

мережі). Галузеві мережі є партнерськими, розширюють джерела одержання знань та інформації, сприяють зміцненню конкурентних позицій учасників на ринку інтелектуальних послуг, виступають організаційною формою спільного використання партнерами нових технологій інтелектуальної послугової діяльності. Їх головною метою є створення якісного, конкурентоспроможного інтелектуального продукту.

2. Міжгалузеві — як організаційна форма міжорганізаційної взаємодії виробників інтелектуальних послуг та: а) постачальників ресурсів для їх виробничої та інноваційної діяльності (ресурсні мережі); б) споживачів інтелектуальних послуг (клієнтські мережі); б) суб'єктів інноваційної діяльності, учасників різних стадій інноваційного процесу (інноваційні мережі). Міжгалузеві мережі дозволяють їх учасникам знижувати транзакційні витрати, пов'язані з асиметричним розподілом інформації ризику, притаманні ринкам ресурсів і інтелектуальних послуг, зокрема, ризику опортуністичної поведінки постачальників, виробників та споживачів. Інноваційні мережі забезпечують ефективне здійснення системного інноваційного процесу, оптимізацію його результатів. Структура основних видів міжгалузевих мереж обумовлена технологією продукування інтелектуальної послуги.

3. Регіональні і національні мережі, що реалізують завдання соціально-економічного та культурного розвитку в регіоні, країні, незалежними учасниками яких є суб'єкти, що надають інтелектуальні послуги. Включення виробників інтелектуальних послуг у соціальні мережі сприяє реалізації їх ролі як найважливішого фактора людського розвитку.

Усі види міжорганізаційних мереж є по своїй суті соціальними, оскільки являють собою сукупність міжособистісних, міжорганізаційних відносин і взаємодій, що становлять основу соціальної поведінки учасників, нагромадження й реалізації їх соціального капіталу.

INTEGRATION OF THE COURSE «CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY» IN GRADUATE SCHOOLS IN UKRAINE

A. Y. Peretyatko, docent

Kharkiv National University of Building and Architecture

Ukraine's approach to socio-economic development and integration into European and world community requires new practices of interaction between state and business, business and society. That would allow making stronger the mutual re-

sponsibility of all participants in public life, to create conditions for further stable development of the state and society.

Nowadays in the most economically developed countries widely spread concept of “corporate social responsibility”, whereby companies integrate social and environmental issues in their business and interact with stakeholders on a voluntary basis. CSR in Ukraine is only in phase of development and important role in this process should take the education sector.

The urgency in the scientific and business environment issues of corporate social responsibility leads to correlation analysis: what part of responsibility in society (social, economic, purely environmental, legal, etc.) relations bring professionals who are endowed with modern viewpoints, economic thinking.

CSR reflects the humanizing aspects of higher education, returns lost values and humanity in the actions of each person, promotes the development of socially responsible thinking and training of responsible citizens. And in general increase spiritual development of society and humanity in all spheres of human’s activity.

The question of preparing socially responsible managers is based on increasing influence of business organizations on the process of reducing social pressure in the country. So graduates should be ready to be involved in socially responsible policy in Ukraine.

In determining the nature of this process should be based on the following provisions:

- Ukraine is in urgent need of socially responsible professionals.
- Content of modern training in higher education aimed at fostering a socially responsible manager, worker.
- Issues of social responsibility must be in or as a separate discipline to basic education component, or be included in studying by choice of university or students.

Sponsorship, charity, patronage, additional social protection of employees, etc., increases the rating, image perception of companies, improving its reputation and effectively differentiate from competitors. Experience shows that Ukrainian businessmen don’t have sufficient experience in implementing social programs, implement them inconsistently without specific factors. Social work as a kind of activity of corporations, organizations should be planned, analyzed and corrected — so it should be ruled. That’s why graduates and especially managers should to be ready for it. Therefore proposed: to the national model of social responsibility "business — government — society" add “education”, as a factor in training professionals for various areas and levels of management.

Knowledge it is the very way to the formation of values, which are as a factor of determination and regulation of motivation and action, and therefore form the basis for future professional activities. Analysis of scientific literature and Internet

publications suggests that society is moving to a modernist value system. Since the category of "social responsibility" is a part of the values of modern society, it has become a dominant among value orientations of managers and system formative foundation for youth. This formation of social responsibility in the future specialists is essential for overcoming the crisis and the value system of modern Ukrainian society. High school has to help for faster transition in the development from person-consumer to responsible person.

The main educational aim of the course «CSR» is to develop basic concepts of corporate social responsibility. This course focuses on the relationship of concepts of corporate social responsibility, stable development and competitiveness of businesses, as well as quality of corporate governance practices within the company. During the course students can be invited to the concept of corporate citizenship, it analyzes the differences from other forms of corporate social involvement and interaction with stakeholders. Must be assessed: basic approaches to management in the social sphere, the role of public administration, business and non-governmental organizations; the development of the ethical approach of companies; should be provide models of corporate philanthropy (with practical examples). Much attention should be given to the practice of legislative support for corporate philanthropy, including certain aspects of tax legislation and institutional structures created by companies for charitable purposes.

In the last few decades, a growing number of countries and companies are recognizing the benefits of corporate social responsibility in the development of corporate strategies (organization level) and state policies of social and economic development (the level of the state).

The basis of the CSR strategy consists of systematic approach, social and ethical values and norms and the principles of long-term planning. This allows to have a positive impact not only on the practice of individual companies, which operate at national and international markets, but also showed a significant positive effect in the well-being of civil society in common.

The course should pay particular attention to:

- 1) positive effects obtained by commercial and nonprofit organizations in the implementation of the CSR;
- 2) characteristic of the key concepts of CSR and stable business competitiveness.

The course must include a clear justification that the concept of corporate social responsibility must exist in the corporate strategy of any organization, as well as in public policy development. Students will be aware of the various forms of corporate social participation; about the types of corporate social work, legislative forms of support and motivation of corporate involvement; about interconnection

between national cultural traditions and national models of corporate social responsibility; about use of integration CSR in the development of corporate strategy and policies of social and economic development of the state; about the major strategic, economic and political mechanisms and tools used in practice of CSR.

ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ: СУЩНОСТЬ, ПОКАЗАТЕЛИ

Е. С. Смирнова, аспирант

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

В украинских информационных и аналитических статистических материалах, характеризующих как инновационную активность в целом, так и интеллектуальную собственность и патентование в частности, понятие «изобретательская активность» не используется. В России данные об изобретательской активности, которые базируются на показателях патентования объектов интеллектуальной собственности, используются при анализе результатов инновационной деятельности.

Изобретательская активность — это определенный уровень распространения и результативности творческой интеллектуальной деятельности в сфере технологии. Изобретательская активность должна оцениваться на основе комплекса абсолютных и относительных показателей, отражающих, во-первых, результат изобретательской деятельности, которому, по нашему мнению, присущ многоуровневый характер: 1) *исходный (сущностный) уровень*: интеллектуальный продукт-новация как результат творческой интеллектуальной деятельности в сфере технологии; 2) *объектный уровень*: