A. Michael Knemeyer. Contemporary Logistics - Hardcover, Ninth Edition, 2017. - 415 p.
2. Лапкіна І.О. Проектний аналіз: теоретичні основи оцінки проєктів на морському транспорті: Навч. пос. / За заг. ред. І.О. Лапкіної / І.О. Лапкіна, Л.А. Павловська, Т.В. Болдирєва... Одеса: Фенікс, 2008.
3. Inna Lapkina. Content optimization of the development of multi-project of a shipping company / Inna Lapkina, Yu. Prykhno, Oleksandr Lapkin// Східно-Європейський журнал передових технологій, 2020- №2/3(104). - С. 50-57.

РЕПУТАЦІЙНИЙ КОМПЛАЄНС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБІЛЬШЕННЯ ГУДВІЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Т.А. ФОНАРЬОВА

к.е.н., доцент, доцент Дніпровського національного університету

імені Олеса Гончара, м. Дніпро, Україна

В.О. ПЕТРЕНКО

д.т.н., професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій, м.Дніпро,

Україна

К.М. БУШУЄВ

аспірант третього року навчання

Український державний університет науки і технологій

м. Дніпро, Україна

Сучасне економічне середовище характеризується все більшим впливом нематеріальних активів на діяльність суб'єктів господарювання. Це відноситься й до поняття сутності гудвілу підприємства. Як відомо, в самому загальному вигляді, гудвіл розуміється як вартість ділової репутації та включається до бухгалтерської звітності. Але, існує ще багато питань стосовно того, що впливає на формування гудвілу, окрім цього, утруднене оцінювання його завдяки наявності багатьох складових та методів оцінки, не зрозуміло які ж саме методи варто використовувати й чому. Отже, дослідження в цьому напрямку вкрай важливі й актуальні.

З іншого боку, набуває популярності та розповсюдження поняття комплаєнсу, як сучасного дієвого інструменту управління, особливої уваги заслуговує репутаційний комплаєнс саме в контексті впливу на формування гудвілу підприємства.

Отже, метою дослідження є визначення ролі репутаційного комплаєнсу у формуванні та збільшенні вартості гудвілу підприємства. Для досягнення мети, слід вирішити наступні завдання:

- дослідити фактори які формують гудвіл підприємства та здатні його збільшувати;
- схожі та відмінні риси гудвілу й ділової репутації;
- розглянути сутність й поняття репутаційного комплаєнсу ;
- дослідити репутаційні ризики та шляхи їх мінімізації, як чинника впливу на гудвіл підприємства, й тенденції до збільшення його вартості;
- визначити напрямки подальших досліджень.

Дослідження факторів, які формують гудвіл, слід починати з розуміння того, що гудвіл має як економічні, так й правові характеристики. Ділова репутація та гудвіл мають схожі ознаки, однак поняття гудвілу має принципові відмінності.

Гудвіл та ділова репутація є запорукою та основою сталого функціонування підприємства, збільшують його ринкову вартість, ціну акцій, приваблюють більшу кількість споживачів, завдяки чому забезпечується високий попит на товари та послуги, які пропонує підприємство, гарантують інвестиційну привабливість для інвесторів й партнерів, що, врешті решт, гарантує отримання довгострокових конкурентних переваг.

Ділова репутація складається з багатьох факторів.

Часто в сучасних дослідженнях використовуються десять основних компонентів для оцінки корпоративної ділової репутації: етичність: організація поводить етично, гідна поваги та заслуговує на довіру; організація праці/співробітники: корпорація має талановитих співробітників і є привабливим місцем роботи; фінансова стабільність: організація сильна у фінансовому відношенні, має хороші показники прибутковості та перспективи зростання; лідерство в галузі: організація – лідер, а не послідовник, і є інноваційною; менеджмент: компанія має високу якість управління і володіє чітким баченням майбутнього; Соціальна відповідальність: організація визнає соціальні обов'язки та підтримує добрі справи; клієнтоорієнтованість: корпорація дбає про клієнтів; якість продуктів/послуг: організація пропонує товари та послуги високої якості; надійність: компанія підтримує свої продукти

та послуги і забезпечує постійне обслуговування; емоційна привабливість: організація, до продуктів або послуг якої хочеться бути причетним, бренд викликає позитивні емоції [1].

Але ділова репутація та гудвіл – це не тотожні поняття, хоча й мають певні схожі риси. Поняття гудвілу виникає коли мова йде про можливість кількісної оцінки нематеріальних активів, тобто має місце вартісна ознака. Ділова репутація більш широке поняття й не може бути точно, достовірно виміряна.

При визначенні гудвілу використовують певні добре відомі методи, але слід зауважити, що головним недоліком їх є неможливість урахування прихованих, невлених чинників формування ділової репутації, такі як управління людським капіталом, управління відносинами з клієнтами (реальними та потенційним) та с представниками контактних аудиторій (інвестори, кредитори, громадськість). Більш сучасним та достовірним є балансовий метод, коли ціну визначає покупець, тобто на перший план виходить ринкова вартість по якій покупець готовий купувати підприємство.

Зрозуміло що формування ринкової вартості, в першу чергу, здійснюється під впливом ділової репутації з врахуванням використання найкращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій, інновацій тощо.

Отже, гудвіл – це специфічний нематеріальний актив, який представляє собою вартісне відображення ділової репутації, що визначається як різниця між вартістю придбання підприємства як цілісного майнового комплексу та вартістю його чистих активів на дату здійснення операції [2].

Таким чином, менеджмент підприємства повинен забезпечити на підприємстві умови відповідності ділової репутації ринковим вимогам, та формувати її таким чином, щоб збільшувати вартість гудвілу підприємства.

І тут постає питання репутаційного комплаєнсу. Термін «комплаєнс» (compliance) походить від англійського «to comply» (виконувати, відповідати певним вимогам, стандартам і т. п.).

При формуванні ділової репутації слід створювати систему контролю відповідності як внутрішнім, так й зовнішнім ринковим вимогам.

Відповідність законам, правилам і стандартам у сфері комплаєнс зазвичай стосуються таких питань, як дотримання належних стандартів поведінки на ринку, управління конфліктами інтересів, справедливе ставлення до клієнтів і забезпечення сумлінного підходу при консультуванні клієнтів. До сфери комплаєнс відносяться також специфічні області, такі як: протидія легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, і фінансуванню тероризму; розробка документів і процедур, що забезпечують відповідність діяльності компанії з чинним законодавством; захист інформаційних потоків, протидія шахрайству і корупції, встановлення етичних норм поведінки співробітників і т.д. [3].

Отже, виходячи з вище сказаного, можливо окреслити репутаційні ризики: зловживання фінансами; шахрайство; махінації; відсутність прозорості ведення бізнесу; екологічні порушення та нанесення шкоди навколишньому середовищу; випуск неякісної продукції ; втрата людського капіталу.

Управління репутаційними ризиками зводиться до мінімізації певних відхилень від законів, правил та стандартів завдяки створенню програми комплаєнсу, яка включає в себе основні етапи:

- визначення: ідентифікація репутаційних ризиків відповідно до сфери діяльності, розміру бізнесу, країни і т. д.
- оцінка виникнення: оцінка ймовірності виникнення таких ризиків у вашому конкретному випадку.
- градація пріоритетів: розстановка ризиків відповідно до пріоритетів, беручи до уваги ймовірність настання та рівень можливого збитку для бізнесу.
- створення плану мінімізації ризиків: необхідно визначити дії для зменшення можливих загроз, створення внутрішніх можливостей компанії протистояти ризикам;
- регулярне оновлення плану мінімізації ризиків та моніторинг нових можливих загроз [1].

Для того щоб ефективно побудувати програми комплаєнсу, перш за все, потрібно вивчити нормативно-правове підґрунтя. Основними нормативними документами в Україні в сфері комплаєнсу являються: Конституція України; Закон України «Про основи державної антикорупційної політики в Україні. (антикорупційна стратегія) на 2014-2017 роки»; Закон України «Про ратифікацію Конвенції про транснаціональні корпорації»; Закон України «Про санкції»; Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»; Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»; Закон України «Про банки та банківську діяльність»; Податковий кодекс; Господарський кодекс; Цивільний кодекс; Постанова Правління НБУ «Положення про організацію внутрішнього контролю у банках України»; Постанова Правління НБУ «Методичні рекомендації щодо вдосконалення корпоративного управління у банках України»; Додаток до Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до Європейського Союзу «Перелік актів законодавства України та *acquis* Євросоюзу у пріоритетних сферах адаптації»; Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти корупції. Поточна ситуація кардинально змінилася із прийняттям Закону України «Про засади запобігання та протидії корупції» та Закону № 1261-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів у сфері державної антикорупційної політики у зв'язку з виконанням Плану дій щодо лібералізації Європейським Союзом візового режиму для України». Ці антикорупційні закони включають положення, що передбачають для юридичних осіб обов'язково створювати та ефективно управляти системою комплаєнс [4].

Таким чином, підводячи підсумок, слід зазначити, що, з одного боку, ділова репутація юридичної особи не має чіткого визначення в чинному законодавстві України, і являється «морально-етичною категорією», що зумовлює проведення подальших науково-правових досліджень з метою удосконалення чинного законодавства. З іншого боку, ділова репутація є нематеріальним активом суб'єкту господарювання, а її вартість визначається як гудвіл, й с цієї точки зору, збереження ділової репутації та її захист призводить

до збільшення гудвілу підприємства, що у свою чергу, підвищує його ринкову вартість, інвестиційну привабливість та надає йому конкурентних переваг. І саме розробка програми управління репутаційними ризиками в рамках загальної системи комплаєнсу підприємства виступає дієвим інструментом у запобіганні корупції, захисті ділової репутації у разі її приниження та незаконного використання. Тому напрямок подальших досліджень має бути спрямований на вирішення практичних аспектів розробки та впровадження системи комплаєнсу в умовах діючих вітчизняних підприємств, надання методичних рекомендацій щодо створення програм управління репутаційними ризиками, впровадження заходів по збільшенню гудвіла підприємства, як головного фактору перемоги у конкурентній боротьбі та забезпечення сталого розвитку підприємства.

Література.

1. Каракашян Г. Комплаєнс та репутація: 17 каверзних запитань і відповідей на них. URL: <https://businessviews.com.ua/ru/business/id/komplajens-ta-reputacija-17-kaverznih-zapitan-i-vidpovidej-na-nih-2019/>
2. Іонін Є.Є., М. О. Клепакова М.О. Гудвіл: підходи до визначення, класифікація та структура. *Агросвіт*. № 1-2, 2016. С. 27-31.
3. Кобелева Т.О. Комплаєнс як категорія економічної безпеки промислового підприємства. *ECONOMICS: time realities*. №6(40), 2018. С. 52-59. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2018/No6/52.pdf>
4. Перерва П.Г., Коциски Д., Вершне Шомоши М., Кобелева Т.А., Комплаєнс программа промышленного предприятия. Учебник. Харьков-Мишкольц : НТУ «ХПИ», 2019. 689 с.

**ПРОБЛЕМИ ЮРИДИЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА
ПОРУШЕННЯ ПРАВ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ**

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА У СИСТЕМІ ПРАВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Ю.П. СИНИЦІНА

к.т.н, доцент, доцент кафедри економічної та інформаційної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро)

Теоретична важливість і практична значущість інформаційної безпеки не викликає жодних сумнівів, проте все ж як один із низки наявних аргументів варто зазначити, що російське вторгнення в Україну 2022 року, вимагають не лише розвивати національні збройні сили, а й потужно працювати в напрямі захисту приватної та державної й особливо воєнної інформації, що в умовах радикальних світових інформаційно-комунікаційних трансформацій стає все складніше.

Забезпечення інформаційної безпеки суспільства і людини полягає в організації і здійсненні відповідного комплексу заходів, серед яких важливе місце належить правовим факторам. Примітно, що проблема правового забезпечення інформаційної безпеки знаходить рішення в роботах українських і зарубіжних дослідників, зокрема Цимбалюка В., Арістової І., Калюжного Р., Бачило І., Костецької Т., Кохановської О., Макаренко Е.. Основними аспектами для вивчення проблеми забезпечення інформаційної безпеки стало ретроспективний аналіз наукових праць Корміч Б., Ярема О., Есімов С. Довгань А., Беляков К., Селіванова А., Гурковського В., Копилова В., Золотар О., Кормича Б., , Настюка В., Ліпкана В., Нижник Н., Швеця М..

Однак, практично у всіх наукових розробках, особливо наголошується комплексний характер цієї проблеми.

Актуальними загрозами національній безпеці України в інформаційній сфері визначає ведення інформаційної війни проти України та відсутність цілісної комунікативної політики держави, недостатній рівень медіа-культури суспільства [1]. Атаки на інформаційні системи можуть мати серйозні у

національному масштабі наслідки, як то перебої у роботі систем комунікацій, витік конфіденційної інформації тощо [2].

Для вторгнення в інформаційно-комунікаційний простір певної країни використовуються найрізноманітніші інструменти маніпулювання громадською думкою: втручанням у функціонування інформаційно-телекомунікаційних систем і мереж; розвиток кіберзлочинності; вплив на засоби масової комунікації та маніпуляція суспільною думкою (рис. 1) [3].

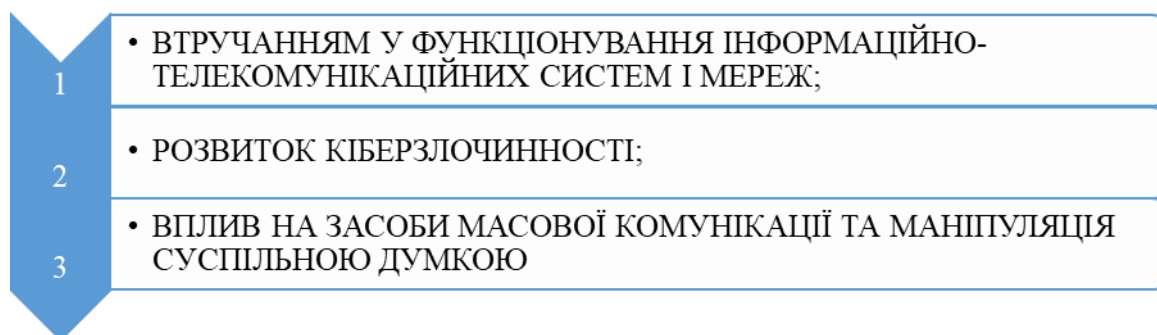


Рисунок 1 - Інструменти маніпулювання громадською думкою

Контроль над інформаційною інфраструктурою дає підстави для формування суспільної думки, яка завжди спочатку виявляється в певних переконаннях, а вже потім у конкретних діях, то в умовах конкурентної боротьби контроль над інформаційною сферою перетворюється на один із основних ресурсів влади» [4].

Наукові дискусії в місці права інформаційної безпеки в системі національного права мають не тільки теоретичний характер. Прикладне значення успішного вирішення цієї проблеми дозволяє зосередити зусилля на підвищення ефективності правового регулювання всіх питань, що стосуються організації і здійснення інформаційної безпеки в контексті суспільно важливих, галузевих проблем і проблем інформаційної безпеки людини. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває вплив права інформаційної безпеки на управління інформаційною безпекою держави, є вкрай важливим для сучасної інформаційної політики України.

Певні протиріччя в розумінні змісту і суті нормативно-правового регулювання інформаційної безпеки виникли з прийняттям і затвердженням доктрини інформаційної безпеки України [1], положення якої зараз вимагають прийняття більш системних заходів по їх реалізації, впровадження в практику соціальних комунікацій.

Зрештою, сама Доктрина інформаційної безпеки України дає відповідь щодо вирішення проблеми приналежності правової системної спільності, в якій право інформаційної безпеки відносять до системи національної безпеки.

Однак такий висновок не знімає, жодним чином, питання про внутрішні зв'язків права інформаційної безпеки з інформаційним правом.

Відповідними є зауваження О.Г. Яреми і С.С. Есімова в тому, що в основі формування структурного утворення в системі права, спрямованого на забезпечення правового захисту інтересів суб'єктів інформаційної сфери, є об'єктивні чинники, зокрема, відділення предмета правового регулювання - відносин, пов'язаних із забезпеченням захищеності найбільш значущих інтересів особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері від внутрішніх і зовнішніх загроз, які є різновидом інформаційних правовідносин, що виникає в процесі діяльності щодо забезпечення інформаційної безпеки [2].

Однак не можна не звернути увагу на іншу важливу обставину - предмет правового регулювання є лише одним з факторів, які дозволяють об'єктивувати правові спільності в системі права. Не будемо акцентувати увагу на дискусіях стосовно цього, але зосередимося на тому, що лінійне бачення освіти компонентів системи права не завжди дає відповідь на питання природи таких компонентів, їх інституційного та функціонального походження. Для наукового вирішення цієї проблеми необхідно використання міждисциплінарного підходу, а ще більшою мірою - нелінійних характеристик як національної системи права, так і компонентів, що утворюють систему права [3]. Видається, що парадигма правового режиму інформаційної безпеки, безумовно містить предмет, метод і мета правового регулювання, дозволяє дати більш ґрунтовну відповідь на системну приналежність права інформаційної безпеки.

Мета права інформаційної безпеки - в створенні таких правових умов, при яких стан захищеності систем обробки та зберігання даних, конфіденційність, доступність і цілісність інформації стають досяжними, тобто забезпечуються. З іншої точки зору – інформаційна безпека і є метою права інформаційної безпеки, істотно впливає на визначеність цієї правової спільності в системі права. У той же час, національна безпека не представляється без забезпечення інформаційної безпеки, а тому в більш широкому сенсі право інформаційної безпеки є складовою права національної безпеки України.

Право інформаційної безпеки має складну структуру, яка містить інститути права безпеки інформаційних технологій, безпеки інформаційних систем тощо. Можливо виділення певної системної групи норм права, що регулюють суспільні відносини з управління інформаційною безпекою держави, і відображають їх приналежність до права інформаційної безпеки.

Висловлене бачення сутності та змісту права інформаційної безпеки дозволяє більш системно і послідовно здійснювати правовий вплив на соціальні комунікації в області інформаційної безпеки. Позитивно повинно відбиватися на ефективності реалізації інформаційної політики держави, Доктрині інформаційної безпеки України.

Література

1. Бєлай С.В., Корнієнко Д.М. Інформаційна безпека сьогодення – невід’ємна складова воєнної безпеки. Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави. Київ : Національна академія Служби безпеки України, 2018. 408 с.
2. Войціховський А.В. Кібербезпека як важлива складова системи захисту національної безпеки європейських країн. Журнал східноєвропейського права. 2018. № 53. С. 26–37.
3. Гуржій Т. Інформаційне право: виклики гібридної війни. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 4. С. 16–26.
4. Дмитренко М.А. Проблемні питання інформаційної безпеки України. Міжнародні відносини. Серія Політичні науки. 2017. № 17. С. 236–243.

**ВІЛЬНЕ ВІДТВОРЕННЯ ТВОРІВ ДЛЯ СУДОВОГО
ТА АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРОВАДЖЕННЯ**
ШТЕФАН АННА СЕРГІЇВНА

доктор юридичних наук, старший дослідник,
завідувач відділу авторського права і суміжних прав
НДІ інтелектуальної власності НАПрН України

Одним із винятків з майнових авторських прав, способом вільного використання творів, що здійснюється без дозволу суб'єкта авторського права та виплати йому винагороди, є відтворення творів для судового й адміністративного провадження в обсязі, що виправданий метою провадження.

У вітчизняному законодавстві міститься дві дещо різні норми щодо цього випадку. Вільне відтворення творів відповідно до п. 2 ч. 1 ст. 444 Цивільного кодексу України [1] (у подальшому – ЦК) дозволяється у судовому та адміністративному провадженні, а згідно з п. 7 ч. 1 ст. 21 Закону України «Про авторське право і суміжні права» [2] – для судового й адміністративного провадження. Хоча різниця між обома положеннями полягає лише у використанні прийменників, це дуже істотно впливає на зміст досліджуваного правила.

Норма п. 2 ч. 1 ст. 444 ЦК не відповідає дійсним потребам, для забезпечення яких її було прийнято, з таких причин. Відтворення творів (виготовлення одного або більше примірників твору у будь-якій матеріальній, електронній, у тому числі цифровій, оптичній або іншій формі, яку може зчитувати комп'ютер – п. 12 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права») безпосередньо у провадженні здійснюється вкрай рідко, в той час як для відкриття провадження необхідно, щоб вже виготовлений примірник твору був наданий суду чи іншому уповноваженому органу або особі. В адміністративному, господарському і цивільному

судочинстві позивач, за загальним правилом, повинен надати іншим учасникам справи копії своїх доказів до того, як вони будуть подані до суду і у справі буде відкрите провадження. І якщо доказом виступає твір, майнові права на який належать третій особі, майбутній позивач не мав би можливості вільно відтворити такий твір, якби це дозволялося лише у провадженні, яке вже існує. Натомість положення п. 7 ч. 1 ст. 21 Закону України «Про авторське право і суміжні права» вірно передбачає, що відтворення творів дозволяється не у провадженні, а для нього. Особа, яка ініціює певне провадження, здійснює збір і підготовку необхідних документів до звернення до суду чи іншого уповноваженого органу, а тому вона повинна мати можливість вільно використати твори, що необхідні для захисту чи забезпечення її прав та інтересів. Основним критерієм цього винятку з майнових авторських прав є не те, де відбувається відтворення твору, а те, для чого воно здійснюється – для використання у судовому чи адміністративному провадженні.

Судове провадження можна охарактеризувати як процесуальну діяльність, пов'язану із здійсненням правосуддя у господарських, цивільних, адміністративних і кримінальних справах. Досягнення завдань судочинства безпосередньо залежить від повноти встановлення обставин справи, що здійснюється за допомогою доказів. Твори можуть виступати джерелом інформації про факти не лише у справах про захист авторського права, а й у тих, що стосуються захисту інших охоронюваних законом прав та інтересів. Зокрема, твір може містити відомості, поширення яких заборонене законом (пропаганда війни, культу насильства і жорстокості, порнографія тощо), розкривати таємницю листування, таємницю усиновлення, таємницю про стан здоров'я, включати в себе зображення фізичної особи всупереч її волі, містити недостовірні відомості, які принижують честь, гідність і ділову репутацію іншої особи. Без вільного доступу до творів залучення їх у справу як доказів потребувало б їх витребування у суб'єктів авторського права, що

призводило б до недоцільного і невиправданого використання ресурсів суду. Тому з метою забезпечення потреб правосуддя закон дозволяє відтворювати твори без узгодження такого відтворення із суб'єктом авторського права.

Термін «адміністративне провадження» охоплює широкий перелік видів діяльності, які поділяються на юрисдикційні та неюрисдикційні. До юрисдикційних проваджень прийнято відносити провадження у справах про адміністративні правопорушення, дисциплінарні провадження і провадження за скаргами осіб [3, с. 178], серед неюридичних виділяються нормотворчі, управлінські, дозвільні, реєстраційні, атестаційні, наглядові провадження [4, с. 9]. Значна частина неюрисдикційних адміністративних проваджень пов'язана з наданням адміністративних послуг. Такі послуги надаються уповноваженими органами та особами відповідно до закону, а їх результатом є набуття, зміна чи припинення прав та/або здійснення обов'язків фізичної або юридичної особи, що звернулася за отриманням послуги (п. 1, 3 ст. 1 Закону України «Про адміністративні послуги» [5]). Тривалий час як приклади таких послуг наводилися державна реєстрація авторського права на твір, державна реєстрація договору, який стосується права автора на твір, однак у 2020 році здійснення дій, пов'язаних з охороною прав на об'єкти авторського права, було виведене за межі адміністративних послуг [6]. Проте можуть існувати інші процедури, у яких для отримання відповідного результату заінтересована особа повинна надати примірник твору уповноваженому законом органу або суб'єкту. Для безперешкодного здійснення адміністративних проваджень необхідно, щоб відтворення творів, надання яких є обов'язковим для прийняття певного рішення, не потребувало дозволу суб'єктів авторського права.

Особами, які подають примірники творів суду, іншому уповноваженому органу чи особі, часто є суб'єкти авторського права на ці твори, які здійснюють таке відтворення у зв'язку із захистом своїх прав чи забезпеченням інших інтересів. Однак суб'єкт авторського права може

використовувати твір будь-яким способом в силу того, що використання твору належить до його майнових прав (п. 1 ч. 1 ст. 440 ЦК, п. а) ч. 1 ст. 15 Закону України «Про авторське право і суміжні права»). Розглядуване ж правило є винятком з майнових авторських прав, що адресований особам, які не мають прав на твір, однак потребують можливості його відтворення для судового чи адміністративного провадження. До таких осіб можуть належати:

- учасник справи або адміністративного провадження, який використовує примірник твору для підтвердження яких-небудь фактів чи обставин;

- представник учасника справи або адміністративного провадження, який здійснює підготовку і подання відповідних документів;

- помічник судді та секретар судового засідання, котрі забезпечують оформлення матеріалів справ;

- експерт, який здійснює дослідження твору для встановлення обставин, які мають значення для справи;

- спеціаліст, який надає суду технічну допомогу, що може бути пов'язана з відтворенням твору;

- працівник органу, який здійснює адміністративне провадження, або особа, уповноважена на його здійснення, котрі забезпечують оформлення документів відповідно до звернень фізичних та юридичних осіб.

Лаконічне законодавче формулювання досліджуваного правила часом призводить до помилкового розуміння його змісту і меж застосування. Так, при розгляді цивільної справи позивач на обґрунтування своїх вимог надав висновок спеціаліста, котрий відповідно до договору з позивачем провів дослідження трьох музичних творів. Суб'єкти авторського права на ці твори звернулися до іншого суду з позовом про захист авторського права, вважаючи, що мало місце неправомірне копіювання творів з CD диску та їх

неправомірне використання для проведення дослідження на комерційній основі. На обґрунтування позовних вимог було зазначено, що ліцензійний диск з музичними творами містить застереження про несанкціоноване копіювання та розповсюдження контенту з диску, а тому його можна використовувати лише для власного прослуховування. Замовник дослідження здійснив незаконне копіювання і розповсюдження музичних творів, що порушило авторські права. Суд, що розглядав справу у першій інстанції, дійшов висновку про відсутність такого порушення, оскільки використання музичних творів було виправдано метою проведення дослідження для судового провадження, що відповідає дозволеному законом виду вільного використання творів, а докази якого-небудь іншого використання творів відсутні [7]. Це рішення було оскаржене в апеляційному порядку, при цьому одним з доводів апеляційної скарги стало твердження, що на час виготовлення експертного дослідження ще не було відкрито судове провадження за позовом замовника дослідження, а тому положення п. 7 ч. 1 ст. 21 Закону України «Про авторське право і суміжні права» застосоване судом першої інстанції безпідставно. Апеляційний суд відхилив ці аргументи, вказавши, що зазначена норма не містить застережень про можливість відтворення твору після відкриття провадження або ж виключно судом, та відмовив у задоволенні апеляційної скарги [8].

Цей приклад надзвичайно важливий для розуміння змісту і меж вільного відтворення творів для судового й адміністративного провадження. Право здійснювати таке відтворення надається будь-якій заінтересованій особі для подальшого використання примірника твору у відповідному провадженні незалежно від того, чи існує це провадження у момент відтворення твору. Такі дії не становлять порушення авторського права, якщо обсяг відтворення відповідає цілями судового захисту прав та інтересів, одержання адміністративних послуг чи іншого результату адміністративного

провадження, а виготовлений примірник твору не використовується якимось іншим способом, що виходить за межі відповідного провадження.

Список використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. ВВР. 2003. № 40-44. С. 356.
2. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. № 3792-XII. ВВР. 1994. № 13. Ст. 64.
3. Пудрик Д. В. Поняття адміністративних неюрисдикційних проваджень. *Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2016. Т. 18. С. 177-182.
4. Адамчук О. Ф. Атестаційні провадження в адміністративному процесі. *Наука і правоохорона*. 2019. № 1. С. 9-14.
5. Про адміністративні послуги: Закон України від 06 вересня 2012 року № 5203-VI. ВВР. 2013. № 32. Ст. 409.
6. Про внесення змін до деяких законів України щодо створення національного органу інтелектуальної власності: Закон України від 16 червня 2020 року № 703-IX. ВВР. 2020. № 45. Ст. 387.
7. Рішення Луцького міськрайонного суду Волинської області від 10 грудня 2019 р. Справа № 161/9651/19. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/86313768> (дата звернення: 02.02.2022 р.).
8. Постанова Волинського апеляційного суду від 07 травня 2020 р. Справа № 161/9651/19. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/89129807> (дата звернення: 02.02.2022 р.).

**МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, ОХОРОНА, ЗАХИСТ,
ЕКСПЕРТИЗА ТА РОЗПОРЯДЖЕННЯ ПРАВАМИ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЇХ
ВИКОРИСТАННЯ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТАХ**

**МАТЕРІАЛЬНА ТА НЕМАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА
В КОНТЕКСТІ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА
НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

БАБЕНКО В. А.

к.і.н., доцент,

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
м. Дніпро, Україна

Національна безпека – стосується всіх сфер існування та розвитку будь-якої країни, бо співвідноситься з розвитком та існуванням кожної людини (індивіда), суспільства та держави. Інтелектуальний потенціал, інтелектуальна власність та інтелектуальна безпека як важлива складова національної безпеки України набувають особливого значення в період військової агресії. Сучасні науковці відзначають, що «...національна безпека – досить складне соціально-політичного явище, яке відображає наслідки багатогранної життєдіяльності, накопичений історичний досвід, уподобання і культуру кожної людини (індивіда), суспільства, держави, земної цивілізації загалом»[4, с. 92]. Тобто, на думку дослідників це поняття тісно пов'язане з усіма формами, напрямками та проявами взаємодії в системі «природа - людина – суспільство».

Найбільш поширеним у науковій літературі є розуміння «національної безпеки» як поняття, яке характеризує ступінь (міру, рівень) захищеності життєво важливих інтересів, прав та свобод особи, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз або ступінь відсутності загроз правам і свободам людини, базовим інтересам і цінностям суспільства та держави [4, с.84]. Критеріями формування державної політики національної безпеки, її наріжним каменем є загрози. У свою чергу, однією із передумов виникнення загрози є наявність національного інтересу. Інакше кажучи в Україні сфери національної безпеки визначають крізь призму загроз. Так, Законом України «Про основи національної безпеки України» визначено 9 сфер національної безпеки: зовнішньополітична; державної безпеки; воєнна сфера та сфера безпеки

державного кордону; внутрішньополітична, економічна, соціальна, гуманітарна, науковотехнологічна, екологічна та інформаційна сфери[10]. Саме в цих сферах, на думку законодавців, проявляються загрози національним інтересам. Закон не визначає інтелектуальну власність, інтелектуальний потенціал та інтелектуальну безпеку держави окремою сферою національної безпеки. Але, розвиток права інтелектуальної власності та формування інтелектуального потенціалу України на основі цього права забезпечують інтелектуальну безпеку та дотичні як до воєнної сфери (секретні винаходи), так і до науково-технічної (інтелектуальний, науковий потенціал), інформаційної (технології, у тому числі комп'ютерні програми, як ОПВ), економічної (комерціалізація ОПВ, як форма економічної безпеки) та інших сфер національної безпеки України.

Важливим темою для наукових досліджень із захисту права інтелектуальної власності України від незаконних посягань та навіть актів військової агресії є проблема збереження культурних цінностей України, як результатів творчої діяльності, об'єктів права інтелектуальної власності, віднесені до матеріальної та нематеріальної культурної спадщини, як частини світової культурної спадщини. Розгляд цих об'єктів в контексті права інтелектуальної власності, і в контексті національної безпеки є надзвичайно актуальним.

На сьогодні наявні публікації вітчизняних авторів Бутнік-Сіверського О. Б., Петренко В. О.[2, 9], що стосуються визначення змісту і структури інтелектуальної безпеки в контексті національної безпеки. Так інтелектуальну безпеку дослідники розглядають як особливу категорію, що «...характеризується системою якісних ознак інтелектуального розвитку як національної безпеки України так її складової – національної економічної безпеки»[2, с.17].

Культурні цінності України, як матеріальні об'єкти, є частиною світової культурної спадщини, свідченням історичного становлення українського народу, що підлягають збереженню та захисту від знищення чи пошкодження.

Культурні цінності України знаходяться, зокрема, в музеях, галереях, заповідниках, бібліотеках, архівах, інших закладах культури на всій території України. Внаслідок збройної агресії росії культурні цінності, у тому числі на тимчасово окупованих територіях України, зазнають значних пошкоджень або знищення. *Питання захисту культурних цінностей у разі збройного конфлікту в Україні регулюються як міжнародними конвенціями, так і нормативно-правовою базою української держави (Див. Таблиця 1).*

Таблиця 1.

Міжнародні конвенції та нормативно-правова база захисту культурних цінностей у разі збройного конфлікту

| № | | |
|----|---|--|
| 1. | <u>IV Конвенція про закони і звичаї війни на суходолі та додаток до неї: Положення про закони і звичаї війни на суходолі від 18 жовтня 1907 року (Гаазька конвенція 1907 року, дата набрання чинності якої для України 24.08.1991);</u> | <u>Кодекс цивільного захисту України;</u> |
| 2. | <u>Конвенція про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту від 14 травня 1954 року (Гаазька конвенція 1954 року);</u> | <u>Закон України «Про правовий режим воєнного стану»;</u> |
| 3. | <u>Виконавчий регламент Конвенції про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту (прийнятий одночасно з Гаазькою конвенцією 1954 року);</u> | <u>Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України»;</u> |
| 4. | <u>Протокол про захист культурних цінностей у разі збройного конфлікту (прийнятий одночасно з Гаазькою конвенцією 1954 року);</u> | <u>Порядок проведення евакуації у разі загрози виникнення або виникнення надзвичайних ситуацій, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 30 жовтня 2013 року № 841;</u> |
| 5. | <u>Другий протокол до Гаазької конвенції про захист культурних цінностей у разі збройного конфлікту 1954 року (згідно з Законом України від 30 квітня 2020 року № 585-IX);</u> | <u>«Інструкція про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України», затверджена наказом Міністерства оборони України 23 березня 2017 року № 164, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 09 червня 2017 року за № 704/30572;</u> |
| 6. | | <u>Методика планування заходів з евакуації, затверджена наказом Міністерства внутрішніх справ України від 10 липня 2017 року № 579, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 01 серпня 2017 року за № 938/30806.</u> |

Таблицю створено автором на основі джерел [7]

Першою міжнародною угодою, яку було розроблено після другої світової війни стала Гаазька конвенція про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту 1954 року. Її було розроблено на основі «Пакту Реріха» - відомого художника та громадського діяча М. Реріха та прийнято на Міжнародній конференції в Гаазі за участі 56 держав, у тому числі й УРСР. У цьому важливому документі, який діє й до сьогодні, було об'єднано правові норми щодо охорони культурної спадщини у світовому масштабі. Згідно з Гаазьською конвенцією, об'єктами міжнародної охорони є такі культурні цінності (рухомі або нерухомі, будь-якого походження та приналежності), які мають особливе значення для культурної спадщини кожного окремого народу. Зокрема, це – пам'ятки архітектури, історії та мистецтва, релігійні чи світські, археологічні пам'ятки, рукописи, архіви, колекції, музеї, бібліотеки, а також центри, де зосереджені культурні цінності. Тобто конвенція визначає у першу чергу матеріальні культурні цінності та зазначає, що збитки, завдані культурним цінностям, які є об'єктами міжнародної охорони, примножують втрати культурної спадщини всього людства. Згідно з цим документом, країни-учасниці конвенції зобов'язуються поважати культурні цінності, що захищаються конвенцією й які перебувають на їхній території й на території інших країн. **Головним меседжем, як міжнародного, так і національного законодавства щодо культурної спадщини є такий: «Культурні цінності не повинні використовуватись у воєнних цілях».** Про це ідеться і в «Інструкції про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України» (абзац третій, підрозділ 2, розділ I)(Див. Таблиця 1, п.5).

Поняття та концепція нематеріальної культурної спадщини (англ. Intangible Cultural Heritage) виникло пізніше, у 1990-х роках, як аналог Світовій спадщині ЮНЕСКО, яка основну увагу приділяла матеріальній культурі. Україна приєдналася до Конвенції ЮНЕСКО із захисту нематеріальної культурної спадщини у 2008 році. До поняття «Нематеріальна культурна спадщина», згідно статті 2 Конвенції ЮНЕСКО, відносять звичаї, форми

представлення і вираження, знання і навички, - а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти і культурні простори, - визнані співтовариствами, групами і, в деяких окремих випадках, особами як частина їхньої культурної спадщини. Також, нематеріальна культурна спадщина, це те, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється співтовариствами і групами залежно від середовища, що їх оточує, їх взаємодії з природою та історією і формує в них почуття самобутності та спадкоємності, сприяючи тим самим повазі культурної різноманітності і творчості людини[6]. У Конвенції вказані також конкретні прояви нематеріальної культурної спадщини в декількох областях: усні традиції та форми вираження, в тому числі мова як носій нематеріальної культурної спадщини; виконавські мистецтва, у тому числі акторська гра, музика, спів, танці та інше; звичаї, обряди, свята; знання та звичаї, що відносяться до природи і всесвіту; знання та навички, пов'язані з традиційними ремеслами. Тобто, до поняття нематеріальна культурна спадщина відносять ті об'єкти, які, узгоджуються з існуючими міжнародно-правовими актами з прав людини і вимогами взаємної поваги між співтовариствами, групами та окремими особами, а також стійкого розвитку.

Станом на лютий 2021 р. національний перелік нематеріальної культурної спадщини України налічує 26 елементів (Див. таблиця 2).

Таблиця 2.

Національний перелік нематеріальної культурної спадщини України

| № | Об'єкти, віднесені до нематеріальної культурної спадщини | Національний/регіональний елемент |
|----|--|-----------------------------------|
| 1. | Традиції Косівської мальованої кераміки; | регіональний елемент |
| 2. | Кролевецьке переборне ткацтво; | регіональний елемент |
| 3. | Опішнянська кераміка; | регіональний елемент |
| 4. | Петриківський розпис – українське декоративно-орнаментальне малярство XIX — XXI ст.; | регіональний елемент |
| 5. | Козацькі пісні Дніпропетровщини; | регіональний елемент |
| 6. | Пісенна традиція села Лука Києво-Святошинського району Київської області; | регіональний елемент |
| 7. | Технологія виконання вишивки «білим по | регіональний елемент |

| | | |
|-----|--|-----------------------------|
| | білому» селища Решетилівка Решетилівського району Полтавської області; | |
| 8. | Традиції рослинного килимарства селища Решетилівка Решетилівського району Полтавської області; | регіональний елемент |
| 9. | Кримсько-татарський національний орнамент Орнек – кримсько-татарський орнамент та знання про нього[4]; | регіональний елемент |
| 10. | Традиція орнаментального розпису бубнівської кераміки; | регіональний елемент |
| 11. | Бортництво (Полісся); | регіональний елемент |
| 12. | Традиція гуцульської писанки; | регіональний елемент |
| 13. | Традиція приготування «Ет аяклак» (караїмський пиріжок з м'ясом). Досвід караїмів Мелітополя; | регіональний елемент |
| 14. | Традиція обряду «Водіння Куста» у селі Сварицевичі Дубровицького району Рівненської області; | регіональний елемент |
| 15. | Традиція декоративного розпису села Самчики; | регіональний елемент |
| 16. | Олешнянське гончарство Чернігівщини; | регіональний елемент |
| 17. | Художнє дереворізьблення Чернігівщини; | регіональний елемент |
| 18. | Гуцульська коляда та плеси Верховинського району Івано-Франківської області; | регіональний елемент |
| 19. | Звичай виконувати танець Аркан з Ковалівкою в Печеніжинській ОТГ; | регіональний елемент |
| 20. | Мистецтво виготовлення звукової глиняної забавки «Валківський свищик»; | регіональний елемент |
| 21. | Технологія виготовлення «воскових» вінків на Вінниччині; | регіональний елемент |
| 22. | Культура приготування українського борщу; | національний елемент |
| 23. | Карпатське ліжникарство; | регіональний елемент |
| 24. | Борщівська народна вишивка; | регіональний елемент |
| 25. | Технологія створення клембівської сорочки «з квіткою»; | регіональний елемент |
| 26. | Великоднє гуляння «Водити Володара» в селі Розкошівка Теплицького району Вінницької області; | регіональний елемент |

Таблицю створено автором на основі джерел [8].

Елементи нематеріальної культурної спадщини є найважливішими складниками культурної ідентифікації нації. Розгляд цих елементів в контексті права інтелектуальної власності є надзвичайно актуальним та практично невивченим до сьогодні. Так, деякі з елементів, що включено до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України, такі як опішнянська

кераміка, косовська мальована кераміка, кримсько-татарський національний орнамент Орнек, петриківський розпис тощо, можуть бути віднесені до таких об'єктів права інтелектуальної власності, як твори ужиткового (декоративно-прикладного) мистецтва. Але більшість з них, такі як «Борщівська народна вишивка»; «Пісенна традиція села Лука Києво-Святошинського району Київської області»; «Гуцульська коляда та плеси Верховинського району Івано-Франківської області», тощо можна віднести до поняття «народна творчість», яка згідно українського законодавства не відноситься до об'єктів авторського права. Великорода О. М. визначає народну творчість «...багатооб'єктним поняттям, під яким варто розуміти сукупність результатів інтелектуальної діяльності певної народності чи територіальної громади, що виявляється в живописі, усній творчості, театрі, музиці, в танці, архітектурі чи в декоративно-прикладному мистецтві, які відображають оригінальність цієї народності чи територіальної громади»[3, с.33]. Так як твори народної творчості залишаються в Україні за межами правового регулювання, це унеможлиблює її дієвий захист від ворожих та агресивних посягань. Сучасна війна ведеться у різноманітних формах, що обумовлено цифровим розвитком світу, серед яких надзвичайно важливою та небезпечною є інформаційна війна у ході якої відбувається посягання не тільки на об'єкти матеріальної культури України, але й на її нематеріальну спадщину. Тому включення деяких об'єктів, що є національною ідентифікацією, як елементу нематеріальної спадщини, є на сьогодні чи не єдиною формою захисту таких об'єктів.

Російська пропаганда багато років поспіль намагалася відібрати у України не тільки її історію та культуру, зробити грубу підміну наших національних традицій та звичаїв зросійщеними звичаями та пропагандистськими традиціями. Це нищення всього українського торкнулося навіть національної кухні, традиційних українських страв, таких як український борщ, який нещодавно було віднесено до нематеріальної культурної спадщини України. Українська національна кухня є унікальною і самобутньою, має багатовікову історію. Український борщ відносять до страв з багатовіковими

традиціями та готують у кожному з етнографічних районів України зі своїми особливостями та традиціями регіону. Ще в довоєнний період шеф-кухар Євген Клопотенко почав боротьбу за відновлення історичної справедливості щодо цієї національної страви. Він так описав передісторію цього важливого рішення: «Борщ – це російський суп» – так росіяни кажуть за кордоном. Не знаю, як у вас, але у мене 2 роки тому очі на лоба вилізли, коли я про це дізнався. Треба було захищати борщ, бо вже йшлося не про їжу, а про культурну ідентифікацію нації. Я почав копатися. Спочатку дізнався, що за 1500 років борщ жодного разу не вважався українським. Тобто перші згадки про борщ йдуть з України, його готує та їсть кожен українець, але на законодавчому рівні борщ не є українським. Ми просто не подумали, що це треба зареєструвати документально»[5]. Громадська організація, заснування якої зініціював кулінарний експерт Євген Клопотенко, об'єднала фольклористів, істориків, аналітиків, людей, які мають відношення до культурної спадщини та здійснила експедицію Україною, щоб дослідити борщ у різних регіонах України. Після проведення експедиції український борщ вирішили подати у Нацперелік до організації «Інститут культури України. В Інституті культури України кажуть, що вперше до Національного переліку включили всеукраїнський елемент, а не регіональний»[5].

Таким чином, об'єкти, що внесені до нематеріальної культурної спадщини як твори ужиткового мистецтва, згідно Бернської конвенції мають можливість правової охорони і авторським правом і патентним (промислові зразки, корисні моделі) (п. 7 ст. 2)[1]. Твори ж народної творчості на сьогодні практично не мають в Україні правової охорони. На думку науковців, так як автори творів народної творчості невідомі, то «...їхні особисті немайнові права не можуть бути забезпечені, хоча самі твори є вічними», тому у більшості країн «...твори народної творчості вважаються суспільним надбанням і, відповідно, можуть вільно використовуватися будь-якою особою»[3, с.31], і навіть, як бачимо, країною агресором.

Для зміцнення національної безпеки України, особливо в умовах збройного нападу та ведення повномасштабної війни на її території, всі сфери національної безпеки є однаково важливими. Особливо, якщо і культурні матеріальні цінності, і нематеріальна спадщина України, і будь-які об'єкти права інтелектуальної власності потребують правового захисту від протиправних, ворожих посягань. «Це визначає потребу поглибленого дослідження інтелектуальної безпеки країни за змістом та економіко-правовою природою з метою можливості досягти її високої ефективності та дієздатності»[2, с. 18].

Список використаних джерел:

1. Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів від 09.09.1886 року, ратифікована Верховною радою України 25.10.1995 року. URL.: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_051
2. Бутнік-Сіверський О. Б. Інтелектуальна безпека, яка характеризує якісні ознаки складових національної безпеки України / Бутнік-Сіверський О.Б.// Питання інтелектуальної власності: зб.наук.праць. Випуск 16 НДІ ІВ НАПрНУ – К.: Інтерсервіс, 2019 – 134с., С.59-73;
3. Великорода О. М. Правовий режим об'єктів народної творчості / О. М. Великорода, А. А. Вовк // Прикарпатський юридичний вісник. - 2015. - Вип. 3. - С. 30-34. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pjuv_2015_3_8.
4. Глобальна та національна безпека: підручник / авт. кол. :В. І. Абрамов, Г. П. Ситник, В. Ф. Смолянчук та ін. / за заг. ред. Г. П.Ситника. – Київ : НАДУ, 2016. – 784 с.
5. Євген Клопотенко оголосив про включення борщу до Нацпереліку нематеріальної культурної спадщини України. URL: <https://hochu.ua/cat-afisha/novosti/article-104054-yevgen-klopotenko-ogolosiv-pro-vklyuchennya-borschu-do-natspereliku-nematerialnoyi-kulturnoyi-spadschini-ukrayini/>
6. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. Поточна редакція. Приєднання від 06.03.2008, підстава – 132-VI URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text

7. Міністерство культури та інформаційної політики України. Україна перемаже. URL:<https://mkip.gov.ua/content/zahist-kulturnih-cinnostey-u-razi-zbroynogo-konfliktu.html>
8. Національний перелік нематеріальної культурної спадщини України URL:<https://uccs.org.ua/natsionalnyj-reiestr-obiektiv/>
9. Петренко В. О., Рудченко О. В., Берковський Є. О. Проблеми формування системи інтелектуальної безпеки підприємства. Юридичний науковий електронний журнал. №6, 2019, с.136-138 URL:http://www.lsej.org.ua/6_2019/32.pdf
10. Про національну безпеку України. Закон України № 2469-VIII від 21 червня 2018 року. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>.

ТОРГОВІ МАРКИ ЯК ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ТОП-5 БРЕНДІВ У СВІТІ

О. А. БІЛОВОДСЬКА

д.е.н., професор, професор кафедри міжнародної економіки та маркетингу
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Компанія-виробник природно зацікавлена у побудові позитивного іміджу і формуванні лояльних асоціативних уявлень про дану продукцію у споживача. Таким чином, формування торгової марки і політика брендингу є одними з найбільш важливих питань товарної політики компанії.

Вартість бренду, не слід помилково порівнювати з капіталом бренду, – це термін, який використовується в маркетингу для опису цінності брендів, виходячи з того, що власник відомої назви бренду може заробляти більше грошей, ніж від продуктів з меншою ефективністю. Відома назва, оцінка бренду – це оцінка загальної вартості бренду, що досягається завдяки дотриманню стандарту ISO 10668 Міжнародної організації зі стандартизації, який визначає відповідний процес оцін брендів, дотримуючись шести ключових вимог: прозорість, валідність, надійність, достатність, об'єктивність і фінансові, поведінкові та правові параметри. Бренд – це нематеріальний актив (назва, термін, дизайн, символ або будь-яка інша ознака), що визначає товар одного продавця від іншого і часто є найбільш цінним активом корпорації.

Аналіз популярних та успішних брендів у світі та Україні є достатньо корисним для розвитку багатьох вітчизняних підприємств та новостворених стартапів. Рейтинг складений на основі даних і розрахунків Brand Finance Global 500 ranking, згідно з яким вартість першої сотні світових брендів становить \$ 4759,9 млрд [1]. ТОП-5 світових брендів за вартістю наведено у табл. 1, яку побудовано за даними [2-6].

Таблиця 1 – ТОП-5 світових брендів за вартістю на 2022 р.

| Назва бренду | Галузь/вартість бренду, млрд. дол. | Неймінг/логотип | Особливості маркетингу/УТП |
|--------------|--|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Apple | Електроніка, інформаційні технології/ 355,1 | Яблуко - улюблений фрукт засновника компанії Стіва Джобса, його фруктової дісти. Назва є лідером у номінації безглузлого неймінгу, коли вона нічого не вирішує. І у випадку із продукцією Apple це саме так. Адже все вирішує по-справжньому революційний продукт, що змінив вектор розвитку технологій, не маючи аналогів Простота у логотипі: силует надкушеного яблука, без слів, тому що вони не потрібні. Згідно з дослідженням кращий спосіб продати свій продукт - це не крикливі рекламні ролики, химерні сайти або закручені рекламні тексти. Найкраще сприяє продажам простий процес прийняття рішення. Назва звучить дуже весело, енергійно та невідлякувально | Успішна диверсифікація бізнесу з метою зниження його залежності від продажів iPhone. Політика диверсифікації привела до розвитку цифрових сервісів Apple і послуг за передплатою, в тому числі App Store, iCloud, Apple Podcasts, Apple Music, Apple TV і Apple Arcade. Застосування диференційованого креативного, інноваційного та емоційного маркетингу. Основні маркетингові заходи: 1. <i>Реклама цінностей, а не продукту</i> Слоган бренду: «Думай інакше». Покупцям прив'язують асоціацію, що безумці змінюють світ. Компанія доносить до людей цінності, а не переваги продуктів. Змагається з іншими компаніями за увагу покупців, але ніколи не бере участі в цінових війнах. 2. <i>Секретність</i> Інтригування власних фанатів. Перед виходом нової версії iPhone компанія публікує мінімум офіційної інформації про його функції. Чутки маленькими порціями ніби навмисне зливають в мережу за пару місяців до презентації. Це створює азіотаж і підігріває інтерес. 3. <i>Все можна помацати</i> Фізичні магазини Apple - окремих маркетинговий важіль. Всю продукцію на прилавках можна чіпати руками, використовувати, заходити в свої акаунти пошти і соцмереж. Це створює довіру, адже люди розуміють, що компанія не намагається приховати недоліки. В Apple впевнені, що їхня продукція якісна і це допомагає продавати. 4. <i>Розпакування</i> Якщо шукати в YouTube «Розпакування Apple» можна знайти сотні відеозаписів з розпакуванням продуктів компанії. Apple зробила цей процес захоплюючим і навіть тут зберігають інтригу. З року в рік вони трохи змінюють склад коробки. 5. <i>Простота</i> Компанія знає, що продукт продає себе сам, без гучного розголосу. Використовуючи лаконічний контент і просту рекламу. 6. <i>Звернення до емоцій клієнтів</i> і правильний посил, розуміння своїх цільових покупців, то, як вони думають і говорять, їх мова і звички, уподобання, антипатії тощо. Apple знає, як розмовляти з покупцями на їх мові. На цьому розумінні будуються міцні зв'язки з потенційними і постійними клієнтами. |

Продовження табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|--------|--------------------------|---|--|
| Amazon | Роздрібна торгівля/350,3 | <p>Назва починається з літери А. Вибір зроблено навмисне, адже у 1994 року пошукові системи видавали результати запитів в алфавітному порядку. Крім того, слово Amazon асоціюється з назвою річки Амазонки, найбільшої на Землі, і засновник Безос Д. мріяв зробити компанію найбільшим книжковим магазином у світі</p> | <p>Застосування агресивного домінуючого маркетингу, постійне відкриття нових брендів у намаганні створити єдину екосистему. За допомогою реклами Amazon отримує значний дохід. Компанія може легко рекламувати свої продукти, такі як Amazon Echo, та послуги, такі як Amazon Prime, на своєму веб-сайті та на сторонніх сайтах, таких як IMDb.com. Крім реклами в Інтернеті, Amazon також максимально збільшує присутність списків своїх продуктів у результатах пошуку (як на Amazon, так і в Google) за допомогою SEO. Маючи вищі рейтинги в результатах пошуку, Amazon залучає більше трафіку та продажів свого бренду. Надсилання підсумків замовлень, Amazon використовує електронну пошту для доставки персоналізованих рекомендацій щодо продуктів, дружніх запитів на огляди продуктів та оголошень про майбутні розпродажі. Відео допомагає 90% людей прийняти рішення про покупку. Тож не дивно, що Amazon також використовує відео у своїх списках продуктів та рекламних кампаніях для навчання та переконання покупців купувати їхню продукцію.</p> <p>Основні маркетингові заходи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Персоналізація головної сторінки. Головний банер на домашній сторінці Amazon містить зображення до 7 різних баннерів, персоналізованих в залежності від профілю користувача (його потенційного поля, попередніх покупок і сезонного контексту, географії розташування). 2. Рекомендації на сторінках товарів та сторінках категорій. 3. Повторні покупки для постійних клієнтів. Є продукти, які клієнти купують з певною періодичністю (наприклад, продукти харчування). Платформа буде показувати ці товари, які клієнт завжди купує на сайті, у першому й зручному положенні на сторінках. 4. Пропозиції безкоштовної доставки. Використовуються для стимулювання збільшення розміру кошика, оскільки клієнти повинні витратити більше певної суми, щоб отримати безкоштовну доставку. Рівень, на якому встановлюється безкоштовна доставка, має вирішальне значення для прибутковості, і Amazon змінила його через зміни конкуренції та з рекламних причин. 5. Веб-дизайн. Регулярно оновлюючи дизайн своїх сторінок продуктів, сторінок реєстрації та сторінок категорій, Amazon адаптує свій веб-сайт (і надає можливість продавцям) збільшувати продажі. |

Продовження табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------------|----------------|---|---|
| Google | Інтернет/263,4 | Бренд Google було введено як співзвуччя математично му терміну Googol (гугол), придуманому Мілтоном Сироттой, племінником американсько го математика Едварда Каснера. Він позначає одиницю з сотнею нулів і чудово ілюструє невичерпні можливості Інтернету, які компанія Google постійно систематизує і організовує, полегшуючи доступ до різних даних | <p>Займається маркетингом приховано. У цьому сенсі відкритий доступ - його найбільша і, можливо, найуспішніша маркетингова тактика. Пропонуючи безкоштовну і відкриту платформу, компанія без будь-яких проблем привертає користувачів, так як пошук в Google абсолютно без втрат. Ви нічого не платите і нічого не втрачаєте, при цьому отримуєте необхідну вам інформацію. Очевидно, що ця модель працює не для всіх компаній, оскільки не кожен бізнес можна підтримувати за допомогою реклами. Але основна ідея все ще тут, відкритий і вільний доступ надзвичайно важливий.</p> <p>Наступним важливим моментом є турбота про користувача. У Google дуже проста і лаконічна головна сторінка. Зараз це може здаватися не надто важливим моментом, але свого часу стало відкриттям для користувачів. Навіть ті, хто не вмів користуватися інтернетом, інтуїтивно розуміли, як працювати з Google. У користувача виникало відчуття: про нього піклуються. Повага до рекламодавців є також достатньо вагомим фактором. Google піклується не тільки про користувачів, а й про рекламодавців. Ціна реклами залежить від кількості переходів на сайт. Якщо рекламодавець отримує менше переходів, у нього менше потенційних клієнтів. Тоді і платить він менше. Це підвищує лояльність рекламодавців до майданчика. І напевно теж однією з основних особливостей є орієнтованість на кожну людину. Традиційний маркетинг ділив людей на загальні групи, наприклад, пенсіонери, домогосподарки або спортивні вболівальники. Вважалось, що в кожній групі люди однакові. Запити в Google показали: у кожної людини свої інтереси і переваги. Аналіз пошукових запитів робить рекламу більш підходящою конкретній людині. А таргетування реклами збільшує її вартість, тому що рекламу бачать тільки потенційні покупці. Саме тому комплекс таких заходів робить Google вічно популярним.</p> <p>Завдяки просунутому пошуковому движку творці сервісу змогли реалізувати один з найпотужніших рекламних агрегаторів в мережі Інтернет, що і приносить компанії основну частку виручки. Але це не єдиний продукт компанії. З кожним днем розвиваються безліч додаткових проєктів. На поточний момент Google випускає мобільні гаджети власного виробництва, програмне забезпечення для них (наприклад ОС Андроїд) і володіє рядом популярних інтернет сервісів, таких як YouTube, Gmail, Google Maps, Google AdWords та інше.</p> |

Продовження табл. 1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----------|--|---|---|
| Microsoft | Індустрія програмного забезпечення/184,2 | <p>Назва утворювалася із двох слів: «MICROcomputer SOFTWARE».</p> <p>Перший час воно писалося через дефіс: Microsoft.</p> <p>Компанія кілька раз видозмінювала логотип, не міняючи при цьому його суті; мінявся лише шрифт, яким було написано слово «Microsoft».</p> | <p>Основні маркетингові заходи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інвестування у передачу маркетингового повідомлення за допомогою різних каналів маркетингової комунікації в інтегрованому порядку. Технологічний гігант використовує цілий ряд каналів маркетингової комунікації, таких як реклама, стимулювання збуту, події та досвід, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг та особисті продажі в інтегрованому вигляді, щоб донести своє маркетингове повідомлення до свого цільового сегменту клієнтів. 2. Зосередження на товарному елементі маркетингового комплексу. Маркетинг Microsoft 7P фокусується на продуктовому елементі маркетингового комплексу більшою мірою порівняно з іншими елементами. Відповідно, багатонаціональна технологічна компанія прийняла високий рівень зручності користування своїми продуктами та послугами як унікальну пропозицію продажу, пов'язану з брендом. 3. Орієнтація на клієнтів, які цінують ефективність та дієвість. Націлювання та позиціонування сегментації Microsoft зосереджено на певній групі населення, яка цінує швидкість операцій та розширені можливості та можливості технологічних продуктів та послуг. |
| Walmart | Роздрібна торгівля/111,9 | | <p>Застосування переважно креативного маркетингу. Продавці Walmart повинні думати не тільки про платформу, коли мова йде про рекламу своїх продуктів, оскільки світ електронної комерції є нещадним, а конкуренція - жорсткою. Багатоканальна маркетингова стратегія допомагає вам залишатися актуальним і залучати більше клієнтів. Сьогодні Walmart оголосив про розширеному баченні і нову назву свого медіабізнесу, який тепер називається Walmart Connect. Нова назва, раніше відоме як Walmart Media Group, відображає унікальну здатність компанії прискорювати зв'язок між брендами і її 150 мільйонами щотижневих клієнтів. Walmart Connect дає партнерам можливість бути в центрі уваги в магазинах Walmart, його цифрових властивостях і в Інтернеті, доповнюючи їх враження від покупця. Бізнес буде використовувати велику омніканальну присутність Walmart, міць замкнутої системи і знання своєї клієнтської бази, щоб зробити бренди помітно ближче до своєї цільової аудиторії, незалежно від того, як вони роблять покупки.</p> |

Отже, світові бренди використовують переважно техніки «партизанського» маркетингу, експериментують із форматами, залучають нові технології.

Література

1. GLOBAL 500 2022 RANKING. URL : <https://brandirectory.com/rankings/global/table> (дата звернення 15.03.2022).
2. Marketing Strategy of Apple Inc – Apple Marketing Strategy. URL : <https://www.marketing91.com/marketing-strategy-apple/> (дата звернення 15.03.2022).
3. 5 Tactics Your Amazon Marketing Strategy Should Steal From Amazon. URL: <https://www.webfx.com/blog/marketing/amazon-marketing-strategy/> (дата звернення 15.03.2022).
4. Google marketing strategy. URL: <https://www.affde.com/ru/google-marketing-strategy%20.html> (дата звернення 15.03.2022).
5. Marketing Strategy of Microsoft – Microsoft strategy. URL : <https://www.marketing91.com/marketing-strategy-of-microsoft/> (дата звернення 15.03.2022).
6. Walmart Announces Expanded Vision and New Name for its Media Business. URL: <https://corporate.walmart.com/newsroom/2021/01/28/walmart-announces-expanded-vision-and-new-name-for-its-media-business> (дата звернення 15.03.2022).

МЕХАНІЗМИ ОБМЕЖЕННЯ ТА ВИКЛЮЧЕННЯ З ПАТЕНТНИХ ПРАВ ЯК СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ДОСТУПНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

ЖИХАРЕВ О.С.

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності НАПрН України
Науковий співробітник відділу промислової власності і комерціалізації ОІВ

Відповідно до визначення з [1, стор. 179], пандемією вважається епідемія, що виникає в усьому світі або на дуже великій території, з розповсюдженням через міжнародні кордони і зазвичай вражає велику кількість людей.

Як зазначено у [2], пандемія, спричинена вірусом Covid-19, не є першою потенційною пандемією, яка загрожує міжнародній спільноті. Раніше світ стикався із загрозами від біотероризму та інфекційних захворювань. Наприклад, загроза нападів сибірки після 11 вересня викликала занепокоєння щодо доступності препарату Сірго. У листопаді 2002 року понад 8000 людей захворіли на важкий гострий респіраторний синдром (ГРВІ). З 1981 року в усьому світі від СНІДу померло понад 32 мільйони людей. За оцінками, пандемія грипу H1N1 2009 року викликала від 151 700 до 575 400 смертей у всьому світі протягом першого року від її початку.

Очевидно, що для запобігання поширенню пандемії та зменшення її наслідків актуальним є забезпечення доступності відповідних лікарських засобів, які, як правило, захищені патентами в певній країні чи регіоні. Патентне право дозволяє розробникам/виробникам лікарських засобів отримати монополію на виробництво чи застосування фармацевтичного препарату на території дії патенту, як компенсацію витрат, які мали місце під час розробки та впровадження препарату. Для забезпечення балансу між правами патентовласників-розробників/виробників лікарських засобів та державними інтересами міжнародним патентним правом передбачені механізми обмеження та виключення з патентних прав. Це такі механізми як (i) дії, пов'язані з отриманням дозволів державних регулюючих органів; (ii) вичерпання патентних прав; (iii) видача примусових ліцензій та/або використання

державою; та (iv) обмеження та винятки, пов'язані з використанням запатентованих винаходів сільськогосподарськими виробниками та/або селекціонерами [3, стор. 1].

Вибір та ефективність кожного із зазначених вище механізмів залежить від багатьох чинників, зокрема, від особливостей законодавства кожної країни та практики його правозастосування, підходів до патентної експертизи, виконання відповідним державними органами своїх обов'язків тощо. Саме з природи обмеження та виключення з патентних прав слідує, що механізми для їх реалізації відносяться до примусових засобів забезпечення доступності до лікарських засобів і можуть бути застосовані разом з наданням добровільних ліцензій/субліцензій на запатентовані лікарські засоби від правовласника.

Видачу примусових ліцензій (примусове ліцензування патентів) передбачено статтею 5 Паризької конвенції [4], а саме розділом А [Патенти: ввезення об'єктів, невикористання чи недостатнє використання, примусові ліцензії] як засіб запобігання зловживанням патентом. Зокрема, стаття 5, розділ А(2), передбачає, що кожна країна Союзу має право вжити законодавчих заходів, що передбачають видачу примусових ліцензій, для запобігання зловживанням, що можуть виникнути внаслідок здійснення виключного права, що надається патентом, наприклад, у випадку невикористання винаходу. Розділ А(4) Конвенції передбачає обмеження з примусового ліцензування патентів, яке полягає у тому, що примусова ліцензія не може вимагатися з приводу невикористання чи недостатнього використання до закінчення чотирирічного строку, рахуючи від дати подання заявки на патент, чи трьох років від дати видачі патенту, причому має застосовуватися строк, що закінчується пізніше. Патентовласник може уникнути примусової ліцензії, якщо він «виправдовує свою бездіяльність законними причинами». Ліцензія є невиключною та не підлягає передачі.

Додаткові обмеження щодо видачі примусових патентних ліцензій включені також до Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (TRIPs) [5]. Зокрема, члени Угоди TRIPs можуть надавати обмежені

виключення з ексклюзивних прав, отриманих завдяки патенту, за умови, що такі виключення не будуть суттєво суперечити нормальному використанню патенту та не будуть суттєво завдавати шкоди законним інтересам власника патенту, з огляду на інтереси третіх сторін (стаття 30 Угоди TRIPs). Видача примусових ліцензій врегульована статтею 31 Угоди TRIPs, яка містить, зокрема, такі вимоги як те, що дозвіл на таке використання повинен розглядатись виходячи з його індивідуальних властивостей; запропонований користувач доклав зусиль з метою отримати дозвіл від власника прав на прийнятних комерційних умовах, і що такі зусилля не мали успіху у прийнятний період часу; таке використання не повинно бути ексклюзивним і не повинно передаватись, за винятком, коли таке використання передається разом з тією частиною підприємства або гудвілу, що пов'язані з таким використанням; використання є переважним для забезпечення внутрішнього ринку члена, що дозволив таке використання; власник прав повинен отримувати адекватну компенсацію в обставинах кожного випадку, з урахуванням економічної вартості дозволу. Також Угода TRIPs дозволяє уряду країни-члена Угоди вводити примусові ліцензії як засіб захисту від «антиконкурентної практики».

Крім вказаного вище міжнародного законодавства, в Україні механізми обмеження патентних прав включені до Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» [6]. Зокрема, частиною 3 статті 30 цього Закону «Обмеження майнових прав інтелектуальної власності на винахід (корисну модель)» передбачено, що з метою забезпечення здоров'я населення, оборони держави, екологічної безпеки та інших інтересів суспільства Кабінет Міністрів України може дозволити використання запатентованого винаходу (корисної моделі) визначеній ним особі без згоди володільця патенту. Умови дозволу з такого використання в цій статті Закону співпадають з положеннями, що передбачені статтею 31 Угоди TRIPs. При цьому Рішення Кабінету Міністрів України про надання дозволу на використання винаходу (корисної моделі), строк і умови його надання, відміну дозволу на використання, розмір та

порядок виплати винагороди володільцю патенту можуть бути оскаржені в судовому порядку.

Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо ліквідації штучних бюрократичних бар'єрів та корупціогенних чинників у сфері охорони здоров'я» [7] були внесені зміни до низки законів України, зокрема, до статті 31 Закону України [6], згідно з якими передбачено додаткові можливості для обмеження патентних прав на лікарські засоби, а саме статтю 31 Закону України [6] доповнено частиною 5, відповідно до якої не визнається порушенням прав, що випливають з патенту, ввезення на митну територію України у встановленому законом порядку товарів, виготовлених з використанням винаходу (корисної моделі), для досліджень та/або використання винаходу (корисної моделі) у дослідженнях, що проводяться з метою підготовки та подання інформації для реєстрації лікарського засобу. Така норма на практиці виводить ввезення лікарських засобів на територію України з метою підготовки та подання інформації для їх реєстрації з переліку дій, які є використанням запатентованого винаходу (корисної моделі) згідно частини 2 статті 28 Закону України [6] і таким чином дозволяє запобігти забороні з боку правовласника для ввезення лікарських засобів на територію України, ще які охороняються патентом, проте строк охорони вже близький до закінчення, та сприяє скороченню строку реєстрації такого лікарського засобу і, відповідно, пришвидшенню доступності генеричної версії такого лікарського засобу в Україні.

Також Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформи патентного законодавства» [8] було передбачено можливість виготовлення продукту або лікарського засобу, що містить продукт, із застосуванням запатентованого винаходу з метою експорту до третіх країн, або здійснення дій, які пов'язані з цим, що не визначається як порушення прав, які випливають із додаткової охорони прав на винаходи, визначених у статті 27-1 Закону [6]. Ця норма є дуже актуальною саме в плані доступності до лікарських засобів в умовах пандемії через можливість постачання лікарських

засобів до інших країн, в яких або відсутній патентний захист на певний лікарський засіб або такі країни внесені патентовласником до Медичного патентного пулу (Medicines Patent Pool).

Варто врахувати, що включення до Медичного патентного пулу, який передбачає надання правовласником добровільної ліцензії/субліцензії на лікарський засіб в певній країні чи низки країн, є додатковим дієвим механізмом спрощення доступу до лікарського засобу, а також не передбачає агресивних дій відносно правовласника з боку держави або третіх осіб, обумовлених механізмами вичерпання патентних прав або видачі примусових ліцензій.

Список використаних джерел:

[1] Porta, Miquel, ed. Dictionary of Epidemiology. Oxford University Press. 2008. 316 стор.

[2] J. Culbertson, J. J. Jardine. Compulsory patent licensing in the era of pandemic. URL:https://www.ibanet.org/article/36A60309-5A33-4891-8624-86A6D89A251E#_ftn3 (дата звернення: 25.03.2022).

[3] Постійний комітет по патентному праву. Двадцять перша сесія. Женева, 3-7 листопада 2014р. Обмеження та виключення з патентних прав: примусові ліцензії та/або використання державою (частина I). 25 стор. URL:https://www.wipo.int/edocs/mdocs/scp/ru/scp_21/scp_21_4_rev.pdf (дата звернення: 25.03.2022).

[4] Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року. Дата оновлення: 15.07.2002 р. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_123#Text (дата звернення: 26.03.2022).

[5] Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності. Дата оновлення: 06.12.2005 р. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_018#Text (дата звернення: 26.03.2022).

[6] Про охорону прав на винаходи і корисні моделі: Закон України від 23.12.93 р. № 3769-XII. Дата оновлення: 14.10.2020.

[URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12?lang=ru#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12?lang=ru#Text) (дата звернення: 26.03.2022).

[7] Про внесення змін до деяких законів України щодо ліквідації штучних бюрократичних бар'єрів та корупціогенних чинників у сфері охорони здоров'я: Закон України від 02.06.2020 № 644-IX. Дата оновлення: 25.01.2021. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/644-20#n31> (дата звернення: 26.03.2022).

[8] Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформи патентного законодавства: Закон України від 21.07.2020 № 816-IX. Дата оновлення: 16.08.2020. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/644-20#n31> (дата звернення: 26.03.2022).

**МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
ПІДПРИЄМСТВА З ОГЛЯДУ ВОЄННОГО ЧАСУ В УКРАЇНІ
Г.В. ЗЕМКО**

старший викладач кафедри економіки, обліку і фінансів Інституту
післядипломної освіти Національного університету харчових технологій
(м. Київ)

У питанні національної безпеки знання та інформація є одним з найважливіших факторів, тому розвитку системи національної безпеки першочергова увага приділяється інформації.

Досить складними та непередбачуваними з огляду на сучасні обставини воєнного часу в Україні є макроекономічні умови діяльності українських підприємств. Діяльність підприємства перебуває під впливом чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Тож ризики і загрози економічній безпеці підприємства виникають як у внутрішньому середовищі підприємства, так і в зовнішньому середовищі ринку. Особливо динамічно змінюються чинники зовнішнього середовища, як виявилось, вони можуть бути абсолютно непрогнозованими: ситуація у світовій економіці останні два роки, яка виникла у зв'язку з ковід-пандемією та нинішня воєнна агресія Російської Федерації в Україні. Зокрема, для динамічного ринку харчової промисловості такі виклики є не просто помітними, а навіть вбивчими, як можемо спостерігати у ряді регіонів країни.

Такі кардинальні впливи змушують проводити постійний моніторинг зовнішнього середовища з метою забезпечення економічної безпеки кожного підприємства, яка впливає на національну безпеку країни в цілому: попереджати ризики та вчасно виявляти загрози, які б дали можливість ефективно використовувати умови, що постійно змінюються для розвитку діяльності підприємства. І, як не дивно для ситуації війни, навіть виявляти нові можливості, і у той же час підтримувати економічну безпеку підприємства.

Чи не основну роль у зміцненні економічної безпеки підприємства займає маркетингова складова, реалізація якої є запорукою успішного та ефективного функціонування підприємства харчової промисловості. З іншого боку, ефективність реалізації маркетингової стратегії безпосередньо впливає на безпеку підприємства, в основі якої знаходяться економічні інтереси підприємства.

На ринку харчової промисловості, який залишається затребуваним і конкурентним і в складних умовах воєнного часу, маркетинг відіграє вирішальну роль у забезпеченні ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Служба маркетингу підприємства харчового підприємства проводить сегментацію ринку, здійснює цінову, комунікаційну, збутову та інші політики та надає керівництву інформацію про існуючі та перспективні потреби покупців, оцінює виробни конкурентів, готує рішення про доцільність виробництва: що і як є сенс змінювати, чи потрібно розширити асортимент продукції або розвивати нові напрямки виробництва.

Маркетинговий підрозділ прогнозує можливі обсяги збуту продукції, будує логістичні канали, встановлює ціну реалізації продукції тощо. Всі ці питання входять до маркетингової складової.

Маркетингова стратегія підприємства харчової промисловості зазвичай відповідає у обставинах воєнного часу в Україні на наступні запитання:

- який товар виводиться на ринок, у якому асортименті та за якими цінами;
- на якого споживача він розрахований;
- які умови варто створити для продажу товару на запланованому рівні;
- якими каналами та у яких обсягах будуть організовані поставки;
- яким має бути післяпродажне обслуговування, хто його буде здійснювати;
- які економічні результати очікують учасники ринку;
- які витрати для цього потрібні.

Для забезпечення реалізації маркетингової стратегії підприємства набуває наріжного значення комплекс маркетингу (маркетинг-мікс, *англ. marketing mix*)

– низка заходів, яка визначає позиціонування продукту на ринку, система засобів маркетингу, що використовуються для вирішення відповідних маркетингових завдань. Зазвичай маркетинг-мікс складається з «чотирьох «Р»»: *«product»*, *«price»*, *«place»*, *«promotion»* – продукту, ціни, місця (канали розподілу) та просування [1].

Для ринку харчової промисловості є особливо актуальним: завоювання нових ринків збуту, поява нових торгових марок, розширення асортименту. Нині значення такої діяльності маркетингових підрозділів підприємств підвищується у рази, оскільки часто мова йде про життєзабезпечення населення в умовах війни.

Кожне підприємство має власні маркетингові цілі, що відповідають розробленій маркетинговій стратегії. Стратегія маркетингу показує, з якою продукцією, на які ринки, з яким обсягом продукції необхідно виходити для досягнення поставленої мети [2]. У ході реалізації стратегії такі цілі мають бути досягнутими. Звісно, нині маркетингові цілі діяльності підприємства коригуються і на перше місце виходять цілі забезпечення населення України харчовими продуктами.

Формування та планування маркетингової стратегії розглядали у своїх працях М. Бейкер, П. Дойль, Т. Левітт, інші. Проте питання маркетингової стратегії як основи розвитку економічної безпеки підприємства залишаються все ще недостатньо дослідженими, тим паче нема таких досліджень в умовах сучасного форс-мажору. Саме ефективна маркетингова стратегія є однією з чинників, який дає змогу підтримувати належний рівень економічної безпеки підприємства, кожне з яких нині є складовою національної безпеки країни.

Економічна безпека підприємства – це відповідний стан підприємства, що забезпечує стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз та здатний задовольняти потреби всіх контрагентів підприємства [3].

Систему економічної безпеки підприємства можна визначити як взаємопов'язану сукупність спеціальних структур, засобів, методів та заходів, які забезпечують безпеку бізнесу від внутрішніх та зовнішніх загроз. Так

систему економічної безпеки підприємства можна охарактеризувати комплексом управлінських, інтелектуально захисних, страхових, правових, економічних, охоронних, режимних, судово-правових та інших заходів із захисту бізнесу від незаконних посягань, мінімізації або уникнення матеріальних або інших витрат [4].

До основних елементів системи безпеки підприємства відносимо: захист комерційної таємниці і конфіденційної інформації; інтелектуальна безпека; комп'ютерна безпека; внутрішня безпека; безпека будівель і споруд; фізична безпека; технічна безпека; безпека зв'язку; безпека перевезень вантажів і осіб; екологічна безпека; конкурентна розвідка тощо.

Успішна маркетингова стратегія підприємства – це сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових і мотиваційних способів співвідношення інтересів підприємств з інтересами споживачів, споживачів, контактних аудиторій зовнішнього середовища. Продумана та прорахована маркетингова програма забезпечує отримання прибутку, завоювання цільової частки ринку, підтримку конкурентоспроможності продукції, що і гарантує перебування підприємства в економічній безпеці. Тому реалізація маркетингової стратегії є запорукою успішного і ефективного функціонування підприємства, оскільки забезпечує безпеку підприємства.

Таким чином ефективність реалізації маркетингової стратегії безпосередньо впливає на загальну безпеку підприємства харчової промисловості та економічну безпеку країни в цілому. Економічна безпека окремих українських підприємств є основою економічної безпеки країни, яка є суттєвою складовою системи національної безпеки, особливо в умовах воєнного часу.

Маркетингова стратегія, яка є основою безпечного розвитку підприємства, буде й надійним захистом від неефективно обраної моделі поведінки на ринку, помилок у товарній, збутовій політиці, політиці ціноутворення, виявлення неконкурентоспроможної продукції. Такі помилки є неприпустимими на ринку харчової промисловості особливо небезпечними в умовах воєнної агресії.

Економічна безпека підприємства також забезпечується доцільним використанням ресурсів, які перебувають у його розпорядженні, серед них: підприємницькі здібності, інформація, інтелектуальна власність, технології тощо, а також – відповідності напрямку його розвитку основним тенденціям зовнішнього середовища [5].

Підсумовуючи приходимо до висновку:

Ефективна маркетингова складова діяльності підприємства харчової промисловості є одним з чинників, що дає змогу підтримувати належний рівень економічної безпеки підприємства, галузі і врешті-решт України цілком.

Сучасна «економіка викликів» вимагає від керівників українських підприємств харчової промисловості одночасно з розробкою маркетингової стратегії і тактики формування чіткої концепції безпеки, що включає складові програми із захисту інформаційної, інтелектуальної власності та економічної безпеки. Дотримання правил політики безпеки і плану захисту, контролю та моніторингу за правильністю експлуатації, виявлення фактів порушень та заходи щодо їхньої нейтралізації мають важливе значення у діяльності підприємства. Ослаблення будь-якої складової інфраструктури підприємства відображається негативно на рівні його безпеки і впливає на процес управління підприємством. Зараз ми відчуваємо ці виклики, оскільки країна не готувалася до зовнішньої агресії і до значних економічних втрат.

Політична та економічна ситуація в країні кардинально змінилися: зовнішнє середовище воєнної реальності диктує нові умови, додає нові виклики, які змушують мобілізуватися, шукати нові шляхи для виробництва, логістики і реалізації продукції.

У сучасних умовах підприємство харчової промисловості, яке здатне забезпечити власну економічну безпеку, вносить вагому роль у підтримку національної економічної безпеки, крім того, ряд підприємств навіть мають можливість для розширення своєї діяльності та експансії у додаткові регіони країни – така сучасна економічна реальність.

Враховуючи основи макроекономіки, варто згадати, що підприємства харчової промисловості є базовими елементами економічної системи національної економіки. Тому забезпечення національної економіки підприємства, зокрема й харчової промисловості, є однією з найбільш важливих та актуальних проблем підтримання рівня економіки та національної безпеки країни в цілому.

Література

1. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс : пер с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
2. Дойль П. Маркетинг-менеджемент [3-е изд.]. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
3. Левитт Т. Маркетинговая миопия: в кн.. Классика маркетинга / составители Эникс Б.М., Кокс К.Т., Моква М.Б. – СПб.: Питер, 2001.
4. Коробчинский О.Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2009. №4. С. 41-45
5. Іванюта Т.М. Заїчковський А.О. Економічна безпека підприємства: навч. посібн. К.:ЦУЛ, 2009, 256 с.

**МАРКЕТИНГ ЗНАНЬ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
УНІВЕРСИТЕТУ**

С.М. ІЛЛЯШЕНКО

д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (м. Харків, Україна); доктор хабілітований професор, професор Економіко-гуманітарного університету (м. Бельсько-Бяла, Польща)

Н.С. ІЛЛЯШЕНКО

д.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка; старший науковий співробітник Науково-дослідної частини Сумського національного аграрного університету

Світова практика свідчить, що в умовах поточної трансформації технологічних укладів і четвертої промислової революції основою економічного зростання як окремих організацій (підприємств та установ), так і національних економік є технологічні інновації в які втілені нові актуальні знання (наукові, професійні, техніко-технологічні тощо). Потужна система продукування і використання (комерціалізації) знань є однією з головних конкурентних переваг країн, які є лідерами інноваційного зростання. Традиційно продукування і поширення знань зосереджується в університетах, вони є елементами інфраструктури ринку знань і одночасно – інноваційної інфраструктури країни. З позицій окремих університетів знання складають основу їх інтелектуального капіталу [1], формують передумови їх переходу на шлях інноваційного розвитку. При цьому мова йде як про знання професорсько-викладацького складу, дослідників та ін. категорій персоналу, а також студентів, так і про знання, що втілені у продукти інтелектуальної власності тощо. В умовах технологічних трансформацій в системі стратегічного управління університетів постають завдання орієнтації науково-освітньої діяльності на найбільш перспективні напрями, виходячи з наявних чи прогнозних тенденцій технологічних змін, чи обраних траєкторій

програмування цих змін, звичайно, з урахуванням профілю університету. Їх вирішення потребує застосування інструментів маркетингу знань [2, 3], при цьому знання розглядаються як основа прийняття ефективних управлінських рішень, а також як результат їх реалізації.

Маркетинг знань розглядається як вид маркетингу і одночасно концепція ринково-орієнтованої діяльності університету, що розглядає знання як основні засоби і продукти інноваційної діяльності, джерело формування базових передумов переходу на шлях інноваційного розвитку. Знання розглядаються як упорядкована сукупність фактів і правил оперування ними, що уможливають вирішення задач у конкретних сферах діяльності.

У контексті викладеного виконано декомпозицію зазначених вище завдань, визначено напрямки застосування інструментів маркетингу знань для їх вирішення (табл. 1-2).

Таблиця 1. Методи і інструменти маркетингу знань у вирішенні аналітичних завдань забезпечення інноваційного розвитку університету

| Завдання | Методи і інструменти | Використання результатів |
|---|--|--|
| 1. Аналіз стану і тенденцій розвитку науки і техніки відповідно до профілю університету | Стратегічний маркетинговий аналіз, прогнозування тенденцій (трендвотчінг, трендхантинг, трендсеттінг, форсайт та ін. [4]) | Визначення пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки, визначення пріоритетів у проведенні НДДКР університету |
| 2. Аналіз стану і тенденцій технологічного розвитку у галузях традиційного працевлаштування випускників університету | Стратегічний маркетинговий аналіз, прогнозування тенденцій (трендвотчінг, трендхантинг, трендсеттінг, форсайт та ін.) | Визначення напрямків впливу впровадження нових техніки і технологій на ринок праці і систему підготовки кадрів |
| 3. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринків трудових ресурсів | Стратегічний маркетинговий аналіз і прогнозування тенденцій з урахуванням результатів виконання попереднього завдання (2) | Окреслення перспективних напрямів, спеціальностей і спеціалізацій підготовки фахівців |
| 4. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринків науково-освітніх послуг, ринкових позицій аналізованого університету, його конкурентоспроможності | Стратегічний маркетинговий аналіз, сегментування ринку, конкурентний аналіз, з урахуванням результатів виконання завдань 2-3 | Визначення цільових ринків (сегментів, ніш), уточнення номенклатури спеціальностей, форм і методів (технологій) навчання |

З табл. 1 слідує, що з усієї множини видів знань [2] маркетинг знань університету оперує науковими, техніко-технологічними і професійними знаннями, у т.ч. тими, що мають імовірнісний характер (неповні, неточні і суперечливі знання).

Таблиця 2. Методи і інструменти маркетингу знань у вирішенні завдань активного впливу на ринок науково-освітніх послуг і його суб'єктів

| Завдання | Методи і інструменти | Використання результатів |
|---|---|--|
| 5. Ринково-орієнтоване управління портфелем НДДКР університету | Інструменти комплексу маркетингу науково-освітніх знань у руслі концепції 8Р (товар, ціна, просування, збут, процес, фізичне оточення, психологічне сприйняття), з урахування результатів виконання завдання 1 | Забезпечення потужних позицій університету на ринку наукових послуг. Формування іміджу дослідницького університету |
| 6. Формування освітніх програм, що є актуальними в умовах технологічних трансформацій і забезпечують високу конкурентоспроможність на ринку | Методи і інструменти маркетингової товарної інноваційної політики, з урахуванням результатів виконання завдань 2-5 | Формування портфелю актуальних освітніх послуг (спеціальностей і спеціалізацій підготовки) які забезпечують стійкий інноваційний розвиток університету |
| | Методи і інструменти маркетингової цінової політики, з урахуванням результатів виконання завдання 4 | |
| 7. Просування університету на національному і міжнародних ринках, забезпечення комунікацій (прямих і зворотних) з суб'єктами ринку | Методи і інструменти маркетингової комунікаційної політики, а також інші елементи комплексу маркетингу в руслі концепції 8Р (процес, фізичне оточення, психологічне сприйняття), з урахування результатів виконання завдань 5-6 | Забезпечення потужних позицій університету на національному і міжнародних ринках науково-освітніх послуг. Формування сприятливого іміджу інноваційного університету в колі фактичних і потенційних економічних контрагентів і контактних аудиторій |

Таким чином виконана систематизація методів і інструментів маркетингу знань стосовно основних завдань забезпечення переходу університету на шлях інноваційного розвитку в умовах зміни технологічних укладів і поширення технологій четвертої промислової революції. Показано взаємозв'язки і

взаємозалежності зазначених завдань у процесі їх виконання, а також очікувані результати.

Отримані результати у сукупності розвивають засадничі аспекти інноваційного менеджменту університетів в умовах технологічних трансформацій, зокрема, в частині уточнення місця і ролі інструментів і методів маркетингу знань в обґрунтуванні і реалізації ефективних стратегій інноваційного розвитку.

Практична реалізація представлених розробок дозволить підвищити рівень обґрунтованості і, відповідно, шанси на ринковий успіх стратегій інноваційного розвитку (у т.ч. випереджаючих) університетів в перманентно мінливих умовах сучасної економіки.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на формування методичних засад управління (за формалізованими процедурами) застосуванням інструментів маркетингу знань в системі управління інноваційним розвитком університетів в умовах прискорення темпів НТП, спричиненого четвертою промисловою революцією.

Література

1. Ілляшенко С.М. Інтелектуальний капітал ВНЗ як запорука його інноваційного розвитку: сутність, структура, підходи до оцінки. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 145-154.

2. Ильяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 2. С. 13-23.

3. Якшин А.С. Стратегия и тактика маркетинга знаний на рынке образовательных услуг. *Экономическая наука и образование. Экономические науки*. 2010. № 5 (66). С. 297-301.

4. Ілляшенко Н.С., Росохата А. С. Трендотчінг як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. №1. С. 29-35.

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТАХ:
АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ**

Н.П. КОРОГОД

к.п.н., професор, зав.кафедрою інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій;

Т.С. НОВОРОДОВСЬКА

к.б.н, доцент кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

В умовах формування у провідних країнах світу нової економіки, що базується на новітніх досягненнях науки і технологіях, головним джерелом економічного зростання стають не так природні і матеріальні ресурси, як ідеї та інновації. Здатність генерувати і впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу стає одним із найголовніших факторів забезпечення конкурентоспроможності сучасних організацій і підприємств. Наука перетворилася на специфічну сферу товарного виробництва, що виробляє специфічний і дуже дорогий товар — інноваційний проєкт, що містить об'єкти права інтелектуальної власності. З цього приводу слід зауважити, що інтелектуальну власність доцільно розглядати також з позиції проєктного підходу, що дасть можливість проєктним менеджерам зрозуміти важливість цього поняття та необхідність управляти процесами створення й використання продуктів інтелектуальної діяльності в проєктах [1]. Саме такі проєкти часто називають інноваційними проєктами і проблема управління ними залишається малодослідженою.

Сьогодні впроваджуються нові моделі економічних відносин як в державі, так і в окремих організаціях. Важливе місце при цьому належить проєктному управлінню. Успішність виконання проєкту визначається тим, наскільки ефективно здійснюється його задум, у якому сконцентровані інтереси всіх тих, хто працює над його реалізацією. При цьому, найважливіша

передумова успішного застосування прийомів та методів управління проектами полягає у визначенні й розумінні його цілей. Вони визначають сутність проекту. Визначення цілей та їх опис є основою для подальшої роботи над проектом. Замовник, підрядник і треті сторони в ході виконання проекту переслідують безліч взаємозалежних цілей, головні з яких сформульовані в явному виді в концепції проекту й контрактній документації. Максимально повне виявлення цілей всіх учасників проекту та їхнє чітке формулювання – одне з найважливіших завдань керівника проекту, тому що від цього може залежати загальний успіх. На основі поставлених цілей розробляються плани. Так, стрижнем будь-якого стратегічного плану підприємства є його базова стратегія. Вибір базової стратегії є прерогатива керівництва підприємства. Керівництво, оцінюючи й аналізуючи отриману на попередніх кроках інформацію, приймає остаточне рішення, адже кінцевим результатом будь-якої функції менеджменту є прийняті конкретні управлінські рішення, а також затверджені певні показники (рівень прибутків, величина витрат, рентабельність тощо). У рамках обраної базової стратегії можливі стратегічні альтернативи [2].

Так, зокрема, наявність портфелю розроблених проектів, чітких правил його постійного оновлення та наявність правової охорони на перспективні складові інноваційних розробок і проектів дозволяє будувати свою ефективну маркетингову стратегію. А наявні об'єкти інтелектуальної власності можуть стати вагомим інструментом на шляху реалізації фінансової стратегії, спрямованої на збільшення активів підприємства. Чітке виконання плану залежить від низки важливих чинників: оцінювання можливих варіантів відповідно до стратегічної мети організації, якої необхідно досягти; призначення відповідальних за ухвалення управлінських рішень; забезпечення достатніх ресурсів для діяльності, зокрема інтелектуальних та інформаційних; моніторингу поточної діяльності та ін. [2]. Особливим чином це стосується розробки інноваційних проектів, їх просування на ринок сучасних технологій.

Інноваційні проекти і програми їхньої реалізації становлять істотну частину господарського механізму, що формується, управління науково-технічним розвитком країни, регіонів і окремих підприємств та організацій. Аналізуючи інноваційний проект як форму цільового управління інноваційною діяльністю та як процесу здійснення інновацій, можна надати таке його визначення - це система взаємопов'язаних цілей і програм їхнього досягнення, що являють собою комплекс науково-дослідних дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних й інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації, забезпечуючих ефективне вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках і приводить до інновації [3].

Інноваційні проекти можуть формуватися як у складі науково-технічних програм, реалізуючи завдання окремих напрямків (розділів) програми, так і самостійно, вирішуючи конкретну проблему на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки. Формування інноваційних проектів для вирішення найважливіших науково-технічних проблем (завдань) забезпечує:

- комплексний, системний підхід до вирішення конкретного завдання (мети науково-технічного розвитку);
- кількісну конкретизацію цілей науково-технічного розвитку і строге відображення кінцевих цілей і результатів проекту в управлінні інноваціями;
- безупинне наскрізне управління процесами створення, освоєння, виробництва і споживання інновацій;
- обґрунтований вибір шляхів найбільш ефективної реалізації цілей проекту;
- збалансованість ресурсів, необхідних для реалізації інноваційного проекту;
- міжвідомчу координацію й ефективне управління складним комплексом робіт із проекту.

Щодо інноваційного проєкту, то його життєвий цикл управління можна представити узагальнено двома стадіями:

- розробка інноваційного проєкту;
- управління реалізацією інноваційного проєкту.

Інноваційний проєкт охоплює всі стадії інноваційної діяльності, пов'язаної з трансформацією науково-технічних, ідей у новий чи удосконалений продукт, впроваджений на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використаний у практичній діяльності або в новий підхід до соціальних послуг. З погляду стадій здійснення інноваційної діяльності проєкт містить у собі НДР, проєктно-конструкторські і дослідно-експериментальні роботи, освоєння виробництва, організацію виробництва і його пуск, маркетинг нових продуктів, а також фінансові заходи.

Особливістю інноваційних проєктів є те, що в них об'єкти права інтелектуальної власності (ОПВ) можуть бути створені і в процесі розробки проєкту, і в процесі його реалізації, бути при цьому прямим, чи непрямим його результатом. Прикладом створення таких ОПВ може служити діяльність закладів вищої освіти або науково-дослідних інститутів. Під прямим результатом слід розуміти отримання об'єкта права інтелектуальної власності в якості продукту проєкту, тобто результату, що був запланований в ініційованому проєкті. Непрямий результат – це створення об'єкту права інтелектуальної власності, як побічного продукту проєкту. Дуже часто в проєктах зустрічається обидва результати. Але в проєктах існують ще об'єкти, які не набувають правового статусу, тобто на них не оформлюють юридичних прав. Це також результати інтелектуальної діяльності людини, але вони не є об'єктами права інтелектуальної власності. Виникає питання, як класифікувати такі об'єкти та чи важливо враховувати їх у проєктній діяльності.

Насамперед слід визначити що це за об'єкти. Виходячи з визначення об'єктів права інтелектуальної діяльності, результатами інтелектуальної діяльності в проєкті можуть бути, наприклад, структурні схеми, принципи управління, корпоративні стратегії, системи мотивації, організаційні заходи,

системи звітності структури документів, внутрішні стандарти, системи якості тощо. Все це та багато іншого є результатами інтелектуальної діяльності людей, задіяних у проєкті. Важливо чітко розрізняти продукти інтелектуальної діяльності учасників проєкту та об'єкти права інтелектуальної діяльності, які створюються в проєкті чи використовуються під час його реалізації [3].

Незалежно від того, чим є об'єкти права інтелектуальної власності в проєкті - продуктом чи ресурсом проєкту для створення певного продукту, її (ІВ) життєвий цикл може бути більшим, ніж життєвий цикл проєкту. Якщо розглядати інтелектуальну власність як кінцевий продукт проєкту, то її життєвий цикл розпочинається коли зароджується ідея, яку планується реалізувати протягом виконання проєкту, прикладом є наукові проєкти. Створення продукту з використанням об'єктів права інтелектуальної власності передбачає придбання чи залучення існуючих ОПІВ.

Світовий досвід підтверджує, що саме управління інноваційними проєктами на підприємствах дозволило багатьом країнам вирішувати найскладніші проблеми розбудови, відтворення, задачі перехідного характеру в умовах жорстко обмежених фінансових, матеріальних ресурсів, часу. Але масштаб використання методів управління інноваційними проєктами ще далеко не відповідає потребам розвитку нашої держави та її регіонів [4].

Для успішної розробки і впровадження інноваційних проєктів, зокрема, в умовах наукової організації, якою є й заклад вищої освіти (ЗВО), підвищення рівня її конкурентоспроможності, треба вміти передбачати труднощі, з якими вона може зіткнутися у майбутньому, і нові можливості, які можуть відкритися для неї. Особливо цікавим є процес виявлення (ідентифікації) продуктів інтелектуальної діяльності в інноваційному проєкті. Причому, у випадку, коли безпосередньо очікуваним результатом проєкту не є ОПІВ, ідентифікувати продукти інтелектуальної діяльності слід протягом усього життєвого циклу проєкту.

Для здійснення процесу ідентифікації продукту інноваційної діяльності протягом життєвого циклу проєкту необхідне:

- проведення планового аудиту проєкту стосовно виявлення інтелектуальної власності;
- класифікація виявлених продуктів інтелектуальної діяльності;
- занесення ідентифікованих продуктів інтелектуальної діяльності до реєстру інтелектуальної власності з метою зберігання та подальшого визначення доцільності їх використання у тому чи іншому форматі. Ідентифікація продуктів інтелектуальної діяльності в проєкті це лише одна зі складових процесу управління інтелектуальною власністю [5];

- планування системи використання інтелектуальної власності в проєктах, визначення концепції управління інтелектуальною власністю, формулювання ключових принципів та підходів до управління інтелектуальною власністю, розробка стратегії управління ІВ;

- створення системи мотивації персоналу – для появи в проєкті продуктів інтелектуальної діяльності необхідно сформувати ефективну систему мотивації співробітників (матеріальне стимулювання, створення творчої атмосфери, матеріально-технічної бази тощо);

- визначення на якому етапі життєвого циклу проєкту з'являються продукти інтелектуальної діяльності, а також визначення, що саме є цінними результатами інтелектуальної діяльності з загальної маси напрацювань в процесі реалізації проєкту;

- експертизи інтелектуальної власності, яка може бути кількох видів: експертиза об'єкта права ІВ, які планується використовувати в процесі реалізації проєкту; експертиза об'єкта, який отримують в якості результату проєкту з перспективою надання йому статусу ОПВ та експертиза продуктів інтелектуальної діяльності в проєкті. Для проведення експертизи необхідно сформувати систему критеріїв оцінки;

- формування портфелю інтелектуальної власності – комплектування пакету прав на створенні в рамках діяльності організації чи набуті ОПІВ та продуктів інтелектуальної діяльності персоналу проєкту;

- комерціалізації інтелектуальної власності – процес виводу об'єктів права інтелектуальної власності на ринок, якщо це визнається прийнятним та доцільним в рамках стратегії розвитку організації;

- трансферу технологій – внутрішньому чи зовнішньому залежно від спектру та напрямків діяльності організації;

- процеси, що забезпечують захист від несанкціонованого використання ОІВ. Це може стосуватись ОПІВ набутих для реалізації проєкту чи ОІВ отриманих під час реалізації проєкту з метою подальшого використання в цьому проєкті чи в інших проєктах проєктно-орієнтованої організації; моніторингу процесів управління інтелектуальною власністю; визначення стратегії захисту результатів інтелектуальної діяльності персоналу проєкту [5].

Критеріями оцінки продуктів інтелектуальної діяльності під час проведення експертизи можуть бути: наукова новизна; технологічний та технічний рівень; економічність; перспективи комерціалізації, значимість для проєкту; собівартість; відповідність стратегії розвитку організації (ЗВО); результати порівняння з аналогами.

Отже, зважаючи на той факт, що на сучасному етапі розвитку бізнесу та економіки, який здійснюється через реалізацію проєктів та впровадження проєктного підходу, інтелектуальна власність набуває важливе значення, і розглядається як складова процесів управління проєктами. Це дає можливість підійти до процесів управління проєктами, не тільки як до суцільно технічного, але й як до творчого процесу та відкриває широкий спектр питань і тем для досліджень, створюючи тим самим значний потенціал для розвитку управління проєктами, як науки, впровадження інновацій у виробництво.

Щодо ЗВО, то на сьогодні, в умовах фінансової кризи, структури, що здійснюють управління інтелектуальною власністю, зокрема в проєктах, не є

достатньо ефективними і потребують удосконалення. Водночас, ЗВО є найбільшими серед інших організацій розробниками інноваційних проєктів та його складових (ОПВ). Завдяки ЗВО відбувається трансформація науково-технічних розробок в інноваційний продукт, придатний для виробництва і ринку, і це є найважчим етапом у ланцюгу, що зв'язує науку зі споживачем. Адже,

розроблювачі часто погано розуміють доміанти ринку, потреби споживача, у них немає досвіду технологічного підприємництва [6]. Водночас, у ЗВО результатом інноваційного проєктування стає інноваційна продукція (наукові розробки, винаходи, інші інновації), яка може бути продана (комерціалізована). Досвід показує, що в реальних умовах від ідеї створення нового продукту до надходження перших прибутків від його продажу на ринку інновацій проходить приблизно три-чотири роки, у рідкісних випадках - менше. Отже, цей процес також носить складний характер, рівно як і трансфер технологій.

Таким чином, інтелектуальна власність, як результат інноваційної діяльності, особливим чином розкривається в інноваційному проєкті і представляє собою досить складний процес у використанні. Водночас, підприємства й організації, ЗВО та наукові установи, здатні ефективно реалізовувати свої проєкти з використанням інтелектуальної власності, одержують стійку конкурентну перевагу. Вони знаходяться у вигідному становищі, коли виникає необхідність відреагувати на швидкі зміни на ринку, оскільки володіють цінним інструментом – наявністю інтелектуальних ресурсів.

Література

1. Інвестиційний менеджмент та оцінка проєктів (роздавальний матеріал). Матеріали навчальних семінарів вихідного для SEUME для українських викладачів економіки та бізнесу. – К.: 2000. – 120 с.
2. Мартиненко М. М., Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: Підруч. для студ. вищ. навч. закл.. — К. : Каравела, 2006. — 320с.

3. Власність інтелекту (збірник статей) / Л.Й. Глухівський. – К.: Державний департамент інтелектуальної власності, 2002. – 140 с.

4. Висящев В.А. Методика построения и использования профилей жизненного цикла проектов // Управління проектами та розвиток виробництва. — 2002. — №1(3). — С. 82-96.

5. Солощук М. Економічні аспекти комерціалізації інтелектуальної власності (тема 10, ч.1) // Інтелектуальна власність. – 2008.– № 12. – С. 50-60.

6. Зінов В. Проблеми комерціалізації результатів досліджень і розробок // Інтелектуальна власність, № 3, 2000. – с. 35-42.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ МІСЦЕ У СИСТЕМІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

В.А. КУЧИНСЬКИЙ

к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Р.О. ПОБЕРЕЖНИЙ

к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Цифрові технології захоплюють дедалі ширше коло суспільних відносин, включаючи юридичні та цивільно-правові. Слова «ми живемо у цифрову епоху» вже давно не просто слова. Цифрові відносини – це реальність, за якою законодавство, як правило, не встигає. А якщо законодавець намагається цю сферу врегулювати, то це часто відбувається за принципом «хотіли як краще, а вийшло як завжди». Тим часом у науковому співтоваристві питання адаптації правового регулювання до нової цифрової реальності активно обговорюються. Цифрові об'єкти – це програми для обчислювальних машин, бази даних, інтернет-сайти, мультимедійні продукти. Очевидні перспективи розвитку цифрової сфери як у локальних, і у глобальних проектах. Як приклад можна навести використання технології блокчейн, що вже здійснюється в Україні. Деякі автори, говорячи про цифрові об'єкти, проводять аналогію з криптовалютою, оперуючи терміном «цифровий товар».

Тому дуже важливим та актуальним, на наш погляд, є виявлення проблем, пов'язаних з цивільно-правовим статусом об'єкта, що називається цифровим твором, та спроба відповісти на питання про те, чи є об'єктом цивільних відносин, чи входить він у сферу інтелектуальної власності, яке його місце у системі інших об'єктів.

Твір може бути в особливому метафізичному просторі, в якому він також здатний видозмінюватися під впливом різних технологічних можливостей. Конструкція «цифровий твір» стала реальністю, але однозначна відповідь на питання про те, що це таке і який його правовий режим, у доктрині відсутня. Відповіді вимагають такі проблемні напрямки досліджень.

1. Потребує уточнення термінологія – якщо ми використовуємо конструкцію «цифровий твір», то, напевно, необхідно уточнити звичний термін «твір» – говорити «стандартний», або «традиційний», твір, або в порядку уточнення термінології доцільно встановити, що під твором ми розумітимемо традиційний об'єкт нематеріального характеру, а під цифровим твором – цей об'єкт, виражений у особливій формі із застосуванням спеціальних технологій.

2. Чи потрібна згода автора на використання виразу твору у цифровій формі, і як назвати цей процес? Можливі кілька варіантів – цифрування, оцифровування, цифровизація. На наш погляд, на цьому етапі розвитку відносин ці терміни можна використовувати як синоніми. У цьому слід враховувати, що процес перекладу твори на цифрову форму можливо має ознаки творчого процесу.

3. Проблем видається вирішення питання про те, чи підлягає застосуванню щодо цифрового твору режим вичерпання прав?

4. Чи можна взагалі вважати, що цифровий твір – це твір, чи це лише один із способів відтворення твору?

5. Чи слід диференціювати цифрову та мережеву форми? Якщо на це запитання позитивно, необхідно буде відрізнити цифрові і мережеві твори. Цифрова форма передбачає деякі події, зокрема творчого характеру, а мережева – просто розміщення об'єкта Інтернету.

6. Як визначити деякі об'єкти, наприклад комп'ютерні ігри? Зазначимо, що існуюча в інтелектуальній середовищі доктрина використовує термін «мультимедійний продукт», діюча практика частіше всього відносить цей продукт до комп'ютерних ігор як до програми для електронно-обчислювальних машин, але при цьому неясно – чи взагалі є комп'ютерна гра твором?

Однозначно відповісти складно через те, що комп'ютерна гра – якийсь аналог дії, життя, у своїй нерідко у ній є елемент зворотний зв'язок, коли поведінка гравця впливає подальший розвиток гри. Як приклад можна навести ще один мультимедійний продукт, який назвати грою навряд чи вдасться. Йдеться про так званий віртуальний цвинтар, суть ідеї якого полягає в наступному. Після смерті людини його сторінки в соціальних мережах не знищуються і не закриваються, а переносяться (платно або безкоштовно) на особливий віртуальний майданчик – цвинтар, куди можна зайти, покласти квіти (віртуальні), поділитися фотографіями померлого та спогадами про нього, послухати чи додати його улюблену музику, поговорити про нього, при цьому будуть відображатися всі відвідування та дії на сторінці, включаючи розміщення творів як раніше існували в цифровій (або мережній) формі, так і не існували.

7. Чи можна вважати цифровим твором те, що є сприймається тільки електронно-обчислювальними машинами, але не людиною?

Можлива постановка і інших питань, для відповіді на які потрібно знайти відповідну доктрину та практику. Вочевидь, з погляду теорії об'єктів цивільних правовідносин цифровий, чи мультимедійний твір є вкрай неоднозначним об'єктом. Відповідно до норм міжнародного права до об'єктів цивільних прав відносяться речі, включаючи готівку та документарні цінні папери, інше майно, у тому числі безготівкові кошти, бездокументарні цінні папери, майнові права; результати робіт та надання послуг; результати інтелектуальної діяльності, що охороняються, і прирівняні до них засоби індивідуалізації (інтелектуальна власність); нематеріальні блага. Звісно ж, що з урахуванням різноманітності результатів інтелектуальної діяльності слід уточнити даний підхід і вважати, що об'єктом є не сам результат діяльності, а права на нього. Інакше висловлюючись, об'єктом, наприклад, ліцензійного договору, яким надаються права використовувати твір, являється не сам твір, а виняткові (майнові) права його використання.

Розглянемо деякі особливості, властиві цифровим творам:

а) чисельна природа - вираз у вигляді послідовності цифр, що кодує певні параметри. При цьому важливо, якою програмою і технічним пристроєм цифровий твір повинен бути відкритий - тут проявляється залежність від техніки, з використанням якої відтворюється цей твір;

б) відірваність від носія – виражений у цифровій формі твір не пов'язаний з тим матеріальним об'єктом (наприклад, комп'ютером) або нематеріальним об'єктом (наприклад, комп'ютерна програма), за допомогою яких цифровий твір з'явився. Відірваність виявляється в тому, що доступ до цифрового твору може бути отриманий за допомогою використання і інших об'єктів, а не тільки тих, які брали участь у його створенні;

в) редагованість – максимально проста та доступна. Це означає, що як сам автор, так і інші особи (у тому числі невстановлені) можуть внести зміни в певний твір, що згодом може бути дуже складно довести або практично неможливо довести;

г) зникненність (ця властивість тісно пов'язана з попереднім) – можливість повного видалення твору, зокрема, без відома автора. Властивості редагування та зникнення цифрового твору роблять дуже актуальною ідею створення каталогу (реєстру) цифрових творів. У наукових публікаціях зазначається, що з метою реєстру можна використовувати технологію блокчейн – інтерактивність, тобто. можливість внесення контрольованих чи частково контрольованих змін як за бажанням автора, так і невстановлених суб'єктів;

д) розповсюджуваність без втрати якості та, як наслідок, – стирання різниці між оригіналом та копією. В результаті поняття «справжність твору» втрачає свою практичну значимість;

е) можливість існування тільки у віртуальних рамках. Деякі об'єкти можуть не мати аналогів в матеріальному світі. Ті об'єкти, які втрачають матеріальний аналог, можуть продовжувати існування виключно у цифровому вигляді;

ж) відмова від стереотипів презентації - звичні місця сприйняття творів (галереї, концертні зали) деактуалізуються. Стають можливими, наприклад,

цифрові виставки творів (як тих, що мають, так і не мають матеріальної форми, тобто спочатку створених у цифровому форматі);

з) переважання цифрового твору над матеріальними об'єктами.

З урахуванням названих особливостей, кожна з яких впливає на кваліфікацію користувача та складність цифрового твору, відповіді на питання про правову природу цифрового твору як об'єкта поки що однозначно неможливо.

На наш погляд, у контексті звичайного традиційного твору доцільно вважати об'єктом цивільних правовідносин саме права на використання твору, а в контексті цифрового – самий цифровий твір. Цей висновок обумовлений сутнісними особливостями цифрового твору і, безумовно, потребує подальшого осмислення. Зі сказаного випливає, що цифровий твір може бути названий похідним твором, на створення якого необхідна згода автора, так само як і на внесення до нього будь-яких змін.

Література

1. Телюкина М.В. Цифровое произведение как объект гражданских прав // *Право будущего: Интеллектуальная собственность, инновации, Интернет*. 2018. №1. С.70-76
2. Ткаченко И.Ю. Проблемы развития цифровых технологий // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2018. №9. С.76-87.
3. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
4. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
5. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
6. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. *Маркетинг инновационного процесса*. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

7. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В.Гладенко, П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.А.Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22.
8. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
9. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
10. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
11. Kosenko O.P., Kobieliyeva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
12. Kocziszky G., Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
14. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
15. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
16. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
17. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliyeva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
18. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

19. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
20. Romanchik, T.V., Kobeleva, T.O., Pererva, P.G. Compliance as a factor of innovative development of the enterprise. *Bulletin of NTU "KhPI": Economic Sciences Series*, 2018, №1, P.205-220.
21. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
22. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
23. Kuchynskiy, V., Pererva, P. Digitization of personnel management processes // *Actual problems of modern science: monograph / ed.: S. Matiukh [et al.]*. – Bydgoszcz: *Bydgoszcz University of Science and Technology*, 2021. P.275-285.
24. Maksymenko, Ya., Sokol, K., Pererva, P.G. Marketing prerequisites for entering the enterprise in the international market of information technologies // *Marketing and digital technologies*. 2020/ Vol. 4, No. 3. P.13-22.
25. Martynenko, A., Pererva, P. Formation of comparable prices for innovative products for the period of their life cycle. *Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law*, 24(3), 2020/ P.9-14.
26. Tkachev, M., Pererva, P., Kobieliyeva, T., Tkacheva N. Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. 2017. № 4. С. 67-74.

**СТРУКТУРА НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

В.І. МАЛІЧЕНКО

викладач Відкритого структурного підрозділу «Рівненський автотранспортний фаховий коледж Національного університету водного господарства та природокористування»

О.Г. КІРІЧОК

к.т.н., доцент, викладач Відкритого структурного підрозділу «Рівненський автотранспортний фаховий коледж Національного університету водного господарства та природокористування»

За роки незалежності в Україні розбудовано Державну систему правової охорони інтелектуальної власності (рис. 1). За здійснення політики у сфері інтелектуальної власності в Україні відповідає Державна служба інтелектуальної власності України. Державна служба інтелектуальної власності України (далі – Держслужба) є урядовим органом державного управління, що уповноважений представляти, реєструвати і підтримувати на території України права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів і послуг, зазначення походження товарів, топографії інтегральних мікросхем, а також здійснювати реєстрацію об'єктів авторського права: творів науки, літератури, мистецтва, комп'ютерних програм, баз даних тощо. Держслужба проводить єдину державну політику у сфері охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності. Вона здійснює роботи по удосконаленню законодавчої і нормативної бази, міжнародного співробітництва у сфері інтелектуальної власності, забезпечення умов для введення інтелектуальної власності до господарського обороту, підготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері інтелектуальної власності, взаємодії з громадськими організаціями тощо [1].



Рис. 1. Структура державної системи охорони інтелектуальної власності
 До сфери управління Державної служби інтелектуальної власності України включено: Український інститут промислової власності, Українське агентство з авторських і суміжних прав, Інститут інтелектуальної власності і права, а також державні інспектори контролю за використанням об'єктів права інтелектуальної власності [2].

Головною функцією Українського інституту промислової власності (Укрпатенту) є здійснення експертизи заявок на об'єкти промислової власності. Саме його експерти проводять експертизу поданих заявниками матеріалів на предмет відповідності умовам правової охорони і видають експертний висновок. Укрпатент має філію, що надає інформаційні послуги, здійснює патентний пошук.

Головною функцією Українського агентства з авторських і суміжних прав (УААСП) є колективне управління правами авторів. УААСП за бажанням автора здійснює підготовку до державної реєстрації об'єктів авторського права і суміжних прав та видачі автору охоронного документу – свідоцтва. Важливою функцією УААСП є надання допомоги авторам щодо захисту їх прав у разі порушення. Державне підприємство «Інтелзахист» опікується питаннями боротьби з порушеннями прав на об'єкти інтелектуальної власності, причому, у більшій частині, суміжними правами [3].

Інститут інтелектуальної власності і права виконує функцію підготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері інтелектуальної власності. Він готує магістрів за спеціальністю «Інтелектуальна власність», а також в рамках підвищення кваліфікації: патентних повірених, патентознавців, професійних оцінювачів прав на об'єкти інтелектуальної власності тощо.

Головним завданням державних інспекторів контролю за використанням об'єктів права інтелектуальної власності є попередження правопорушень у сфері інтелектуальної власності. Інспектори – це повноважні представники Держслужби у регіонах України.

На рис. 1 представлені також громадські організації, що безпосередньо переймаються питаннями інтелектуальної власності і з якими тісно співпрацює Держслужба.

Всеукраїнська асоціація інтелектуальної власності має міжвідомчий характер. Вона сприяє доведенню основних проблем, що існують у сфері інтелектуальної власності, до відома законодавчої та виконавчої гілок влади.

Особливе місце займає Всеукраїнська асоціація патентних повірених України. За діючим законодавством саме через патентних повірених здійснюється патентування вітчизняних винаходів за кордоном і навпаки. Патентні повірені надають також кваліфіковані послуги фізичним і юридичним особам в питаннях правової охорони, використання та захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності [4].

Товариство винахідників і раціоналізаторів України займається популяризацією винахідницької діяльності, надає винахідникам і раціоналізаторам посильну допомогу у їх діяльності.

Українська асоціація власників товарних знаків опікується інтересами правовласників знаків.

Література

1. Право інтелектуальної власності: Акад. курс: підруч. для студ. вищих навч. закладів / О. П. Орлюк, Г. О. Андрощук, О. Б. Бутнік-Сіверський та ін. / за ред. О. П. Орлюк, О. Д. Святоцького. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. – 696 с.
2. Вачевський М. В., Кремень В. Г., Мадзігон В. М., Скотний В. Г., Левченко Г. Є., Вачевський О. М. Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності: підручник / за ред. проф. М. В. Вачевського. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 448 с.
3. Інтелектуальна власність: навч. посіб. / І. О. Мікульонок. – 3-тє вид., переробл. і допов. – К. : НТУУ «КПІ», 2012. – 238 с.
4. Право інтелектуальної власності: підручник. – Вид. 2, змін. і доп. / О. П. Світличний. – К.: НУБіП України, 2016. – 355 с.

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ОДИН З ВИЗНАЧАЛЬНИХ
ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

М.В. МАРЦЕНЮК

викладач Відкритого структурного підрозділу «Рівненський автотранспортний
фаховий коледж Національного університету водного господарства та
природокористування»

О.Г. КІРІЧОК

к.т.н., доцент, викладач Відкритого структурного підрозділу «Рівненський
автотранспортний фаховий коледж Національного університету водного
господарства та природокористування»

Усі країни з розвинутою ринковою економікою відзначаються високим рівнем освіти, науки і культури. Саме це зумовлює і визначає рівень цивілізованості того чи іншого суспільства. Вони ж є результатом творчої діяльності людини, оскільки стан і освіти, і культури визначається рівнем розвитку науки. Творчий потенціал людини поступово, але неухильно починає домінувати в усіх виробничо-економічних структурах, і саме, інтелектуальний потенціал людини буде визначати інтенсивні шляхи становлення нової цивілізації.

До недавнього часу власність була чітко матеріалізована (земля, споруди, комунікації тощо), і тільки науково-технічний прогрес показав, що рушійною силою його є нематеріальна – інтелектуальна власність. Міжнародний досвід свідчить, що першоосновою індустріальної могутності США, Японії, Німеччини та інших розвинених країн є інтелектуальна власність, втілена у передові технології виробництва та управління.

Експерти ООН з промислового розвитку дійшли висновку: якщо раніше провідна роль в зростанні економіки держави належала природним ресурсам, які надавали тій чи іншій країні переваги в системі світових господарських зв'язків, то зараз на передній план виступає рівень розвитку людських ресурсів

– кваліфікація, майстерність, вміння як основа інтелектуального потенціалу нації.

Багатство суспільства складається як з матеріальної складової, так і з інтелектуального потенціалу й активного його використання. Дослідження взаємозв'язку між вкладом в «людський капітал» (інтелектуальну власність) і економічним зростанням, проведене в США і Росії, показало, що збільшення інвестицій в розвиток інноваційного потенціалу порівняно з інвестиціями в матеріальну базу дає змогу успішно долати економічні кризи.

Ефективне використання результатів інтелектуальної (творчої) діяльності, що формує досить важливий і специфічний сегмент ринку України, у недалекому майбутньому повинно зайняти таке ж чільне місце у загальнонаціональному ринку товарів та послуг, як і у розвинених країнах світу. Зокрема, обсяг торгівлі інтелектуальним продуктом у США займає друге місце в загальному обсязі. Як свідчить світова практика, на результати інтелектуальної діяльності припадає до 35% капіталу передових фірм та підприємств. Так, у «Microsoft» вартість результатів інтелектуальної діяльності (нематеріальних активів) в десятки, сотні разів перевищує вартість матеріальних активів.

Після проголошення незалежності Україна обрала модель розвитку на основі ринкової економіки. Як відомо, ринкова економіка характеризується не тільки конкуренцією товарів та послуг, а й конкуренцією їх якості. На даному етапі науково-технічного розвитку суспільства конкурентоспроможним може бути лише продукт, виготовлений на основі сучасних наукомістких технологій, основою яких є об'єкти інтелектуальної власності [1]. Нині вважається, що для широкого кола промислових підприємств прибуток забезпечується на 50% за рахунок технології, на 30% за рахунок маркетингу і лише на 20% – за рахунок виробництва.

Насиченість матеріального виробництва високими технологіями (інтелектуальним ресурсом) – найважливіша характеристика сучасних розвинутих країн. Оскільки технологія є специфічними знаннями про потрібні

блага (технологія продукту) і як інтелектуальним об'єктом створити ці блага (технологія процесу) та керувати цими процесами (технологія управління).

В межах теорії економічного розвитку науково-технічного прогресу як джерела розвитку, добробуту відводиться першочергова роль. При цьому не тільки знання та інформація, а й науково-технічні розробки розглядаються не як безкоштовні ресурси, а як інтелектуальний товар, який повинен бути оплачений. Такий підхід дає змогу розглядати ринкову економіку як систему, що сама розвивається, рушійною силою якої є суб'єкти господарювання, що здійснюють інновації.

В сучасних умовах суб'єкти господарювання з інтенсивною фізичною працею трансформуються в суб'єкти господарювання інтенсивної розумової праці, що базуються на інтелектуальних та творчих здібностях фахівців. Пропрацювавши протягом робочого дня, фахівець залишає підприємству, компанії свій інтелект, який не є матеріальним капіталом. Цей невидимий ресурс належить, наприклад, не підприємству, а працівнику, яким може користуватися підприємство і розглядати як інтелектуальний потенціал підприємства, що дає змогу йому розвиватися і успішно вирішувати поставлені перед ним завдання [2].

Отже, сьогодні, коли знання стали основною сировиною і результатом економічної діяльності, інтелектуальний ресурс став настільки важливим, що справедливо буде підкреслити, що підприємство, компанія, яка не управляє знаннями, не буде конкурентоспроможною.

Останні дослідження в галузі інтелектуальної власності свідчать про набагато більшу цінність інтелектуальних фондів суб'єктів господарювання порівняно з їх матеріальними ресурсами [3].

Україні належить кожний третій винахід, зареєстрований в колишньому СРСР, а за потенціалом наша держава не поступається розвиненим країнам світу. Але від того, як будуть здійснювати управління інтелектуальним потенціалом, залежить не тільки майбутнє суб'єктів господарювання, а й те, наскільки швидко наша країна увійде до числа передових країн.

Література

1. Востріков В. П., Кірічок О. Г., Стрілець В. М. Практикум з дисципліни «Інтелектуальна власність» : навчальний посібник. – Рівне : НУВГП, 2018. – 146 с.
2. Антонюк В. П., Шевченко О. В., Кірічок О. Г. Інтелектуальні автомобілі як основа інноваційного розвитку на автомобільному транспорті : Збірник тез III Науково-практичної конференції «Транспортні технології: стан, проблеми, перспективи», 18 листопада 2021 р. – Надвірна, 2021. – С. 7-11.
3. Аксютіна А.В., Нестерцова-Собакарь О.В., Тропін В.В. та ін. Інтелектуальна власність: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / За заг. ред. канд. юрид. наук, доц. Нестерцової-Собакарь О.В. – Дніпро : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2017. – 140 с.

КРЕАТИВНА ТА ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ЕПОХУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО КОНТЕНТУ

МАСЛАК О.І.,

д.е.н., проф., зав. кафедри економіки

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

МАСЛАК М.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЯКОВЕНКО Я.Ю.,

PhD з економіки, ст.викладач кафедри економіки

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

Сьогодні взаємодія технологій та контенту є двостороннім процесом, а межі між контентом і платформами, у рамках яких він створюється поширюється та використовується споживачами та посередниками – нечіткі [4, 7].

Така тенденція актуалізує необхідність вирішення цілого комплексу питань, починаючи від ідентифікації аудиторії, що постійно сегментується, і, закінчуючи автоматизацією внутрішніх процесів і управлінням інтелектуальною власністю [2].

Варто наголосити, що інтелектуальна власність, будучи частиною інтелектуального капіталу, являє собою право на результат інтелектуальної, творчої діяльності [1,3].

Відповідно, основним завданням для креативної індустрії, представленої переважно виробниками аудіо- та візуального контенту, слугує ефективне керування портфелем прав [5, 9]. У сучасних умовах господарювання такий підхід являє собою невід’ємну частину конкурентної боротьби платформ та відеосервісів [6].

Креативна природа інтелектуальної власності в епоху розвитку інформаційних технологій прослідковується і в інших сферах [7, 10-11]. Зокрема, не можна не зазначити, що бізнес-моделі продуктових онлайн-магазинів з власними запатентованими лінійками товарів характеризуються низькою маржою (зокрема, основними факторами впливу виступає

необхідність фінансових витрат на маркетинг, розвиток технологій, сервіс та доставку) [8, 16].

Нині актуалізувалося питання роботи з аудиторією щодо її залучення та утримання. З початком розвитку Інтернет-торгівлі клієнти перебували у виграшній позиції у короткостроковій перспективі за рахунок того, що пряма конкуренція призводила до зниження рівня цін (такий вид конкуренції Майкл Портер назвав деструктивною) [12, 14].

При цьому споживачі прагнуть не переплачувати, порівняно зі встановленими в офлайн-магазинах цінами [13]. Саме з цієї причини підприємства першої хвилі електронної комерції зазнавали збитків, зокрема компанія Priceline Webhouse Club першою запропонувала принцип «назви свою ціну», однак не врахувала відсутність бази постійних клієнтів [15].

Отже, коли компанія володіє правами на різноплановий контент з різними обмеженнями на різних територіях, постає питання виключення людського фактору та максимальної автоматизації процесів. Відповідно, запорука успіху – у поєднанні технологічності та високого рівня персоніфікації контенту.

Література:

1. Kasych A., Yakovenko Y., Tarasenko I. (2019). Optimization of business processes with the use of industrial digitalization. Proceedings of the International Conference on Modern Electrical and Energy Systems, MEES 2019, pp. 522-525.
2. Kumar P., Bhamu J., Sangwan K.S. Analysis of Barriers to Industry 4.0 adoption in Manufacturing Organisation: an ISM Approach. Procedia CIRP. 2021. Vol. 98. P. 85–90.
3. Maslak O.I., Grishko N.Ye., Hlazunova O.O., Vorobiova K.O. Approaches to the management of the costs of innovation activity of mining enterprises: aspects of economic security. Науковий вісник НГУ. 2017. № 5. С. 137–145.
4. Tupa J., Simota J., Steiner F. Aspects of risk management implementation for Industry 4.0. Procedia Manufacturing. 2017. №11. P. 1223 – 1230.

5. Давидова І. В. Технологія блокчейн: перспективи розвитку в Україні. Часопис цивілістики. 2017. №26. С. 38-41.
6. Економіка і менеджмент цифрового маркетингу при просуванні інноваційного товару на ринок / П. Г. Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2020. – № 3 (5). – С. 30-35.
7. Кораблінова І. А. «Цифрова трансформація» як джерело ризику компаній у сучасних умовах. Інноваційна економіка. 2018. №1-2 (73). С. 217-223.
8. Краус Н.М., Краус К.М. Які зміни несе в собі «індустрія 4.0» для економіки та виробництва. Формування ринкових відносин в Україні. 2018. №9. С. 128-135.
9. Маслак О. І. Економічна оцінка інноваційного та інтелектуального потенціалу з урахуванням показників економічної безпеки / О. І. Маслак, Н. Є. Гришко, М. В. Маслак // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2020. – № 6 (8). – С. 21-24.
10. Маслак О.І., Яковенко Я.Ю., Сокурєнко П.І. Теоретичні і практичні аспекти стійкого розвитку підприємства в умовах невизначеності економічного середовища. Молодий вчений. 2017. № 4(44). С. 710–714.
11. Невизначеність 4.0. KPMG: веб-сайт. URL: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2019/02/kpmgreview-magazine-3.pdf>
12. Пирогов Д.Л., Бала В.В., Яковенко Я.Ю. Моделювання і оцінка ефективності М&А угод в українській практиці. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 4 (2). С. 46–49.
13. Райко, Д., Маслак, О., & Маслак, М. (2021). Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (3), 131–134. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.3.131>

14. Трансформація бізнес-майдсету. KPMG: веб-сайт. URL: <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2018/09/kpmg-review-magazine-1-2018.pdf>
15. Шандова Н.В. Сценарний підхід до визначення напрямків розвитку підприємства, Вісник ЖДТУ 2017. № 1 (79). URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/96700/92371>
16. Яковенко Я.Ю. Концепція управління стійким розвитком підприємств: наук. вісник Херсонського держ. університету; Економічні науки № 36, 2019, с. 75-81.

ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У СФЕРІ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

І.Є. МИРОНЕНКО*, **О.В. ДОБРОГОРСЬКИЙ****, **А.М. МЕШКОВ*****

*к.т.н., доцент, доцент кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

**магістрант кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

***магістр кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

Сьогодні в умовах економіки знань важко переоцінити значення сфери інтелектуальної власності, яка представлена винаходами, корисними моделями, промисловими зразками, торговельними марками, об'єктами авторського права та іншими об'єктами. Для кожного підприємства вкрай важливо вживати заходи щодо ефективної правової охорони об'єктів інтелектуальної власності, які створюються в його умовах.

Для підприємств видавничої галузі, діяльність яких пов'язана з підготовкою і випуском у світ видавничої продукції, найтипівішими об'єктами права інтелектуальної власності є об'єкти авторського права і торговельні марки.

Об'єкти авторського права представлені творами у галузі науки, літератури і мистецтва. У видавничій діяльності – це літературні твори, ілюстрації, фотографії тощо, які публікуються у виданнях. Передача майнових

прав на такі об'єкти здійснюється шляхом укладання авторських договорів між автором і видавництвом. Критеріями охороноздатності об'єктів авторського права є творчий характер та об'єктивна форма вираження. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір можна отримати, подавши відповідну заявку до Національного органу інтелектуальної власності (НОІВ).

Відповідно до Закону України «Про видавничу справу» [1] права та обов'язки видавця у відносинах з автором (співавторами) твору в галузі науки, літератури і мистецтва, їх спадкоємцями чи з особою, якій автори чи їх спадкоємці передали авторські майнові права, чи з особами, яким належать права на інші об'єкти права інтелектуальної власності, визначаються законодавством України з питань інтелектуальної власності. Перш за все, це Цивільний Кодекс та Закон України «Про авторське право і суміжні права».

Торговельна марка відповідно до Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [2] є позначенням, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб. Серед значної кількості класифікацій торговельних марок (словесні, образотворчі, об'ємні, світлові, звукові, ароматичні та ін.), найбільш часто заявляються до реєстрації словесні, зображувальні та комбіновані [3].

Для того, щоб торговельна марка виконувала свої функції та забезпечувала конкурентні переваги підприємства, потрібно здійснити її державну реєстрацію (отримати свідоцтво на 10 років), подавши заявку до НОІВ. У якості торговельної марки реєструють назви видавництв (разом з використанням фірмового найменування).

Звичайно, на розвиток видавничої справи як сфери суспільних відносин впливають досягнення винахідництва. Винахід є результатом інтелектуальної, творчої діяльності людини в будь-якій сфері технології [4]. В якості винаходу можуть охоронятися об'єкти: продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин рослин або тварин), процес (спосіб). Об'єктом корисної моделі відповідно до Закону України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» [4] може бути пристрій або процес (спосіб). Особа, яка бажає

запатентувати винахід (термін дії – 20 років) або корисну модель (10 років), подає до НОІВ заявку.

Винаходи і корисні моделі, які патентуються у видавничій галузі, представлені переважно пристроями. Звернувшись до Спеціальної інформаційної системи Укрпатенту [5], можна віднайти такі запатентовані пристрої, як друкарські апарати, фарбові зволожуючі апарати, живильні пристрої друкарських машин, листові ротаційні друкарські машини, рулонні ротаційні друкарські машини тощо.

На відміну від винаходу промисловий зразок є результатом творчої діяльності в галузі художнього конструювання і стосується лише зовнішнього вигляду виробу, а не його функціональних особливостей. Об'єктами промислового зразка є лінії, контури, колір, форма, текстура, матеріал, оздоблення.

Набуття прав на зареєстрований промисловий зразок засвідчується свідоцтвом, яке видається на п'ять років від дати подання заявки до НОІВ і продовжується за клопотанням власника на один або більше п'ятирічних строків (але не більше 25 років). Строк правової охорони незареєстрованого промислового зразка – 3 роки від дати його доведення до загального відома на території України. Критеріями охороноздатності промислового зразка є новизна та індивідуальний характер [6].

Прикладами об'єктів, які реєструються в якості промислових зразків у видавничій діяльності, є обкладинки, сторінки друкованого видання, етикетки, рекламні модулі, машини етикетувальні тощо.

Сфера інтелектуальної власності охоплює не лише питання правової охорони, набуття прав і захисту результатів творчої діяльності, а й використання у господарській діяльності. Об'єкти права інтелектуальної власності підлягають оцінці та постановці на бухгалтерський облік у якості нематеріальних активів. Саме тому наявність на підприємстві такого стратегічного ресурсу, як об'єкти інтелектуальної власності, потребує від керівництва ефективного управління ними, а в окремих випадках за наявності

низки охоронних документів – формування портфеля об'єктів права інтелектуальної власності.

У зв'язку з цим на підприємстві видавничої галузі повинен бути фахівець з інтелектуальної власності, який вміє контролювати своєчасність заходів щодо підтримки чинності документів, що засвідчують авторство та(або) право власності, а також знати основи ведення діловодства за заявками про видачу патенту на винахід (корисну модель), свідоцтва на об'єкт авторського права, торговельну марку, промисловий зразок відповідно до встановлених правил.

Література

1. Про видавничу справу: Закон України від 05.06.1997 р. № 318/97-ВР.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України 15.12.1993 р. № 3689-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
3. Види торгових марок. Вайз Груп. URL: <https://wisegroup.com.ua/ua/vidi-torgovix-marok/>
4. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі: Закон України від 15.12.1993 р. № 3687-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12#Text>
5. Спеціальна інформаційна система Укрпатенту. URL: <https://sis.ukrpatent.org/uk/search/simple/>
6. Про охорону прав на промислові зразки: Закон України від 15.12.1993 р. № 3688-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3688-12#Text>

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЩОДО ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПЕРТИЗИ
ПОРУШЕНИХ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

В.О. ПЕТРЕНКО

д.т.н., професор

Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро

Г.К. ДОРОЖКО

к.т.н., доцент, заступник директора

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності Національної академії
правових наук України, м. Київ

К.О. ГОРСЬКА

с.н.с., доктор наук із соціальних комунікацій

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності Національної академії
правових наук України, м. Київ

Висновок експерта є одним із засобів доказування, яким встановлюються обставини, що входять до предмета доказування у справах щодо прав на торговельні марки і може бути покладений в основу судового рішення, якщо за результатом оцінки судом він визначений як належний, допустимий і достовірний доказ. До гарантій достовірності висновків експертів відносять такі фактори: передбачений законодавством процесуальний порядок призначення, проведення та оцінки висновку експерта; визначені законодавством вимоги до особи експерта; незацікавленість та об'єктивність експерта; науковий характер відомостей, що містяться у висновку; відображення у висновку ходу дослідження та формулювання висновків; можливість роз'яснення свого висновку експертом в суді у випадках виникнення сумнівів у його правильності; можливість перевірки результатів первинної експертизи через призначення повторної, тощо [1, 55].

Експертний висновок у сфері інтелектуальної власності є важливим аргументом для вирішення питань, пов'язаних з володінням, користуванням і розпорядження тим чи іншим правом у сфері інтелектуальної власності, яке належить конкретній юридичній або фізичній особі [2, 78].

В діяльності судових установ та судових експертів має місце прогалина, а саме: відсутні необхідні вимоги до змісту документів про призначення судових експертиз. Необхідно цю проблему вирішувати [3, 35- 36].

Ефективність роботи судових експертів у сфері інтелектуальної власності прямим чином залежить від якості спеціального законодавства. Так у спеціальних законах з промислової власності на сьогодні не вирішено цілий ряд проблем, які можуть бути виявлені лише в процесі правозастосування, зокрема – підчас проведення судово-експертних досліджень. До них можна віднести питання процедури визнання патентів на корисні моделі та промислові зразки недійсними частково, виключення з правової охорони неохороноздатних елементів знаків тощо [4, 13-14].

Необхідність обов'язковості призначення судової експертизи порушених прав інтелектуальної власності не викликає сумнівів. Одним із головних напрямків вдосконалення судової експертизи у сфері інтелектуальної власності є такі: необхідно створити сприятливі умови для розвитку наукових досліджень та підготовки кваліфікованих кадрів у сфері інтелектуальної власності та судової експертизи [5, 88].

На сьогодні настала нагальна необхідність здійснення комплексного аналізу актуальних проблем, які виникають при проведенні експертизи у вирішенні спорів, що пов'язані із захистом прав інтелектуальної власності, погодження спільних напрямків щодо їх вирішення та напрацювання єдиної судової практики у даній сфері.

При призначенні судової експертизи у цивільних справах про порушення прав інтелектуальної власності виникає ряд проблем, пов'язаних саме зі специфікою сфери творчої діяльності. Зокрема, це стосується ініціативи у призначенні експертизи та реалізації принципу змагальності. У даному контексті вибір судового експерта виступає як одна з умов отримання об'єктивного, достовірного і повного висновку.

В дослідженні [6, 124] автори пропонують привести нормативно правові акти щодо судової експертизи у відповідність до змін національного

законодавства. Визначитись з необхідністю експертної спеціальності щодо напівпровідникових виробів. Чітко розмежувати поняття комерційної таємниці та ноу-хау. Розглянути можливість віднести дослідження за рацпропозицією до досліджень щодо винаходів та корисних моделей, бо вони стосуються одних і тих же об'єктів.

В якості удосконалення системи експертизи порушених прав інтелектуальної власності необхідно створити державний орган управління організацією і проведенням експертиз в Україні, який повинен здійснювати організаційно-правове, науково-методичне та інші необхідні форми забезпечення діяльності експертних організацій і окремих експертів.

Необхідно збільшувати кількість фахівців у сфері інтелектуальної власності, що зможуть відповідно до компетенції та компетентності здійснювати судово-експертні дослідження, оскільки в країні суттєво бракує кваліфікованих у даній сфері кадрів [7, 88].

Багато вчених стверджують, що висновок експерта для суду не є обов'язковим, проте, такий висновок оцінюється судом за правилами, встановленими для оцінки доказів, а відхилення висновку має бутті вмотивованим у рішенні. Але, виходячи з практики розгляду судових спорів про визнання недійсними охоронних документів, треба константувати, що ніхто не відмовляється від призначення судової експертизи.

З огляду на те, що законодавець не надає висновку судового експерта жодних переваг порівняно з іншими доказами, цей висновок має відповідати вимогам обґрунтованості та мотивованості. Саме завдяки відповідності цим вимогам особа, яка проводить дізнання, слідчий, прокурор чи суд можуть переконатися щодо об'єктивності, правильності та правдивості висновку судового експерта [8, 38-39]. Тому необхідно погодитися з висновком автора цієї роботи в частині приведення до одноманітності положення КПК України, ЦПК України, КпАП України та МК України в питаннях об'єктивності, правдивості, правильності, обґрунтованості та мотивованості.

Актуальність підвищення ефективності судової експертизи знаходиться у взаємодії з такими завданнями у сфері інтелектуальної власності: визнання нашої країни повноправним учасником міжнародного ринку інтелектуальної власності; підвищення інвестиційного іміджу держави, запровадження сприятливого інноваційного клімату; побудова національного науково-технологічного комплексу; розвиток творчого інтелектуального потенціалу громадян; забезпечення раціональної і ефективної організації судових експертиз; забезпечення повноти і об'єктивності наданого експертного висновку; вдосконалення законодавчої бази у сфері інтелектуальної власності; організація базового навчання фахівців у сфері судової експертизи інтелектуальної власності; перепідготовка кадрів; стандартизація методик складання висновку експертного дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сопова К. Висновки експертів, патентних повірених та інших фахівців у справах щодо прав на торговельні марки. *Теорія і практика інтелектуальної власності*, 2019. № 1. С. 50-58.
2. Петренко В.О., Огурченко В.Г., Воліков Т.А. Проблемні питання судової експертизи порушених прав інтелектуальної власності. *Юридичний науковий електронний журнал*. № 6, 2016. С. 77-79.
3. Петренко В.О., Чус О.В., Рейнгольд А.В. Концептуальні аспекти судової експертизи порушених прав інтелектуальної власності. *Судова експертиза об'єктів інтелектуальної власності: теорія і практика: науково-практ.збірн.*; НДІ інтелектуальної власності НАПрН України. Випуск 5. К.: Інтерсервіс, 2019. 100 с. С. 27-39.
4. Дорошенко О.Ф. Правове забезпечення стану та перспективи розвитку судової експертизи об'єктів інтелектуальної власності в Україні. *Судова експертиза об'єктів інтелектуальної власності: теорія і практика: науково-практ.збірн.*; НДІ інтелектуальної власності НАПрН України. Випуск 6. К.: Інтерсервіс, 2020. 110 с. С. 8 - 14.

5. Петренко В.О. Визначення ролі судової експертизи в захисті порушених прав інтелектуальної власності. *Судова експертиза об'єктів інтелектуальної власності: теорія і практика: науково-практ.збірн.*; НДІ інтелектуальної власності НАПрН України. Випуск 6. К.: Інтерсервіс, 2020. 110 с. С. 83-89.

6. Ромашко А.С., Дорожко Г.К. Вдосконалення законодавства щодо судової експертизи об'єктів промислової власності. *Судова експертиза об'єктів інтелектуальної власності: теорія і практика: науково-практ.збірн.*; НДІ інтелектуальної власності НАПрН України. Випуск 7. К.: Інтерсервіс, 2021. 164 с. С. 122-125.

7. Орлюк О.П., Дорошенко О.Ф. Проблемні питання проведення судової експертизи об'єктів інтелектуальної власності. *Юридичний Радник*. 2006. № 3. С. 88-89.

8. Дорошенко О.Ф. Організація судової експертизи об'єктів інтелектуальної власності в Україні. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць*. Маріуполь: ПДТУ, 2010. Т.3. С. 89-92.

**РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА
ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ У НАУКОВИХ УСТАНОВАХ ТА ЗВО**

ХОМЕНКО І.І.,

старший науковий співробітник Центру досліджень інтелектуальної власності
та трансферу технологій НАН України (м. Київ)

Україна робить вагомі кроки до впорядкування питань інтелектуальної власності (ІВ) та вирішення проблем, пов'язаних з управлінням ІВ в Україні. Перший віце-прем'єр-міністр – Міністр економіки України Олексій Любченко під час засідання Ради з питань інтелектуальної власності 18 жовтня в Києві зазначив: «У Національну економічну стратегію України до 2030 року вписані засади щодо захисту прав інтелектуальної власності. Цей документ був ініційований Президентом України Володимиром Зеленським, містить довгострокові і короткострокові плани з кожного пункту та є обов'язковим для виконання. Першими кроками на цьому шляху має стати прийняття Стратегії розвитку сфери інтелектуальної власності. Адже інтелектуальна власність може стати фундаментальним інструментом у створенні сприятливого середовища для інновацій, інвестицій, винахідництва та розвитку креативних галузей. Ми вдячні експертам, які приймали участь у розробці Стратегії, та сподіваємось на таку саму проактивність і під час її імплементації» [1].

Ефективна діяльність державних наукових установ і закладів вищої освіти (ЗВО) з управління правами ІВ та трансферу технологій є викликом сьогодення і досягається, як свідчить досвід держав-членів ЄС та США поєднанням організаційних, фінансових, податкових механізмів держави, спрямованих на генерацію і використання об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), що створюються у бюджетній сфері, а також запровадження на рівні установ політики у сфері ІВ, здійснення розвитку підрозділів з охорони ІВ та трансферу технологій. Вказане включає підготовку модельних положень, кодексів практики, рекомендацій щодо управління правами ІВ, політики у сфері

ІВ у ЗВО, наукових установах; вироблення модельних договорів з проведення досліджень для різних варіантів створення та використання ОІВ; запровадження урядами системи організаційних заходів, фінансових механізмів з розвитку інфраструктури трансферу технологій, запровадження програм проведення наукових досліджень в інтересах підприємств, трансферу технологій, утворення стартапів; широке використання податкових стимулів комерціалізації ОІВ, організацію підготовки та перепідготовки і підвищення кваліфікації фахівців для підрозділів з охорони ОІВ та трансферу технологій установ; забезпечення підтримки іноземного патентування. Характерними для України до 1991 р. були досвід та широке застосування діяльності підрозділів з винахідницької, патентно-ліцензійної діяльності установ науки, освіти і підприємств. Мала місце централізована підготовка кадрів для таких підрозділів. Органи державної влади проявили неготовність розвивати зазначену сферу з вирішенням принципів питань щодо винахідницької діяльності в бюджетних установах (визначення статусу підрозділів трансферу технологій, інноваційної діяльності та ІВ у бюджетних установах – 2006 р.; врегулювання питань правового режиму ОІВ, що створюються за рахунок бюджетних коштів, – у 2012, 2016 рр.; прийняття законодавства щодо створення стартапів установами науки та освіти – у 2015 р.). Зауважимо, що всі зазначені питання вирішувалися за ініціативи не органів державного управління, а наукової спільноти. На цей час залишаються невирішеними принципові питання, що стосуються перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців у сфері ІВ та трансферу технологій для бюджетних установ; відсутні державні програми, фінансові, податкові інструменти сприяння трансферу технологій, утворення стартапів, проведення досліджень та розробок (ДР) в інтересах підприємств, які широко розвинуті в ЄС, США, інших країнах. У той же час, ряд заходів з посилення ефективності управління ІВ та трансферу технологій може бути здійснено на рівні наукових установ та ЗВО. Вказане передбачає прийняття політики установ з охорони ІВ та трансферу технологій; приділення уваги розвитку діяльності підрозділів трансферу технологій,

інноваційної діяльності та ІВ, їх комплектацію фахівцями; вироблення політики відносно створення та використання ОІВ під час договорів із ДР з національними та іноземними контрагентами; організацію маркетингових досліджень стосовно перспективних розробок і підготовку бізнес-планів [2].

У документах міжнародних організацій, рекомендаціях, підготованих урядами окремих країн, літературних джерелах зміст і акценти стосовно напрямів менеджменту ІВ мають специфіку залежну від типу організацій, на які спрямовано рекомендації, стадії розвитку організації, пріоритетів – галузевих або горизонтальних у створенні й комерціалізації ОІВ.

Крім того, коли йдеться про менеджмент ІВ, можливо розглядати його як комплекс заходів, спрямованих на всі ОІВ, що створюються в установі, чи секторально – стосовно певних ОІВ. Так, у виданні *Managementul proprietății intelectuale*, 2018 розглянуті особливості управління ІВ для знаків, що вирізняють виробників, товарів та послуг (торговельні марки, фірмові найменування, географічні зазначення, доменні імена); менеджменту авторськими і суміжними правами організацій колективного управління [3].

Офіс інтелектуальної власності ЄС і Європейське патентне відомство визначають для університетів чотири основні напрями менеджменту, до яких належать: створення, оцінка, охорона й використання ОІВ. Під час створення ОІВ увага приділяється обізнаності дослідників, важливості комерціалізації технологій, їхній участі у цьому процесі, навчанню засад комерціалізації. Має забезпечуватися підтримка з боку адміністрації наукової установи, ЗВО охорони прав ІВ у договорах із досліджень і розробок із організаціями, які забезпечують фінансування і третіми сторонами; визначаються напрями, де можуть бути створені технології з високим комерційним потенціалом; запроваджується мікрофінансування вдосконалення технологій; визначаються правила отримання винахідниками частки доходу від використання винаходів. Також звертається увага, що певні університети встановлюють винагороду за інновації, публічно відзначають досягнення винахідників.

На етапі оцінювання визначаються найперспективніші технічні рішення. Здійснюються заходи з подання заявок на винаходи й забезпечення охорони прав ІВ. На етапі використання вирішуються питання ліцензування ОІВ, утворення стартапів, продажу прав на ОІВ. Також, права інтелектуальної власності можуть стати інструментом ініціювання додаткових наукових проєктів із ліцензіатами [4].

Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO) підготувала ряд рекомендацій із менеджменту ІВ для малих і середніх підприємств із зазначенням доцільності впровадження політики стосовно придбання ІВ, використання ІВ, моніторингу ІВ, захисту прав ІВ. Вказується, що для певного виробу, послуги можливо застосування охорони прав на різні ОІВ. Доцільним є визначення найоптимальнішого пакету охорони зі здійсненням потрібних процедур охорони прав ІВ на ранній стадії бізнесу. Також, у зв'язку зі значною вартістю патентної охорони має бути впроваджено політику отримання патентів на винаходи, потрібних саме для розвитку бізнесу. Щодо використання ІВ — зазначається важливість пошуку найкращих рішень щодо виробництва товарів і послуг, захищених правами ІВ, укладання ліцензійних угод або угод франшизи, продажу ІВ, утворення спільних підприємств; використання ІВ для отримання доступу до технологій інших компаній за крос-ліцензійними угодами; використання ІВ для отримання фінансування. Широкого використання набули документи ВОІВ з розробки політики у сфері інтелектуальної власності для університетів і наукових установ [5]. Згідно з цими документами, менеджмент ІВ охоплює: діяльність спеціального підрозділу установ із управління ІВ й наглядового комітету; укладання договорів щодо набуття прав інтелектуальної власності на створені ОІВ з працівниками, студентами, запрошеними науковцями; визначення умов відкритого доступу; діяльність з віднесення певної інформації до комерційної таємниці й її охорони; забезпечення укладання договорів із ДР із дотриманням політики установи щодо використання раніше створених ОІВ і ОІВ, створених під час виконання контрактів ДР; керування процесом повідомлення про

створені службові ОІВ, їхній розгляд і вирішення питання патентування чи забезпечення інших форм охорони; управління портфелем патентів.

В Україні залишається не вирішеним питання – реалізація комплексу заходів щодо запровадження сучасного менеджменту інтелектуальної власності в наукових установах і ЗВО. Вказане охоплює вирішення проблем підготовки для даних установ фахівців у сфері інтелектуальної власності, прийняття на державному рівні рекомендацій щодо політики у сфері інтелектуальної власності; зменшення ставок зборів за державну реєстрацію об'єктів права інтелектуальної власності і підтримання їх чинності, високий рівень яких – є бар'єром винахідницької діяльності; розвиток інфраструктури трансферу технологій, професійного консалтингу з підготовки бізнес-планів, проведення маркетингових досліджень, укладання договорів; реалізацію державних програм фінансування трансферу технологій, утворення стартапів, підтримки іноземного патентування тощо.

Список використаних джерел:

1. Міністерство економіки України. Олексій Любченко: В Україні вперше буде затверджено стратегію розвитку сфери інтелектуальної власності. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=fcdc7381-fa96-4072-a4cf-a47869117166&title=OleksiiLiubchenko-VUkrainiVpersheBudeZatverdzhenoStrategiiuRozvitkuSferiIntelektualnoiVlasnosti>
2. Капіца Ю.М., Косско Т.Г., Махновський Д.С., Хоменко І.І., Аралова Н.І., Туров М.П. Винахідницька діяльність у наукових установах / за ред. Капіци Ю.М.: Наук-практ. вид. К.: Логос, 2021. 455 с.
3. Managementul proprietății intelectuale/ Iurie Badâr, Vasile Bucur, Tatiana Bulimaga et al. Chișinău, 2018. 312 p.
URL: <https://bibliotecapublicad rept.wordpress.com/2020/03/11/intrari-noi-de-carte/>
4. URL: IP Management. Intellectual Property Teaching Kit. EUIPO, EPO. 2016.
<https://www.epo.org/learning-events/materials/kit/download.html>.
5. WIPO IP Policy Template for Academic and Research Institutions. January 29, 2019. 24p., Guidelines for Customization of the WIPO Intellectual Property Policy Template for Universities and Research Institutions. January 29, 2019. 91p. URL: <https://www.wipo.int>

**ІНФОРМАЦІЙНЕ, ДОКУМЕНТАЛЬНЕ, ПАТЕНТНО-
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ
ІННОВАЦІЙ ТА ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ,
НАУКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ.
КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ**

**THE IMPORTANCE OF UNIVERSITY AND BUSINESS COOPERATION
FOR HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT**

H.V. ZASORINA

PhD student in Vasyl' Stus Donetsk National University (Vinnytsia)

A.V. KARPENKO

Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of economics and customs
National University "Zaporizhzhia Polytechnic" (Zaporizhzhia)

During the post-industrial transformations in the state, human capital becomes even more important, because it is the individual who has the ability to be creative, generate, create new products and ideas. To achieve this goal, each individual must at least receive a quality education and be able to implement the acquired skills and knowledge. Today we see a significant gap between the skills and knowledge that graduates have and that are necessary for employment and performance of labour activity [1, p 58]. This phenomenon is widespread not only in Ukraine. In general, up to 25% of workers in the developed world have a qualification gap, and up to 60% in developing countries. Such circumstances cause significant damage not only at the individual level, but also to the economies of countries. Thus, according to OECD estimates, due to the qualification gap of 6% of world GDP loses 5 trillion. dollars annually.

Solving the problems of this gap can be ensured through cooperation between the university and business. University-business cooperation (UBC) is the transfer, exchange of theoretical and practical knowledge. The main reasons for increasing the promotion of UBC in Ukraine were once again the reduction of state budgets for science and technology, which forced the expansion of commercialization in universities, their participation in regional economic development and national innovation system, as well as growing scepticism employers and university entrants [2]. In general, the trend of reducing public spending on education and science continues in the developed world, where more and more universities receive

extrabudgetary funds (charitable contributions, grant funding, which requires close ties with the real sector of the economy or belonging to basic research, income from providing commercial services to business representatives, etc.). This practice strengthens and expands the relationship between universities and business and is quite common in developed countries. In Ukraine, UBC is a well-known practice, which was mostly carried out with large enterprises, but was often formal and non-systemic, especially in terms of results. It is important to interact with small and medium-sized businesses, which respond more flexibly to market needs and have a large number of requests within small orders.

Accordingly, today a significant number of cooperative ties face several obstacles and problems that reduce the effectiveness of cooperation. The first barrier is the lack of knowledge of what each party is doing and the lack of relevant contacts. For university staff, the biggest obstacles are resistance to change, lack of incentives for cooperation, lack of financial reward for organizing and supporting this cooperation. From the company's point of view, the main problems are related to the focus on obtaining practical results and the risk of their absence, non-compliance with deadlines, fears of disclosure of information about intellectual property (research results, business knowledge). It also includes the limited ability of business to do internships, mainly for teachers of higher education institutions, limited business opportunities to absorb and implement research results. The second barrier is lack of funding. Although both participants usually refer to funding as the biggest obstacle, many successful interactions are not based on money. That is, the reason is mainly low relevance or insufficient justification of projects. The third barrier is cultural differences and barriers to organizational culture, which are related to communication, expectations, bureaucracy (both within universities and outside it), while personal barriers in this area are related with a lack of trust, commitment, the degree of motivation of each of the participants. Finally, limited number of relevant “translators” who can understand and speak both industrial and scientific languages and create conditions for mutual benefit. These barriers are normal at the beginning

of a relationship between two very different organizations, but good universities and businesses can overcome them [3].

These barriers do not reduce the rate of expansion of UBC, which has several significant advantages. This is because work in modern society is becoming more difficult, the demand for labour is growing, and, consequently, the cost of producing highly qualified personnel is growing. On the one hand, there is growing evidence that UBC can improve the quality of research in educational institutions, improve and make teaching more relevant and interesting, promote the development and improvement of human capital, and on the other hand business gets access to new scientific knowledge, skilled human capital, and high-tech equipment. In addition, UBC creates a source of funding and improves understanding of current market needs. In this context, UBC is mutually beneficial, as it has a positive impact on the financial component of both participants, supports innovative research activities of universities, transfers technology to the enterprise and meets the staffing needs of enterprises. Therefore, all this has a positive effect on the socio-economic situation of the country. In general, this cooperation is useful for all stakeholders.

UBC helps to increase the attractiveness of the educational environment for young people and the corresponding financial support of higher education institutions, less dependence on public funding. It also allows to establish close cooperation, and accordingly improve the educational process and its effectiveness in accordance with market needs, timely acquaint students with the real demands of employers, job requirements, gain experience from project activities, funding and more. Competing for quality staff and new technologies and knowledge, businesses will be forced to improve their own brand, try to increase productivity, quality products and services, get more profits that can be invested in human capital development at the macro and micro levels. Even though the main participants in the UBC, the national economy will also receive significant benefits from this interaction. This is due to the acceleration of economic growth by increasing labour productivity and the development of national human capital.

Thus, today, as a result of rapid transformations in the domestic business environment and due to the low level of coordination of educational institutions with the real sector of the economy, we see imbalances in the labour market, increasing so-called “qualification pits” and significant economic losses. These features make it necessary to study the well-known practical experience of consolidating efforts in all sectors of the economy and developing appropriate governance mechanisms. The results determined in the course of the research prove that the formation of UBC in the post-industrial economy is able to overcome the skills gap, promote the development of human capital and the national economy.

Literature

1. Karpenko A., Zasorina H., Karpenko N. Developing Workforce Skills for Industry 4.0. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. Cham, 2021. C. 56–64. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-67209-6_7 (date of access: 19.03.2022).
2. Galán-Muros V., Plewa C. What drives and inhibits university-business cooperation in Europe? A comprehensive assesement. *R&D Management*. 2016. Vol. 46, no. 2. P. 369–382. URL: <https://doi.org/10.1111/radm.12180> (date of access: 20.03.2022).
3. Rampersad G. C. Developing university-business cooperation through work-integrated learning. *International Journal of Technology Management*. 2015. Vol. 68, no. 3/4. P. 203. URL: <https://doi.org/10.1504/ijtm.2015.069664> (date of access: 18.03.2022).

РУЙНАЦІЯ РИНКУ ВІДЕОІГОР ДЛЯ ЦІЛОГО ПОКОЛІННЯ

ФЕДІР ОЛЕКСАНДРОВИЧ БЕВЗО,

магістр з економіки підприємництва

ДАР'Я ВАСИЛІВНА ПИЛЮЧЕНКО,

НДІ інтелектуальної власності НАПрН України,

науковий співробітник відділу авторського права і суміжних прав

Важливим фактором успішної роботи будь-якої державної економіки є диверсифікація структури її джерел задля забезпечення надходження грошових активів з різних напрямків, що можуть існувати незалежно одне від одного. Це необхідно, щоб — в разі втрати платоспроможності або виходу з ринку однієї з таких сфер — економіка не зазнала непоправних наслідків. Одним з найвигідніших напрямків для будь-якої економіки наразі є сфера інноваційних технологій, а саме так звана ІТ-сфера. Існує велика кількість напрямків, але всі вони мають спільні риси.

Слід зазначити, що хоча ринок відеорозваг, як частина ІТ, — а саме відеоігровий, — на перший погляд і не видається дуже значним для економіки країни, яка не має профілю у цій галузі, але не слід забувати про низку факторів, які притаманні цій сфері, як і будь-якій іншій. Серед них: робочі місця, сплата податків у казну та низка інших. Крім того, відеоігри, як результат творчої діяльності певної людини або групи людей (автора або авторського колективу) може мати певну майнову цінність, та приносити його власнику прибуток. У бізнесі це прийнято називати терміном «пасивний дохід». Тобто, ви щось створили, а в подальшому власність на це майно дозволяє отримувати постійний дохід, незалежно від того, чи працюєте особа, чи ні. Це безумовно вигідна інвестиція [1].

Найбільшою особливістю для сфери відеоігор є те, що як інтелектуальна власність (ІВ), ігри мають юридичну та технічну складову. З юридичної, це набір інструкцій у вигляді слів, цифр, кодів, схем, символів чи у будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, придатній для зчитування комп'ютером, які приводять його у дію для досягнення певної мети або результату (це поняття охоплює як операційну систему, так і прикладну програму, виражені у

вихідному або об'єктному кодах) [2, ст. 1]. З технічної сторони, комп'ютерна програма — рішення для виконання операції над даними, за допомогою якого можна отримати деякі результати в тому чи іншому завданні [3]. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права» [2] (далі — Закон) комп'ютерні ігри не виокремлюються як окремий об'єкт, але вважаються різновидом комп'ютерних програм, які, в свою чергу, згідно п. 4 ст. 433 Цивільного кодексу України [4] (далі — Кодекс) та п. 3 ч. 1 ст. 8, ст. 18 Закону [2], охороняються так само, як і літературні твори. **Особисті немайнові права** належать автору і **не можуть бути передані** (відчужені) іншим особам, за винятками, встановленими ст. 14 Закону [2] та ст.ст. 423 і 438 Кодексу [4]. Що стосується **майнових прав** на об'єкт авторського права, то вони **можуть бути передані (відчужені) третім особам** [2, ст. 15]. Авторське право і право власності на матеріальний об'єкт, у якому втілений твір, не залежать одне від одного. Відчуження матеріального об'єкта не означає відчуження авторського права і навпаки [1; 2, ст. 12], а також відеоігри не можуть бути конфісковані жодною країною або судом такої країни. Можливо скопіювати код гри та на його основі створити нові версії існуючої або навіть нові ігри. Можливо навіть заборонити розповсюдження гри на території держави, але не відчуження самих прав на неї. Тим самим, на прикладі нинішньої ситуації в РФ, ми можемо спостерігати дуже цікаву картину, як для цілої країни, можливо навіть декількох поколінь цієї країни, ринок офіційних відеорозваг — закривається.

Що саме стало причиною? З економічної точки зору, санкції, що стали вирішальним фактором неможливості грошових транзакцій між продавцем та покупцем. Надзвичайно мало ігор були створені саме громадянами РФ, а значна більшість вже існуючих ігор створені були на Заході (ЄС, США тощо), або ж Далекому Сході (Японія, Китай та інші). Але також слід зазначити, що на відміну від сфер промисловості чи харчування, у сфері ІТ нічого фактично не розміщувалося на території країни, окрім найманих працівників (та їх комп'ютерів). Фактично, на відміну від матеріальних активів, що притаманні багатьом сферам економіки, у випадку ІТ дії РФ з націоналізації майна

міжнародних компаній абсолютно неможливі. Передача будь-яких даних через сервер, банки даних тощо, звільняє компанію та співробітників від можливих переживань щодо даних, які завжди можна переслати на іншій пристрій та видалити з наявного, якщо є загроза конфіскації конкретного обладнання. Таким чином заволодіти даними стає неможливо, що призводить до колапсу у цій сфері для держави-маніпулятора.

Не маючи змоги заволодіти ні даними з комп'ютерів, ні думками працівників, сувора реальність ринку стикається з повною блокадою. У подібній ситуації неможливо заволодіти грою, як ІВ, так само, як і повноцінно користуватися нею, навіть якщо викрасти її шляхом піратства. В наші дні майже всі ігри вимагають постійного з'єднання із серверами компанії-розробника, що унеможлиблює створення піратських копій гри в тому ж вигляді або їх взаємодії з офіційними версіями, — лише окреме існування, без будь-якого зв'язку з оригіналом. Видалення ж подібних частин найчастіше просто ламає саму гру та її ігровий процес. Адже чимала кількість даних наразі у багатьох іграх є генерованою саме з боку сервера компанії. У нормальних обставинах така система була розроблена для того, щоб зменшити розмір гри на комп'ютері гравця, з умовних 100 Гб даних, до 30-40 Гб, що полегшувало роботу комп'ютерів користувачів. А коли мова йде про можливе піратство, як ми бачимо, чималий шматок таких даних залишається поза межами вашого комп'ютера.

Існують навіть випадки, коли самі компанії розробники влаштовували атаки на сервери з піратськими копіями своїх ігор, адже, хто ж як не творець краще знає, як зламати створені ними ж ігрові коди.

Для іноземних компаній частка прибутку з російського ринку не перевищує й 5%, зазвичай навіть менше, усього лише 2-3% від загального прибутку, а такі втрати навряд можна назвати значними. Наприклад, польська компанія CD Projekt RED отримувала лише 5,4% від загальних прибутків, а в інших компаній це значення коливається в межах від 2 до 6% [5]. Як ми бачимо, навіть компанія, що є сусідом та має змогу без проблем випускати гру

в локалізованій версії мовою країни, де збирається її розповсюджувати, а саме в РФ, не має значних втрат від виходу з такого ринку. Що вже тут казати про інші випадки, коли ігри не мають цільової аудиторії в російських гравцях.

Висновки і пропозиції. Висновком у подібних реаліях може бути лише одне. Наразі РФ втрачає для себе цілий ринок, з якого могла отримувати вигоду, як і з будь-якого іншого. Тепер не лише гравці цілої держави втрачають можливість користуватися офіційними каналами та версіями ігор, але й сама держава втрачає для себе ринок, на якому б могла заробляти мільйони доларів на рік. І це не враховуючи всі ті робочі місця з усіма наслідками, що відтепер будуть закриті, адже жодна компанія не зацікавлена у роботі в державі, яка навіть доступу до валютних транзакцій не має, не кажучи вже про просто варварське ставлення щодо прав власності іноземних компаній.

Список використаних джерел

1. Майнові права на комп'ютерну програму: хто власник? Програміст чи ІТ-компанія? URL: <http://www.barristers.com.ua/majnovi-prava-na-kompyuternu-programu-hto-vlasnik-programist-chi-it-kompaniya/>
2. Про авторське право і суміжні права: Закону України від 23.12.1993. № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>
3. Що таке комп'ютерна програма? URL: <https://jeasily.com/post/what-is-a-program>
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15/print>
5. Аналітики стверджують, що розробники ігор, які покинули російський ринок, нічого не втратили. URL: https://games.24tv.ua/analitiki-stverdzhuyut-shho-rozrobniki-igor-yaki-pokinuli-rosiyskiy_n189421
6. Біляєва О. Комп'ютерні програми. *Бухгалтерський тиждень*. 2017. № 38. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2017/september/issue-38/article-30559.html>

**ЯКІСТЬ ПРАВОВОГО СЕРЕДОВИЩА
ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

В.В. БЛОЦЕРКІВЕЦЬ

д-р. екон. наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління Українського державного університету
науки і технологій (м. Дніпро)

О.О. ЗАВГОРОДНЯ

д-р. екон. наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління Українського державного університету
науки і технологій (м. Дніпро)

Задача інтенсифікації інноваційної динаміки та орієнтація інноваційного капіталотворення на новітні досягнення НТП, стратегічні національні пріоритети розвитку та підвищення міжнародної конкурентоспроможності передбачає створення сприятливих умов для актуалізації й реалізації інноваційних ініціатив економічних суб'єктів. Тож питання: “Яким же має бути середовище, що задовольняє вказаним вимогам? Що саме, які умови та чинники роблять його “дружнім” і комфортним для творців та інноваторів? Що уможлиблює підвищення рівня інноваційності національної економіки?” аж ніяк не риторичні. Не дарма пошуки відповіді на них та емпірична верифікація отриманих результатів вже майже півсторіччя є предметом серйозних наукових дискурсів.

У фаховій літературі пропонується погляд на *інноваційність* як на динамічну кваліметричну макроскопічну характеристику національної економіки, що узагальнено відображає: а) її наявний інноваційний потенціал та його порівняльні переваги; б) поточні результати та ефективність реалізації даного потенціалу з точки зору потужності впливу інноваційного чинника на макроекономічну динаміку (темпи зростання продуктивності праці й реального ВВП); в) економічні та неекономічні підйоми, виклики й загрози для розвитку інноваційного потенціалу та підвищення його результативності.

Щоб визначитися із правовими детермінантами інноваційності національної економіки звернемося до бази даних “Global innovation index (GII)” (розробники - Всесвітня організація інтелектуальної власності, Корнельський університет та Міжнародна школа бізнесу INSEAD [1]. До складу її первісних показників нами були внесені певні зміни уточнюючого порядку. Так, до позиції “Легкість (простота) сплати податків” додався підпункт “Податкове навантаження на бізнес, у % доходу, сплаченого у вигляді акцизів, податків на прибуток, ФОП та додану вартість” [2]. Агрегована позиція “Торгівля і конкуренція” розширилася за рахунок підпункту “Ефективність антимонопольної політики” [3], позиція “Інститути” - підпункту “Якість захисту прав інтелектуальної власності” [4].

Проведений аналіз розрахованих за допомогою програми Microsoft Office Excel 2010 коефіцієнтів кореляції GII та його правових імпакт-факторів дозволяє зробити наступні висновки.

1. Не зважаючи на склад вихідних показників й чисельну домінацію серед них кількісної складової, більшість значимих факторів інноваційної макродинаміки належить до якісних (13 із 17). Тобто будь-які кількісні переваги можуть бути нівельованими при неефективних механізмах координації та самоорганізації інноваційно-інвестиційних процесів, відповідальних за якість інтеграції часток в ціле й синтез макроскопічних властивостей національної інноваційної системи. Вірно і зворотне. Наявні слабкості й ресурсні обмеження можуть бути частково компенсовані чи посилені ефективною організацією та державним регулюванням (рис.1).

2. Корисними для інтенсифікації та підвищення результативності інноваційної діяльності виявляються зусилля держави з підтримки політико-правової стабільності ($r_{\text{GII, політико-правова стабільність}} = 0.5597$), завдяки яким мінімізується макроекономічна складова інноваційних ризиків, зменшується розмір очікуваної акторами винагороди на ризик (“risk premium”), знижується прийнятна межа ефективності інноваційно-інвестиційних проєктів (рис. 2). Як наслідок, за рахунок долучення до інноваційного капіталотворення менш

схильних до ризику суб'єктів господарювання поживається інноваційна активність.

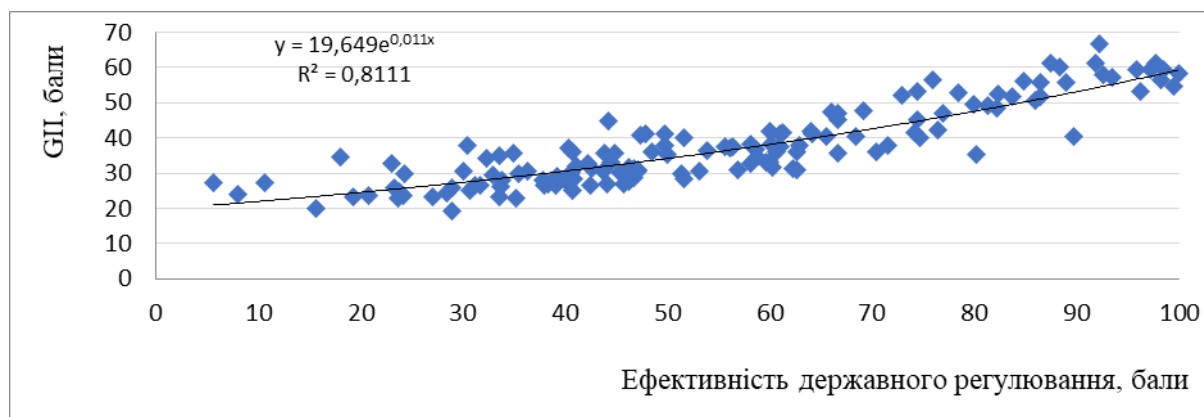


Рис. 1. Кореляція між ГПІ та індексом ефективності державного регулювання, 2020 р. [складено за [1, 5]]

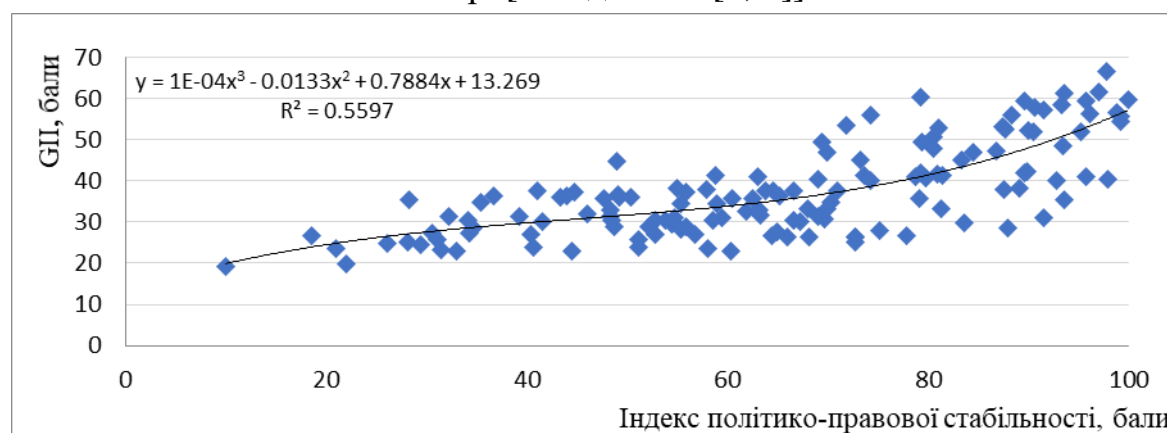


Рис. 2. Кореляція між ГПІ та індексом політико-правової стабільності країн світу, 2020 р.[складено за [1, 3]]

Разом з цим, з огляду на іманентні специфічні ризики інноваційних процесів й високу невизначеність долі інноваторів видається доречним і завбачливим з боку держави спрощення процедури ліквідації бізнесу у випадку банкрутства ($r_{\text{ГПІ}}$, простота (легкість) ліквідації бізнесу у випадку банкрутства (неплатоспроможності) = 0.6405.

3. Жоден із варіантів інноваційної кооперації суб'єктів буде реалізований, якщо інноватор відчуватиме себе достатньо захищеним від проявів недобросовісної конкуренції і не боїтиметься втратити належні йому за правом першості ексклюзивні переваги монополіста. Відкриті інновації надзвичайно вибагливі до правової якості середовища, в якому протікає їх життєвий цикл

($r_{\text{GП}}$ інтенсивність внутрішньої конкуренції = 0.7041, $r_{\text{GП}}$, ефективність антимонопольного законодавства = 0.6204), та законслухняності громадян ($r_{\text{GП}}$, повага до закону = 0.8619).

Однією з визначальних передумов інноваційної діяльності є достатньо високий рівень розвитку інституту власності на продукти інтелектуальної праці, широкий спектр юридично визнаних об'єктів привласнення, легалізована варіативність форм розмежування й делегування відповідних прав, надійність та ефективність механізмів їх захисту ($r_{\text{GП}}$, захищеність інвесторів = 0.8619, $r_{\text{GП}}$, захист власності = 0.7546) (рис. 3).

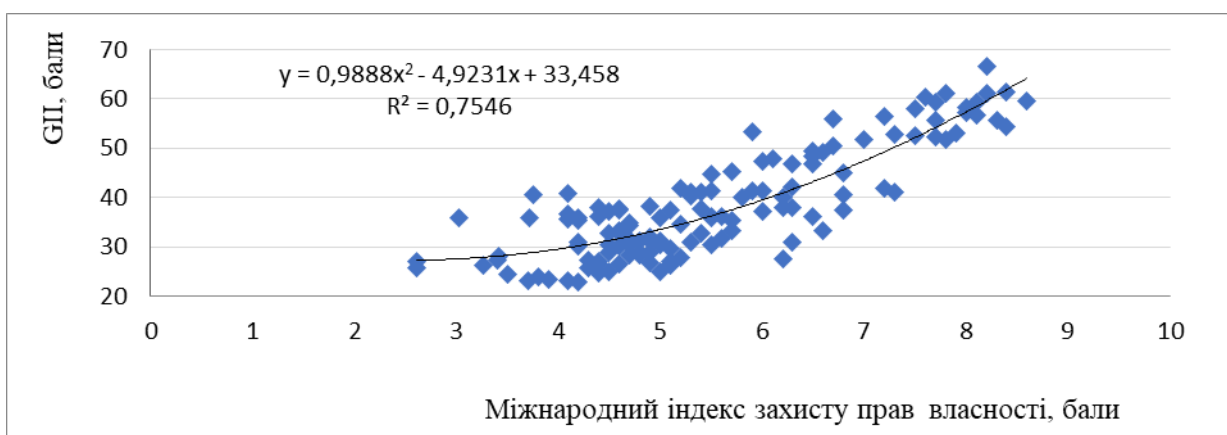


Рис. 3. Кореляція ГП та міжнародного індексу захисту прав власності (The International Property Right Index) (2020 р.) [складено за [1, 4]]

4. Важливим чинником інноваційної динаміки є регульована Національним Банком доступність кредитних ресурсів (рис. 4) та обумовлені ним обсяги кредитування приватного сектору.

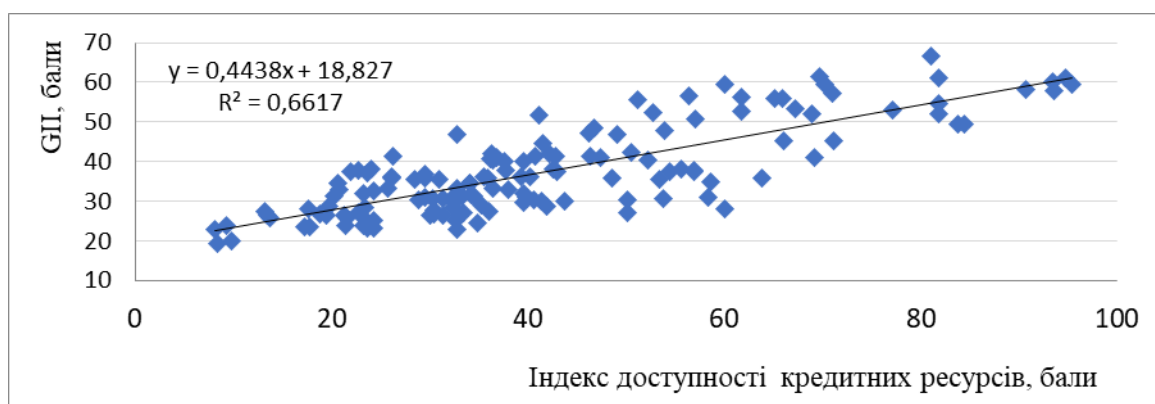


Рис.4. Кореляція ГП та доступності кредитних ресурсів, 2020 р. [складено за [1, 2]]

Істотний зв'язок між ними передбачуваний та очевидний: “зменшення ціни кредитних коштів і альтернативних витрат інноваційного інвестування → підвищення привабливості інноваційних капіталовкладень → активізація інноваційних процесів → збільшення інноваційних результатів та посилення їх впливу на макроекономічну динаміку”.

5. Рівень інноваційності, особливо у розвинутих країнах, виявляється доволі чутливим до умов оподаткування ($r_{\text{ГП}}$, індекс якості системи оподаткування = 0.7538). Суб'єктам інноваційної діяльності не байдужі його стабільність, прозорість, простота процедурного питання, у т.ч. загальна кількість податків і зборів, що підлягають сплаті, сукупні витрати часу, необхідні для адміністрування податків. Водночас, інноваторами, орієнтованими на отримання монопольних надприбутків, рівень оподаткування за істотну перешкоду не вважається ($r_{\text{ГП}}$, рівень оподаткування = -0.4576). Тоді як відволікання будь-яких ресурсів від основної діяльності та нецільове транзакційне використання оборотних коштів стають на заваді бізнесу.

Врахування виявлених емпіричних правильностей при розробці та провадженні державної інноваційної політики сприятиме підвищенню її ефективності.

Використані джерела:

1. The Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/
2. Doing business 2020. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>
3. The Global Competitiveness Report. Full data edition. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf /](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf/)
4. The Property Rights Alliance. The International Property Right Index – Report 2021. URL: <https://www.propertyrightsalliance.org/news/release-2021-international-property-rights-index-2/>
5. The Worldwide Governance Indicators (WGI) project. URL: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home>.

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ ДЛЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ**

ВЕРЕС ШОМОШІ МАРІАНН

д.е.н, професор, декан економічного факультету
Мішкольцьський університет (м.Мішкольць, Угорщина)

О.О. ГАВРИСЬ

старший викладач кафедри економіки бізнесу

Н.П. ТКАЧОВА

к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

Одне з питань, над яким слід глибоко задуматися, – як зробити так, щоб підприємство стало ефективним виробником і працювало безперервно. З точки зору прав інтелектуальної власності, ключ до здатності підприємства зростати від слабкого до сильного полягає в чутливості придбання його прав, тобто в здатності точно визначати патентну поведінку, яку воно повинно мати на основі дослідження та аналізу патентів і ринкового зіткнення схожих продуктів різних виробників. Одним із способів компенсувати цей недолік чутливості є швидке та ефективне відстеження з точки зору розміщення та подачі патентів. Попереднє розгортання та використання важливих патентів у міру появи інноваційної технології, яка може стати напрямком розвитку підприємства, має дуже важливе значення. Якщо базові патенти неможливо отримати, необхідно швидко вжити заходів, прискорити розгортання периферійних патентів і прагнути створити середовище, в якому периферійні патенти оточують основні патенти.

Наприклад, певна компанія за умови пасивного неотримання базових патентів взяла за технічну основу базові патенти свого конкурента, швидко вдосконалилася, отримала низку нових вдосконалених технологій та одразу

подала заявку на багатонаціональний патент. Оскільки нова технологія робить якість продукції набагато кращою, ніж якість продукції конкурента на основі базової запатентованої технології, 100 % ринкової частки конкурента буде зайнято даною компанією за короткий час. Займаючи ринок своєю продукцією, дана компанія також передала свою запатентовану технологію до Сполучених Штатів (або Європейського Союзу) для патентної ліцензійної торгівлі, отримуючи тим самим більшу економічну вигоду.

У стратегії патентної заявки важливе місце займає проблема співіснування винаходу і корисної моделі. У практиці патентного відомства також трапляються випадки, коли один і той самий заявник подає заявку на два види патентів на винахід і корисну модель одночасно на одне і те ж технічне рішення. Найпоширенішим поняттям при цьому є «спільна конкуренція». Наприклад, «уявна кооперація» означає, що одне діяння вчиняє декілька порушень, а оскільки існує лише одне діяння, лише найтяжче порушення може бути обране для покарання. Це найбільш підходящий закон для засудження порушення. Конкуренція одного з одним (винаходу і корисної моделі) призводить до існування лише одного з найбільш відповідних статутів.

Національні інструкції з експертизи дозволяють тому самому заявнику подавати заявку на винахід або корисну модель для того самого винаходу послідовно або одночасно, і після того, як одна із заявок на патент буде надана, а інша заявка на патент також відповідає умовам для видачі заявнику, але буде надана тільки одна патентна заявка. Можливість вибору, якщо заявник відмовляється від попереднього патенту, пізнішу патентну заявку все ще можна надати. Тобто, коли винахід і корисна модель перебувають у стані певної патентної конкуренції, від них завжди є можливість відмовитися, тому що вони не можуть бути авторизовані повторно.

Однак у позовах про порушення патентних прав суди дозволяють відповідачам використовувати вільні відомі технології захисту для компенсації претензій позивачів про порушення. Таким чином, незалежно від того, що відкинуте – корисна модель чи винахід, суть полягає в тому, щоб залишене

технічне рішення увійшло у безкоштовне суспільне надбання та стало існуючою технологією, яку кожен може використовувати. Хоча на даний момент сторони все ще мають патентне право, їхнє виключне право на використання патенту не повинно перешкоджати громадськості використовувати безкоштовні та добре відомі технології, тому патентне право в їхніх руках є марним і не може бути ефективно захищено в судовому порядку.

Важливим в сфері ефективного використання прав інтелектуальної власності є їх використання для розвитку підприємства. Інтелектуальна власність будь-якого підприємства починається з народження назви підприємства. Назва підприємства може певною мірою відображати духовну конотацію підприємства. Оскільки назва зазвичай унікальна в регіоні чи галузі, вона не може гарантувати її ефективного використання в усій країні. Коли підприємство поєднує просування продукту або технології, назва підприємства часто суперечить першому праву - торгова марка, яка обмежує використання назви підприємства, не може реалізувати подвійне використання назви підприємства та бренду та вплинути на просування корпоративного іміджу. Тому під час реєстрації компанії або початкового розвитку підприємство повинно пов'язати торгову марку та назву підприємства, щоб закласти основу культури бренду, і інтегрувати права інтелектуальної власності, такі як патентні права, у процес розвитку підприємства для подальшого покращення відтінку культури підприємства.

Вихідним пунктом прав інтелектуальної власності для розвитку підприємства є загальне та ретельне планування бренду, щоб забезпечити імідж бренду, необхідний для довгострокового розвитку підприємств. Права інтелектуальної власності також лежать у глибині та широті патентного планування, тому щоб гарантувати, що підприємства можуть розумно та ретельно використовувати основні та периферійні патенти, слід побудувати патентну мережу, яка ефективно захищає ринок підприємств. Наприклад, дослідницька установа комп'ютерного живлення розробила продукт комп'ютерного джерела живлення, який використовує жорсткі комутаційні

пристрої для реалізації технології м'якого перемикання. Електричні характеристики цього продукту живлення значно покращені, але вартість зменшується. Очевидно, що необхідно подати заявку на отримання патенту на найновішу технологію комп'ютерного живлення. Однак компанія не просто подала заявку на патент у кожному конкретному випадку, а спланувала та розгорнула патентну мережу, виходячи з того, що технологія може стати стандартною технологією, щоб більш розумно визначати зміст і кількість основних і периферійних патентів.

Можна вважати, що основною задачею інтелектуальної власності є перетворення інтелектуальних інвестицій підприємства в інтелектуальний капітал підприємства та захист прав ринку, безпосередня роль якого полягає в зменшенні збитків, спричинених порушенням виключних прав правовласників. Тому інвестування підприємства в інтелектуальну власність еквівалентно купівлі ринкового страхування. Прогресивне функціонування інтелектуальної власності полягає в управлінні та маркетингу інтелектуальної власності як товару для створення багатства з доданою вартістю для підприємства.

Література

1. Kocziszky G., M. Veres Somosi, Pererva P.G. Model of three levels compliance protection // Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: зб. тез конф. Кременчук, 2018. С. 86-89.
2. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance of antimonopoly legislation // Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Харків: НАНГУ, 2017. С.156-159.
3. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
4. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance-risks // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі. Кременчук, 2017. С. 95-99.

5. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
6. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliyeva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
8. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
9. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.
10. Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: матеріали конф. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 89-96.
11. Перерва П.Г., Верес Шомоши М., Гладенко І.В., Товажнянський В.Л. Маркетингове забезпечення моніторингу інноваційного розвитку підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2012. № 16. С. 24-29.
12. Sikorska M., Nagy S., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали конф. Київ: НАУ, 2018. С.21-22.
13. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
14. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
15. Nagy S., Pererva P.G. Methods of evaluation of management efficiency // Авіація, промисловість, суспільство: матеріали Міжнар. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.: Ч. 2. Харків: ХНУВС, 2021. С. 443-446.
16. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

17. Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг и предпринимательство // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези конф. MicroCAD у 5 ч. Ч. 3. Харків : Планета-Прінт, 2021. С.45.
18. Коциски Д., Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг как основа успешной деятельности предприятия // Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEС-2017). Харків: НТУ "ХПІ", 2017. С. 153-155.
19. Nagy S., Pererva P.G. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів конф. Харків : ХНАДУ, 2018. С. 88-89.
20. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.
21. Nagy S., Pererva P.G. Sources of financing innovation // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2020". Харків : Томенко Ю. І., 2020. С. 242-246.
22. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p.
23. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

**ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОЦЕСУ
ТРАНСФЕРУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

ВЕРЕС ШОМОШІ МАРІАНН

д.е.н., професор, декан економічного факультету
Мішкольцьський університет (м.Мішкольц, Угорщина)

О.П. КОСЕНКО

д.е.н., професор кафедри маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

А.В. КОБЕЛЄВА

аспірант кафедри маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

Аналіз розвитку світової економіки протягом останніх десятиліть переконливо доводить важливість та актуальність технологічних інновацій для ефективно працюючої економіки. Ще понад півстоліття тому вчені дійшли висновку, що технологічні інновації є основою економічного зростання. Виходячи з цих посилянь, відзначимо важливість та актуальність трансферу технологій як одного з основних механізмів дистрибуції світових науково-технічних досягнень.

Трансфер інтелектуально-інноваційних технологій відноситься до процесу, за допомогою якого певна технологія (включаючи зрілу технологію та технологію у стані винаходу) передається з місця її походження або сфери практики в інші місця чи галузі. За напрямком передачі його можна розділити на дві категорії: двостороннє спілкування в географічному просторі та одностороннє розповсюдження в різних сферах діяльності, за методом передачі — платне та безкоштовне; за обсягом переказу його можна поділити на міжнародні та внутрішні. Передача технологій є важливою соціальною практикою діяльності людини. До 16 століття передача технологій була дуже повільною через відсталі умови руху. Кількість дуже невелика, а цикл надзвичайно довгий, в основному спираючись на світовий потік людей, щоб виконувати «слова і справи», найвідомішим з яких є передача чотирьох стародавніх китайських винаходів (виробництво паперу, друкарство, порох,

компас) до Центральної Азії та Європи. З 17-го до другої половини 19-го століття, з появою великомасштабної машинної промисловості, кількість і швидкість передачі технологій значно зросли, а передача технологій завершилася переміщенням об'єктів (нові машини та обладнання) і значно зросли тиражі книг і періодичних видань.

Трансфер інтелектуально-інноваційних технологій також відноситься до процесу введення та виходу технологічного продукту в межах однієї країни (національний трансфер) або між країнами, регіонами, галузями, а також у межах власної системи інноваційної технології. З точки зору цілісності технічного змісту, трансфер технологій можна розділити на два основні види: «трансплантація» та «щеплення».

«Трансплантована» передача технології відноситься до всього змісту технології. Закордонна експансія транснаціональних компаній переважно реалізує передачу їх технологій через цю модель. Ця модель мало залежить від оригінальної технологічної системи основної частини технології та має високий відсоток успіху. Це можливість для багатьох країн або регіонів, що «наздоганяють», для досягнення стрибкоподібного розвитку технологій та економіки. Однак вартість «трансплантованої» передачі технологій буде суттєво вища в порівнянні з іншими можливими моделями.

Передача технології з використанням моделі «прищеплення» відноситься до передачі технології, досягнутої виробничим потоком частини технології, наприклад певної одиничної технології або ключового технологічного обладнання. Вона приймає оригінальну технологічну систему споживача технологій як батьківську, а також прищеплює та інтегрується із зовнішньою передовою технологією, тим самим викликаючи оновлення функцій та ефективності оригінальної технологічної системи. Очевидно, що цей спосіб передачі технологій сильно залежить від початкового технологічного рівня одержувача технології та вимагає більш жорстких умов відповідності. Хоча оплата передачі технології в достатній мірі низька, комерційний ризик при використанні моделі трансферу технологій «прищеплення» виникає

частіше. Зазвичай його застосовують країни, регіони та підприємства з відносно збалансованою технічною потужністю.

Важливою характеристикою процесу трансферу інтелектуально-інноваційних технологій є їх носії. За відмінністю носіїв технологій передачу інноваційних технологій можна розділити на три різновиди: «фізичний», «інтелектуальний» та «людський» трансфер технологій.

Так звана «фізична» передача технології відноситься до передачі технології, викликаній фізичною передачею. З технічної точки зору фізичні об'єкти, що виникають у вигляді засобів виробництва та продуктів праці, є матеріалізацією та об'єктивацією конкретних товарів, з виду та якостей яких може відображатися існування певної технології. Тому, коли фізичний потік або перенесення відбувається і буде перенесена певна технологія, яка є основною формою так званого перенесення «жорсткої технології».

Так званий «інтелектуальний» режим передачі технологій відноситься до передачі технологій, викликаній поширенням знань і потоком певних спеціалізованих наукових теорій, навичок, досвіду та методів. Це не залежить від передачі фізичних об'єктів. Цю передачу технологій часто називають передачею «м'яких технологій». Товарні операції у формі знань, таких як запатентовані технології, технічні ноу-хау, формули процесів та інформаційний інтелект на ринку є основними формами, за допомогою яких реалізується цей трансфер технологій.

Передача технологій «на основі людини» - це давня модель передачі технологій у людському суспільстві, яка викликана потоком людей. Наприклад, міграція, мобілізація, вербування, обмін, навчання в різних місцях та інші форми мобільності можуть викликати передачу технологій. Це тому, що незалежно від того, яку конкретну форму набуває технологія, вона існує з людьми як ядро, її розуміють, освоюють і застосовують. Тому потік людських ресурсів повинен супроводжуватися передачею технологій. Під час Другої світової війни, щоб уникнути війни та фашистських переслідувань, велика кількість вчених з Європи, особливо з Німеччини, втекла до США, що змусило

багатьох з провідних технологій цих країн, особливо ядерних, передати до Сполучених Штатів, що принесло їм відповідні інтелектуальні результати.

Важливою характеристикою процесу трансферу технологій є класифікація технічних функцій. З точки зору технічних функцій трансфер технологій можна розділити на два основних способи: передача технології процесу та передача технології продукту.

Взагалі кажучи, в системі промислових технологій існують дві системи форми технології процесу та форми технології продукту, причому кожна форма технології містить кілька високо корельованих одиничних технологій, які разом становлять технічну основу виробничо-комерційної діяльності промислових підприємств. З точки зору конкретного виробничого процесу, виробнича технологія є технічною передумовою та матеріальними засобами формування технології продукції, яка безпосередньо визначає технічні показники та виробничу потужність продукту. З точки зору загального процесу суспільного виробництва, технологія продукту часто є єдиною технологією технологічного процесу (у широкому сенсі суб'єкт технологічної технології сам по собі є конкретним продуктом), що, у свою чергу, впливає на загальний рівень та ефективність технології процесу. Насправді будь-яка промислова технологія не є всемогутньою за своїми функціями, а має свої різні акценти.

Коли технологія зосереджена на впливі на виробничий процес і має ефект підвищення ефективності та розширення виробництва, передача цієї технології називається передачею технології процесу.

В тому випадку, коли технологія зосереджена на впливі на результати виробничого процесу, це допомагає покращити технічний зміст і функції продукту. При розширеному розумінні ця передача технології називається передачею технології продукту.

Взагалі кажучи, до перших належить передача технологій у сферах сільського господарства та добувної промисловості, а до останніх – переважно у сферах виробництва, інформаційної промисловості та будівництва. У той же час технологія процесу і технологія продукції мають сильну функціональну

узгодженість. Тому в процесі передачі технологій модернізація технології продукції часто досягається шляхом передачі технології процесу, або трансформація технології процесу реалізується шляхом передачі технології продукції.

Література

1. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
2. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
3. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance-risks // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі. Кременчук, 2017. С. 95-99.
4. Kocziszky G., M. Veres Somosi, Pererva P.G. Model of three levels compliance protection // Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: зб. тез конф. Кременчук, 2018. С. 86-89.
5. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance of antimonopoly legislation // Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Харків: НАНГУ, 2017. С.156-159.
6. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliyeva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
8. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
9. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.
10. Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: матеріали конф. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 89-96.
11. Перерва П.Г., Верес Шомоши М., Гладенко І.В., ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Маркетингове забезпечення моніторингу інноваційного розвитку підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2012. № 16. С. 24-29.
12. Sikorska M., Nagy S., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали конф. Київ: НАУ, 2018. С.21-22.
13. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

14. Перерва П.Г. Комплаєнс-программа промислового підприємства: сутність и задачі // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
15. Nagy S., Pererva P.G. Methods of evaluation of management efficiency // Авіація, промисловість, суспільство: матеріали Міжнар. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.: Ч. 2. Харків: ХНУВС, 2021. С. 443-446.
16. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
17. Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг и підприємництво // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези конф. MicroCAD у 5 ч. Ч. 3. Харків : Планета-Прінт, 2021. С.45.
18. Коциски Д., Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг как основа успішної діяльності підприємства // Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEC-2017). Харків: НТУ "ХПІ", 2017. С. 153-155.
19. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p.
20. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг інноваційного процесу. К.: ВІРА-Р, 1998. 267с.
21. Nagy S., Pererva P.G. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів конф. Харків : ХНАДУ, 2018. С. 88-89.
22. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.
23. Nagy S., Pererva P.G. Sources of financing innovation // Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2020". Харків : Томенко Ю. І., 2020. С. 242-246.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ РЕКЛАМИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

І.П. ВОЛИНЕЦЬ

молодший науковий співробітник Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності Національної академії правових наук України, фахівець Науково-освітнього центру з інтелектуальної власності Навчально-наукового інституту права Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ)

До втрати чинності настанови «Лікарські засоби. Належна практика промоції» (далі – Настанова) (скасовано наказом Міністерства охорони здоров'я України від 9 жовтня 2013 року № 870) [1] визначення дефініції «просування лікарських засобів (промоція)» мало чітке формулювання та інтерпретувалось як «комплекс заходів або будь-яка діяльність, яка проводиться, підтримується, в тому числі, за допомогою засобів масової інформації, мережі Інтернет, організовується або спонсорується фармацевтичною компанією з метою просування лікарських засобів, збільшення обсягів рекомендацій, постачання або застосування лікарських засобів» [2]. Варто додати, що промоція лікарських засобів включає наступні види діяльності: реклама лікарських засобів, надання інформації про лікарські засоби, візити медичних працівників, семплінг, спонсорство, організація спеціалізованих заходів (п.7.1.Настанови) [2].

Проблематика промоції лікарських засобів в Україні полягає у тому, що не до всіх вище зазначених видів діяльності наявні підходи до ефективного механізму правового регулювання, що призводить до недобросовісної конкуренції у діях фармацевтичних компаній. Дану тезу відносимо, зокрема до реклами лікарських засобів. Доповнимо, що згідно ст. 21 Закону України «Про рекламу» дозволяється реклама безрецептурних лікарських засобів та лікарських засобів, що не внесені до переліку заборонених до рекламування, а також тих лікарських засобів, що в установленому порядку дозволені

центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я, до застосування в Україні [3]. Тим не менш, на слушну думку Д. Чередніченко «найбільш поширеними у сфері недобросовісної конкуренції є порушення, передбачені ст. 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, зокрема й такої, що стосується лікарських засобів» [4]. Зокрема, у період 2019-2020 рр., що припадає на розвиток пандемії COVID-19 в Україні типовими порушеннями, які найчастіше зустрічались у рекламі лікарських засобів стали: поширення інформації щодо швидкого ефекту лікарського засобу, поширення інформації щодо якості, поширення інформації щодо лідерства лікарського засобу за відсутності підтвердження [5, с. 5, 10, 18]. Відтак, Антимонопольний комітет України (далі – АМКУ) наголошує на важливості добросовісного просування реклами лікарських засобів: інформація про лікарський засіб представлена у рекламі має бути точною, повною, достовірною та відображати конкретні характеристики і властивості лікарського засобу [5, с. 23].

Показовим стало припинення АМКУ ряду недобросовісних практик у сфері реклами лікарських засобів, що стосувалось поширення неточної, недостовірної інформації, а також інформації, що може ввести в оману споживачів. До прикладу, за поширення інформації ПП «Медичним Центром «Альтернатива» в мережі Інтернет про те, що озонотерапія є профілактикою коронавірусу, накладено на порушника штраф у розмірі 20 985 гривень (Рішення АМКУ № 654-р від 22.10.2020 року) [6]. Також, варто додати щодо накладеного штрафу на ТОВ «Юрія-фарм» у розмірі 528 004 гривень за повідомлення неправдивих відомостей у рекламному ролику лікарського засобу «Декасан» з поширеною в ньому інформацією «Діє на всі складні віруси, включаючи коронавіруси!», без належного обґрунтування відповідно до чинного законодавства (Рішення АМКУ № 421-р від 02.07.2020 року) [7].

Таким чином, АМКУ акцентовано увагу на добросовісному просуванні фармацевтичної продукції, а наведені приклади рішень свідчать, що рекламні твердження про лікарський засіб мають відповідати інструкції про застосування

лікарського засобу.

Література

1. Про скасування наказу Міністерства охорони здоров'я України від 9 жовтня 2013 року № 870 : наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18.11.2013 р. № 984. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0984282-13#n5>.
2. Про затвердження настанови "Лікарські засоби. Належна практика промоції" : Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 09.10.2013 р. № 870 : станом на 18 листоп. 2013 р (втратив чинність). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0870282-13#Text>.
3. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР : станом на 13 трав. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>.
4. Миронюк О. Реклама ліків під час пандемії COVID-19 – які прояви недобросовісної конкуренції вбачає АМКУ?. *Щотижневик АПТЕКА*. 2021. 11 (1282). URL: <https://www.apteka.ua/article/587975>.
5. За результатами дослідження з виявлення та припинення недобросовісних практик в сфері реклами лікарських засобів, біологічно активних добавок, лікувальних процедур, антисептичних та дезінфекційних засобів : Звіт Антимонопольного комітету України. *Управління розслідувань недобросовісної конкуренції*. Київ. 2020. 50 с. URL: <https://amcu.gov.ua/storage/app/uploads/public/5ff/5b9/766/5ff5b976685ac541795869.pdf>
6. Про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції : Рішення Антимонопольного комітету України від 22 жовтня 2020 р. № 654-р. URL: <https://amcu.gov.ua/storage/app/uploads/public/5f9/fd7/08d/5f9fd708dd9f7819532980.pdf> .
7. Про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та накладення штрафу : Рішення Антимонопольного комітету України від 02 липня 2020 р. No 421-р. URL: <https://amcu.gov.ua/storage/app/uploads/public/5f0/852/ae6/5f0852ae6bc6f2854410852.pdf>.

**ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ
ОКРЕМИХ БЛОКІВ ІР-ЗАКОНОДАВСТВА**

Р.С. КІРІН

д.ю.н., доцент, судовий експерт Дніпропетровського науково-дослідного експертно-криміналістичного центру МВС України (м. Дніпро)

Одним з висновків та ключових аспектів аналізу регуляторного середовища, наведеного у Національній економічній стратегії на період до 2030 р. (далі – НЕС), є недостатній рівень захисту прав інтелектуальної власності (далі – ІР) не дає змоги Україні реалізувати інноваційний потенціал [1]. Таке твердження підкреслюються наступними показниками:

1) за компонентом «Захист ІР-прав» Global Competitiveness Index 2019 Україна отримала лише 3,4 із 7 балів, посівши 118 місце у світі, - набагато нижче, ніж інші постсоціалістичні країни;

2) згідно з Міжнародним індексом прав власності (International Property Rights Index) 2019, незважаючи на відносно високий рівень захисту патентів (43 місце у світі), Україна сильно відстає за сприйняттям захисту ІР (105 місце), а також за показником піратства (93 місце);

3) Україна фігурує в Спеціальному звіті 301 Торговельного представництва США щодо захисту ІР як одна з країн, яка не забезпечує захист ІР-прав належним чином.

В той же час, у НЕС зазначається, що за останні роки Україна досягла певного прогресу в реформуванні системи захисту ІР, зокрема прийнято закони щодо реформи патентного законодавства, вдосконалення правової охорони та захисту торговельних марок, географічних зазначень, промислових зразків, закон щодо створення національного ІР-органу. Закони мають на меті наближення виконання зобов'язань України у сфері європейської інтеграції в частині узгодження вимог законодавства України щодо охорони прав на зазначені об'єкти з законодавством ЄС.

Серед завдань НЕС, за стратегічною ціллю 2 «Забезпечення прозорого та ефективного регулювання ринкових відносин», одним зі шляхів її досягнення визначено – «Забезпечення охорони і захисту ІР-прав», а саме:

- забезпечення повноцінного функціонування Національного ІР-органу;
- завершення приведення законодавства у сфері ІР-захисту до законодавства ЄС, впровадження кращої європейської практики;
- формування ринку роялті, розвиток системи розширеного та обов'язкового колективного управління авторськими та (або) суміжними правами;
- забезпечення збирання, розподілу та виплати винагороди правовласникам (у музичній, аудіовізуальній та інших сферах) на умовах ефективності, прозорості та підзвітності правовласникам;
- удосконалення адміністративних процедур захисту ІР-прав;
- створення спеціалізованого підрозділу по боротьбі з порушеннями ІР-прав;
- удосконалення електронної державної реєстрації ІР-прав та цифровізація всіх процесів щодо охорони і захисту ІР-прав, а також щодо можливості отримання інформації про охорону і захист ІР-прав;
- удосконалення механізмів захисту ІР-прав від порушень з використанням Інтернету;
- завершення формування Вищого суду з ІР-питань, забезпечення його ефективного функціонування;
- підвищення обізнаності у сфері ІР-прав серед населення (навчальна та просвітницька діяльність);
- забезпечення ІР-сфери кваліфікованими фахівцями, у тому числі за допомогою розвитку проєкту «Національний навчальний ІР-центр» за підтримки Всесвітньої ІР-організації тощо.

Оскільки НЕС визнана основою під час розроблення міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади планів заходів, проєктів

програмних і стратегічних документів, проєктів законів та інших актів законодавства, вбачається актуальним розгляд перспектив вдосконалення окремих блоків ІР-законодавства, визнані науковцями та законотворцями в якості першочергових.

На думку А. Кодинця усунути існуючі недоліки законодавчих положень, подолати колізії та суперечності нормативного регулювання ІР-відносин можливо та необхідно вже зараз у процесі реалізації Концепції оновлення Цивільного кодексу України, підготовки змін до кодексу та перегляду існуючих засад законодавчого регулювання у сфері правової охорони ІР-об'єктів [2].

Втім, як показує практика, вітчизняний парламент обирає тактику реформування законодавства не від кодексу до закону, а як раз навпаки. Інша справа – чи є такий шлях виправданим, напевне, потребує окремої дискусії.

При визначенні перспектив розвитку законодавства, що регулює авторське право та суміжні права, авторами підкреслюється необхідність врахування європейського досвіду, а також запровадження прогресивних правових стандартів з урахуванням національних особливостей, а також рівня правової культури та правосвідомості громадян [3].

При цьому лише остання пропозиція подається як авторська, а перші дві – лише згодою із відповідними позиціями інших науковців.

Оцінюючи, в цілому дуже і дуже позитивно, нещодавні зміни в законодавстві щодо ІР-об'єктів О. Чернобай зазначив [4]: 1) Україна вийшла на фінішну пряму в реорганізації державного управління в цій галузі і запровадила дволанкову вертикаль, продовженням якої має стати створення єдиного центрального виконавчого органу в ІР-сфері; 2) внесення змін до законів щодо промислових зразків, торговельних марок і винаходів потребують виправлення певних теоретичних позицій; 3) зроблено якісно новий підхід до регламентації видів, умов надання правової охорони та захисту такого об'єкту як промисловий зразок; в недалекому майбутньому ми будемо мати справу з одним законом про засоби індивідуалізації; 4) заслуговують на особливу увагу по новому викладені норми стосовно процедур захисту права та того, що

вважається порушенням прав на промисловий зразок, введення поняття незареєстрованого промислового зразка та такого критерію охороноздатності як «індивідуальний характер».

Присвятивши свою статтю проблематиці охорони ІР-прав та відповідальності за їх порушення, автори сформулювали в якості мети даної роботи - дослідження основних положень, які стосуються адміністративно-правового забезпечення захисту прав інтелектуальної діяльності та інтелектуальної власності в Україні, а також аналіз сучасної системи захисту ІР-прав, зокрема авторських прав, суміжних прав та об'єктів промислової власності [5, с. 5, 6]. У підсумку дослідники дійшли висновку, що для подолання проблем, які існують у сфері захисту інтелектуальної власності потрібно реформувати судову систему та покращувати законодавчу базу України [5, с. 11].

Подібний компліятивно-очевидний підхід до студентської наукової діяльності, підсумком якої є публікація заради публікації, навряд чи сприятиме пізнавально-творчому розвитку дослідницької складової майбутнього фахівця у сфері менеджменту та маркетингу.

Щодо питань вдосконалення ІР-законодавства, підготовлених до розгляду на пленарних засіданнях сьомої сесії Верховної Ради України дев'ятого скликання, строки яких безумовно будуть скореговані, слід відзначити наступні проекти законів про [6]:

1) внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо імплементації окремих положень законодавства Європейського Союзу в ІР-сфері (№ 1199 від 29.08.2019, в редакції від 06.09.2019);

2) внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо набуття, здійснення та захисту майнових ІР-прав (№ 2659 від 20.12.2019);

3) внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту ІР-прав (основний № 6464 від 24.12.2021; альтернативний № 6464-1 від 11.01.2022);

4) Вищий суд з ІР-питань (№ 6487 від 29.12.2021);

5) внесення змін до Закону України «Про судоустрій і статус суддів» щодо уніфікації законодавства стосовно організації та діяльності Вищого суду з ІР-питань (№ 6488 від 29.12.2021).

Література

1. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : постанова Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення 20.03.2022)

2. Кодинець А. Оновлення законодавства у сфері інтелектуальної власності за умов рекодифікації: напрями, проблеми, перспективи / А. Кодинець // Теорія і практика інтелектуальної власності. № 6. 2021. – С. 17-24. DOI: <https://doi.org/10.33731/62021.248976>

3. Кузнецова Ю.В. Сучасний стан і перспективи розвитку законодавчої бази України в сфері авторського права і суміжних прав / Ю.В. Кузнецова, П.О.А. Мехінті // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2018. - Вип. 17. - С. 202-208.

4. Олег Чернобай: про зміни законодавства у сфері інтелектуальної власності та їх вплив на захист відповідних прав. Вища школа адвокатури НААУ. URL: <https://www.hsa.org.ua/blog/oleg-chernobaj-pro-zminy-zakonodavstva-u-sferi-intelektualnoyi-vlasnosti-ta-yih-vplyv-na-zahyst-vidpovidnyh-prav/> (дата звернення 20.03.2022)

5. Герасимчук О.Р. Відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності в Україні / О.Р. Герасимчук, В.М. Стефківський // Сучасні проблеми економіки і підприємництво. № 24 (2019). – С. 5-13.

6. Про порядок денний сьомої сесії Верховної Ради України дев'ятого скликання : Постанова Верховної Ради України від 15 лютого 2022 р. № 2035-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2035-IX#Text> (дата звернення 20.03.2022)

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ
В УМОВАХ ВИДАВНИЦТВА**

Н.П. КОРОГОД*, І.Є. МИРОНЕНКО, О.В. ДОБРОГОРСЬКИЙ*****

*к.пед.н., професор, завідувач кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

**к.т.н., доцент, доцент кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

***магістрант кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Інституту промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро)

Необхідність прийняття ефективних управлінських рішень щодо правової охорони, розпорядження правами та інших аспектів сфери інтелектуальної власності обумовлюється тим, що саме вона є джерелом додаткового прибутку та важливим чинником підвищення конкурентоздатності підприємства будь-якої галузі.

Діяльність видавництв, яка полягає у підготовці та випуску в світ видавничої продукції, також стикається з необхідністю управління інтелектуальною власністю, оскільки пов'язана з використанням об'єктів авторського права та інших об'єктів права інтелектуальної власності.

Управління інтелектуальною власністю розглядають як діяльність, спрямовану на забезпечення координації, взаємодії та узгодженості різних рівнів та елементів управління в процесі створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності з метою підвищення ефективності діяльності підприємства [1].

До основних завдань управління інтелектуальною власністю підприємства відносять:

- аналіз використання об'єктів інтелектуальної власності;
- виявлення надлишкових та необхідних об'єктів інтелектуальної власності;
- визначення форм та методів правової охорони об'єктів інтелектуальної власності;
- визначення ключового об'єкта інтелектуальної власності;
- реалізація процедур правової охорони інтелектуальної власності;
- комерціалізація (монетизація) інтелектуальної власності;
- припинення порушень інтелектуальних прав;
- стягнення компенсацій та штрафів за незаконне використання об'єктів інтелектуальної власності [2].

Для підприємства видавничої сфери діяльності найтипівішими об'єктами права інтелектуальної власності є об'єкти авторського права (твори науки, літератури, мистецтва) і торговельна марка (позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб [3]).

Управління інтелектуальною власністю повинно здійснюватися на всіх етапах життєвого циклу об'єкта права інтелектуальною власністю: на етапі створення, набуття, комерціалізації, захисту, утилізації [4].

Так на етапі створення приймається рішення про створення об'єкта інтелектуальної власності, формується робоча група та домовляються про розподіл майнових прав та майбутнього прибутку.

На етапі набуття прав приймається рішення про отримання правової охорони та подають заявки на реєстрацію торговельної марки та об'єктів авторського права.

Етап комерціалізації (використання) здійснюється в контексті застосування певних стратегій управління. У науковій літературі [5] виділяють декілька варіантів стратегії управління інтелектуальною власністю:

- стратегія захисту від конкурентів;
- стратегія ліцензування;
- стратегія формування статутного капіталу підприємства;
- стратегія створення іміджу компанії.

Для умов діяльності підприємства видавничої галузі доцільним є застосування декількох варіантів стратегій з їх адаптацією до специфіки даної сфери. Перша з них – стратегія формування статутного капіталу підприємства шляхом включення об'єктів права інтелектуальної власності. Дана стратегія забезпечить підприємству низку переваг:

- допоможе підприємству бути більш привабливими для інвесторів, оскільки служить гарантією надійності та позитивного іміджу;
- дозволить залучити кредиторів, для яких великий статутний капітал свідчить про фінансові гарантії.

Відчужуваність майнових прав передбачає, що вони належать учаснику товариства. Якщо майнові права належать декільком особам, то всі ці особи стають учасниками товариства. Такими особами можуть бути співавтори об'єкта права інтелектуальної власності. Окрім цього, майнові права можуть належати автору і роботодавцю.

Якщо майнові права належать декільком особам, то розмір часток у статутному капіталі товариства кожного з них визначається на основі установчого договору або іншого документа, оформленого за допомогою нотаріуса.

Процедура внесення майнових прав інтелектуальної власності до статутного капіталу розпочинається з ідентифікації об'єктів права інтелектуальної власності та з'ясування власників прав на них, можливості використання цих об'єктів на даному підприємстві, а також терміну чинності майнових прав.

При цьому необхідною процедурою при внесенні об'єктів інтелектуальної власності до статутного капіталу є отримання охоронних документів на них.

Для видавництва доцільним буде отримання свідоцтва про державну реєстрацію авторського права на твір та свідоцтва про реєстрацію торговельної марки. Для набуття прав на зазначені об'єкти інтелектуальної власності необхідно подати відповідні заявки до Національного органу інтелектуальної власності. Також необхідною є процедура оцінювання вартості прав на зазначені об'єкти інтелектуальної власності. Обов'язковим є застосування витратного підходу, а для внесення інтелектуальної власності до статутного капіталу використовують методи дохідного підходу.

Наступним варіантом стратегії є стратегія ліцензування, тобто укладання авторських договорів. Далі розглянемо ситуації, при яких можуть бути укладені авторські договори.

Окрім оглядачів-аналітиків та випускаючих редакторів, які працюють на підприємстві видавничої галузі на постійній основі, до роботи можуть залучатися і сторонні фахівці: фотографи, художники, ілюстратори, дизайнери поліграфії та інші. При цьому передача авторських прав на результати їх творчої діяльності повинна відбуватися за авторським договором про передачу виключних прав або за авторським договором про передачу невиключних прав.

Так, наприклад, при укладанні між фотографом та видавництвом авторського договору про передачу виключного права на використання фотографічного твору фотограф передає видавництву право використовувати цей твір певним способом. Також видавництво отримує право дозволяти або забороняти використання твору іншим особам. Немайнові авторські права залишаються за фотографом.

Ще одним випадком укладання авторського договору може стати взаємодія із замовником на створення твору, якщо видавництво надає послуги інформаційного характеру (наприклад, складання аналітичних оглядів). У цьому випадку укладається договір про створення за замовленням і використання твору, відповідно до якого майнові права на твір переходять замовнику, а видавниче підприємство отримує грошову винагороду.

Якщо у цьому договорі відсутні положення щодо передачі (відчуження) майнових прав на створений за замовленням об'єкт авторського права до однієї із сторін цього договору, то майнові права на відповідний об'єкт належатимуть сторонам договору спільно [6].

Відзначимо, що грошова винагорода за створення твору за замовленням зазвичай здійснюється у вигляді паушального, тобто одноразового платежу.

У випадку, якщо об'єкт авторського права, створений в умовах видавничого підприємства, буде переопублікований іншим виданням (наприклад, підбірка фотографічних творів), то доцільно укласти договір про передання (відчуження) виключних майнових прав. Виплата винагороди може здійснюватися як у формі паушального платежу, так і у формі роялті.

Найбільш розповсюдженим видом авторського договору, який застосовується в умовах видавничої діяльності, є видавничий. Відповідно до нього видавництво отримує майнові авторські права на літературний твір та зобов'язується його видати певним тиражем. Автор отримує грошову винагороду, розмір якої визначається договором.

Укладання авторського договору про передачу майнових прав також потребує реєстрації авторського права на твір (отримання свідоцтва), а також визначення вартості прав, тобто проведення їх оцінки.

Етап захисту прав інтелектуальної власності виникає у випадку їх порушень. Основні заходи та управлінські рішення, які приймаються на даному етапі, полягають у відстежуванні порушених прав інтелектуальної власності, недопущенні плагіату як з боку сторонніх організацій, так і працівниками компанії, виборі форми захисту прав інтелектуальної власності (неюрисдикційна або юрисдикційна).

Етап утилізації розглядати не доцільно у зв'язку з неактуальністю для об'єктів авторського права на підприємстві видавничої галузі.

Таким чином, прийняття управлінських рішень здійснюється на всіх етапах життєвого циклу об'єкта права інтелектуальної власності. У даній роботі стратегії управління інтелектуальною власністю були адаптовані до умов

діяльності підприємства видавничої галузі. Для такої категорії підприємств рекомендовано обрати стратегію ліцензування (укладання авторських договорів) та внесення майнових прав інтелектуальної власності до статутного капіталу.

Література

1. Семенова В. Г. Складові системи управління інтелектуальною власністю підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3 (19). С. 159-165.

2. Щербаченко В., Wnuk J. Управление интеллектуальной собственностью предприятия в контексте концепции жизненного цикла. *Zarządzanie w rozwoju organizacji wybrane problemy*. Krakow: Redakcja Naukowa, 2016. С. 175-186. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/49444/5/intellectual_capital.pdf

3. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України 15.12.1993 р. № 3689-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>

4. Цибульов П. М. Основи інтелектуальної власності: Навч. посіб. К.: «Інст. інтел. власн. і права», 2005. 108 с.

5. Дергачова В. В., Пермінова С. О. Інтелектуальна власність: Навч. посіб. НТУУ «КПІ», 2015. 416 с.

6. Зразки договорів у сфері авторського права і суміжних прав. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&isSpecial=True&id=b0200e25-efe4-4e97-97d6-1311db749de3&title>

ВПЛИВ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ЛЕГА О. В.,

к.е.н., доцент, доцент

кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

ЯЛОВЕГА Л. В.,

к.е.н., доцент, доцент

кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

ПРИЙДАК Т.Б.,

к.е.н., доцент, доцент

кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава, Україна

Інноваційною діяльністю займається незначна кількість аграрних підприємств, переважна ж більшість із них взагалі в короткостроковій перспективі не ставлять перед собою таких завдань, посиляючись на нездоланні, в сучасних умовах, складності пошуку фінансування. Низький рівень інноваційного розвитку і техніко-технологічної оснащеності промисловості України обумовлює зниження ефективності виробництва, екстенсивний економічний розвиток, за якого приріст ВВП досягають в основному за рахунок кількісного збільшення факторів виробництва (тобто ресурсів) за майже незмінної технологічної бази [1].

Отже, аналіз капітальних вкладень в активи сільського господарства показав (табл. 1), що сума інвестованих коштів зменшилася у 2020 році порівняно з 2019 роком на 8 млрд 449 млн 774 тис.грн, або на 14,3 %, при цьому сума інвестицій у матеріальні активи зменшилася на 7 млрд 833 млн 585 тис. грн, або на 13,6 %, у нематеріальні активи на 526 млн 189 тис. грн, або на 37 %. В розрізі суми капітальних вкладень в матеріальні активи спостерігається зниження по інвестуванню у: будівлі житлові на 50 млн 544 тис. грн, або на 36,5, будівлі нежитлові на -1 млрд 489 млн 356 тис. грн, або на 14,4 %, інженерні споруди - на 739 млн 772 тис. грн, або на 26,9, машини, обладнання та інвентар на 2 млрд 672 млн 164 тис. грн, або на 9,5, транспортні засоби на 2 млрд

172 млн 873 тис. грн, або на 22,4 %, земля – на 12 млн 955 тис. грн, або на 4,5 %, довгострокові біологічні активи рослинництва та тваринництва на 778 млн 625 тис. грн, або на 13,6 %, інші матеріальні активи на 7 млн 296 тис. грн, або на 1,1 відсотків.

Таблиця 1

Динаміка капітальних інвестицій за видами активів у сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство*

| Види активів | 2019 р. | | | 2020 р. | | | Відхилення 2020 р. до 2019 р. | |
|---|-----------------|-------------|---------------------------|-----------------|-------------|---------------------------|-------------------------------|-------|
| | Сума, тис. грн. | У % до суми | У % до загальної вартості | Сума, тис. грн. | У % до суми | У % до загальної вартості | +;- | % |
| Обсяг капітальних інвестицій | 59129469 | 100,0 | 9,5 | 50679695 | 100,0 | 10,0 | -8449774 | -14,3 |
| У тому числі | | | | | | | | |
| Інвестиції в матеріальні активи | 57705489 | 97,6 | 9,6 | 49871904 | 98,4 | 10,3 | -7833585 | -13,6 |
| з них | | | | | | | | |
| будівлі житлові | 138582 | 0,2 | 0,2 | 88038 | 0,2 | 0,3 | -50544 | -36,5 |
| будівлі нежитлов | 10310677 | 17,4 | 10,3 | 8821321 | 17,4 | 11,2 | -1489356 | -14,4 |
| інженерні споруди | 2752625 | 4,7 | 1,8 | 2012853 | 4,0 | 1,6 | -739772 | -26,9 |
| машини, обланання та інвентар | 28127680 | 47,6 | 14,2 | 25455516 | 50,2 | 15,7 | -2672164 | -9,5 |
| транспортні засоби | 9688160 | 16,4 | 14,7 | 7515287 | 14,8 | 15,0 | -2172873 | -22,4 |
| земля | 288015 | 0,5 | 12,9 | 275060 | 0,5 | 12,0 | -12955 | -4,5 |
| довгострокові біологічні активи | 5718102 | 9,7 | 95,3 | 4939477 | 9,7 | 94,1 | -778625 | -13,6 |
| інші матеріальні активи | 681648 | 1,2 | 3,3 | 674352 | 1,3 | 3,0 | -7296 | -1,1 |
| Інвестиції в нематеріальні активи | 1423980 | 2,4 | 6,1 | 897791 | 1,6 | 3,6 | -526189 | -37,0 |
| з них | | | | | | | | |
| права на комерційні позначення, авторські та суміжні права тощо | 41 713 | 0,1 | 0,5 | 15216 | 0,0 | 0,2 | -26497 | -63,5 |
| програмне забезпечення та бази даних | 46643 | 0,1 | 0,5 | 47983 | 0,1 | 0,4 | +1340 | +2,9 |

*побудовано на підставі [2]

Щодо капітальних вкладень у нематеріальні активи, то витрати на придбання прав на комерційні позначення, об'єкти промислової власності,

авторські та суміжні права, патенти тощо зменшилися на 26 млн 497 тис. грн, або на 63,5 %, програмне забезпечення та бази даних на 1 млн 340 тис. грн, або на 2,9 %.

У структурі капітальних інвестицій переважають капітальні інвестиції в матеріальні активи, станом на 2020 рік – 98,4 %, 2019 р. – 97,6 %. В розрізі активів переважають капітальні інвестиції у машини, обладнання, інвентар, станом на 2020 рік – 50,2 % та нежитлові будівлі – 17,4 %.

Досить цікавим є дослідження структури капітальних інвестицій у сільське господарство у капітальних інвестиціях активів по всіх видах діяльності. Встановлено, що обсяг капітальних інвестицій у сільське господарство складає 10 % від загальних вкладень. При цьому в середньому у матеріальні активи сільського господарства вкладали в середньому 10 %, у нематеріальні – 4,9 %. В розрізі матеріальних активів велика частка капітальних інвестицій припадає на придбання (вироснування) ДБА, в середньому 94,7 %, що пояснюється специфікою діяльності, 15,7 % - частка інвестована у транспортні засоби, 15 % - у машини і обладнання.

Як показує проведений аналіз, обсяги капітальних інвестицій у сільське господарство залишаються на невисокому рівні у зв'язку з несприятливим інвестиційним кліматом та низкою проблем. Зокрема, до таких можна віднести недосконалість нормативної бази, нестабільність політичної ситуації, нерозвинутість фондового ринку, високе податкове навантаження, тиск, занижений рівень забезпечення інвестиційної привабливості об'єктів та інші.

Купівля сільськогосподарськими підприємствами нової сільськогосподарської техніки та запчастин, автомобілів вантажних за потужністю, видами та марками у 2017-2020 році представлено у табл. 2.

Аналіз динаміки придбання підприємствами сільськогосподарської техніки показав негативну тенденцію, кількість придбаної техніки у 2020 році різко знизилася порівняно з 2018 роком.

Купівля сільгосп підприємствами нової сільськогосподарської техніки, автомобілів вантажних за потужністю, видами та марками у 2017-2020 рр.*

| Найменування | Роки | | | | Відхилення 2020 р. до 2017 р. % |
|--|------|------|------|------|---------------------------------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| Трактори всіх видів | 3688 | 3105 | 2109 | 1976 | -46,4 |
| з потужністю менше 40 кВт | 95 | 108 | 61 | 84 | -11,6 |
| з потужністю 40 - 60 кВт | 323 | 257 | 187 | 170 | -47,4 |
| з потужністю від 60 - 100 кВт | 1489 | 1320 | 817 | 738 | -50,4 |
| понад 100 кВт | 1782 | 1420 | 1044 | 984 | -44,8 |
| Плуги | 1786 | 1483 | 924 | 837 | -53,1 |
| Культиватори | 2374 | 1828 | 1330 | 1101 | -53,6 |
| Борони | 2740 | 2505 | 1974 | 1662 | -39,3 |
| Сівалки (без тукових) | 2322 | 1718 | 1323 | 1188 | -48,8 |
| Розкидачі гною і добрив (включаючи сівалки тукові) | 1398 | 1230 | 938 | 735 | -47,4 |
| Машини і пристрої для поливу | 367 | 490 | 302 | 293 | -20,2 |
| Водяні насоси і насосні станції | 696 | 874 | 764 | 573 | -17,7 |
| Сінокосарки | 435 | 317 | 293 | 220 | -49,4 |
| Жатки валкові | 1194 | 828 | 566 | 1240 | +3,9 |
| Прес-пакувальники, включаючи прес-підбирачі | 296 | 259 | 181 | 171 | -42,2 |
| Комбайни зернозбиральні | 1026 | 576 | 487 | 443 | -56,8 |
| Комбайни кукурудзозбиральні | 9 | 8 | 5 | 4 | -55,6 |
| Комбайни кормозбиральні | 42 | 41 | 23 | 22 | -47,6 |
| Комбайни бурякозбиральні | 10 | 13 | - | - | -100,0 |
| Молотарки | 68 | 57 | 39 | 17 | -75,0 |
| Сортувальні і калібрувальні машини і механізми | 132 | 116 | 86 | 66 | -50,0 |
| Машини для збирання овочів і баштанних культур | 21 | 50 | - | 26 | 23,8 |
| Машини для збирання плодів, ягід, винограду | 4 | 9 | - | - | -100,0 |
| Зерноочисні машини | 390 | 260 | 242 | 148 | -62,1 |
| Доїльні установки та апарати | 222 | 106 | 198 | 217 | -2,3 |
| Очишувачі-охолоджувачі молока | 87 | 94 | 81 | 78 | -10,3 |
| Молочні сепаратори | 7 | 5 | 7 | 13 | 85,7 |
| Інкубатори | 3 | - | - | - | -100,0 |
| Машини і механізми для приготування кормів | 221 | 183 | 195 | 155 | -29,9 |
| Роздавачі кормів для великої рогатої худоби | 105 | 86 | 83 | 73 | -30,5 |
| Роздавачі кормів для свиней | 58 | 21 | 46 | 27 | -53,4 |
| Транспортери для прибирання гною | 334 | 329 | 326 | 335 | 0,3 |
| Причепи та напівпричепи сільськогосподарські | 1202 | 1217 | 923 | 845 | -29,7 |
| Автомобілі вантажні | | | | | |
| з дизельними та напівдизельними двигунами внутрішнього згоряння | 703 | 513 | 500 | 453 | -35,6 |
| з поршневіми двигунами внутрішнього згоряння з іскровим запалюванням | 26 | 26 | 14 | 7 | -73,1 |

*побудовано на підставі [2]

В умовах воєнного стану досить складно говорити про покращення інвестиційної привабливості підприємств. Зауважимо, що проблемним є не лише інноваційний розвиток, а звичайне функціонування аграрного сектору. Міністр аграрної політики та продовольства України Роман Лещенко наголосив, що ...сьогодні ми зобов'язані зберегти всі можливі робочі місця у сфері сільського господарства; по максимуму виконати весняно-польові роботи, де це можливо; забезпечити країну продовольством.

У зв'язку з цим Мінагрополітики ініціювало урядовий документ щодо запровадження механізму надання державних гарантій таким сільгосптоваровиробникам, і Уряд односторонньо підтримав та прийняв постанову «Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України щодо забезпечення кредитної підтримки сільськогосподарським товаровиробникам».

Отже, державна підтримка аграрних підприємств (малим та середнім сільськогосподарським товаровиробникам з оборотом не більше 20 мільйонів євро в рік, що є еквівалентом підприємства, яке обробляє до 10 000 га) у 2022 році передбачає: компенсацію відсоткової ставки за залученими кредитами; максимальну суму кредиту, на який поширюється компенсація відсоткової ставки становить 50 млн грн; кредитування надається для здійснення сільськогосподарської діяльності (посівної) на період дії воєнного стану; термін дії кредиту становить 6 місяців; максимальний розмір державної гарантії за портфельними кредитами до 80%.

Крім того, для спрощення посівної компанії на час воєнного стану: скасовано додаткові процедури із сертифікації насінневого матеріалу; дозволено експлуатацію сільгоспмашин без їх реєстрації; запущено аграрну платформу Міністерства по збору актуальних потреб аграріїв під посівну в режимі реального часу: <https://agrostatus.org/>; створено онлайн-платформу для покращення логістичних маршрутів аграріїв <https://prodsafety.org/>.

Література:

1. Коломієць Т. В. Взаємозв'язок розвитку матеріально-технічної бази та інтелектуального капіталу для інноваційної діяльності аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2020. № 24. С. 65–71. DOI: [10.32702/2306-6792.2020.24.65](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.24.65) (дата звернення 13.04.2022)

2. Державна статистика України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 13.04.2022).

3. Кабмін розповів про зміни в кредитуванні аграріїв під час посівної. URL: https://buh.ligazakon.net/news/210046_kabmn-rozpovv-pro-zmni-v-kredituvann-agrarv-pd-chas-posvno (дата звернення 13.04.2022).

ПЕРЕДУМОВИ ЕФЕКТИВНОЇ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

М.В. МАСЛАК

к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

А.В. КОБЕЛЄВА

аспірант кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «хпн» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Стратегія комерціалізації результатів інноваційної діяльності є невід'ємною складовою інноваційного розвитку та загальної стратегії бізнесу наукомістких підприємств, що сприяє зростанню та забезпеченню конкурентоспроможності продукції на ринку. Стратегія комерціалізації результатів інноваційної діяльності на базі загальної стратегії бізнесу розробляється відповідно до цілей компанії та наявних пріоритетів щодо інтелектуальної власності і повинна враховувати певні передумови, які можуть і повинні забезпечити промислому підприємству ефективну комерціалізацію інноваційної продукції.

Існують два принципово різні підходи до комерціалізації об'єкта інтелектуальної власності. Перший підхід. Необхідність створення об'єкта інтелектуальної власності викликана реальною можливістю його успішної комерціалізації та потребою ринку. І тут об'єкт інтелектуальної власності розробляється за планом і, зазвичай, за технічним завданням. Він повинен відповідати вимогам завдання і вирішувати поставлене завдання, наприклад зниження трудомісткості, підвищення надійності, збільшення міцності або додавання нових функцій певному продукту. Подібним чином об'єкт

інтелектуальної власності створюється у науково-виробничих чи наукових організаціях. Заплановані об'єкти інтелектуальної власності можуть створюватися як за рахунок власних коштів організації - розробника, так і за контрактом, державним оборонним замовленням та ін. Другий підхід. «Піонерна» ідея про об'єкт інтелектуальної власності спадає на думку розробника спонтанно, і він намагається здійснити її на практиці. На жаль, лише невелика частина подібних ідей доживає до реального втілення у конкретному продукті. Ще менша кількість таких об'єктів інтелектуальної власності сягає стартапу і лише одиниці приносять у майбутньому прибуток. Як правило, другий підхід використовують винахідники-одиначки.

Для успішної комерціалізації результату інтелектуальної діяльності необхідне дотримання цілої низки умов.

Передумова №1 - товар повинен по можливості бути новим і в певній мірі унікальним, тобто відрізнятися від аналогічних товарів конкурентів, представлених ними на даному цільовому ринку та давати споживачеві нові додаткові переваги.

Передумова №2 - товар повинен бути орієнтований на конкретну ринкову нішу (ефективна стратегія позиціонування) та конкретного споживача (результати маркетингових досліджень).

Передумова №3 - товар має відповідати потребам ринку. Дослідження нужд та потреб споживачів рекомендується здійснювати до початку розробки інноваційної продукції.

Передумова №4 - товар повинен відповідати функціональним, виробничим, регіональним та іншим можливостям та перевагам фірми. Виробництво товару не повинне відчувати дефіцит необхідних засобів, сировини, матеріалів або комплектуючих виробів.

Передумова №5 - товар повинен за сумою основних параметрів перевищувати продукцію конкурентів. Суммарний показник конкурентоспроможності повинен перевершувати аналогічні показники товарів-конкурентів та товарів-субститутів.

Передумова №6 - просування товару на ринок має супроводжуватися повним пакетом пост-продажних послуг: гарантійне обслуговування, інструкції з експлуатації, у разі потреби навчання користувачів та ін. Фірмовий сервіс в сучасних умовах може бути вирішальним показником конкурентоспроможності на цільовому ринку.

Однак, навіть якщо всі перелічені умови успішної комерціалізації дотримані, може виявитися, що цього недостатньо. Далі набирає чинності мистецтво маркетингу. Формально вважається, що успішний маркетинг – це 50% успіху. Насправді ж роль маркетингу у комерціалізації інноваційного продукту набагато важливіша. Неудалий маркетинг здатний повністю занепасти навіть вдалий об'єкт інтелектуальної власності і, навпаки, може нав'язати споживачеві нібито інноваційного продукту завищену ціну. До таких нав'язаних продуктів можна віднести, наприклад, нагрівач водяний кавітаційний, ультразвукову пральну машину, багато біологічних харчових добавок, ліків від раку та СНІДу, які не лікують, а калічать, та багато іншого. Вивчення мистецтва маркетингу лежить поза даного курсу, тому далі ми коротко розглянемо лише його окремі принципи стосовно об'єктів інтелектуальної власності. Особливості комерціалізації можна умовно поділити на дві групи: для великих та середніх організацій, а також для малого бізнесу та приватних осіб. Такий поділ пов'язаний із суттєвими відмінностями у фінансових та виробничих можливостях виробників, хоча чіткої межі між ними не існує.

Незважаючи на уявну різноманітність, є лише два надійні способи комерціалізації об'єкта інтелектуальної власності:

- продаж ліцензії на об'єкт інтелектуальної власності третім особам;
- використання інноваційного продукту у власному виробництві.

Слід зазначити, що з першого та другого маркетингових підходах діє загальний принцип комерціалізації: прибуток отримується або шляхом продажу (оренди) прав на об'єкт інтелектуальної власності, або шляхом виробництва продукції, створеної на основі цього об'єкта. Комерціалізація шляхом продажу

чи оренди прав на об'єкт інтелектуальної власності є найпростішою і досить вигідною, вона не вимагає витрат, оскільки об'єкт інтелектуальної власності вже існує. Подібна комерціалізація приносить чистий прибуток майже без витрат. Недоліки складаються, головним чином, лише отриманні охоронного документа на об'єкт інтелектуальної власності. Вигідний продаж прав на результат інтелектуальної діяльності або на об'єкт інтелектуальної власності – блакитна мрія як автора-одинака, так і великої організації. Але такий успіх приходить нечасто. За статистикою ліцензії використання прав на науково-технічні об'єкти інтелектуальної власності у світі купуються лише 6% випадків, рахуючи від загальної кількості отриманих патентів. Причому більшість таких угод відбувається усередині корпорацій чи концернів. Приватних винахідників удача буває ще рідше. За даними зарубіжної статистики, лише одному з тисячі винахідників-одинаків вдається успішно продати свій винахід.

Успішне та ефективне управління процесами комерціалізації результатам і інноваційної діяльності, зокрема, об'єктами інтелектуальної власності промислового підприємства дозволяє:

- досягти суттєвого підвищення конкурентоспроможності продукції та рівня захисту економічних інтересів та економічної безпеки організації;
- збільшення вартості нематеріальних активів організації;
- високого науково-технічного рівня та потенціалу продукції, що випускається підприємством;
- підвищення рівня ділової репутації та привабливості організації на ринку інвестицій та інновацій; виходу міжнародний ринок промислової власності.

Щоб система управління інтелектуальною власністю комерційної організації активно сприяла досягненню основної мети - отриманню прибутку, необхідний постійний контроль ефективності її роботи, формування та використання сучасних методів комерціалізації.

Література

1. Котенева О.Е., Николаев А.С. Методы управления интеллектуальной собственностью. СПб.: Университет ИТМО, 2020. 108 с.
2. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
3. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
4. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
5. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
6. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
7. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
8. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПИ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
9. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.

12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
17. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
18. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПАТЕНТУВАННІ

МАСЛАК О.І.,

д.е.н., проф., зав. кафедри економіки

ГРИШКО Н.Є.,

к.е.н., доцент кафедри економіки

ЯКОВЕНКО Я.Ю.,

PhD з економіки, ст.викладач кафедри економіки

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

Сучасна цифрова трансформація, що базується на передових технологіях, включаючи, зокрема, великі масиви даних (англ. Big data) та штучний інтелект, значно вплинула на розвиток інтелектуальної власності [1, 3].

Позитивний вплив діджитал-трансформацій пов'язаний з вигодами від застосування та використання технологій підвищення ефективності роботи відповідних структур (провідним напрямом патентних заявок в Європейському патентному відомстві (ЄПВ) є саме цифровий зв'язок) [2, 5].

Крім того, популярності в області прогнозно-аналітичних досліджень сьогодні набув такий інструмент як аналітика інтелектуальної власності (англ. Intellectual property analytics (ІРА), який забезпечує зростання дохідності продажу патентів і ліцензій за рахунок того, що забезпечується моделювання прогнозного технічного рівня продукції [4]. Спрощується багато процесів з отримання та передачі прав – існують відповідні цифрові платформи. У випадку необхідності залучення інвестицій під заставу інтелектуальної власності, можна скористатися однією з численних краудлендинговою платформ [6, 8-9].

Більш того, прогнозні патентні дослідження також підтримують генерування об'єктів інтелектуальної власності, що мають економічну цінність та забезпечену конфіденційності, а відтак – можуть бути комерційною таємницею [7].

Загальновідомо, що умовах діджитал-економіки комерційна таємниця виконує роль основного механізму захисту непублічних даних. Актуальним

питанням залишається забезпеченість належного захисту даних за рахунок механізму комерційної таємниці, оскільки дані, що становлять комерційну таємницю, одночасно являють собою об'єкти майнових прав. Відповідно, існує проблема захисту даних при їх передачі в умовах цифрової економіки [10, 14-15].

Разом з тим, перша лінія захисту конкурентних переваг компанії – це патенти. Водночас зберігаються конкурентні загрози, ризик яких не можна мінімізувати за допомогою патентів. Помилково вважати, що конкуренти не будуть технологічно розвиватися, поки певна компанія-інноватор буде удосконалювати продукт перед випуском на ринок [11-12]. Тому, як правило, після оцінки відповідності наявних технічних патентів, вирішується питання необхідності додаткових патентів для захисту інтелектуальної власності (у разі можливості здійснення конкурентами зворотного інжинірингу продукту, наприклад). Важливо зазначити, що ефективний патент – це той, який захищає та має економічне застосування на національному та міжнародному ринках [13].

Звідси слідує, що у тому випадку, коли технологія була широко запатентована, повторення її конкурентами унеможлиблюється [16]. Більш того, запатентована технологія може використовуватися для виробництва суміжних товарів, що посилює капітал бренду та частку на ринку.

Отже, безпрецедентно широке використання інформаційних технологій, темпи розвитку яких набагато перевищують темпи зростання світової економіки, зумовлюють активне використання досягнень сфери у патентуванні, що стало основною рушійною силою виробництва та розподілу матеріальних благ.

Література:

1. Big Data technologies: A survey. – 2018. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1319157817300034>.

2. Hirman M., Benesova A., Steiner F., Tupa J. Project Management during the Industry 4.0 Implementation with Risk Factor Analysis. *Procedia Manufacturing*. 2019. №38. P. 1181–1188.
3. Kasych A., Yakovenko Y., Tarasenko I. (2019). Optimization of business processes with the use of industrial digitalization. *Proceedings of the International Conference on Modern Electrical and Energy Systems, MEES 2019*, pp. 522-525.
4. Maslak, O., Grishko N., Vorobiova, K., Hlazunova O. and Maslak, M. "Developing the intra-firm technology transfer system at the industrial enterprise based on matrix approach", *Problems and Perspectives in Management*, vol. 15, no. 3, pp. 242-252, 2017.
5. Власенко Ю. Г., Букіна Т. В., Литвин Л. М. Розвиток економіки України в умовах четвертої промислової революції. *Економіка та держава*. 2021. №1. С. 53-60.
6. Кононова К. Ю. Інформаційна економіка: моделювання еволюційних процесів. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. с.
7. Кораблінова І. А. «Цифрова трансформація» як джерело ризику компаній у сучасних умовах. *Інноваційна економіка*. 2018. №1-2 (73). С. 217-223.
8. Ляшенко В.І., Вишневецький О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ : НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2018. 252 с.
9. Маслак О. І. Економічна оцінка інноваційного та інтелектуального потенціалу з урахуванням показників економічної безпеки / О. І. Маслак, Н. Є. Гришко, М. В. Маслак // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2020. – № 6 (8). – С. 21-24.*
10. Матвійченко О.С. Концепція Індустрія 4.0: зміст, можливості та ризики. *Бізнес інформ*. 2018. №12. С. 91-99.
11. Перерва, П., Маслак, О., Кобелева, Т., Кучинський, В., & Ілляшенко, С. (2021). Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною

власністю промислового підприємства. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (1), 53–58. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.1.53>

12. Перерва, П., Маслак, О., Кобелєва, Т., Кучинський, В., & Ілляшенко, С. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (2), 21–26. [URL: es.khpi.edu.ua/article/view/243629](http://es.khpi.edu.ua/article/view/243629)

13. Промислові інновації: механізм управління з урахуванням стадій їх життєвого циклу / О. І. Маслак [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences: зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2020. – № 5 (7). – С. 68-71.

14. Райко, Д., Маслак, О., & Маслак, М. (2021). Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (3), 131–134. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.3.131>

15. Ткачук Г. О. Цифрові трансформації: взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства. Економіка харчової промисловості. 2019. Том 11. Випуск 4. С. 42-50.

16. Яковенко Я.Ю. Концепція управління стійким розвитком підприємств: наук. вісник Херсонського держ. університету; Економічні науки № 36, 2019, с. 75-81.

КОМЕРЦІОНАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЗАСАДАХ ЕКОНОМІКИ ПЛАТФОРМ

МАСЛАК О.І.,

д.е.н., проф., зав. кафедри економіки

ЯКОВЕНКО Я.Ю.,

PhD з економіки, ст.викладач кафедри економіки

ЛІВЕНЦОВА К.В.,

аспірантка кафедри економіки

Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського

Сучасні інноваційні бізнес-моделі ґрунтуються на глибокій аналітиці даних та опрацюванні великих даних, а служби таксі, маршрути літаків та вантажівок, логістичні мережі та Інтернет-магазини функціонують на засадах платформенної економіки.

Платформенна економіка ставить перед суспільством та бізнесом нові виклики та можливості [2]. Розвиток платформенної економіки розширив мережеві ринки, надавши споживачам зручні умови отримання товарів та послуг, однак це одночасно актуалізувало питання пошуку ефективних цифрових стратегій по мірі витіснення таких традиційних бізнес-структур як медіахолдинги, торговельні та готельні мережі, транспортні компанії [1, 3-5].

Відповідно, сьогодні існує потреба у операціоналізації аналітики (часто вживаними є також дефініції «аналітика в режимі реального часу» та «автоматизація прийняття рішень») [6, 8].

Мається на увазі, що існує необхідність переходу до автоматизації прийняття рішень операційного рівня на основі аналітичних даних. Нині частина управлінських рішень підлягають вирішенню шляхом використання роботизованих алгоритмів без втручання людини [7].

Разом з тим, спростилася комерціалізація інтелектуальної власності на засадах економіки платформ [9]. Загальновідомо, що для отримання прибутку від інтелектуальної власності необхідно її комерціалізувати.

Водночас це завдання залишається складним для багатьох суб'єктів господарювання, якщо взяти до уваги нематеріальну природу права

інтелектуальної власності та складнощі комерціалізації внаслідок незалежності права інтелектуальної власності від права на продукт [10-11].

У тому ж випадку, коли застосовувати аналітику транзакційного рівня, яка являє собою принципово нову відмінність сучасного цифрового бізнесу, нова технологія частіше надходить через клієнта чи постачальника або зовнішню інтелектуальну власність [12, 14].

Відповідно, завданням для управлінців стає необхідність реагувати на вибухове зростання обсягів даних, чому сприяють десятки мільярдів пристроїв як джерел даних, що підключені до мережі Інтернет (включно з Інтернетом речей (англ. IoT) [13].

Ситуація, коли підприємства прагнуть зосередитися на технологічних питаннях і розробках як об'єктах інтелектуальної власності минає, оскільки усе частіше суб'єкти господарювання акцентують на навичках робочої сили [15-16].

У якості прикладу можна навести налаштовані рекомендаційні алгоритми на сайті Інтернет-магазинів, що спростовують взаємодії учасників цифрових платформ або автоматизовані методи оцінки якостей співробітників.

Однак недостатньо вивченими залишаються особливості імплементації такого операційно-аналітичного процесу збору та обробки даних українськими підприємствами, що становить перспективи подальших досліджень.

Література:

1. Gallo T., Cagnetti C., Silvestri C., Ruggieri A. Industry 4.0 tools in lean production: A systematic literature review. *Procedia Computer Science*. 2021. №180. P. 394-403.
2. Industry 4.0: Challenges and solutions for the digital transformation and use of exponential technologies. Deloitte: website. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/manufacturing/ch-enmanufacturing-industry-4-0-24102014.pdf>

3. Kasych A., Yakovenko Y., Tarasenko I. (2019). Optimization of business processes with the use of industrial digitalization. Proceedings of the International Conference on Modern Electrical and Energy Systems, MEES 2019, pp. 522-525.
4. Maslak O., Grishko N., Odintsov M., Yakovenko Y., Buchashvili Kh. Organizational and economic mechanisms of qualitative modeling of sustainable development of the enterprise. E3S Web Conf., Volume 280, 2021. Second International Conference on Sustainable Futures (ICSF 2021). URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2021/56/e3sconf_icsf2021_02008/e3sconf_icsf2021_02008.html
5. Maslak O., Grishko N., Maslak M., Shevchuk Yu. Tool development for the assessment of the favorable environment in the framework of the investment policy formation for the electrotechnical industry enterprises. 25th IEEE International Conference on PROBLEMS OF AUTOMATED ELECTRIC DRIVE. Theory and practice. September 21-25, 2020, Kremenchuk, Ukraine. URL: http://web.kpi.kharkov.ua/eeau/en/paep2020_en/
6. Matzler K., Bailom F., Von Den Eichen S. F., Kohler T. Business Model Innovation: Coffee Triumphs for Nespresso. Journal of Business Strategy. 2013. Vol. 34. № 2. P. 30–37
7. Tupa J., Simota J., Steiner F. Aspects of risk management implementation for Industry 4.0. Procedia Manufacturing. 2017. №11. P. 1223 – 1230.
8. Божидай І. І. Дефініція поняття «конкурентна стратегія» та її місце в управлінській ієрархії стратегій. Траектория науки. 2016. Т. 2. № 1. С. 21–28.
9. Вітлінський В. В., Скіцько В. І. Ризики в Індустрії 4.0. Вісник Черкаського університету. 2016. №3. С.17-26.
10. Маслак О. І., Коробкова І.В. Теоретичні підходи щодо управління стратегічною стійкістю підприємства в умовах мінливості зовнішнього середовища. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. - 2015. - Вип. 12(2). - С. 84-87. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_12\(2\)__21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_12(2)__21).

11. Маслак О.І., Гришко Н.Є., Безручко О.О. Сценарний підхід до управління економічними потенціалом підприємства з урахуванням фактору циклічності. Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Кременчук: КрНУ, 2015. – Вип. 6/2015/ (95). Частина 2. – С. 43–50.
12. Маслак О.І., Яковенко Я.Ю., Сокурено П.І. Теоретичні і практичні аспекти стійкого розвитку підприємства в умовах невизначеності економічного середовища. Молодий вчений. 2017. № 4(44). С. 710–714.
13. Нова нормальність. KPMG: веб-сайт. URL: <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2020/08/kpmg-reviewmagazine-new-normality.html>
14. Пирогов Д.Л., Бала В.В., Яковенко Я.Ю. Моделювання і оцінка ефективності М&А угод в українській практиці. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 4 (2). С. 46–49.
15. Питерс Т., Уотерман-мл. Р. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки. — М.: Альпина Паблишер, 2014, 445с.
16. Яковенко Я.Ю. Концепція управління стійким розвитком підприємств: наук. вісник Херсонського держ. університету; Економічні науки № 36, 2019, с. 75-81.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО РИНКУ

НАГІ САБОЛЬЧ

д.е.н, професор, заступник декана економічного факультету
Мішкольцьський університет (м.Мішкольц, Угорщина)

О.О.ГАВРИСЬ

старший викладач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

Н.П.ТКАЧОВА,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

Досвід китайської науки свідчить про те, що найбільшим досягненням імператора Цінь Шихуана було не будівництво Великої стіни, а уніфікація мір і ваги (реформа передбачила уніфікацію виміру [ваги](#), [простору](#), [грошей](#), а також [письма](#) внаслідок цього полегшилась [торгівля](#) і було усунено регіональні відмінності); мудрість Тянь Цзі в скачках полягає в його вмілому використанні правил скачок (ідея пожертвувати частиною заради виграшу в цілому). Ці факти свідчать про те, що має місце науково обґрунтований шлях до перемоги підприємства в умовах ринкової економіки, тобто використання для цього правил виживання та розвитку підприємства.

З метою адаптації до актуальної форми розвитку інтелектуальної власності країна зараз розробляє національний стратегічний план інтелектуальної власності, тому підприємства також повинні розробляти власний стратегічний план інтелектуальної власності відповідно до власного середовища інтелектуальної власності. В умовах нинішньої ринкової економіки (економіка знань та економічна глобалізація) якщо підприємство хоче вижити та краще розвиватися, необхідно знати правила гри в умовах ринкової економіки, організувати виробництво та ринкову роботу підприємства згідно з

правилами. Правила включають моральні та правові норми. Етичні правила вимагають від операторів бути чесними та надійними та забезпечувати якість продукції, як обіцяно, інакше вони втратять довіру споживачів; юридичні норми вимагають від операторів займатися підприємницькою діяльністю та регулювати поведінку на ринку відповідно до законодавства, інакше вони будуть обмежені або санкціоновані законом.

Серед багатьох правових норм правила інтелектуальної власності є найважливішими для регулювання ринкової поведінки операторів. Як різновид права положення інтелектуальної власності можна розглядати як різновид ринкових прав. Володіння правами інтелектуальної власності еквівалентно зайнятості ринку, а потім володінню величезними багатствами. Отже, права інтелектуальної власності по суті є правами власності та нематеріальними активами підприємств. Як і матеріальні активи, права інтелектуальної власності є багатством підприємств і можуть сприяти виживанню та розвитку підприємств. Підприємства повинні прагнути якомога більше перетворити свої технологічні та ринкові інвестиції в інтелектуальну власність, використовувати інтелектуальну власність, щоб зайняти ринок, створити більше багатства для себе, а також управляти й продавати інтелектуальну власність, як матеріальні активи для того щоб зберегти та оцінити її цінність, а також сприяти створенню корпоративного багатства.

Наприклад, у процесі господарської діяльності підприємства (наприклад, спільні підприємства та акціонування) права інтелектуальної власності можуть бути конвертовані в активи підприємства. Але, на жаль, є ще чимало компаній, які ефективно не перетворили свої інвестиції в технології та ринкові інвестиції в інтелектуальну власність, не кажучи вже про управління інтелектуальною власністю з точки зору ринку, тобто вони не планували та не реалізували девіз «Впроваджуйте, використовуйте та управляйте правами інтелектуальної власності!», що в підсумку призведе до величезних втрат корпоративного багатства і навіть до значних збитків для підприємства. Наприклад, неправильне застосування, неотримання ефективного захисту, можливе

порушення прав на товарні знаки через сквоттинг (компанія або приватна особа реєструє товарний знак, що відноситься до товару, послуги або торгової назви іншої компанії) тощо.

Відома ідіома користується популярністю в діловому світі протягом багатьох років, яка називається «третьосортні підприємства продають силу, другосортні підприємства продають продукцію, першокласні підприємства продають технології, а суперпервосортні підприємства продають стандарти». Ця аксіома використовується для опису бізнес-моделей підприємств різного рівня потужності. Жодне підприємство не проти покращувати рівень своєї конкурентоспроможності та ринкової позиції, але лише деякі підприємства знають, як це зробити. У процесі зростання і розвитку підприємства необхідно не тільки мати середовище, придатне для його власного зростання і розвитку, але й правильно оцінювати себе та середовище свого життя, формулювати відповідні стратегії, постійно коригувати та вдосконалювати процес реалізації стратегії.

Вважається, що ключовими факторами, що впливають на розвиток підприємств, є: частка ринку (лояльність покупців), потужність інновацій та виробничих можливостей, а також обсяг прав власності на інтелектуальну власність. Серед вищезазначених факторів багато підприємств найбільше стурбовані виробничою потужністю, і проблеми, викликані нею, вирішуються найлегше. Дійсно легше всього не помічати права інтелектуальної власності, а найважче вирішити проблеми, які викликані правом інтелектуальної власності. В умовах ринкової економіки будь-яка ринкова поведінка обмежується правовими нормами, тому ринок підприємств можна умовно розділити на два типи: стабільний ринок, захищений законом, і випадковий ринок без правового захисту. Саме інтелектуальна власність є найважливішим фактором захисту корпоративного ринку.

Національні закони про товарні знаки передбачають, що без дозволу власника торгової марки ніхто не може використовувати торговельну марку, яка є ідентичною або подібною до зареєстрованої торгової марки, на тому

самому товарі або подібних товарах, а також не може завдати шкоди виключному праву на використання зареєстрованої торгової марки. Національні закони про патенти передбачають, що без дозволу власника патенту жодна одиниця товару не може вироблятися, використовуватися, пропонуватися, продаватися, передаватися чи імпортуватися для виробничих та комерційних цілей або використовувати запатентований метод та використовувати, пропонувати, продавати, передавати або імпортувати відповідно до запатентованого методу продукцію, отриману безпосередньо. Загалом можна вважати, що перераховані вище фактори становлять вказані залежності та обмеження.

Тобто виробничі та інноваційні можливості підприємства повинні спочатку бути перетворені в права інтелектуальної власності, щоб сформувати ринкові права на нематеріальні активи, такі як власні патенти або торгові марки і перешкодити іншим використовувати власні запатентовані технології та торгові марки, тим самим не даючи іншим використовувати власні патенти для створення ринкових загроз, щоб забезпечити стабільність свого власного ринку.

Стабільний ринок приносить хороші переваги підприємствам, які можуть сприяти вдосконаленню виробничої потужності та інноваційної спроможності, увійшовши таким чином у ефективне коло розвитку, захисту та використання ринку. Якщо підприємство не має власних прав на інтелектуальну власність, це означає, що воно не має права захищати ринок. Його власні технології та бренд можуть використовуватися іншими безоплатно, а щоб інші могли підвищити силу ринкової конкуренції, воно може також використовувати права інших для обмеження своїх ринкових прав, тобто для формування прав інтелектуальної власності, що належать іншим особам. Таким чином, ринок без захисту інтелектуальної власності є випадковим і не має здатності протистояти ризикам. Його динамічні коливання або поступове скорочення неминучі, і він швидко реагує на те, що виробничі потужності підприємств не можуть бути

повністю використані або витрачені, а інновації не мають здатності широкого використання, що також впливає на зменшення частки ринку.

Причина, чому інтелектуальна власність може допомогти підприємствам побудувати стабільний ринок, полягає в тому, що вона може перетворювати нематеріальні активи, такі як технології та бренди, у права та капітал. Тому на підприємствах (від трудомістких до капіталомістких, до технологічних) у процесі розвитку нового типу, у процесі ринкової конкуренції право інтелектуальної власності є найбільш фундаментальним визначальним фактором.

Зв'язок між підприємством, ринком та правами інтелектуальної власності можна зрозуміти так: підприємство витрачає величезні інвестиції, будь то технічні інвестиції чи ринкові інвестиції, щоб отримати більшу частку ринку, яка залежить від розміру клієнтської бази. Розмір інвестицій залежить від сили конкурентної переваги продукту, тобто від інноваційної спроможності підприємства та здатності захищати інновацію та впізнавання споживачем продукту. Як органічна єдність юридичних і ринкових прав, права інтелектуальної власності можуть ефективно захищати результати інновацій відповідно до юридичних прав, що еквівалентно захисту ринкових прав підприємств, можливість підписатися на бренд для покупки товарів або вибору послуг, що надає можливість ефективного стимулювання.

Отже, найбільш фундаментальним фактором, що визначає ринкові права, є частка корпоративних прав інтелектуальної власності. Якщо немає захисту прав інтелектуальної власності, існуючий ринок не тільки може бути переданий іншим, він, швидше за все, принесе достатньо натхнення для конкурентів, щоб спонукати їх отримати відповідні права інтелектуальної власності, що в іншому випадку є зброєю обмеження їх прав.

Наприклад, якщо торгова марка підприємства не захищена шляхом своєчасної реєстрації, це може змусити інших скопіювати вашу торгову марку, утворити подібну торгову марку, щоб захопити ринок, або зробити її власною торговою маркою, поширеною назвою чи логотипом у галузі та втратити можливість реєстрації. Можливості захисту, швидше за все, отримають інші

безпосередньо через попередню реєстрацію торгових марок, що не тільки вплине на їхні власні права на ексклюзивне використання, передачу та ліцензування бренду, але й вплине на використання прав, на маркетинг бренду.

Те саме стосується патентного захисту. Якщо підприємство не подає заявку на отримання патенту на свою технологічну інновацію або своєчасно не подає заявку на патент, воно не тільки легко зробить інноваційну технологію позбавленою новизни та втратить можливість отримати патентні права, але також легко дозволяють конкурентам отримувати достатню кількість технічних підказок для вдосконалення технології. У цей час, незважаючи на те, що підприємство володіє домінуючою технологією, йому важко допомогти собі отримати відповідну частку ринку, і воно, швидше за все, сприятиме випередженню ринку іншими підприємствами, які швидко розвиваються. Крім того, навіть якщо підприємство подає заявку на отримання патенту, за відсутності планування або неправильного оформлення документів заявки важко отримати дійсні права.

Для підприємств розрив у винаходах, таких як рівень технології та якість продукції, є кількісним розривом, тоді як розрив у правах інтелектуальної власності є якісним розривом. Володіння інтелектуальною власністю має багато переваг, таких як підвищення конкурентоспроможності (еквівалент зброї проти конкурентів), захист себе та збільшення можливостей комерційного успіху. Інтелектуальна власність, як і матеріальна власність, служить розвитку підприємства.

Література

1. Kocziszky G., M. Veres Somosi, Pererva P.G. Model of three levels compliance protection // Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: зб. тез конф. Кременчук, 2018. С. 86-89.

2. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.

3. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance-risks // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі. Кременчук, 2017. С. 95-99.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
5. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance of antimonopoly legislation // Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Харків: НАНГУ, 2017. С.156-159.
6. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч. 2. С. 240-246.
7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
8. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
9. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.
10. Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: матеріали конф. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 89-96.
11. Перерва П.Г., Верес Шомоши М., Гладенко І.В., Товажнянський В.Л. Маркетингове забезпечення моніторингу інноваційного розвитку підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2012. № 16. С. 24-29.
12. Sikorska M., Nagy S., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали конф. Київ: НАУ, 2018. С.21-22.
13. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
14. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

15. Nagy S., Pererva P.G. Methods of evaluation of management efficiency // *Авіація, промисловість, суспільство: матеріали Міжнар. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.: Ч. 2.* Харків: ХНУВС, 2021. С. 443-446.
16. Старостіна А.О. *Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч.* К.: Знання, 2009. 1070 с.
17. Верес Шомоши М., Перерва П.Г. *Маркетинг и предпринимательство // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези конф. MicroCAD у 5 ч. Ч. 3.* Харків : Планета-Прінт, 2021. С.45.
18. Коциски Д., Верес Шомоши М., Перерва П.Г. *Маркетинг как основа успешной деятельности предприятия // Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEC-2017).* Харків: НТУ "ХПІ", 2017. С. 153-155.
19. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. *Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal.* 2018. № 5. 10 p.
20. Nagy S., Pererva P.G. *Sources of financing innovation // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2020".* Харків : Томенко Ю. І., 2020. С. 242-246.
21. *Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veres Somosi.* Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p.
22. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. *Маркетинг инновационного процесса.* К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
23. Nagy S., Pererva P.G. *Monitoring of innovation and investment potential*
24. *of industrial enterprises // Сучасні тенденції розвитку світової економіки: зб. матеріалів конф.* Харків : ХНАДУ, 2018. С. 88-89.

МАРКЕТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

НАГІ САБОЛЬЧ

д.е.н, професор, заступник декана економічного факультету
Мішкольцьський університет (м.Мішкольц, Угорщина)

О.П.КОСЕНКО

д.е.н., професор кафедри маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

М.В.МАСЛАК

к.е.н., доцент кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків, Україна)

Завдяки постійним зусиллям щодо реформування науково-технічної системи, особливо запровадженню основних реформаторських заходів у розподілі ресурсів, плановому управлінні та трансформації науково-технічних досягнень, а також розвитку підприємництва в сфері інновацій, трансформація наукових та технологічних досягнень в реальний сектор вітчизняної економіки прискорюються.

Сьогодні трансфер технологій в основному здійснюється за допомогою ринково-орієнтованих форм бізнесу. Таким чином, передача технологій все більше демонструє свої унікальні особливості маркетинга. Його специфічними проявами є наступні аксіоми:

а) закон ринкової пропозиції та попиту обмежує ймовірність і вартість процесу трансферу технологій;

б) ціна трансакції технології в основному залежить від вартості розробки технології, її життєвого циклу, вартості передачі, альтернативної вартості, інституційного середовища та потенційної економічної цінності трансферу тощо;

в) частота передачі технології має сильну кореляцію з ринковим «обробкою» матеріалізованих з використанням технології товарів, а подальша ринкова доля технології тісно пов'язана з цими продуктами;

г) ринкова конкуренція не тільки стимулює (надихає) споживачів технологій поглинати технологію та прискорює її передачу, але й посилює

обмежену монополію постачальників технології та продовжує процес трансферу.

Специфічні положення маркетизації трансферу технологій передбачають різні способи здійснення цього процесу. У відносно широкому сенсі до основних способів передачі технологій слід віднести наступні.

1. Торгівля товарами шляхом механізму трансферу технологій, зумовлена торгівлею високотехнологічними продуктами.

2. Торгівля технологіями, включаючи передачу технологій, технічні консультаційні послуги, імпорту та експорту повних комплектів обладнання та ключового обладнання, технічні послуги та допомогу, інжинірингові контракти та проекти під ключ, франчайзинг, лізинг обладнання, компенсаційну торгівлю тощо. Передача технологій шляхом передачі ліцензій (включаючи патенти та незапатентовані науково-технічні досягнення) на даний момент є одним із найбільш актуальних і важливих методів передачі технологій, який зазвичай називають трансфером технологій.

3. Прямі інвестиції, такі як кооперативна діяльність, спільне підприємство, одноосібне підприємництво тощо.

4. Стратегічний альянс, який є особливою формою обміну технологіями та ресурсами знань між усіма сторонами альянсу, в якому передача технологій є двосторонньою або різноспрямованою.

5. Поєднання виробництва, освіти та досліджень є одним із кращих і найперспективніших підходів до передачі технологій, включаючи спільні дослідження, спільні розробки та спільне виробництво. Його головна перевага полягає в тому, що він може повною мірою використовувати знання, навички та ресурси партнерів, повною мірою використовувати власні переваги та нівелювати власні недоліки, що сприяє швидкому придбанню технологій та може зменшити витрати та ризики. Як завжди при такого роду партнерстві процес управління та розподіл переваг іноді можуть конфліктувати.

6. Найпряміший шлях передачі технологій – відкриття нового підприємства. Перевага полягає в тому, що швидкість трансформації швидка, і

підрозділ або особа, що володіє технологією, можуть отримати більші вигоди, але рівень комерційного ризику високий, важко отримати венчурний капітал, а також нелегко сформувати економію від масштабу виробництва.

7. Науково-технічне співробітництво, направлення вчених і експертів до університетів, науково-дослідних установ або виробничих підприємств за кордоном або в інші регіони для співпраці з науковцями та експертами іншої сторони для проведення досліджень і проектування, або вчених і експертів обох сторін до наукової школи, науково-дослідної установи чи інноваційного підприємства іншої сторони, які проводять відповідні дослідження.

8. Наукові та технологічні обміни, наукові дослідження, навчання між підприємствами, країнами чи регіонами з метою підвищення рівня інтелекту, технологій та інформації та з метою сприяння їхньому технологічному прогресу. Наприклад, лекції, семінари, проведення семінарів, відвідування конференцій тощо. Перевагами отримання необхідної технології шляхом розповсюдження інформації є низька вартість, висока швидкість та простота. Недоліком є те, що не можна отримати більш повні та систематичні технічні знання, особливо складність, яку вимагає отримання технічного ноу-хау саме підприємство має сильні технічні можливості або здатність до імітації.

9. Технічне сприяння стороні, яка надає допомогу повними комплектами сучасного обладнання, а також запасними частинами та сировиною, необхідними для всього або частини обладнання, і навіть відправлення технічних експертів для організації та керівництва будівництвом, монтажем та пробним виробництвом, а також допомогти стороні, яка надає допомогу, навчатися управляти виробництвом та експлуатаційними технологіями. «Ключ до передачі технологій - це люди, а не технічні документи». Це дуже популярний вислів останніми роками серед західного топ-менеджменту. Потік ключових технічних талантів часто супроводжується потоком технічних досягнень, а технічні знання передаються разом з обміном персоналом.

10. Технічна розвідка, яка проникає в усі галузі та рівні економіки та технологій, або викрадає відповідну технічну документацію та комерційні

таємниці, або купує технології в однієї сторони та продає її іншій через нейтральні країни чи посередників, ухиляючись від контролю відповідних законів та правил в сфері доступу до технічних секретів. Частина цього методу знаходиться в сірому полі легального та незаконного, а частина є незаконною діяльністю, але він об'єктивно забезпечує потік технологій, особливо у сфері міжнародної передачі технологій.

З точки зору трансферу технологій, технологію можна розділити на технологію виробництва, технологію розробки продукту та технологію теоретичних досліджень і розробок. Технологія теоретичних досліджень і розробок не є теоретичним дослідженням у вузькому сенсі, а охоплює дослідження перспективного розвитку, в ході яких підприємства шукають необхідні їм технологічні інновації. Більшість з цих підприємств для досягнення поставлених цілей будуть активно співпрацювати з університетами та науково-дослідними інститутами. З цієї точки зору пропонується поділити підприємства на п'ять класів А-В-С-D-E за стадією розвитку та технічним станом. Наведемо певну характеристику кожного класу підприємств.

Підприємства класу А. Це односторонні переробні підприємства з певними можливостями обробки, здатними отримувати замовлення на перероблену продукцію, пов'язану з їхніми власними виробництвами, без можливостей дослідження та розробки продукції та найбільш вразливі до впливу економічного середовища. Такі підприємства мають невеликий попит на передачу технологій, низьку ринкову конкурентоспроможність і низький прибуток, і потребують лише технології виробництва.

Підприємства класу В. Перехідні виробничі підприємства, які мають певні індивідуальні виробничі можливості, і багато з них ведуть виробництво продукції в певному діапазоні, але не мають можливостей дослідження та розробки продукції. Такі підприємства мають можливості налаштування в процесі виробництва, щоб задовольнити потреби в переробці певного класу продукції, але не мають можливостей НДДКР із налаштування продукції, низьку конкурентоспроможність на ринку та низький прибуток. Ця категорія

накопичила певний капітал і має бажання створити власний бренд, на цьому етапі є попит на технічні досягнення та технологію виробництва.

Підприємства класу С. Односторонні невеликі інноваційні або технологічні підприємства, орієнтованими на НДДКР, з технологіями та можливостями НДДКР як основним напрямком розвитку підприємства, але з низькими виробничими потужностями, малими масштабами та низькою місткістю збуту на цільовому ринку. Більшість із цих компаній починають з технологій, або вони є основними методами дослідження та розробки продуктів, що впливають із розвитку компаній А-В до певного масштабу. Ці підприємства зосереджені на технологічному прогресі та на участі в ринковій конкуренції через технічний рівень, але їх сила невелика, і виробництво потребує пошуку АВ. Продукція часто включається в інші продукти та продається разом, що має певну конкурентоспроможність на ринку та великий попит на передачу технологій.

Підприємства класу D. Підприємства швидкого розвитку, що ґрунтуються на здібностях. Вони мають досконалі зв'язки з науково-дослідницькою діяльністю, виробництвом та збутом, мають відповідні незалежні права власності та здатність домінувати на ринку та швидко розвиваються. Такі підприємства мають відносно зрілі інститути дослідження та розробки продукції, достатні виробничі потужності, високу конкурентоспроможність на ринку та великий попит на передачу технологій. Такі підприємства мають широкий спектр потреб у техніці.

Підприємства класу E. Підприємство комплексного стратегічного розвитку. Цей тип підприємств використовує провідні світові передові теоретичні дослідження для керівництва науково-дослідними, виробничими, збутовими та сервісними зв'язками підприємства, має повні зв'язки з розробкою, має технічний резерв і можливості, і має тривалий час для технічного планування. Являється лідером технологічного ринку. Такі підприємства мають теоретичні науково-дослідні та конструкторські установи, які є підтримкою їхніх дослідницьких установ і розробок продукції, а також

володіють передовими технологічними можливостями та технічними резервами.

Також існують підприємства більш високого рівня, деякі всесвітньо відомі великі компанії, що здійснюють перспективні дослідження та розробки тощо, на даний момент немає вітчизняних.

Література

1. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
2. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
3. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance of antimonopoly legislation // Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Харків: НАНГУ, 2017. С.156-159.
4. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
5. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance-risks // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі. Кременчук, 2017. С. 95-99.
6. Kocziszky G., M. Veres Somosi, Pererva P.G. Model of three levels compliance protection // Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: зб. тез конф. Кременчук, 2018. С. 86-89.
7. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliyeva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
8. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.
9. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.
10. Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: матеріали конф. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 89-96.
11. Перерва П.Г., Верес Шомоши М., Гладенко І.В., Товажнянський В.Л. Маркетингове забезпечення моніторингу інноваційного розвитку підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2012. № 16. С. 24-29.
12. Sikorska M., Nagy S., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного

управління економічними процесами: матеріали конф. Київ: НАУ, 2018. С.21-22.

13. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

14. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ "ХПІ". Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

15. Nagy S., Pererva P.G. Methods of evaluation of management efficiency // Авіація, промисловість, суспільство: матеріали Міжнар. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.: Ч. 2. Харків: ХНУВС, 2021. С. 443-446.

16. Nagy S., Pererva P.G. Sources of financing innovation // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2020". Харків : Томенко Ю. І., 2020. С. 242-246.

17. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veres Somosi. Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p.

18. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

19. Nagy S., Pererva P.G. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів конф. Харків : ХНАДУ, 2018. С. 88-89.

20. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

21. Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг и предпринимательство // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези конф. MicroCAD у 5 ч. Ч. 3. Харків : Планета-Прінт, 2021. С.45.

22. Коциски Д., Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг как основа успешной деятельности предприятия // Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEC-2017). Харків: НТУ "ХПІ", 2017. С. 153-155.

23. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

П.Г. ПЕРЕРВА

*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)*

М.В. МАСЛАК

*к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)*

А.В. КОБЕЛЄВА

*аспірант кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)*

Оцінкою ефективності створення об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) власними силами або їх придбання є показники виконання завдань, які ставилися на етапі планування їх придбання (створення) та використання, а саме:

- реалізація інвестиційних проектів щодо формування нових виробництв, розширення або технічного переозброєння діючих виробництв, реконструкції;
- реалізація інноваційних проектів щодо створення нової техніки, технологій для виробництва високотехнологічної продукції;
- організація спільних виробництв, створення дочірніх підприємств;
- капіталізація доходів.

Кінцевою метою успішного впровадження ефективної системи управління ОІВ є створення високотехнологічної, конкурентоспроможної продукції як джерела інноваційного розвитку промислового підприємства. Результати інтелектуальної діяльності та ефективність управління ними необхідно враховувати при підведенні підсумків роботи підрозділів, пов'язаних з розробкою, виробництвом та ринковою реалізацією інноваційної продукції, в якій використані об'єкти інтелектуальної власності. Ключовим показником успішного створення та впровадження системи управління інтелектуальною

власністю наукомісткого підприємства є відношення економічного ефекту від використання інтелектуальної власності до витрат на її створення та управління. При цьому необхідно зазначити, що ефективність впровадження може полягати не тільки в економічній вигоді від використання ОІВ, а й у таких не менш важливих факторах:

- *технічний фактор*, який передбачає зниження ризиків інноваційного проекту та забезпечення його економічної безпеки;

- *управлінський фактор*, наявність якого забезпечує скорочення термінів виконання проектів та оптимізацію його етапів;

- *політичний фактор*, що передбачає підвищення ділової репутації та іміджу підприємства в країні та за її межами.

Необхідно зазначити, що при оцінці ефективності впровадження системи управління інтелектуальною власністю наукомісткого підприємства важливим є визначити економічний ефект від використання ОІВ, який в подальшому зіставляється з витратами на його створення або придбання.

Основними складовими (чинниками) сумарного економічного ефекту від використання ОІВ у складі інноваційної продукції підприємства є:

- ✓ збільшення обсягу продажів продукції, що випускається підприємством, або послуг, що ними надаються;

- ✓ зростання валової вартості інноваційної продукції, що випускається, або послуг, що надаються підприємствами;

- ✓ зниження собівартості продукції за рахунок використання ОІВ під час виробництва або за рахунок відсутності ліцензійних платежів;

- ✓ зниження бази оподаткування з податку на прибуток за рахунок підвищення суми амортизаційних платежів;

- ✓ зростання потоків коштів за рахунок продажу прав на ОІВ та надання ліцензій на їх використання третім особам.

Методика оцінки сукупного економічного ефекту від використання інтелектуальної власності передбачає виявлення та розрахунок різноманітних

економічних ефектів, які можуть виникати при використанні кожного з об'єктів інтелектуальної власності.

Пропоновані розрахунки засновані, на відміну від відомих методів, на пропозиції оцінити всі позитивні ефекти економічного змісту, що приносяться ОІВ, економічний ефект від використання яких розглядається, за певний період і надалі здійснюється їх корегування на понесені витрати по створенню та використанню ОІВ, використовуючи при цьому одночасно витратний і дохідний підходи для різних цілей оцінки. Пропонується звернути увагу на наступні види додаткових надходжень для підприємства, яке використовує в своєму виробництві інноваційну продукцію, створену з використанням ОІВ.

1. *Економічний ефект зростання кінцевої ціни товару* – E_{zu} , визначається з використанням різниці в цінах до і після початку використання ОІВ та обсягу випуску продукції з використанням ОІВ за весь період виробництва з урахуванням ставки дисконтування.

2. *Економічний ефект зниження собівартості продукту* – E_{zs} , визначається з використанням різниці в собівартості до та після початку використання ОІВ та обсягу випуску продукції з використанням ОІВ за весь період виробництва з урахуванням ставки дисконтування.

3. *Економічний ефект збільшення обсягу продажу продукту* – E_{zn} , визначається з використанням різниці в обсягах продажів до та після початку використання ОІВ та ціни продукції після початку використання з урахуванням ставки дисконтування.

4. *Економічний ефект збільшення амортизаційних відрахувань* – E_{za} , визначається з урахуванням норми амортизації на ОІВ, його балансової вартості та ставок податку на прибуток за весь період виробництва з урахуванням ставки дисконтування.

5. *Економічний ефект отримання доходів від продажу прав на ОІВ* – E_{on} , визначається з урахуванням ціни продажу ОІВ та строку дії виключного права на ОІВ з урахуванням ставки дисконтування.

6. *Економічний ефект отримання доходів від надання ліцензії* – $E_{нд}$, визначається з урахуванням роялті або паушального платежу за весь період виробництва з урахуванням ставки дисконтування.

Необхідно відзначити, що економічний ефект отримання доходів від надання ліцензії можна використовувати як альтернативний метод розрахунку економічного ефекту використання ОІВ в діяльності організації, коли неможливо оцінити:

- економічний ефект зростання кінцевої ціни товару;
- економічний ефект зниження собівартості товару;
- економічний ефект збільшення обсягу продажу товару.

Так, ставка роялті на надання ліцензії на певні ОІВ може бути врегульована та відома на ринку. На основі одержаних даних пропонується розрахувати сукупний економічний ефект $E_{сук}$, використання ОІВ.

$$E_{зц} = E_{зц} + E_{зц} + E_{зц} + E_{зц} + E_{зц} + E_{зц} - B_{ОІВ},$$

де $B_{ОІВ}$ - витрати на створення та використання ОІВ.

В свою чергу значення витрати на створення та використання об'єктів інтелектуальної власності $B_{ОІВ}$ пропонується розраховувати наступним чином:

$$B_{ОІВ} = B_{оп} + B_{мв} + B_{нв} + B_{под} + B_{по} + B_{ін},$$

де $B_{оп}$ - витрати на оплату праці працівників та авторські винагороди; $B_{мв}$ – матеріальні витрати; $B_{нв}$ – накладні витрати; $B_{под}$ - податки та інші обов'язкові платежі, здійснені за витратами створення ОІВ; $B_{по}$ - витрати на правову охорону створених ОІВ; $B_{ін}$ - інші витрати, включаючи послуги сторонніх організацій, залучених створення ОІВ.

При цьому заплановані витрати дисконтуються на момент виплати авторської винагороди за період використання ОІВ з урахуванням ставки дисконтування.

Пропонована методика оцінки сукупного економічного ефекту від запровадження процесів управління інтелектуальною власністю заснована на

принципах доходного підходу та складається з виявлення та розрахунку економічних ефектів кожного з об'єктів інтелектуальної власності.

Література

1. Лебедева Я.О. Формирование системы управления интеллектуальной собственностью наукоёмких предприятий: дис...к.э.н.: 08.00.05. Москва, 2016.190 с.
2. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
3. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
4. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
5. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
6. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
7. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
8. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
9. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.

10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
17. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
18. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
19. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.

ВИКОРИСТАННЯ БРЕЙНРАЙТИНГУ 6-3-5 ДЛЯ ПОШУКУ РІШЕНЬ ТВОРЧИХ ЗАДАЧ

СЛАУТА А.А.

студент

*Національний технічний університет
Дніпровська політехніка, м. Дніпро, Україна*

КІРІН Р.С.

*д.ю.н., доцент Державна установа
«Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова»*

м. Київ, Україна

ХОМЕНКО В.Л.

к.т.н., доцент,

*Національний технічний університет
Дніпровська політехніка, м. Дніпро, Україна*

Сесії мозкового штурму є одними з найвідоміших і найулюбленіших інструментів для ділової творчості. Усіх запрошують кидати ідеї, не боячись бути засудженими. Будь-яка ідея розглядається, незалежно від того, звідки вона виникла. Це ідеальний спосіб генерувати чудові нові ідеї від усієї команди без цензури творчості.

Переваги мозкового штурму:

- швидко та легко отримувати нові ідеї та рішення;
- зниження витрат на використання методу;
- широке застосування практично у всіх сферах;
- стимулює активну участь і створює можливість зараження ідей;
- розвиває креативність, спонтанність, впевненість у собі через відстрочений процес оцінювання;
- розвиває вміння працювати в команді.

Дивно, але мозковий штурм виявляється малоефективним у багатьох ситуаціях. Більшість із цих проблем стосуються групової поведінки, яка майже завжди виникає в корпоративних ситуаціях, ситуаціях, пов'язаних із запуском або командним бізнесом. Наприклад:

- великим групам важко залишатися зосередженими та уважними;

- сильні особистості беруть слово на початку зустрічі і зберігають контроль над творчим процесом;
- перші запропоновані ідеї стають у центрі обговорення, що ускладнює пропозицію нових, інноваційних ідей;
- самоцензура на основі відповідей інших на попередні пропозиції;
- сором'язливі та невпевнені в собі учасники групи, як правило, опираються участі;
- люди занадто зайняті думками, щоб слухати, або навпаки;
- члени групи розчаровуються, коли їхні власні ідеї висловлює раніше за них інша людина.

Існує просте рішення для багатьох проблем, притаманних мозковому штурму, а саме: Брейнратинг.

Брейнратинг – це метод групового мозкового штурму, спрямований на сприяння інноваційним процесам шляхом стимулювання творчості. Цей метод був розроблений Берндом Рорбахом, який опублікував його в німецькому журналі *Absatzwirtschaft* у 1968 році [1].

ВанГанді стверджував, що брейнрайтинг – це мовчазне, письмове генерування ідей, яке залучає кожного до групової діяльності [2]. Хіггінс стверджував, що мозковий штурм є формою неусного мозкового штурму, до якого застосовуються основні правила мозкового штурму [3]. Тоді як Вілсон стверджував, що брейнрайтинг - це техніка для швидкого генерування ідей шляхом прохання учасників написати свої ідеї на папері та обміну письмовими ідеями [4].

З наведених вище визначень брейнрайтингу можна зробити висновок, що визначення брейнрайтингу – це творча техніка для генерування ідей, яка залучає кожного до групової діяльності шляхом запису ідей на папері та обміну письмовими ідеями. Брейнрайтинг – це модифікація мозкового штурму.

Існує два види техніки брейнрайтинг: брейнрайтинг із пов'язаними стимулами та брейнрайтинг з непов'язаними стимулами. Прикладом пов'язаного стимулу може бути використання різних частин кавового кухля,

щоб запропонувати способи його покращення. Більшість комбінаційних пристроїв засновані на цьому принципі. Таким чином, ви можете поєднати ручку з основою, щоб викликати ідею. У цьому випадку ви можете подумати про вбудовану ручку та базовий підігрівач чашок. Ви можете прикріпити різні чашки, і кава буде теплою, навіть коли чашка в руці.

Прикладом непов'язаних стимулів може бути використання різних частин кавового кухля, щоб запропонувати способи покращення продукту, наприклад, ліхтарика, або покращення обслуговування клієнтів. Наприклад, нагрівання кухля для кави може запропонувати додати функцію підігріву до ліхтарика, щоб служити грілкою для рук, а кухоль, в якій міститься рідина, може підказати ідею ліхтарика з невеликою трубкою з водою для надзвичайних ситуацій. Або кавовий кухоль може підказати ідею винагородження лояльних клієнтів дизайнерськими кавовими кружками або розробити орієнтацію на обслуговування клієнтів на «утримання» «гарячих» клієнтів, ідентифікуючи їх і приділяючи ресурси для їх утримання. Загалом, непов'язані стимули, швидше за все, викликають нові ідеї, ніж стимули, пов'язані з проблемою [2].

Одним із найпопулярніших різновидів брейнрайтингу є метод 6-3-5. Для оптимального застосування методики знадобиться 6 учасників, оскільки занадто велика кількість зробить сеанс некерованим; однак, заняття можуть проводитися також у командах по 4, 5 або 7 осіб, а кількість генерованих ідей буде відповідно 48, 75 і 147.

В процесі брейнрайтингу 6-3-5 приймають 6 учасників, які записують по 3 ідеї за 5 хвилин. Процедура виглядає таким чином:

- 1) кожен учасник отримує аркуш паперу і протягом 5 хвилин має написати 3 ідеї, по одній у кожній колонці;
- 2) після закінчення часу аркуш передається особі праворуч;
- 3) отримавши аркуш, учасник записує по 3 ідеї в кожну колонку, використовуючи попередні ідеї цієї колонки як стимул, під час цих раундів обговорення немає;

4) нарешті, процес записування ідей та передачі аркуша продовжується до тих пір, поки учасники не отримають свій оригінальний аркуш.

Переваги та недоліки техніки брейнрайтингу 6-3-5.

Переваги:

- а) метод дуже простий у використанні;
- б) метод не вимагає спеціальної кваліфікації для модерації;
- в) усі учасники однаково активні;
- г) корисно, при використанні в групах серед учасників яких є конфлікти (конфлікти в групі можуть мати негативний вплив при використанні усного методу мозкового штурму);
- д) корисна ідея систематично розвивається далі;
- е) «автора» творчої ідеї можна визначити.

Недоліки:

- а) деякі учасники можуть мати проблеми з описом своїх ідей коротко, щоб ідея була недостатньо зрозуміла для інших учасників (почерк також повинен бути чітким).
- б) Оскільки існує фіксований час у п'ять хвилин, учасники можуть відчувати тиск і обмеженість у своїх думках.

Початковий метод був розширений, щоб включити деякі ключові аспекти, пов'язані з інноваційними та креативними компетенціями, з метою бути корисними для оцінки міжнародної компетентності творчості, інновацій та підприємництва [5].

Розширений 6-3-5 охоплює такі кроки:

1 Виберіть проблему та створіть ідеї

Перше, що потрібно зробити, — це вибрати проблему або інновацію, яку потрібно вирішувати, де вони мають запропонувати творчі ідеї для її вирішення.

Після цього основна процедура, що лежить в основі Методу 635, полягає в тому, що шість людей розробляють і записують три ідеї протягом певного проміжку часу в п'ять хвилин, перш ніж передавати свої ідеї сусідові.

На наступному кроці кожен член команди має розвинути ідеї, засновані на тих, які були дані від її/його попередника. Це може статися шляхом модифікації існуючих ідей або розробки навіть нових ідей, натхнених цими.

Ця процедура триває до тих пір, поки кожен учасник команди не отримає свій початковий аркуш ідей, що має відбутися після п'яти турів з урахуванням 6 учасників.

Цей крок розробляється групами протягом 30 хвилин.

На цьому етапі важливо підтримати учасників в процесі генерування ідей. Психічні блоки повинні бути усунені. Їм потрібно шукати можливості, кидати виклик припущенням і мислити творчо.

2 Відбір індивідуальних ідей

Цей крок розробляється індивідуально протягом 15 хвилин. Кожен учень має аркуш із 18 ідеями. Ці ідеї розглядаються індивідуально, і для кожного учасника відбираються п'ять ідей за різними критеріями.

На цьому етапі важливо зорієнтувати учасників у критеріях, які будуть використані для відбору ідей. Можуть застосовуватися різні критерії, наприклад: найоригінальніша ідея, менший ризик, найбільш терміновий, той, що приносить більше користі, той, який приносить найбільшу цінність (економічний, торгова марка тощо).

3 Вибір командних ідей

Шість учасників кожної групи діляться своєю пропозицією відібраних ідей, вони досягають згоди та обирають п'ять кращих ідей.

На цьому етапі необхідно зорієнтувати учнів у двох аспектах: 1) спілкування та 2) домовленість.

Спілкування означає успішну роботу в невеликій групі. Учасники повинні вміти чітко спілкуватися на різних рівнях, їм потрібно пояснювати власні ідеї, висловлювати свої почуття відкрито, але не лякаючи, уважно слухати інших і задавати запитання, щоб прояснити свої сумніви.

Угода стосується вибору ідей/рішень до можливих варіантів.

4 План дій

На основі критеріїв, визначених кожною групою, буде реалізована одна з ідей, тому група пропонує план дій для реалізації обраної ідеї.

На цьому етапі учасники можуть запропонувати різні аспекти, пов'язані з процесом планування, проектування, проектування, створення прототипів та тестування результатів, які потрібно отримати.

5 Аналіз цінностей

Це вказує на цінність пропонованого нововведення.

Щоб збалансувати інновації учасникам потрібна чітка картина того, як їхні пропозиції стикаються з ризиком і пропонують додаткову цінність.

Література

1. Rohrbach, Bernd (1969). «Kreativ nach Regeln – Methode 635, eine neue Technik zum Lösen von Problemen». (Creative by rules - Method 635, a new technique for solving problems)". Absatzwirtschaft. 12: 73–75.

2. VanGundy A. 101 Activities for Teaching Creativity and Problem Solving. San Fransisco: Pfeiffer, 2005. – 397 p.

3. Higgins J. 101 Creative Problem Solving Technique. USA: New Management Publishing Company, 1994. – 226 p.

4. Wilson C. Brainstorming and Beyond A User-Centered Design Method. UK: Elsevier, 2013. – 74 p.

5. Cuenca, L., Boza, A., Gordo Monzó, M. L., Fernández-Diego, M., Ruiz Font, L., Alarcón Valero, F., & Alemany Díaz, M. D. M. Extension of the 6-3-5 technique for incorporating creativity, innovation and entrepreneurship competences in higher education. ICERI Proceedings, 2016. – p. 79-83.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ З ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Г.Ю. ШПОРТЬКО

к.т.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Інституту промислових та бізнес технологій УДУНТ (м. Дніпро)

Є.О. САЛЕНКОВА

магістр кафедри менеджменту

Інституту промислових та бізнес технологій УДУНТ (м. Дніпро)

Ринок освітніх послуг – це система соціально-економічних відносин, які склалися між приватними навчальними закладами і споживачами з метою продажу та купівлі освітніх послуг [1].

З виникненням і розвитком ринку освітніх послуг освітні організації все в більшій мірі виступають суб'єктами конкурентної боротьби. Підсилюють конкуренцію на освітньому ринку процеси глобалізації, демографічна ситуація, поширення конкурсних механізмів розподілу ресурсів (перш за все, фінансових) між освітніми організаціями. Істотний вплив на ситуацію надає реалізація принципу «орієнтації на споживача», коли освітні організації починають докладати значних зусиль для підвищення рівня задоволеності споживачів освітніх послуг, все частіше використовуючи для цього різні методи та інструменти. Багато з таких організацій знаходяться в умовах постійної боротьби за свою нішу на ринку освітніх послуг.

Зовнішнє середовище вимагає від організації постійного вдосконалення. Для того щоб бути конкурентоспроможним, заклад освіти повинен мати конкурентні переваги. Основними шляхами їх отримання є такі:

- стати кращим самому через вживання заходів щодо удосконалення власної діяльності та підвищення її ефективності;
- безпосередньо послабити конкурентів;
- створити свою унікальну пропозицію.

У березні 2020 року країни світу одна за одною запровадили карантин. Це спричинило вимушені канікули офлайн-проектів, у тому числі очних шкіл з вивчення іноземної мови. Для деяких із них закриття виявилось безстроковим, а інші перейшли до онлайн-формату. В цей час значно зросла популярність онлайн-навчання. Зараз споживачам потрібні швидкі, наповнені корисним контентом програми з можливістю найближчим часом застосувати нові знання на практиці.

Сьогоднішня ковідна реальність призвела до того, що індустрія мобільних додатків стала однією з найшвидше зростаючих галузей цифрової економіки. У 2020 році індустрія додатків налічувала близько 204 млрд. завантажень і \$120 млрд. споживчих витрат. Користувачі в середньому витрачали 3 години 40 хвилин на день на додатки, що перевищувало час на перегляд телебачення [2]. У 2020 році коронавірус спонукав тенденцію до зростання і середній екранний час збільшився таким чином у середньому на 20%. У середньому користувачі мобільних пристроїв проводять 87% свого часу у додатках та лише 13% в інтернеті. З одного боку, використання додатків різко зросло, з іншого – за умов життя змінилася сама структура затребуваності різних додатків і з'явилося багато нових.

Для закладу освіти мобільний додаток має більш глибоке значення, ніж може здаватися на перший погляд. Це не тільки майданчик для продажу, а й доступ до мобільного телефону користувача. Якщо на сайт потенційний покупець приходять цілеспрямовано, а розсилку електронною поштою навіть не відкриває, то повідомлення на мобільному телефоні точно бачить. В результаті відсоток зворотних звернень від таких повідомлень значно вищий. Також мобільна програма є каталізатором для збору персональної інформації та каналом поповнення учасниками програми лояльності.

20 липня 2021 Cisco AppDynamics поділилася підсумками звіту App Attention Index, який продемонстрував, що залежність споживачів від додатків і цифрових сервісів різко зросла з початку пандемії COVID-19. 69% компаній-споживачів мобільних технологій усвідомлює, що їх застосування серйозно змінює підходи до ведення бізнесу в їхній галузі. Серед розробників мобільних технологій ця частка ще вища – 85% упевнені, що широке застосування мобільних технологій трансформує підходи до ведення бізнесу. У глобальному дослідженні взяли участь понад 13000 людей з усього світу [4].

Споживачі не звикли покладатися на додатки у всіх аспектах повсякдення, а використовують їх для полегшення соціальної взаємодії за відсутності особистого спілкування. Дослідження показало, що більшість опитаних (85%) вважають, що цифрові послуги стали важливою частиною повсякденного життя, при цьому 84% заявили, що саме цифрові технології допомогли їм благополучно пережити пандемію. Крім того, лояльність до брендів тепер дуже залежить від того, скільки компанії вкладають у розвиток цифрових послуг [4].

У 2020 році індустрія мобільних додатків набрала додатковий імпульс, подвоївши фінансові показники тих компаній, які зуміли швидко адаптуватися під мінливі умови життя та запропонувати покупцеві найбільш актуальні та важливі для нього опції: швидкий доступ до розваг, соціальних мереж, контролю здоров'я і навіть відстеження соціальних дистанції [5]. За даними AppsFlyer, четвірка найбільш завантажуваних мобільних додатків за категоріями виглядає так: розваги; комунікація та бізнес; освіта; здоров'я та фітнес [5]. Очевидно, що сьогоденній додаток повинен об'єднувати в собі декілька цілей, щоб охопити більшу кількість нових користувачів.

Ринок мобільних додатків переживає різкий стрибок вгору. Створення мобільних додатків – потужний інструмент для автоматизації бізнесу. Додаток, будучи встановленим на смартфон, знаходиться під рукою клієнтів. На відміну від сайту, додаток спочатку розрахований для роботи на смартфоні, тому не призводить до перевантаження системи смартфона і швидко завантажується. Це

збільшує лояльність клієнтів і робить доступним автоматизацію воронки продажів.

Для самовираження та відокремлення від інших конкурентів закладу допоміжної освіти з вивчення іноземної мови пропонується створити свій унікальний симулятор, котрий в реальному часі показує клієнту весь процес навчання. Головним завданням симулятора є створення віртуальної захоплюючої реальності, де герой змодельований під особисті риси користувача, так студент вивчає англійську за свого персонажа. В результаті користувач може постійно дистанційно вивчати іноземну мову, навіть коли очікує заняття. Основною цільовою групою споживачів є молоді студенти віком від 17 до 33 років. Так як, гра містить декілька сюжетів вона буде актуальна та при нагоді усім користувачам, котрі проводять час за інтерактивними іграми. Орієнтовано розробка гейм додатку буде тривати 8 місяців, гра буде підтримуватися на усіх операційних системах. Завантаження буде безкоштовним, кошти будуть отримуватися завдяки рекламі у додатку та відкриттю онлайн-магазину, що надає змогу оплатити навчання, якщо користувач не мав досвіду навчання у школі.

Користувач завантажуючи дану пропозицію швидко пробує розпочати гру та отримавши перші супер емоції може перейти у розділ «Мої курси» та спробувати перенести віртуальне навчання свого героя на себе.

Грамотне використання даного інструменту конкурентоспроможності оптимізує програму та підвищить лояльність користувачів за рахунок швидкого вирішення проблем, про які повідомляють клієнти.

Створення окремого мобільного додатку, як своєї унікальної пропозиції, являється найпотужнішим інструментом успішності організації та надасть закладу освіти певні конкурентні переваги. Конкурентний мобільний додаток збільшить частку споживачів та поширить пізнаваність закладу на ринку освітніх послуг не тільки в межах однієї країни, а й популяризує його за кордоном.

Література

1. Kotler Philipp, Fox. Karen F.A. (1985), Strategic Marketing for Educational Institutions. – New Jersey, P.7.
2. REPORT The State of Mobile 2020. App Annie: URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/itogi-razvitiya-mobil-nogo-rynka-v-2019-godu/> (дата звернення 15.03.2022).
3. Мобільний додаток: кому він дійсно потрібний і скільки коштує розробка. *Forbes*: веб-сайт. URL: <https://forbes.ua/ru/business/mobilniy-dodatok-komu-vin-diysno-potribniy-i-skilki-koshtue-rozrobka-17052021-1604> (дата звернення 15.03.2022).
4. Исследование App Attention Index: зависимость потребителей от приложений и цифровых сервисов резко выросла. *PCWEEK.ua*: веб-сайт. URL: https://www.pcweek.ua/themes/detail.php?ID=163555&THEME_ID=13880 (дата звернення 15.03.2022).
5. Мобильные тренды 2021. *Sostav.ua*: веб-сайт. URL: <https://sostav.ua/publication/mobilnye-trendy-2021-87675.html> (дата звернення 15.03.2022).

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ
ПІДПРИЄМНИЦТВО – КАТАЛІЗАТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ**

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ З УРАХУВАННЯМ ДИНАМІКИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

БУТНІК-СІВЕРСЬКИЙ О.Б.,

д.е.н., професор головний науковий співробітник сектору комерціалізації ОІВ
відділу промислової власності та комерціалізації ОІВ Науково-дослідного
інституту інтелектуальної власності НАПрН України, академік АТН України та
академік УАН, завідувач кафедри економіки, обліку та фінансів Інституту
післядипломної освіти НУХТ (м. Київ, Україна)

Становлення та розвиток інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності
**відтворює *інноваційність підприємництва майнових прав інтелектуальної
власності*, яке** виступає як особливий новаторський творчий процес пошуку
та створення нових інноваційних об'єктів права інтелектуальної власності, це
також вид господарювання, спрямований на пошук нових можливостей
зростання інтелектуального капіталу та на комерційне його використання у
встановленому законодавством порядку.

Цей вид підприємництва характеризується особливою поведінкою
підприємців-новаторів, які беруть на себе весь ризик розробки та здійснення
нового проекту виробництва інноваційного продукту/інноваційної продукції з
водночас відповідною фінансовою та технологічною відповідальністю
(інноваційно-інтелектуальній бізнес-проект).

Сьогодні виникає потреба сформувати з позиції **інноваційного
підприємництва майнових прав інтелектуальної власності** підхід до
розвитку інноваційно-активних виробничих та інтелектуальних систем, якою є
інноваційно-інтелектуальна сфера діяльності, яка враховує методичний,
економічний та правовий механізм розвитку.

При цьому, слід враховувати:

по-перше, сучасні технології та технічні рішення не лише відкривають нові можливості комерційного використання інтелектуального капіталу в економіці результатів наукового-технічного пошуку;

по – друге, висувають високі вимоги до організації виробничого-технологічного процесу його освоєння.

Зазначені вимоги стосуються правильного вибору:

форм інноваційного підприємництва **майнових прав інтелектуальної власності;**

рівня кваліфікації творчого та інженерного персоналу підприємств (фірм) та його мотивації.

Формування методико-економіко-правового механізму становлення та розвитку інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності спирається на:

- розширенні просторових меж виробництва;
- прискорення всіх процесів;
- збільшення об'єму інформації;
- науково-технічних знань;
- розвиток техніки та технологій, який спрямовано на розвиток виробництва;
- вибудову нової парадигми багатовимірності, багатоаспектності, безперервності, біфуркаційних процесів та самоорганізації в контексті синергетики;
- зміни чинників розвитку із матеріальних на інтелектуальні.

Особливої уваги слід надати *протидії корупції та тіньовий економіці*, про що мною з проф. Петренко В. О. зазначено в нашій спільній монографії «Тінізація економіки та інтелектуальної економіки як загроза національній безпеці країни та їх детінізація», виданої в НДІ ІВ НАПрНУ у 2020 р. [1].

Особливого значення набуває прослідковування тренду динаміки трансформаційних процесів, що характеризується проявом *інноваційної*

технологічної реструктуризації, яка є розвитком технологічної реструктуризації економіки України.

Тут важливим є формування та реалізація *стратегії інноваційної технологічної реструктуризації економіки*, яка потребує, на нашу думку, передбачення перспективи інвестицій та інтелектуальних зусиль за напрямом:

- прискореного розвитку сучасних інноваційних технополісів;
- різних видів інноваційних техно- та технологічних парків;
- національних транснаціональних корпорацій;
- інноваційних фінансово-промислових груп;
- інноваційних холдингів;

- інноваційних територіально-виробничих комплексів (територіальних кластерів інноваційних технологій), де такі технології розвиваються та поглиблюються.

Це стане суттєвою основою просуванню до нової інтелектуальної економіки, рівня її організації та суттєвого збільшення віддачі національного інтелектуального капіталу.

Привнесення у цей трансформаційний процес *«інноваційності»* спрямовує технологічну реструктуризацію на здійснення якісного кроку, який враховує концентрацію інтелектуальних (наукових та інженерних) зусиль на стратегічному напрямку змін в реальній національній економіці, що може реалізуватись шляхом впровадження методико-економіко-правового механізму становлення та розвитку *інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності.*

Методико-економіко-правовий механізм становлення та розвитку *інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності*, який включає в себе:

- технологічну трансформацію, яка передбачає перехід від технологій, заснованих на матеріальних засобах виробництва, до технологій, заснованих на інформації (інформаційним технологіям);
- розробку, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій;

- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм;
- фінансування фундаментальних та галузевих досліджень для забезпечення якісних змін продуктивних сил;
- розробку та розповсюдження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального і екологічного стану виробництва.

Зазначений механізм суттєво впливає на динаміку трансформаційних процесів в *інноваційно-інтелектуальній сфері діяльності*. Ключовим, зазначають науковці О. А. Гавриш, К. О. Бояринова [2], В.А Денисюк [3], М.А. Прилуцкая, В.Г. Улитин [4], Б.И. Галкин, Т.В. Аксенова [5], та інші, тут є діяльність інноваційно-активних виробничих систем, якими визнаються підприємства та їх об'єднання, а також інші різновиди виробничих формувань (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор та ін).

Пропонуємо *модель методико-економіко-правового механізму інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності*, яка **вiдтворює у загальному вигляді наступні взаємопов'язані складові:**

- *моделювання процесу формування об'єкта промислової власності;*
- *організацію процесу трансформації інтелектуальної власності;*
- *бізнес-план інноваційного підприємництва **майнових прав інтелектуальної власності;***
- *етапи процесу інноваційного підприємництва **майнових прав інтелектуальної власності;***
- *механізм комерціалізації **майнових прав інтелектуальної власності.***

Кожна складова моделі методико-економіко-правового механізму інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності та інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності може включати наступні дії за змістом:

1. *Моделювання процесу формування об'єкта права промислової власності та введення його у господарський обіг.*

2. *Організацію процесу трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт/інноваційну продукцію – що є побудова і реалізація проекту інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності за відповідними стадіями інвестиційного проектування, до яких належать:*

Інноваційний підприємницький проект, який охоплює стадію інноваційної підприємницької діяльності науково-дослідних, дослідно-конструкторських установ, як частину загального інноваційного процесу, а саме:

1) пошук і розробка ідей (фундаментальні і пошукові науково-дослідні роботи, відкриття, задуми, пропозиції);

2) здійснення науково дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) (створення дослідного зразка, діючого прототипу, тобто демонстрація реалізації ідей);

3) проведення цілеспрямованої підприємницької науково-дослідної роботи, розробка технологічного процесу та його матеріального забезпечення, що є науково-дослідним підприємництвом.

Цей інноваційний підприємницький проект описує стадію науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт в загальному підприємницькому інноваційному процесі.

Інноваційний підприємницький проект охоплює стадії інноваційної підприємницької діяльності підприємств, як частину загального інноваційного процесу, а саме:

1) організацію нового виробництва (мале, велике);

2) випуск нової інноваційної продукції;

3) організація сервісної підтримки нової інноваційної продукції,

Цей інноваційний підприємницький проект описує стадію інноваційної підприємницької діяльності підприємств в загальному інноваційному підприємницькому процесі.

3. *Бізнес-план інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності* – це основний документ, що дозволяє здійснити оцінку та обґрунтувати інноваційного підприємницького проекту. В ньому проводиться опис аспектів майбутнього інноваційного підприємницького проекту, аналізуються проблеми, що можуть виникнути в процесі його здійснення, визначаються шляхи їх рішення.

4. Етапи процесу інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності, які включають:

- 1) вибір варіанту створення нового виробу або нової продукції (на основі діючої моделі, розробки принципово нового виробу або нової продукції);
- 2) генерація і відбір найбільш вдалих ідей створення нового виробу або нової продукції;
- 3) фільтрація (відбір) ідей – виключення непідходящих для подальшого розгляду;
- 4) кінцевий вибір ідеї;
- 5) етап НДДКР і створення конструкторського прототипу;
- 6) інноваційної продукції для дослідження в ринкових умовах;
- 7) реалізація більш масштабних планів:
 - модифікація виробів та їх дрібносерійне виробництво або модифікація продукції та її невелике виробництво, освоєння ринку та його сегментів;
 - визнання, що ідея була помилковою; припинення виробництва;
- 8) зустрічне рішення про випуску нового виробу та його серійне чи його масове виробництво або виробництво нової продукції у великих розмірах.

5. Механізм комерціалізації майнових прав інтелектуальної власності, яким є відтворення руху інтелектуального капіталу з метою отримання прибутку (доданої вартості), а також правове регулювання господарської діяльності з об'єктами права інтелектуальної власності.

Наведена модель методико-економіко-правового механізму інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності та **інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності в окремих її складових на практиці вже використовується, а сам механізм комерціалізації майнових прав інтелектуальної власності має розповсюдження в діяльності виробничих формувань при здійсненні інноваційної діяльності в реальній економіці країни з різною активністю та правовим забезпеченням.**

Слід відмітити, що прискорення розвитку методико-економіко-правового механізму становлення та розвитку *інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності* характеризується за напрямом результативності та ефективності.

В умовах трансформаційних процесів інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності та інноваційно-активних виробничих та інтелектуальних систем можливе залучення інноваційного фінансового інституту краудфандінгу ([англ. Crowdfunding](#), crowd — [«громада](#), гурт, юрба», funding – «фінансування»), який розглядають як інструмент фінансування проектів шляхом відкритого заклику на основі матеріальної чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів (використання інтернет-платформ, що поєднує кредиторів та позичальників; переважання малих та середніх підприємств серед його учасників тощо).

Результативність показує ступінь досягнення проголошених цілей механізму, а саме наскільки результати наблизилися до задекларованих завдань. Ефективність показує співвідношення між витратами на здійснення механізму та досягнутими результатами, який може вимірюватися як у натуральних показниках (продуктивність праці, фондоозброєність, фондодіддача тощо), так і у вартісних (якщо можлива грошова оцінка всіх витрат і результатів).

Підсумовуючи зазначимо:

- трансформаційний процес *«інноваційності»* спрямовує технологічну реструктуризацію на здійснення якісного кроку, який враховує концентрацію

інтелектуальних (наукових та інженерних) зусиль на стратегічному напрямку змін в реальній національній економіці;

- прискорення розвитку методико-економіко-правового механізму становлення та розвитку інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності та **інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності** враховується за напрямом результативності та ефективності;

- в умовах трансформаційних процесів інноваційно-інтелектуальної сфери діяльності та **інноваційного підприємництва майнових прав інтелектуальної власності**, запропоновано розвинути інноваційний фінансовий інститут краудфандінг, який розглядається як інструмент фінансування проектів шляхом відкритого заклику на основі матеріальної чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів.

Список використаних джерел

1. Тінізація економіки та інтелектуальної економіки як загроза національній безпеці країни та їх детінізація: монографія / О.Б. Бутнік-Сіверський, О.П. Петренко /за наук. редакцією д.е.н., проф. Бутнік-Сіверського О.Б.; НДІ інтелектуальної власності НАПРНУ. К. : Видавництво ТОВ НВО «Інтерсервіс», 2020.- 108 с.

2. Гавриш О. А. Диференціація промислових підприємств як інноваційно функціонуючих виробничо-економічних систем / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова // [Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"](#). - 2015. - № 12. - С. 417-424. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_61.

3. Денисюк В.А. Инновационно-активные промышленные предприятия: методология, показатели в Украине, задачи развития / В.А. Денисюк // Проблемы и перспективы инновационного развития экономики. Материалы десятой международной научно-практической конференции по инновационной деятельности. Киев–Симферополь–Алушта, 2005. –С. 57–66.

4. Прилуцкая М.А. Позиционирование высокотехнологичных производств в современной экономической системе России / М.А. Прилуцкая, В.Г. Улитин // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. –2010. –№ 12. –С. 16-19.

5. Галкин Б.И. Особенности определения цели деятельности наукоемких предприятий для модернизации их потенциала / Б.И. Галкин, Т.В. Аксенова // Организатор производства. –2011. – № 3. – С. 44-49.

ІНФОРМАЦІЙНО-ЗНАННЄВА ОСНОВА СУЧАСНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Н.Г. ПАРХОМЕНКО,

к.х. н., професор

Національний транспортний університет, м. Київ

Г. О. ПАРХОМЕНКО,

студент, Національний транспортний університет, м. Київ

О.В. ПАРХОМЕНКО,

к.є.н., доцент, Український інститут науково-технічної та
економічної інформації, м. Київ

Вирішальну роль в постіндустріальній економіці відводиться інформації, знанням, інтелектуальній праці, з якими пов'язують подальший розвиток панування економіки знань, а тому саме при цих умовах людина перестає бути тільки «економічною людиною», а отримує можливість будувати відносини з іншими суб'єктами економічного життя на якісно нових принципах.

Слід також зазначити, що ми живемо в особливий період, період поступового переходу в нову епоху, епоху використання знань та інтелекту людини, характерною ознакою якої є визначальна роль його духовності, законів природи, духовно орієнтованої освіти і науки як головних визначальних чинників суспільного прогресу[1]. Життя в гармонії з законами природи є одним з головних вимог сучасного розвитку.

Сучасне наповнення нашого життя спрямовано на подальшого розуміння методологічної сутності і практичного значення духовно-енергетичної компоненти в сучасному соціально-економічному розвитку, а також на оцінку ролі інтелектуальної та духовної складових покоління людей XXI століття.

Цивілізаційні зміни стосуються кожної людини, тому знання процесів, що відбуваються навколо нас, можуть допомогти швидше переорієнтувати поведінку

кожної людини на нові принципи свого існування і швидше знайти гідне місце в бурхливих інформаційних змінах сучасного цивілізаційного розвитку[2].

На жаль, значення людини в методологічних моделях соціально-економічного розвитку все ще досліджується спрощено. На сучасному етапі розвитку економіки і суспільства, економічна і соціальна складові суспільного прогресу помінялися місцями, домінантою номер один стають соціально-трудова відносини, людська складова. Ось чому інформаційно-знаннева основа розвитку стає фундаментом прогресу.

Твердження, що людина при прогресі уходить в минуле і є помилковим сприйняттям дійсності. Розуміння, що соціальна складова повинна бути похідною від економічної, не випадково, а є подальшим сприйняттям людини тільки як працівника, реалізація здібностей і самореалізація якого можливі тільки на виробництві. Процеси і явища, що відбуваються в сучасному середовищі, вимагають впровадження нових принципів формування соціальної політики, усвідомлення її сучасної ролі в забезпеченні соціальної динаміки.

У сучасних умовах соціально-економічного розвитку економічні показники все менше постають у вигляді фундаментальної основи. Фундаментальною основою розвитку все більше стають складові позаекономічних чинників - морально-духовні, пов'язані з свідомістю, вічними людськими цінностями як індивідуального, так і суспільного характеру. Сьогодні соціальна компонента не може бути другорядною, коли магістральним напрямом прогресу цивілізації стає формування економіки знань та інновацій.

У сучасній реальності роль людини переходить в категорію стратегічного ресурсу. Вже не можна дотримуватися традиційних уявлень про взаємозв'язок економічного і соціального розвитку, які сформувалися в епоху індустріалізму.

Виходить, що економіка знань, новий формат поглядів на первинність економічного і соціального, нових можливостей людини - це майбутнє, яке стрімко наступає в нашому житті і тільки наш старий погляд заважає бачити очевидне.

У постіндустріальному соціально- економічному розвитку практично все створюється і формується за новими правилами: це нові умови і форми обміну інформацією, нові швидкості переміщення матеріальних, фінансових і соціальних ресурсів, це і нові відносини між людиною і суспільством, це і застосування нових технологій та інших інновацій для виробництва продукції і послуг.

Сучасний розвиток формується на базі великомасштабних змін в структурі і якості виробничих факторів, а саме: зростання знань, інформації, інтелекту та інновацій, які все більше перетворюються в провідну доміную змін на всіх етапах створення нових товарів і послуг. Таким чином соціальна і економічна системи, маючи протиріччя, об'єднуючись на меті, доповнюють одне одного, а це означає що людина і суспільство повинні працювати одночасно на одну мету, але в сучасних умовах розвитку людина стає пріоритетом розвитку, яка є носієм знань, компетенцій, інтелекту, інновацій.

Розглянемо за рахунок якого практичного інструменту людині вдається сьогодні встигати бути успішною. Ми вважаємо, що в основі її успіху і розкриття нових можливостей знаходяться природні категорії «інформація» і «знання». Саме економічна система «інформація-людина-знання» стає ведучою частиною розвитку.

Дослідження в сфері зв'язку категорій «інформації» і «знання» привели нас до можливості зробити спробу узагальнення і пропонувати авторську концепцію сучасного розвитку. Раніше наукова спільнота і суспільство сприймали да ще і зараз сприймають в основному *матеріалістичний* погляд на розуміння реальності. Але аналіз теорій і законів доводить, що реальність є *матеріально-енергетичною*. А тому, нам здається, що сьогодні, вже настав час створення нової концепції розуміння реальності, яка вимагає докорінних змін в нашому житті, починаючи з формування нової свідомості людини щодо сприйняття дійсності.

За авторським розумінням в сутність природних категорій «інформація» і «знання» ми вкладаємо наступний зміст. Є багато визначень терміну «інформація». Ми дотримуємося думки, що інформація дзеркальним

відображенням зміни енергії і матерії в просторі та часі. Інформація є базовим ресурсом соціально-економічного, технологічного та культурного розвитку.

Сьогодні на зміну економічної теорії К. Маркса, яка базувалася на ресурсах і фізичній праці прийшла теорія П. Ромера, яка базується на трьох складових, а саме на знаннях, ресурсах і фізичній праці. Відповідно теорії П. Ромера **знанням** відводиться 60% розвитку, а останні додають ресурси і фізична праця. Знання є основним джерелом соціально-економічного розвитку [3].

Знання це результат творчої праці людини по перетворенню природної та соціальної інформації в творчий продукт під визначену мету. Процес створення знання завершується *прийнятим рішенням*. Знання може зробити тільки людина, а тому знання є *особистим надбанням, її інтелектуальною власністю*. Володар знань вирішує подальшу долю їх використання, він може залишити їх у вигляді «ноу-хау», запатентувати або перевести в інформацію шляхом публікації. Знання створює людина шляхом збору, аналізу і перетворення її в знання відповідно до сформованої мети. Це свідчить про те, що знання є енергією[3], яка відповідно до закону А. Ейнштейна матеріалізується в продукцію або послугу.

Ейнштейн об'єднав масу, енергію і рух в простій формулі, яка сьогодні відома кожному школяреві: $E = mc^2$.

До Ейнштейна концепції маси і енергії у фізиці розглядалися окремо. Ейнштейн поєднав матерію, енергію і рух у взаємопов'язану систему існування природи. Він довів, що матерія перетворюється в енергію і навпаки - енергія в матерію[4].

На заключення можливо зробити деякі узагальнення, а саме: матеріалізуються знання, які є результатом обробки інформації відповідно до мети. Авторами показано, що розвиток здійснюється за наявності діалектичної системи *«інформація-людина-знання»*, яка реалізується в гармонії з законами природи.

Людина перетворює інформацію в знання відповідно до мети, а тому сучасний цивілізаційний розвиток одночасно залежить як від інформації так і від знань, ось чому ми дотримуємося інформаційно-знаннєвої концепції розвитку[5].

Якщо в індустріальній економіці роль суспільної системи була вирішальною, а технологічні цикли довгими, то в сучасних умовах все змінюється на користь людини. Знання, які створює людина, стають основою швидкого розвитку і тому роль творчої праці, умови для її здійснення, мотивація творця, захист його інтересів повинно виходити до державних пріоритетів. Оптимально-вигідна взаємодія суспільства і окремого її члена і є основою інноваційного шляху розвитку.

Список використаних джерел:

1. Степанова Т. Е. Экономика, основанная на знаниях (теория и практика): учебное пособие / Т. Е. Степанова, Н. В. Манохина. – М.: Гардарики, 2008. – 238 с.
2. Пархоменко О.В. Інформація і знання:теоретичні основи :підручник для студентів вищих навчальних закладів / О.В.Пархоменко. Хмельницький: ХмЦНІ, 2012. 272 с.
3. Ромер.П. Растущий оборот прибылей и долгосрочный экономический рост. – Журнал политической экономии 94:5, октябрь, 1986. – С. 1002-1011.
4. Джеммер М. Понятие массы в классической и современной физике. — М. : Прогресс, 1967.— 255с.
5. Пархоменко О. В. Базова відмінність знання від інформації і взаємозв'язок між ними / О. В. Пархоменко, А. О. Пархоменко // Наука, Технології, Інновації / 2021.

**FORMATION OF DAMAGES FROM VIOLATION OF INTELLECTUAL
PROPERTY RIGHTS**

SZABOLCS NAGY

doctor of Economics, Professor, Deputy Dean of the Faculty of Economics University
of Miskolc (Miskolc, Hungary)

TKACHOV MAKSYM

PhD, Associate Professor of the Department of Law, NTU «Kharkiv Polytechnic
Institute» (Kharkov, Ukraine)

PETRO PEREREVA

doctor of Economics, Professor, Head of Department of Business Economics and
International Economic Relations, NTU «Kharkiv Polytechnic Institute» (Kharkov,
Ukraine)

The generalization of the available scientific developments allowed the authors to identify, supplement and substantiate the following types (directions of formation) of economic losses of patent holders from infringement of intellectual property rights (the appearance of counterfeit, counterfeit).

1. Decreased consumer confidence in goods and services manufactured using a registered trademark. The presence of this type of damage occurs when counterfeit products have significant differences in quality compared to the original. As experience shows, a consumer who purchases a certain product or service is practically not at all interested in the fact whose exclusive rights to a trademark are violated or not.

2. Reducing the market share that was at the disposal of the trademark owner. The presence of this type of damage occurs when the counterfeit products do not have significant differences in quality compared to the original product. But for any product, the market capacity has corresponding limits, which are not so easy to expand. The appearance of additionally manufactured products with similar consumer qualities will inevitably lead to certain negative consequences for the

manufacturer: a decrease in sales of original products and the creation of excess stocks; the need to reduce prices to eliminate excess stocks (according to the law of demand). Note that in this case the capacity of the target market may not change, or may continue to grow, but the relative share of the right holder (licensor and/or licensee) will decrease rather than increase, or will increase at a slower pace.

3. Shortage of license fees by the right holder. The practice of patent-licensing market relations implies the existence of a license agreement between the patent holder (licensor) and the patent holder (licensee), which provides for the official permission of the copyright holder to use his intellectual product. For this permission, the licensee pays the licensor a certain fee in the form of a royalty or a lump sum, or a combination of both. If the rights to a trademark or other object of intellectual property are violated, then the right holder will not receive part of these payments under the current license agreements due to the fact that part of the products sold on this market was replaced by counterfeit or commercial offers for its supply to more profitable sellers and consumers (primarily in terms of price) conditions. Accordingly, its total income decreases, which leads to a decrease not only in the valuation of this intellectual property object, but also in the value of this business as a whole. Economic losses can be especially noticeable when the license fee is received by the licensor in the form of royalties.

4. Increasing the share of semi-fixed advertising costs. The value and prestige of the product and, accordingly, its trademark is largely ensured by the advertising and information impact of the subjects of the market process. All costs of financing this process, as a rule, are borne by the right holder, therefore, in case of violation of trademark rights, that is, the appearance of counterfeit (counterfeit) products on the market, the effectiveness of promotional activities will have an objective tendency to decrease. Under these conditions, in order to achieve the set goals related to this intellectual property object, it becomes necessary to increase the cost of additional advertising and information activities in order to restore business reputation and consumer confidence in connection with the violation of intellectual property rights.

5. Shortfall in income or profit (lost profit) by the right holder or owner of an exclusive license (licensee) due to the fact that part of the products sold on this market was replaced by counterfeit goods. At the same time, the right holder was unable to independently sell (deliver) the original product to the territory or market of the patent due to the supply by the infringer of counterfeit (falsified) products or the use of the patented method of its production in the territory of the patent. Our research indicates that lost profits or lost profits are extremely difficult to define and prove.

6. Shortfall in income or profit (lost profit) by the right holder due to the failure to conclude commercial agreements with potential licensees, directly related to the appearance on the target market of counterfeit (falsified) products or the use of a patented method of its production in the territory of the possible validity of a license that was supposed to be issued to a third party and interest in which the third party as a result of the actions of the offender has been reduced or completely disappeared. A similar situation may occur when there are opportunities to assign a patent on certain commercial terms, but due to the same circumstances, such an agreement may become impossible, which can potentially lead to the loss of potential income opportunities for the patent owner (lost profits).

7. Potential losses (lost profits) resulting from the total or partial refusal of existing counterparties to supply batches of products manufactured using intellectual property (inventions, utility models, industrial designs, etc.) that are protected by patents. Along with this, there may also be cases of contraction of negotiations with potential consumers of such products in connection with the appearance on this market of counterfeit (falsified) products or commercial offers for their supply on more favorable terms for sellers and consumers (in terms of price). The status of lost profits in this direction can receive the status of direct losses if the refusal to supply concerns already manufactured products. And such a situation is more than possible, since deliveries do not always occur evenly, stocks of finished products can vary from zero (there are no stocks at all) to very impressive sizes.

8. Direct economic damage, along with lost profits, arises from the licensor (right holder) even when the licensee, on its own initiative, exceeds the amount of exclusive rights transferred to it under the license in relation to production volumes; the territories where it is produced, sold and consumed; type of license, etc.

9. Increase in specific costs of right holders for logistics. When counterfeit products appear on the market, the rate and quantity of sales of original products decreases, which can lead to an increase in the inventory of products from the copyright holder (and, accordingly, to an increase in the cost of their maintenance), changes in the schedule and rhythm of transporting products both to warehouses and to places direct sale.

10. Direct economic damage to the licensor in connection with the early termination of license agreements at the initiative of the licensee due to existing losses in the use of the license and making a decision on its inefficient use. Moreover, a number of measures that were or could be taken to eliminate violations in the field of exclusive rights did not give positive results. Or these consequences were not effective enough.

11. Economic damage from the production of excess products. In some cases, losses in this area can be very significant, since the future of a part of the already manufactured original products, when the potential demand for it is replaced by counterfeit (fake), remains uncertain.

12. Collateral economic damage, the essence of which lies in the fact that difficulties in the production, sale and use of original products may affect other products that are in some way related to the main product.

13. Moral damage (damage) inflicted on right holders as an individual (in addition to direct and potential economic losses by court decision) or damage caused to the business reputation of the right holder as a legal entity (decrease in the value of goodwill). The latter can be determined on the basis of certain quantitative economic calculations, since, unlike non-pecuniary damage to an individual, there is a certain scientific and methodological basis for calculating the value of goodwill before the violation of the rights of the copyright holder and after this violation has been committed.

References

1. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
2. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
3. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
4. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
5. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
6. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПИ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
7. Kobielieva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
8. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
9. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
10. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
11. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolz University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.

12. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
13. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
15. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
16. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
17. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
18. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч. посібник для інж.-техн. вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
20. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.

**LEGAL PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS - A
CONDITION FOR THEIR SUCCESSFUL COMMERCIALIZATION**

SCHIMPF KARIN

PhD, Associate Professor of Magdeburg University Otto-von-Guericke (Magdeburg,
Germany)

PETRO PEREREVA

doctor of Economics, Professor, Head of Department of Business Economics and
International Economic Relations, NTU «Kharkiv Polytechnic Institute» (Kharkov,
Ukraine)

In order to commercialize the results of intellectual activity of industrial enterprises effectively and without unreasonable costs, it is first of all necessary to get an idea of the intellectual property already owned by enterprises and of which intellectual property objects can potentially benefit from the point of view of income, competitiveness, financial stability. This process includes, among other things, the study of the latest technologies of competitors. Such an analysis will give an idea of which intangible assets are necessary and which are useless, which intellectual property should be created within the company or acquired from other copyright holders.

For the commercialization of each intellectual property object, the most suitable legal protection regimes are extremely important. The rights to all objects are registered, deposited, patented, if necessary, a trade secret regime (know-how, production secrets) is introduced. The ways of commercialization of intellectual property that can maximize the profit of the company are determined.

Ensuring the legal protection of R&D results is one of the most important conditions for their introduction into economic circulation, the creation of an innovative market. Legal protection allows you to create a basis for observing the interests of our country, authors, investors and manufacturers of products from unfair competition in the process of disseminating these results.

The latest technologies have become the main factor in economic development, in connection with which economic competition is increasingly determined by scientific and technical competition, which increases the role of intellectual property and stimulates scientific and technological progress, because reliable legal protection is a necessary condition for the creation and use of new technologies.

No matter how good the proposed science-intensive products are, their successful implementation is impossible without ensuring the safety of the rights to it or ensuring the safety of the rights of third parties. Thus, the protection of intellectual property today is one of the main aspects of relations.

Leaders of various structures are aware that commercial success also depends on the effective use of intellectual property, but often do not link the management of intellectual property with appropriate production processes and management decisions.

It is very important to consider not only what commercial success is due to obtaining patent legal protection, but also how great is the risk of disclosure of information contained in the application materials. After all, by patenting an invention, we agree to the publication of the information contained in the patent in exchange for the provision of legal protection for a certain period. That is, we are granted exclusive rights, and the information becomes publicly available.

Therefore, special attention should be paid to the development of an intellectual property management strategy at all stages of its creation and development. In the absence of legal protection for objects of exclusive rights, which by law excludes the possibility of illegal reproduction or use by third parties of the same object, developers would hardly have an incentive to create and develop their creations.

It should be noted that in addition to the right holder, who benefits from the industrial use of intellectual property and the prohibition of its use by third parties, consumers also benefit in a sense, since the protection of intellectual property, fair competition and fair-trade practices promote creativity and thus lead to the creation more attractive and diverse consumer products.

In addition to patenting, there is another way to obtain protection, which is to keep information constituting a trade secret (know-how) as a trade secret. The complexity of this method lies in the fact that information protected in the trade secret regime can be simply disclosed or otherwise disclosed, and then its further preservation in the trade secret regime becomes meaningless, and the information becomes available to third parties. In the presence of a patent, it does not matter that someone else knows about the features of your invention, which can be gleaned from the description of the application for this invention. So, it doesn't matter how public the information is; if you have a patent, you will be protected.

In addition to these advantages for patent holders, there is also the danger of using the information contained in the materials of patent documentation for copying.

As can be seen, patent protection of intellectual property in different cases can be both a source of security threats and a tool to ensure it.

On the one hand, one of the threats to the economic security of an enterprise is the right of competitors to impose a ban on the production of products that are subject to their exclusive rights. On the other hand, the presence of an intellectual resource (that is, published information) expands the circle of participants in the innovation cycle, replicating products containing intellectual property, to the detriment of economic entities that have previously started in the innovation process.

Thus, the problem of protecting and protecting intellectual property is of particular importance for the security of the national economy. The prevalence of counterfeit products leads to a number of strategic losses for Ukrainian producers and consumers. Piracy not only brings losses to high-tech industries, owners of well-known domestic brands, corporations seeking to use advanced technologies, but also affects the country's reputation.

Therefore, an important stabilizing and stimulating role is played by a high-quality system of legal protection and protection of intellectual property, which helps to ensure fair competition, and also performs a control function over compliance with the law in the processes of creation, distribution and use of intellectual property, which will reduce the number of offenses in this area.

Another problem in the development of a competitive economy is the need to develop mechanisms for implementing the results of domestic research. This is possible only if the quality of domestic developments in the form of technologies ready for production is improved, especially since the presence of a patent regime for the protection of the results of intellectual activity in various countries of the world leads to the need to ensure their patent purity, which implies its use on the territory of certain countries without violating exclusive rights third parties.

Every year the importance of intellectual property and its legislative regulation in our country is growing, and companies are paying more and more attention to their developments and their protection. The commercialization of intellectual property in Russia is not yet widespread, but is gradually gaining momentum. For example, educational programs on business and entrepreneurship include relevant courses, there are a number of companies providing audit and consulting services, etc.

Intellectual property itself, without its further commercialization, does not always bring income. And at the same time, as we wanted to show in this report, the most important success factor is the legal protection and protection of intellectual property. In addition, the commercialization of an intellectual property object at industrial enterprises is an order of magnitude easier if it is initially planned when creating this object and even earlier - when planning research work to create it.

References

1. Чернуха А.В. Роль интеллектуальной собственности в концепции национальной безопасности // Право и безопасность. 2008. https://dpr.ru/pravo/pravo_23_4.htm
2. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
3. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.

4. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
5. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
6. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobielieva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
7. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
8. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПИ": зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.*
9. Kobielieva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
10. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.

15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
17. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
18. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
19. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
20. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
21. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.
22. Romanchik, T.V., Kobeleva, T.O., Pererva, P.G. Compliance as a factor of innovative development of the enterprise. *Bulletin of NTU "KhPI": Economic Sciences Series*, 2018, №1, P.205-220.
23. Schimpf, K., Gladenko, I., Pererva P.G. Monitoring of Efficiency of Innovative Activity of Industrial Enterprise // *Theory, Methodology, Practice*. 2010. Vol. 6, № 2. 63-68. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26822>
24. Tkachev, M., Pererva, P., Kobielieva, T., Tkacheva N. Modeling the marketing characteristics of market capacity for electrical automation // *Marketing and Management of Innovations*. 2017. № 4. С. 67-74.

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕС-ПРОЕКТУ

І.В. ДОЛИНА

к.е.н, професор кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

В основі якісних зрушень, що відбуваються в українській економіці, лежить інноваційна спрямованість стратегії та тактики розвитку промислового виробництва. Інноваційна бізнес-активність економіки набула характеру головного соціально-економічного процесу в індустріально розвинених країнах. Зміни факторів виробництва виражаються у зростанні їх інформаційної, інтелектуальної та інноваційної складових. Ці тенденції тісно пов'язані з трансформацією форм та методів організації суб'єктів господарської діяльності та управління ними.

Завданням інноваційної бізнес-діяльності є створення нових виробів (або послуг), які будуть основою виробничої діяльності фірми у майбутньому. При проведенні інноваційної діяльності, природно, повинні враховуватися виробничі культура, традиції, організація, інфраструктура, технологічний рівень, кадровий потенціал і т. д. Але, мабуть, найважливішою обставиною є те, що інноваційна бізнес-діяльність як діяльність, звернена в майбутнє, тісно пов'язана і взаємно визначає стратегічний менеджмент фірми. Стратегія перетворюється на реальність тільки в результаті розробки конкретного продукту чи процесу. Витрати на інноваційну бізнес-діяльність - це вкладення у майбутнє фірми, але водночас пов'язані з високими невизначеністю і ризиком.

Все викладене дає підстави зробити висновок, що в більшості випадків управління інноваційною бізнес-діяльністю (прогнозування, планування, оцінка

проектів, організація та комплексне управління, контроль) - стратегічно важливіше завдання, ніж власне виконання інноваційної бізнес-діяльності (важливіше визначити правильний напрямок руху, ніж зосередитися на конкретних кроках у цьому напрямі).

Таким чином, метою даного дослідження являється розгляд та вивчення порядку формування структури інноваційних бізнес-проектів. Поняття «інноваційний бізнес-проект» може розглядатися у кількох аспектах: як сукупність заходів для досягнення інноваційних бізнес-цілей, як процес здійснення інноваційної бізнес-діяльності, як пакет документів, що обґрунтовують та описують ці бізнес-заходи. Ці три аспекти підкреслюють значення інноваційного бізнес-проекту як форми організації та цільового управління інноваційною бізнес-діяльністю. Інноваційний бізнес-проект є складною системою процесів, взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами та стадіями. Ринкові механізми координації бізнес-діяльності підприємств у галузі розробки, впровадження та комерціалізації нововведень дуже недосконалі. Це зумовлено і станом української економіки, і неблагополучним інвестиційним кліматом та інерційністю великих промислових підприємств, і нестачею ресурсів малого бізнесу. Однією з найбільш сприятливих можливостей створення та впровадження нововведень є особлива система організації та фінансування інноваційних бізнес-проектів.

Формування інноваційних бізнес-проектів на вирішення найважливіших науково-технічних проблем забезпечує комплексний, системний підхід. Залежно від виду проекту у його реалізації можуть брати участь десятки організацій проектного та промислового профілю, різноманітні фінансові інститути, наукові, громадські та державні установи, комерційні структури. Таким чином, реалізація задуму інноваційного бізнес-проекту забезпечується десятками учасників та організацій. Розмаїття цілей та завдань інноваційного бізнес-розвитку визначає безліч різновидів інноваційних та науково-технічних бізнес-проектів.

Розробка інноваційного бізнес-проекту – тривалий та дуже дорогий процес. Від початкової ідеї до експлуатації цей процес може бути представлений у вигляді циклу, що складається з трьох окремих фаз: передінвестиційної, інвестиційної та експлуатаційної. Інноваційні бізнес-проекти також характеризуються високою невизначеністю на усіх стадіях інноваційного циклу. Слід також вказати, що нововведення, які успішно минули стадію випробування та впровадження у виробництво, можуть бути не прийняті ринком, тоді їх виробництво має бути припинено. Багато бізнес-проектів дають результати на першій стадії розробки, але потім при неясній ресурсній або техніко-технологічній перспективі повинні бути закриті для подальшого виконання.

Досвід інноваційної діяльності на промислових підприємствах нашої країни свідчить про те, що навіть найуспішніші бізнес-проекти не застраховані від ринкових невдач: будь-якої миті на протязі їх життєвого циклу у конкурента може з'явитися більш перспективна по оцінкам споживачів новинка. Також для інноваційного бізнес-проекту в порівнянні з інвестиційним проектом є наявність на кожному етапі його життєвого циклу декількох можливих варіантів розвитку. Якщо після відбору інноваційного бізнес-проекту здійснюється лише одне-єдине рішення, яке слід реалізувати, то в цьому випадку інноваційний бізнес-проект вимагає нової переоцінки та перегляду на наступних етапах та в численних контрольних точках. Інновація у своїй основі характеризується альтернативністю та багатоваріантністю рішень. Звідси виникає складність прогнозування.

Інновації можуть бути успішними, якщо будуть підкріплені сконцентрованими та скоординованими діями всіх зацікавлених сторін – держави та приватного сектору. Для вироблення та здійснення таких економічно обґрунтованих, скоординованих дій інноваційної стратегії України конче необхідна розробка державної інформаційної системи «Інноваційна політика реального сектора економіки». Її використання допоможе

підприємствам та організаціям у коригуванні стратегії та тактики їх інноваційної та підприємницької діяльності.

Література

1. Гольдштейн Г.Я. Иинновационный менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2004. 267 с.
2. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Тovaжнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
3. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
4. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
5. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolz University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
6. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
7. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
8. Тovaжнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
9. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.

10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
17. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
18. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.

**ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

А.В. КОБЄЛЄВА

аспірант кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Аналіз процесу комерціалізації інноваційних продуктів на ринку обладнання для електротехніки та електроенергетики виявив його уповільнення через відсутність об'єктивних інструментів обґрунтування рішень у цьому процесі. Причини такого стану слід вбачати у відсутності детальної науково-методичної проробки процесів виробничо-комерційної діяльності цієї сфери економіки.

Аналіз специфіки галузі показує, що електротехнічні та електроенергетичні підприємства в сфері інноваційно-інтелектуальної діяльності мають суттєві особливості, які, на нашу думку, слід обов'язково враховувати при розробці планів по трансферу об'єктів інтелектуальної власності або їх комерціалізації. До цих особливостей в першу чергу рекомендується віднести наступне.

1. Електротехніка та електроенергетика - найскладніша система національної економіки, що складається з безлічі різних елементів (від генеруючих потужностей до приймальних пристроїв у споживачів, які пов'язані мережами складної топології), в якій технологічний збій в одній точці призводить до технологічного збою у виробництві або споживанні всього взаємопов'язаного національного комплексу та значних втрат на всіх рівнях економіки країни.

2. В електротехніці та електроенергетиці в єдиній системі задіяні гігантські потужності, тому до всіх продуктів на ринку обладнання для електротехніки та електроенергетики пред'являються підвищені вимоги надійності, безпеки, якості функціонування, а також впливу на навколишнє середовище та персонал, отже, велику роль набувають різних випробувань та сертифікації продуктів.

3. Електротехніці та електроенергетиці притаманні значні втрати при передачі енергії на великі відстані (до 30 %), що також висуває до інноваційних продуктів, які передбачається комерціалізувати відповідними підприємствами, підвищені вимоги.

4. Енергосистеми пов'язують генеруючі потужності з великою кількістю споживачів: у домашніх господарствах, у промисловості та сфері послуг, у соціальному секторі, в оборонному комплексі тощо, що призводить до необхідності організації чіткого контролю норм споживання та оплати енергії споживачами, втрат енергії, її споживання на власні потреби. Без застосування цифрових технологій такий контроль практично неможливий.

5. Формування підвищених вимог до електротехнічного та енергетичного обладнання призвело до появи та розвитку інноваційних ніш на цьому ринку. Найбільші електротехнічні та енергетичні підприємства України щорічно вкладають значні фінансові ресурси у розвиток інноваційної діяльності, виступають ініціаторами для відбору інновацій з метою їх комерціалізації.

6. Поява об'єктів інтелектуальної власності і створених на їх основі інновацій та розвиток ринку обладнання для електротехніки та електроенергетики визначається як розвитком самої електроенергетики, так і загальними тенденціями науково-технічного прогресу (приклад, впровадження в практику інноваційної діяльності цифрових технологій).

Ринкові механізми нині сприяють розвитку та впровадження нових інноваційних технологій, тобто виникає проблема комерціалізації інновацій, яка найбільше простежується в самих різних сегментах ринку продукції електротехніки та електроенергетики.

Ринок інновацій для електроенергетики в Україні вимагає збільшення кількості інноваційних пропозицій, що надходять на нього, незважаючи на те, що він тільки не так давно почав активно формуватися. Враховуючи, що життєвий цикл інновацій в електроенергетиці суттєво довший, ніж в інших галузях національної економіки (від півтора року і більше), формуються високі ризики для підприємств-інвесторів, які зумовлені тим, що на ринку за цей час може виникнути продукт-замінник інноваційного проекту (продукт-субститут), що інвестується.

Відсутність розроблених підходів до обґрунтування впровадження інноваційних рішень на ринку обладнання для електроенергетики, особливо на ранніх стадіях життєвого циклу інновації, обумовлює актуальність теми цього дослідження. Тільки багатофакторний аналіз усіх складових інноваційного проекту дозволить забезпечити його технічну реалізованість, економічну ефективність, задоволення вимог якості, надійності та соціальної значущості розробки, що є необхідною умовою успішного розвитку сучасної електротехніки та електроенергетики.

Проведений аналіз дозволив виявити, що в даний час на українських підприємствах інноваційного *оновлення* потреб близько 20 % номенклатурних позицій. Встановлено та обґрунтовано наступні проблеми розвитку інноваційної діяльності в електротехніці та електроенергетиці.

1. Має місце складність переходу інноваційних розробок на заключну стадію виробництва нової продукції, складність прогнозування ринкових показників інноваційних продуктів, складність залучення приватних інвестицій.

2. Також мають місце певні труднощі виведення інноваційного продукту на ринок через складність процесів прогнозування ринкових показників та комерційних потоків.

3. Знижується інвестиційна активність інвесторів в інноваційну діяльність у зв'язку із підвищенням інноваційних ризиків.

4. Спостерігається суттєве підвищення технологічних та економічних вимог до нових продуктів на електротехнічному ринку.

5. Має місце нагальна необхідність оновлення на сьогодні застарілих основних фондів відповідно до вимог проектів підвищення енергоефективності та зниження енерговитрат.

Загалом, можна стверджувати, що українській електроенергетиці вже зараз необхідно звертати більше уваги на інноваційні розробки. Це завдання є найбільш актуальним у період зниження інноваційної активності та секвестування витрат на інновації у зв'язку з кризовою ситуацією в країні.

Література

1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
2. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
3. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
4. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolz University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
5. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
6. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
7. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
8. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
9. Kosenko O.P., Kobieliyeva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

10. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
11. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
14. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
15. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
16. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
17. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
18. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
20. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання IT-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.
21. Kosenko, A., Pererva, P. Technological market conjuncture: risk assessment commercialization of intellectual property//*Theory, Methodology, Practice*. 2014. Vol.10, No.1. 55-62.
22. Kosenko, O, Pererva, P., Tkachov, M. Compliance program of an industrial enterprise: the essence and content // *The Essence and Content. In Mérleg és Kihívások*” X. Nemzetközi Tudományos Konferencia, 2017. 87-93.

**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ
ВЛАСНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Т.О. КОБЄЛЄВА

д.е.н, професор кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Успішне та ефективне управління інтелектуальною власністю організації дозволяє досягти підвищення конкурентоспроможності продукції та рівня захисту економічних інтересів та економічної безпеки організації; збільшення вартості нематеріальних активів організації; високого науково-технічного рівня та потенціалу продукції; підвищення рівня ділової репутації та привабливості організації на ринку інвестицій та інновацій; виходу міжнародний ринок промислової власності. Щоб система управління інтелектуальною власністю комерційної організації активно сприяла досягненню основної мети - отриманню прибутку, необхідний постійний контроль ефективності її роботи.

Одним із ефективних інструментів такого контролю є моніторинг показників ефективності системи управління правами на результати інтелектуальної діяльності. Як прямих критеріїв ефективності системи управління правами на результати інтелектуальної діяльності можуть бути прийняті такі характеристики: кількість отриманих за рік патентів, у тому числі зарубіжних; кількість патентів, що підтримуються в силі; кількість патентів на винаходи, корисні моделі та промислові зразки, які використовуються у продукції, що випускається; кількість проведених за рік науково-дослідних робіт та отриманих у зв'язку з ними патентів або технічних рішень, що охороняються як секрети виробництва; вартість нематеріальних активів, отриманих за рахунок інтелектуальної власності; кількість укладених

ліцензійних договорів щодо передачі або придбання прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Крім того, для оцінки ефективності управління інтелектуальною власністю організації можна використовувати непрямі критерії: наявність підрозділу з управління інтелектуальною власністю, наявність патентного фонду з тематики науково-дослідних робіт, доступного розробникам, наявність пакету основних документів з інтелектуальної власності, кількість виграних у суді справ щодо захисту прав на інтелектуальну власність організації. При оцінці показників ефективності рекомендується використовувати внутрішні та зовнішні критерії оцінки. Якщо в оцінці ефективності управління інтелектуальною власністю організації використовуються внутрішні критерії оцінки, то аналізуються, зазвичай, не абсолютні значення показників, а відносні величини зміни за звітний період, наприклад, протягом року.

Зовнішні критерії оцінки застосовуються при порівнянні ефективності управління інтелектуальною власністю у різних організаціях. Таке порівняння може відбуватися як за галузевою ознакою, так і всередині державної корпорації, концерну чи холдингу на поточний час. Динаміка в цьому випадку не така важлива. Однак важливо нівелювати показники для малих та великих, молодих та давно існуючих організацій та правильно розраховувати величину таких показників.

Для оцінювання ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві пропонуємо для використання наступні показники.

1. Вартість нематеріальних активів, поставлених на баланс.
2. Кількість поданих заявок на видачу патентів до і після.
3. Кількість отриманих патентів до і після.
4. Кількість технічних та технологічних рішень у режимі «ноу-хау».
5. Кількість укладених ліцензійних угод щодо результатів інтелектуальної діяльності, права на які належать організації.

6. Кількість набутих організацією виняткових прав на результати інтелектуальної діяльності.

7. Показник використання результатів інтелектуальної діяльності, права на які належать організації при виробництві продукції.

8. Питома вага нематеріальних активів у загальній вартості активів.

9. Показник реалізації ліцензійних договорів використання результатів інтелектуальної діяльності, права на які не належать організації.

10. Кількість претензій до організації у поточному році, пов'язаних із неправомірним використанням інтелектуальної власності.

11. Загальна кількість судових суперечок, пов'язаних із неправомірним використанням інтелектуальної власності організації.

12. Рівень доходів організації від комерціалізації прав на результати інтелектуальної діяльності.

13. Показник капіталізації організації з допомогою збільшення вартості нематеріальних активів.

14. Темпи зростання частки нематеріальних активів у чистих активах.

Кожен із перелічених показників ефективності управління інтелектуальною власністю розраховується за певною методикою як організації, так державної корпорації загалом.

При грамотному управлінні інтелектуальною власністю організації щорічно плануються певні значення показників ефективності, досягнення яких контролюється у кожному звітному році. З урахуванням досягнень минулих років та стратегічних напрямів діяльності промислового підприємства відбувається планування необхідних значень показників ефективності на майбутні періоди. Ефективне управління інтелектуальною власністю, у тому числі планування та досягнення запланованих показників ефективності, дозволяє організації досягти таких результатів:

- ефективне використання правової охорони та захисту перспективних результатів інтелектуально-інноваційної діяльності, що містяться у виробленій продукції організації;

- підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства на цільовому ринку з допомогою забезпечення правової охорони перспективних розробок;
- підвищення ефективності діяльності науково-дослідних та дослідно-конструкторських підрозділів підприємства;
- запобігання економічним та фінансовим втратам від несанкціонованого використання результатів інтелектуальної діяльності;
- оптимізація ліцензійних платежів під час використання об'єктів інтелектуальної власності;
- збільшення доходів від використання об'єктів інтелектуальної власності у її розробника чи в третіх осіб;
- збільшення вартості нематеріальних активів та капіталізації підприємства;
- підвищення інвестиційної та ринкової привабливості промислового підприємства у сфері інновацій;
- збереження та підвищення науково-технічного потенціалу підприємства.

Формування та удосконалення методичних положень системи практичного оцінювання рівня ефективності управління інноваційною діяльністю та інтелектуальною власністю організації – непростий процес, який нагально потребує уточнення основних складових цієї системи, обґрунтування критеріїв та показників ефективності, які відповідають вибраним критеріям. Проблема ускладнюється тим, що має місце високий рівень невизначеності отриманих результатів в процесі формування об'єктів інтелектуальної власності. Раціональна система оцінки ефективності менеджменту в даній сфері буде активізувати процеси розробки та експлуатації інтелектуальної власності, здійснювати постійний контроль окремих положень та методів управління, підвищувати їх результативність.

Апробація розроблених положень на промислових підприємства нашої країни довела їх ефективність та доцільність використання.

Література

1. Котенева О.Е., Николаев А.С. Методы управления интеллектуальной собственностью: учебно-методическое пособие. СПб.: ИТМО, 2020. 108 с.
2. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
3. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
4. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
5. Pererva P. Antikrizisnyu monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
6. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
7. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
8. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПИ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
9. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

11. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
17. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
18. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
19. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
20. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
21. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.

ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК БЕЗ ДОЗВОЛУ ВЛАСНИКА – ПОСЯГАННЯ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ

КОВАЛЕНКО Т.В.

старший науковий співробітник Науково-дослідного інституту
інтелектуальної власності НАПрН України, м. Київ

Економічна безпека є однією з важливіших складових, яка відображає причинно-наслідковий зв'язок між економічною міцністю країни, її військово-економічним потенціалом та національною безпекою. Тобто економічна безпека є засобом захисту національних інтересів будь-якої держави. У час супротиву російським окупантам та у період післявоєнного відродження Україна поряд із здійсненням політики виходу з економічної кризи має винайти нову, обґрунтовану стратегію економічної безпеки. Мова йде про активізацію державного сприяння економічному розвитку всіх господарюючих суб'єктів, забезпечення гарантованого захисту національних інтересів, впровадження нової політики у різних сферах діяльності. Насамперед необхідно визначити значення поняття «економічна безпека», яке необхідне для успішного економічного розвитку держави та дозволяє виявити чинники прискорення розвитку економіки, розробити у подальшому ефективну стратегію виходу з економічної кризи.

Економічна безпека держави - це насамперед дослідження національних економічних інтересів та загроз економічній безпеці України, а також здатності держави до захисту національних економічних інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз, здатності національної економіки у збереженні та поновлюванні процесів суспільного відтворення у кризових ситуаціях.

Сферами економічної безпеки у стані війни, насамперед є воєнно-економічна безпека, яка включає оборонний бюджет, економічну реформу Збройних Сил України, економічні аспекти конверсії, економічні проблеми розвитку та впровадження технологій та створення стійкого національного оборонно-промислового комплексу, економічні аспекти експорту/імпорту зброї,

економічні аспекти формування мобілізаційних та стратегічних резервів тощо. Серед інших сфер економічної безпеки є фінансова, ресурсна, технологічна.

Економічна безпека у сфері інтелектуальної власності є не менш важливою серед інших сфер, оскільки вона є невід'ємною частиною економічної безпеки України загалом.

Слід зазначити, що всі національна законодавства зарубіжних країн та міжнародні угоди (нормативні документи, положення, акти тощо) передбачають заборону використання торговельних марок без дозволу їх власника або власників. Національні кодекси України містять ідентичні положення про відповідальність порушників за використання торговельних марок без дозволу їх власників.

Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» у п. 5 статті 16 містить наступне: «Свідоцтво надає його власнику виключне право забороняти іншим особам використовувати без його згоди, якщо інше не передбачено цим Законом:

позначення, тотожне із зареєстрованою торговельною маркою, стосовно наведених у свідоцтві товарів і послуг;

{Абзац другий пункту 5 статті 16 в редакції Закону № 815-ІХ від 21.07.2020}

позначення, тотожне із зареєстрованою торговельною маркою, стосовно товарів і послуг, споріднених з наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання це позначення і торговельну марку можна сплутати, зокрема, якщо може виникнути асоціація такого позначення з торговельною маркою;

{Абзац третій пункту 5 статті 16 в редакції Закону № 815-ІХ від 21.07.2020}

позначення, схоже із зареєстрованою торговельною маркою, стосовно наведених у свідоцтві товарів і послуг, якщо внаслідок такого використання ці позначення можна сплутати, зокрема, якщо може виникнути асоціація такого позначення з торговельною маркою;

{Абзац четвертий пункту 5 статті 16 в редакції Закону № 815-ІХ від 21.07.2020}

позначення, схоже із зареєстрованою торговельною маркою, стосовно товарів і послуг, споріднених з наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання ці позначення можна сплутати, зокрема, якщо може виникнути асоціація такого позначення з торговельною маркою.

{Абзац п'ятий пункту 5 статті 16 в редакції Закону № 815-ІХ від 21.07.2020}» [1].

Міжнародна конкуренція перетворює стратегічну інформацію компаній у ставку економічної війни. Вразливими місцями у цій галузі є недостатній захист економічної таємниці, компанії, що стають добувччю іноземних судових розглядів, підтримка інвестицій у силову стратегію країни, контроль над іноземними інвестиціями, загроза інформаційним та комунікаційним технологіям.

Власник торговельної марки, як однієї із складових промислової власності і взагалі інтелектуальної власності, має цілу низку переваг для підприємства. Торговельна марка має свою вартість, яка включається до активів підприємства. Торговельна марка є вагомим аргументом для фінансування (банківський кредит, збір коштів тощо). Інвестиції підприємства напряму залежать від зростання вартості торговельної марки.

Відповідно до висновків Відомства з інтелектуальної власності Європейського Союзу (EUIPO) [2] підприємства, які є власниками прав інтелектуальної власності, включаючи права на торговельні марки, мають більший відсоток працівників, мають більше можливостей досягти значного росту виробництва (приблизно протягом 3 років). Оскільки права інтелектуальної власності є реальною цінністю для підприємств, їх співробітники мають можливість отримувати і більшу заробітну плату (такий розрив може досягати 20%). Особливо це стосується підприємств, які не обмежуються лише отриманням національного права на торговельні марки, але й мають наміри просувати свої товари і послуги у зарубіжних країнах.

Підприємці загалом мотивовані перешкоджанням підробок, правовою визначеністю та зростанням вартості підприємства. Більш того, підприємці, які отримали права на торговельні марки, впевнені, що захищені торговельні марки покращують імідж їх торговельної марки, перетворюючи її у бренд.

Торговельні марки, як одна із складових промислової власності має забезпечити неабиякий захист економічної безпеки України в умовах війни та відродження нашої країни, захисту спадщини українських виробників.

Для забезпечення насамперед вхідних потоків товарів і послуг необхідно вживати наступних заходів:

- перевірка реєстрації всіх торговельних марок, якими маркуються товари і послуги, забезпечення догляду товарів і послуг на митниці України;

- визначити всіх учасників ланцюга поставок, які містять зареєстровані торговельні марки без дозволу їх власників, від постачальника до кінцевого споживача, через усіх посередників, тобто виробник – перевізник – постачальник – перевізник – кінцевий споживач тощо, включаючи страхувальника, фрахтувальника, представників складських приміщень, представників, дистриб'ютерів тощо; по можливості контролювати весь перерахований вище ланцюжок;

- розробити ефективну та контрольовану внутрішню політику щодо відповідальності порушників за використання торговельних марок без дозволу їх власників при виборі від постачальника до кінцевого споживача, через всіх посередників, тобто виробник – перевізник – постачальник – перевізник – кінцевий споживач, включаючи страхувальника, фрахтувальника, складських приміщень, представників, дистриб'ютерів, митницю тощо;

- запровадження кримінальної процедури відповідальності порушників за використання торговельних марок без дозволу їх власників, контролю транспорту, що заходить на територію України, календар та прогноз таких заходів, порядок оформлення непередбачуваних заходів, перевірку відповідності товарів і послуг, що очікуються тощо;

- надання дозволу інформування персоналу підприємств щодо будь-яких невідомих переміщень товарів і послуг;
- створення системи моніторингу підприємств, щодо ризиків, пов'язаних із збереженням комерційної таємниці;
- налагодження перевірки товарів і послуг подвійного призначення, наявності ліцензій;
- налагодження перевірки торговельних санкцій проти країни походження або країни призначення товарів і послуг;
- налагодження вибору надійних партнерів, процедури виявлення неблагонадійних партнерів, субпідрядників, посередників, перевізників, страхувальників тощо.

Економічна безпека взагалі – це перший ключовий пункт у нинішньому стані нашої України та подальшому розвитку країни. Економічна безпека у сфері інтелектуальної власності, зокрема у безпеці щодо прав на торговельні марки, спрямована на захист національних інтересів як окремої особи, так і держави загалом. Економічна безпека у сфері інтелектуальної власності має створювати необхідні передумови для формування національної економічної інноваційної платформи.

Підсумовуючи вищевикладене необхідно зазначити, що економічна безпека України в умовах війни та особливо у процесі відродження нашої країни, захист спадщини українських виробників залежить від захисту конфіденційної економічної інформації зокрема щодо торговельних марок, підтримки стратегічних компаній щодо торговельних марок, посилення безпеки інформаційних систем. Ці прогалини призведуть до невірному розуміння тієї цінності, яку права інтелектуальної власності і, зокрема, права на торговельні марки, врешті можуть послабити економічну безпеку України.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Закон України від 15 грудня 1993 р. № 3689-ХІІ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» із змінами та доповненнями в редакції від

21.07.2020 року [Електронний ресурс] // Голос України – 17.02.1994. – Режим доступу до закону: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>.

2. <https://euipo.europa.eu/ohimportal/law-and-practice>

МИТНИЙ ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

О.І. КОЛОТЮК

асистент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

В.О. ЧЕРЕПАНОВА

к.е.н, професор кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

В умовах глобалізації світової економіки та зростання обсягів міжнародної торгівлі все більшого значення набуває захист прав на об'єкти інтелектуальної власності та інші результати інноваційної діяльності промислових підприємств. Разом із зростанням обсягу міжнародної торгівлі значно зріс обсяг торгівлі товарами, що містять інтелектуальну власність. В даний час найважливішими та актуальними є питання щодо захисту прав правовласників.

В Україні відносини, пов'язані із захистом прав інтелектуальної власності, регулюються положеннями Цивільного кодексу. Міжнародна торгівля товарами, що містять об'єкти інтелектуальної власності, регулюється насамперед нормами міжнародного та митного права. Конвенцією від 14 червня 1967 року засновано Всесвітню організацію інтелектуальної власності (ВОІВ), яка з 1974 року є спеціалізованим органом Організації об'єднаних націй. Однією з цілей ВОІВ є сприяння охороні інтелектуальної власності у всьому світі шляхом співпраці держав та у відповідних випадках у взаємодії з будь-якою іншою міжнародною організацією.

Митним органам відводиться ключова роль у припиненні переміщення контрафактної продукції через митний кордон України. Відповідно до українського законодавства одним із завдань митних органів є забезпечення

захисту прав інтелектуальної власності на митній території нашої країни, а також контроль за правильністю визначення митної вартості товару та стягнення митних платежів.

Тому при перетині товарами митного кордону України особливого значення набувають два аспекти:

а) включення платежів за використання об'єктів інтелектуальної власності у митну вартість товарів;

б) дотримання заходів захисту прав інтелектуальної власності.

На сьогоднішній день у сфері інтелектуальної власності виділено два ключові завдання: боротьба з розповсюдженням контрафактної та фальсифікованої продукції та гармонізація українського законодавства з нормами міжнародного права.

Митний контроль товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності, має кілька цілей:

- захист інтересів правовласників;

- забезпечення надходження до державного бюджету сум від стягнення мит, податків, так як вартість прав на користування об'єктами інтелектуальної власності враховується при розрахунку митної вартості товарів;

- забезпечення правової безпеки споживачів товарів.

Варто зазначити, що при здійсненні митного регулювання міжнародної торгівлі товарами, що містять інтелектуальну власність, розкрилися проблеми економічного та правового характеру, спричинені недоліками понятійного апарату, що відображає економічні та правові об'єкти та відносини, пов'язані з використанням інтелектуальної власності у комерційному обороті. Це викликає певні труднощі у практичній роботі митних органів при здійсненні регулятивної та правоохоронної функцій.

В результаті цього не всі товари, що містять інтелектуальну власність і підлягають митному оподаткуванню, обкладаються митом, податками в повному обсязі. Недоліки понятійного апарату служать благодатним ґрунтом для ухилення від сплати податків, приховування прибутку, вилучення

незаконного прибутку, безконтрольний вивіз капіталу за кордон контрафактного та фальсифікованого товару та ін.

У зв'язку з цим необхідна комплексна уніфікація в галузі цивільного національного законодавства, а також включення до національного законодавства легального визначення понять контрафактна (тобто випущена з порушенням авторських прав) та фальсифікована (тобто підроблена) продукція. Однією із основних особливостей законодавчого регулювання прав на об'єкти інтелектуальної власності в Україні є територіальний характер таких прав. Тобто права автора охороняються та захищаються лише на території тієї держави, де про них було належним чином заявлено. І отримання таких прав в одній державі зовсім не тягне за собою їх визнання в іншій.

У цьому випадку виникає проблема вичерпання прав. У різних країнах ставлення щодо нього різне. У одних країнах застосовується територіальний принцип вичерпання прав, в інших - міжнародний. Міжнародний принцип вичерпання прав полягає у тому, що виключне право правовласника вважається вичерпаним щодо конкретного продукту на момент першого його введення у оборот у даній країні. Вирішенню цієї проблеми сприятиме функціонування єдиного митного реєстру об'єктів інтелектуальної власності.

Для вирішення вищезазначених завдань необхідно використати досвід європейських країн. З моменту свого утворення Європейський Союз надавав особливого значення охороні інтелектуальної власності, особливо наголошуючи на необхідності гармонізації регулювання захисту товарних знаків. Було ухвалено рішення про створення єдиної Європейської системи реєстрації товарних знаків, за якої реєстрація такого товарного знаку діяла б у всіх країнах Європейського Союзу. Це рішення було закріплено у постанові Ради Європейського Союзу від 20 грудня 1993 р. № 40/94 «Про товарний знак Європейського Союзу». Цим документом закріплено товарний знак Європейського Союзу, що має однаковий статус та рівну юридичну силу на всій території Європейського Союзу.

Варто зазначити, що в Європейському Союзі діє регіональний принцип вичерпання прав, який передбачає, що виключне право на товарний знак вважається вичерпаним після введення товару в цивільний обіг правовласником або іншою особою за його згодою на території однієї з країн, що входить до Європейського Союзу.

Незважаючи на певний прогрес, митні органи мають вирішити ще кілька проблем, зокрема, необхідно вдосконалювати митне законодавство. Одним із кроків у цьому напрямі має стати наділення митних органів повноваженнями щодо припинення випуску товарів без заяв правовласника, так званий принцип *ex officio*, який вже обговорюється в нашій країні. Сенс цього нововведення в тому, що будь-яка продукція сумнівної, на думку працівників митниці, якості, може бути віднесена до контрафактної.

Також потрібне запровадження єдиного тлумачення таких термінів, як "фальсифіковані товари", "контрафактні товари", необхідні поправки до положень, що визначають подальшу долю конфіскованого контрафакту. Після реєстрації об'єкта права інтелектуальної власності у митному реєстрі об'єктів прав інтелектуальної власності митні органи України вживають заходів щодо сприяння захисту прав інтелектуальної власності на підставі даних такого реєстру. Зокрема, у разі виявлення товарів, які підозрюються у порушенні прав інтелектуальної власності, відбувається зупинення митного оформлення товарів на підставі даних митного реєстру. Зупинення митного оформлення товарів (крім товарів, які швидко псуються) може також відбуватися з ініціативи українського митного органу.

Крім того, актуальним завданням є створення єдиної інформаційної системи щодо захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності. В даний час на офіційних сайтах розміщено лише деякі нормативні правові документи. Митні реєстри об'єктів інтелектуальної власності розміщені на сайтах національних митних органів, що не завжди дозволяють вчасно розпізнати та усунути спроби порушення виняткових прав.

Література

1. Тот Л.П., Рогачева М.Б. Проблемы таможенной защиты интеллектуальной собственности и пути их решения с учетом опыта ЕС // *Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности*. 2013. С.204-206.
2. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
3. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
4. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267 с.
6. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
7. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Тovaжнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
8. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
9. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
10. Тovaжнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
11. Kobieliava T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the

Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.

12. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

13. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.

14. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

15. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

16. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

17. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

**ФОРМУВАННЯ НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ**

А.В. КОСЕНКО

к.е.н, професор кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

У сучасних умовах інновації та інноваційна діяльність виступають ключовим фактором розвитку соціально-економічних систем, багато в чому визначають їхню структуру та темпи зростання. Тому дослідження форм та способів організації та стимулювання інноваційної діяльності, розробка сучасних підходів до формування стратегій та напрямів інноваційного розвитку господарських систем є важливим та актуальним завданням.

Інноваційний розвиток української економіки неможливий без відповідних великомасштабних інноваційних перетворень на всіх рівнях, без включення регіональних механізмів у народногосподарський трансформаційний процес.

Промисловості України загалом властива низька інноваційна активність. Показник питомої ваги підприємств, що займаються розробкою та освоєнням нових та вдосконалених видів продукції або технологічних процесів, за останні 10 років певним чином зменшився, на що є свої як об'єктивні, так і суб'єктивні причини. Спад інноваційної активності зумовлює життєстійкість, конкурентоспроможність національної економіки і в першу чергу її безпеку. Такий стан інноваційної діяльності в деяких сферах економіки України є незадовільним і нагально потребує свого наукового дослідження і в першу чергу виявлення основних проблем, які мають місце в інтелектуально-інноваційній сфері нашої країни.

Проведені дослідження надали змогу виявити ряд напрямків інноваційного розвитку нашої країни.

Перший напрямок – перехід до більш прогресивних технологічних напрямків. В економіці нашої країни на сьогодні переважають третій та четвертий технологічний уклад, що не відповідає сучасним умовам відтворення. У той час як у світі відбувається бурхливий розвиток та перехід на нові технології п'ятого укладу, в Україні, навпаки, йде деяке зниження досягнутого технологічного рівня.

Другий напрямок – більш активне використання оборонного комплексу. Демілітаризація економіки, обвальне скорочення оборонних замовлень фактично призвели до демонтажу одного з найсильніших у світі та найбільш технологічно прогресивного військово-промислового комплексу. Спроба перевести його на виробництво високотехнологічної цивільної продукції не має ще помітних успіхів. Це не лише підірвало оборонний потенціал країни, а й звело до мінімуму можливість реконструкції та підвищення конкурентоспроможності української економіки за рахунок конверсії оборонної промисловості.

Третій напрямок – поборення спаду виробництва та інфляції. Розпад Радянського союзу, розрив єдиного наукового, технологічного, оборонного простору, скорочення масштабів ринків, різкий спад виробництва та інвестицій в Україні, високі темпи інфляції багаторазово звузили змогу інноваційного розвитку, освоєння і поширення принципово нової техніки нового технологічного укладу.

Четвертий напрямок – ефективна інноваційна політика. В Україні повільно розробляється і недостатньо ефективно проводиться інноваційна політика, майже в повному обсязі припинено державну підтримку розробки та освоєння промислової техніки нових поколінь, не стимулюються ресурси приватного сектора, які могли бути спрямовані на інвестиції та інновації.

П'ятий напрямок – підтримка власного ринку інновацій. Практично безконтрольна лібералізація вітчизняного ринку промислових товарів призвела

до того, що закордонні монополії та транснаціональні корпорації захопили один за одним сегменти внутрішнього українського ринку, практично монополізували ринок обчислювальної техніки, складної побутової техніки, деяких видів промислових та продовольчих товарів, туристичних послуг, витісняють вітчизняних виробників товарів та послуг з внутрішнього та зовнішнього ринків, послідовно проводять курс на формування залежної економіки, перетворення України на ринок збуту тільки готової продукції, виробленої за межами нашої країни.

Шостий напрямок – перспективне планування інноваційного розвитку. Перебуваючи в наслідках фінансової кризи, бюджетного дефіциту і зовнішнього і внутрішнього боргів, що зростають, український уряд в останні роки проводив політику, орієнтовану в основному на задоволення поточних потреб, практично усуваючись від вирішення перспективних інноваційно-інвестиційних завдань, від яких залежить інтелектуально-інноваційне майбутнє нашої країни.

Сьомий напрямок – формування інноваційної інфраструктури. В Україні практично немає ринкових механізмів формування інноваційної інфраструктури, а також немає чіткої державної стратегії формування ринково орієнтованої національної інноваційної системи. Нові ринкові структури (бізнес-центри, технопарки, технополіси, венчурні фонди та ін.), які можуть ініціювати інноваційний розвиток, нині слабкі та нездатні нести повну відповідальність за ці процеси.

Восьмий напрямок – покращення ділової активності. Дослідження стану ділової активності промислових підприємств України свідчить, за даними Держкомстату, що в сучасних умовах вони не використовують та не ставлять завдання використання прогресивних технологій. Водночас на підставі опитування працюючих на підприємствах акцентується увага на погану якість та високу собівартість власної продукції, а також на її низьку конкурентоспроможність.

Дев'ятий напрямок – макроекономічна стабілізація. Вона є необхідною, але недостатньою умовою виходу економіки держави із кризового стану. За відсутності протекціоністських заходів сучасний стан виробничого комплексу не дозволяє витримати конкуренцію із західними виробниками навіть на внутрішньому ринку.

Десятий напрямок – відновлення виробничого потенціалу. Швидке скорочення виробничого потенціалу та зменшення витрат на його оновлення призвело до нашої країни за останні роки до корінних змін стану виробничого комплексу. Здебільшого він виявився фізично та морально застарілим. У галузях промисловості спостерігається зниження обсягів виробництва наукомісткої продукції, що визначають технічний та технологічний рівень країни. Інноваційна активність зменшується під впливом низьких платоспроможності та попиту як з боку держави, так і з боку недержавного сектора економіки. В умовах скорочення попиту підприємства та організації насамперед скорочують обсяги виробництва наукомісткої продукції на користь більш дешевої та технологічно найпростішої.

Таким чином, пошук нових можливостей та механізмів у розробці та впровадженні інновацій дозволило виявити та обґрунтувати низку проблем та напрямків інноваційного розвитку нашої країни. Головними проблемами розвитку інноваційної моделі в Україні є: слабка інноваційна політика, спрямована на збереження економічної відсталості; незацікавленість держави у проведенні заходів щодо прискорення науково-технічного розвитку країни, зміцнення її наукового потенціалу. Усі останні роки економічні реформи були спрямовані на побудову ринкових інституцій, держава зовсім не приділяла уваги розвитку наукової сфери. У той самий час розвинені країни за минулий період як активно залучали наших фахівців, а й ретельно займалися розвитком свого наукового сектора як головного стратегічного напрями своєї національної економіки.

Література

1. Паламарчук И.В., Синикова Е.М. Проблемы инновационного развития экономики Украины // *Научный журнал Менеджер*. 2010. №1(51). С. 51–54.
2. Коммерциализация научно-технических разработок / Мухин А.П. и др. - Москва: АМиР. 2001. 192 с.
3. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
4. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
6. Kocziszký György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
7. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
8. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Научный вестник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
9. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
10. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПИ": зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
11. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.

12. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
13. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
15. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
16. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
17. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
18. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
19. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
20. Kobielieva T.O., Pererva P.G. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *Bulletin of the National Technical University "KhPI". Ser. : Economic sciences*. 2016. № 48 (1220). P. 41-44.
21. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Д.Ю. КРАМСЬКИЙ

к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

В.А. КУЧИНСЬКИЙ

к.е.н, доцент кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Цифрова економіка задає вектор, яким розвиватимуться соціально-економічні системи мікро-, мезо-, макрорівнів на довгострокову перспективу, що викликає необхідність дослідження та всебічного аналізу процесів цифрової трансформації. Цифрова трансформація, що була насамперед пріоритетом для окремих інноваційних компаній, сьогодні стала масовим явищем, а відповідні проекти – життєво важливими для успіху не лише окремих промислових підприємств, але також галузей, регіонів та країн.

Вперше термін «цифрова економіка» в науковий обіг ввів американський вчений Н. Негропonte в 1995 р., але як явище вона почала розглядатися після опублікування праць К. Шваба, в яких були проаналізовані особливості цифрової трансформації сучасного світогосподарського укладу та обґрунтовано, що цифровізація виступає невід'ємним елементом розвитку будь-яких нових технологій та процесів. У сучасних умовах стрімке поширення цифрових технологій призводить до значного перетворення всіх економічних процесів та економіки загалом. Цифрова модернізація, що охопила всі країни світу, вражає своїми масштабами, темпами та можливостями. Цифрова економіка, під якою розуміють економіку, суттєвим елементом якої є використання інформаційних технологій, нині пронизує всі сфери суспільного

та економічного життя більшості країн світу, впливаючи на різні сфери світового та національного господарства: банківську систему, торгівлю, енергетику, транспорт, освіта, охорона здоров'я та ін. Якщо у 1995 р. лише близько 45 мільйонів людей мали доступ до інтернету, то у 2021 році – вже понад 4,5 млрд., тобто більше половини населення Землі. Вже близько 100% світових даних вважаються оцифрованими і більше 50% має IP-адресу.

Цифрова економіка створює умови для переходу до передових інноваційних моделей організації бізнесу, торгівлі, логістики, виробництва, сприяє формуванню нової парадигми економічного розвитку. В її основі лежить використання засобів телекомунікації та інформаційних технологій, спрямованих на розвиток видів діяльності, пов'язаних із створенням програмного забезпечення, обробкою інформації, використанням «великих даних» та інформаційних ресурсів, обслуговуванням обчислювальної техніки тощо. Активне впровадження інформаційних технологій у робочий процес дозволяє оперувати великими обсягами різноманітних даних, що сприяє отриманню нових знань, підвищує ефективність управлінських рішень, що приймаються, і виявляє нові можливості на ринку. Завдяки цифровій економіці забезпечується розвиток бізнес-сервісів (логістичні послуги, мобільний банкінг); доступність та ефективність державних послуг (реєстрація, акредитація, отримання дозволів, декларування та сплата податків); підвищення прозорості умов ведення бізнесу (електронні майданчики, портали зворотного зв'язку)

Розглянемо деякі особливості, властиві цифровим технологіям:

а) чисельна природа - вираз у вигляді послідовності цифр, що кодує певні параметри. При цьому важливо, якою програмою і технічним пристроєм цифровий твір повинен бути відкритий - тут проявляється залежність від техніки, з використанням якої відтворюється цей твір;

б) відірваність від носія – виражений у цифровій формі твір не пов'язаний з тим матеріальним об'єктом (наприклад, комп'ютером) або нематеріальним об'єктом (наприклад, комп'ютерна програма), за допомогою яких цифровий твір

з'явився. Відірваність виявляється в тому, що доступ до цифрового твору може бути отриманий за допомогою використання і інших об'єктів, а не тільки тих, які брали участь у його створенні;

в) редагованість – максимально проста та доступна. Це означає, що як сам автор, так і інші особи (у тому числі невстановлені) можуть внести зміни в певний твір, що згодом може бути дуже складно довести або практично неможливо довести;

г) зникненість (ця властивість тісно пов'язана з попереднім) – можливість повного видалення твору, зокрема, без відома автора. Властивості редагування та зникнення цифрового твору роблять дуже актуальною ідею створення каталогу (реєстру) цифрових творів. У наукових публікаціях зазначається, що з метою реєстру можна використовувати технологію блокчейн – інтерактивність, тобто. можливість внесення контрольованих чи частково контрольованих змін як за бажанням автора, так і невстановлених суб'єктів;

д) розповсюджуваність без втрати якості та, як наслідок, – стирання різниці між оригіналом та копією. В результаті поняття «справжність твору» втрачає свою практичну значимість;

е) можливість існування тільки у віртуальних рамках. Деякі об'єкти можуть не мати аналогів в матеріальному світі. Ті об'єкти, які втрачають матеріальний аналог, можуть продовжувати існування виключно у цифровому вигляді;

ж) відмова від стереотипів презентації - звичні місця сприйняття творів (галереї, концертні зали) деактуалізуються. Стають можливими, наприклад, цифрові виставки творів (як тих, що мають, так і не мають матеріальної форми, тобто спочатку створених у цифровому форматі);

з) переважання цифрового твору над матеріальними об'єктами.

З урахуванням названих особливостей, кожна з яких впливає на кваліфікацію користувача та складність цифрового твору, відповіді на питання про правову природу цифрового твору як об'єкта поки що однозначно неможливо.

На наш погляд, у контексті звичайного традиційного твору доцільно вважати об'єктом цивільних правовідносин саме права на використання твору, а в контексті цифрового – самий цифровий твір. Цей висновок обумовлений сутнісними особливостями цифрового твору і, безумовно, потребує подальшого осмислення. Зі сказаного випливає, що цифровий твір може бути названий похідним твором, на створення якого необхідна згода автора, так само як і на внесення до нього будь-яких змін.

Реальне значення цифрової економіки, на наш погляд, дещо перебільшено. Головний мотив, який спонукає всі країни прискорити перехід до цифрової економіки, полягає у потребах національної оборони, тобто у здатності попередити або ліквідувати загрози національній безпеці у випадку, якщо потенційний противник має такі засоби нападу, які чинні в даний час ІТ-системи не можуть виявити і нейтралізувати при існуючому рівні розвитку інформаційних технологій або масштабів їх розвитку (застосування).

Таким чином, незважаючи на існуючі проблеми в цілому з формуванням та розвитком теоретико-методичних основ цифрової економіки складаються досить позитивні тенденції розвитку цифрової економіки, які мають стійкий характер. Зокрема, створено систему з реакцією на виникаючі або потенційні загрози з витоку інформації, які досить часто спостерігаються при використанні на практиці інформаційних технологій. Разом з тим, через об'єктивні причини ситуація на промислових підприємствах може складатися різноспрямовано. Реакція на глобальні економічні процеси має досить багато спільних рис (хоча є і певні галузеві та регіональні відмінності) і значною мірою залежить і від економічної спеціалізації, що склалася, і ступеня впливу на неї зовнішньоекономічної кон'юнктури. Ми чекаємо на позитивні зміни від цифровізації. Проте інформатизація суспільства крім переваг людини створює і низку проблем, невизначеностей, ризиків, ігнорування яких створює загрози життю населення.

Література

1. Телюкина М.В. Цифровое производство как объект гражданских прав // *Право будущего: Интеллектуальная собственность, инновации, Интернет*. 2018. №1. С.70-76.
2. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
3. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
4. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
5. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
6. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolz University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
7. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobielieva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
8. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
9. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПИ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
10. Kobielieva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
11. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
13. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
15. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
16. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.
17. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
18. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
19. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
20. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
21. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.

**ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

М.В. МАСЛАК

к.е.н., доцент кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Бізнес-планування виробництва та ринкової реалізації науково-технічного продукту являється базою для проведення економічного обґрунтування комерціалізації результатів інноваційної діяльності, базовим поняття в якій є об'єкти інтелектуальної власності.

У випадку економічного обґрунтування розробки науково-технічної продукції є бізнес-план виробництва та ринкової реалізації науково-технічного продукту. Для цілей комерціалізації може бути рекомендований наступний порядок розробки його розробки:

– дослідження цільового ринку збуту продукції (результатів досліджень) з точки зору основних ринкових параметрів: обсягу ринку, місткості, наявності попиту, описи потенційних споживачів тощо. Вказані дослідження виконуються з метою визначення цільових груп споживачів та оцінки прогнозних обсягів продажу продукції (результатів досліджень);

– розробка плану маркетингу зі збуту та просування продукції з формуванням конкретних заходів щодо стимулювання ринкового попиту та визначення можливої ціни реалізації продукції або результатів наукової діяльності;

– розробка плану виробництва (проведення досліджень) з метою визначення обсягів необхідних матеріальних, трудових та фінансових ресурсів для організації виробництва продукції або комерціалізації результатів

досліджень. У плані виробництва визначаються необхідний склад обладнання, перелік матеріалів та комплектуючих для виробництва, витрати на трудові ресурси та інші необхідні витрати. Результатом розробки плану виробництва стає визначення собівартості продукції, що розробляється;

– розробка фінансового плану, який включає прогноз доходів і витрат, пов'язаних з виробництвом розроблюваної продукції (проведенням досліджень), а також прогнозування грошових потоків і розрахунок показників ефективності реалізації проекту.

Загальна структура розділів бізнес-плану, а також їх короткий зміст і задачі, що вирішуються стосовно комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні розділ бізнес-плану комерціалізації результатів інноваційної діяльності

| № | Назва розділу | Зміст розділу | Завдання аналізу та оцінки |
|---|-----------------------------------|--|---|
| 1 | Резюме (вступна частина) | Основні положення запропонованого проекту Ціль проекту, новизна продукції Відомості про обсяг продажу, виручку, витрати, прибуток Аналіз та оцінка обсягу продаж Аналіз витрат Оцінка ризику Оцінка прибутку | Аналіз та оцінка обсягу продажів Аналіз витрат Оцінка ризику Оцінка прибутку |
| 2 | Продукція (результати досліджень) | Опис продукції: споживчі властивості, відхилення від продукції конкурентів, ступінь захищеності патентами, прогноз ціни та витрат на виробництво | Оцінка властивостей продукції (результатів досліджень) Аналіз товарів конкурентів Аналіз цін та витрат на виробництво |
| 3 | Ринок збуту | Стан справ у галузі Потенційні споживачі. Ринкова кон'юнктура Інформація про ринок | Оцінка стану справ у галузі Аналіз темпів приросту продукції Аналіз потенційних споживачів Аналіз ринкової кон'юнктури |
| 4 | Конкуренція | Опис потенційних конкурентів Опис аналогічної продукції на ринку, її порівняльних | Порівняльний аналіз показників діяльності конкурентів |

| | | | |
|----|------------------------------|---|--|
| | | характеристик | Аналіз мети, стратегії конкурентів Аналіз сильних і слабких сторін продукції, що розробляється |
| 5 | План маркетингу | Ціни Канали збуту Рекламна політика Ціноутворення Цінові показники Бюджет продажу | Аналіз стану ринку Аналіз зміни цін Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів Аналіз ефективності реклами Аналіз виробничих можливостей |
| 6 | План виробництва | Виробничий процес Бюджет виробництва Обладнання, будівлі, споруди Трудові ресурси Витрати виробництво продукції | Аналіз основних фондів та фондовозброєності Аналіз сировини та матеріалів Аналіз трудових ресурсів Аналіз собівартості продукції (провідних досліджень) |
| 7 | Організаційний план | Організаційна схема реалізації проекту Опис системи керування Джерела та способи залучення фахівців, їх заробітна плата | Аналіз ефективності управління Аналіз ритмічності виробництва Виявлення та вимірювання внутрішніх резервів |
| 8 | Фінансовий план | Прогноз обсягів реалізації Грошові витрати та надходження Бюджет доходів та витрат Бюджет руху грошових коштів Графік беззбитковості | Фінансовий аналіз діяльності підприємства Аналіз руху грошових коштів Аналіз беззбитковості Аналіз доходів та витрат |
| 9 | Стратегія фінансування | Визначення величини та джерел фінансування Обґрунтування повного повернення коштів та отримання доходів | Аналіз джерел фінансування Аналіз платоспроможності Аналіз термінів окупності вкладень Оцінка інвестиційної ефективності |
| 10 | Оцінка ризику та страхування | Слабкі сторони проекту Ймовірність появи нових технологій Альтернативні стратегії Заходи профілактики ризику Програма страхування ризиків | Аналіз ризику за джерелами виникнення та причин Заходи мінімізації наслідків настання ризиків Сценарний аналіз рішень |
| 11 | Додатки | Копії контрактів, ліцензій, договору та ін. | |

Крім названих вище розділів (табл.1), бізнес-план обґрунтування розробки науково-технічної продукції або комерціалізації результатів наукової діяльності може містити в собі й інші необхідні розділи, розробка яких визначається специфікою цілей і завдань отримання реального прибутку від комерційного використання об'єктів інтелектуальної власності.

Аналіз проблем бізнес-планування процесів комерціалізації інтелектуальної власності та визначення ключових недоліків дають привід для визначення напрямів удосконалення політики у сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Найважливішими серед них є:

- розробка чітких механізмів нормативно-правового регулювання, а саме кодифікація законодавства (створення та затвердження Кодексу про інтелектуальну власність);

- діалог між наукою та виробництвом, що тягне запровадження комплексу дій (дослідження та розробку тощо);

- створення інфраструктури запровадження результатів науково-технічної діяльності у виробництво;

- створення замкнених циклів (ідея-виробництво-споживання);

- створення спеціальних комплексних структур, до функцій яких належало: проведення експертної оцінки їх комерційного потенціалу, дослідження кон'юнктури ринку, пропозиція новим розробкам фінансової підтримки, контроль за виготовленням конкурентоспроможної продукції, просування об'єктів інтелектуальної власності на вітчизняні та іноземні ринки, уникнення несанкціонованого використання та розповсюдження об'єктів інтелектуальної власності;

- створення національної системи підвищення кваліфікації фахівців з інтелектуальної власності.

Прийняття та впровадження цих рекомендацій забезпечить якісно новий рівень економічних відносин та дасть змогу стимулювати розвиток легітимного ринку інтелектуальної власності через законне використання об'єктів інтелектуальної власності, їх комерціалізації, підвищити правову культуру

населення у названій сфері та розвивати цивілізований ринок об'єктів права інтелектуальної власності.

Література

1. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
2. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
3. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
4. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
5. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
6. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
7. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
8. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
9. Kosenko O.P., Kobieliyeva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.

10. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
11. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
13. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
14. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
15. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
16. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
17. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
18. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч. посібник для інж.-техн. вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.
20. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.

**ЮРИДИЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

М.М. ТКАЧОВ

к.е.н, доцент кафедри права

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

П.Г. ПЕРЕРВА

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу

Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

Охорона прав інтелектуальної власності (ІВ) здійснюється з боку держави шляхом встановлення виняткового права. Якщо порівнювати речовий товар та ІВ, то остання є менш захищеним об'єктом цивільного права. Як тільки результати інтелектуальної діяльності стають відомими широкому колу осіб, без державної охорони заволодіти ними може кожен. Специфіка виняткових прав така, що відповідальність за порушення патенту (контрафакцію) настає лише за правопорушення, які безпосередньо зазначені в патентному законодавстві. Такий підхід склався історично, оскільки на першому етапі розвитку патентного законодавства чільну роль грала кримінальна відповідальність порушення патенту, яка виключає приблизний чи відкритий перелік злочинних діянь. В даний час акценти змінилися, на перший план вийшла цивільно-правова відповідальність, яка в низці країн є єдиним видом відповідальності за порушення патенту. Проте традиційний підхід до формулювання переліків контрафактних дій залишився незмінним - такі переліки закріплюються у патентному законодавстві як вичерпні чи закриті.

Як сукупність правових норм право ІВ різними юристами визнається як самостійна галузь права, або підгалузь цивільного права, або як комплексний інститут права, або, нарешті, як суперінститут (в сенсі надвеликий інститут) цивільного права (поряд з такими суперінститутами, як речове, зобов'язальне або спадкове право). Останнє трактування є найбільш обґрунтованим і

переконливим, і вона користується найбільшим визнанням у світовій юридичній науці.

Забезпечення правової охорони результатів НДДКР одна із найважливіших умов запровадження нововведень в господарський обіг, створення ринку інновацій. Правова охорона дозволяє створити основу для дотримання комерційних інтересів нашої країни, авторів, інвесторів та виробників інтелектуальної продукції від недобросовісної конкуренції у процесі господарського обігу цих результатів. Нові прогресивні технології перетворилися на головний фактор економічного розвитку, у зв'язку з чим економічна конкуренція все більшою мірою визначається науково-технічною, конкуренцією, що надзвичайно підвищує роль та значення об'єктів ІВ та дозволяє стимулювати науково-технічний прогрес, тому що надійна правова охорона є обов'язковою умовою створення та використання нових технологій.

Якою б гарною не була пропонована наукомістка інноваційна продукція промислових підприємств, її успішна реалізація практично неможлива без забезпечення прав безпеки на неї або забезпечення прав безпеки третіх осіб. Таким чином, охорона інтелектуальної власності сьогодні є одним з основних аспектів комерційних відносин. Особливого значення ці процеси набувають в сфері комерціалізації результатів діяльності підприємств та організацій. Керівники різних комерційних (і не тільки) структур усвідомлюють, що ринковий (комерційний) успіх нової продукції на різного роду ринках у тому числі залежить і від ефективного використання в її складі об'єктів ІВ, проте часто не вдається ув'язати управління ІВ з відповідними виробничими процесами та управлінськими рішеннями.

Дуже важливо враховувати не лише те, наскільки комерційний успіх зумовлений отриманням патентної правової охорони, а також якою є велика небезпека розкриття інформації, що міститься в матеріалах заявок. Адже, патентуючи винахід чи інший об'єкт інтелектуальної власності, ми погоджуємося на публікацію інформації, що міститься в патенті, в обмін на забезпечення правової охорони на певний термін. Тобто нам надаються

виняткові права, а інформація стає загальнодоступною. Тому особливу увагу при проведенні вказаних процедур слід приділяти розробці стратегії управління інтелектуальною власністю на кожній стадії її створення, розвитку та споживання. За відсутності правової охорони об'єктів виняткових прав, яка, згідно із законом, виключає для третіх осіб неправомірне відтворення або використання такого ж об'єкта, розробники навряд чи мали б стимул створювати та розвивати свої твори.

Необхідно відзначити, що крім правовласника, який отримує вигоду за рахунок промислового використання об'єкту ІВ та заборони його використання третіми особами, споживачі теж у певному сенсі отримують відповідну вигоду, оскільки охорона інтелектуальної власності, сумлінна конкуренція та чесна торгова практика сприяють творчості працівників промислових підприємств та призводять до створення більш привабливих та різноманітних продуктів споживання.

Крім патентування, існує й інший спосіб отримання охорони, який полягає у збереженні комерційної інформації, що представляє собою секрет виробництва (ноу-хау), комерційну таємницю. Труднощі з використанням цього способу полягає в тому, що інформація, яка охороняється в режимі комерційної таємниці, може бути просто розголошена або іншим чином розкрита, і тоді подальше збереження її в режимі комерційної таємниці втрачає сенс, а відомості стають доступними для третіх осіб. За наявності патенту немає значення те, що хтось ще знає про особливості вашого винаходу, які можна почерпнути з опису до заявки на цей винахід. Тому не важливо, наскільки публічною є інформація; якщо у вас є патент, ви будете захищені.

Крім зазначених вище переваг для патентовласників все ж таки існує небезпека несанкціонованого використання важливої інформації, яка міститься в матеріалах патентної документації, її копіювання. Як видно, патентна охорона ІВ у різних випадках може бути як джерелом загроз економічній безпеці промислового підприємства, так і інструментом її забезпечення.

З одного боку, однією з загроз економічній безпеці підприємства стає право конкурентів накласти заборону на випуск продукції, що підпадає під дію

виняткових прав, які їм належать. З іншого боку, доступність інтелектуального ресурсу розширює коло учасників інноваційного циклу, які тиражують продукцію, що містить ІВ, на шкоду суб'єктам економіки, які раніше стартували в інноваційному процесі по її використанню.

Таким чином, проблема охорони та захисту ІВ має особливе значення для безпеки національної економіки. Поширеність підробленої продукції призводить до низки стратегічних втрат для українських виробників та споживачів. Піратство не тільки завдає збитків високотехнологічному виробництву, власникам відомих вітчизняних брендів, корпораціям, які прагнуть використати передові технології, а також впливають на репутацію країни. Тому важливу стабілізуючу та стимулюючу роль відіграє якісна система правової охорони та захисту інтелектуальної власності, що сприяє забезпеченню сумлінної конкуренції, а також виконує контрольну функцію за дотриманням законності у процесах створення, розповсюдження та використання інтелектуальної власності, що дозволить знизити кількість правопорушень у цій сфері. Ще одна проблема розвитку конкурентоспроможної економіки в сучасних умовах полягає у необхідності розвитку та запровадження механізмів реалізації результатів вітчизняних досліджень в інтелектуально-інноваційній сфері. Вона можлива тільки при підвищенні якості вітчизняних розробок у вигляді готових до виробництва технологій, тим більше що наявність патентного режиму охорони результатів інтелектуальної діяльності в різних країнах світу призводить до необхідності забезпечення їхньої патентної чистоти, яка передбачає її використання на території певних країн без порушення виняткових прав, що діють там, а також прав третіх осіб.

Література

1.Чернуха А.В. Роль интеллектуальной собственности в концепции национальной безопасности // Право и безопасность. 2008.

2. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38
3. Kobielieva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.
4. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
5. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
6. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Товажнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
7. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolz University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
8. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobielieva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
9. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
10. Kosenko O.P., Kobielieva T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kocziszky G., Kobielieva T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.

13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Грабченко А.И., Смолоник Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
17. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
18. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
19. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
20. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. Харків: «Основа», 1993. 288с.
21. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С.18-29.

Наукове видання

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОГО ТА НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТУ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ ЗА МАТЕРІАЛАМИ IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 березня 2022 року) Дніпро-Київ

Головний редактор д.т.н., проф. Петренко В.О.
Науковий редактор д.т.н., проф. Молоканова В.М.
Науковий редактор к.т.н., доц. Дорожко Г.К.

Видавець ТОВ «ЮРИДИЧНА КОМПАНІЯ «ЮРСЕРВІС»
49000, м. Дніпро,
вул. Воскресенська, буд. 39
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції
ДК № 6550 від 20.12.2018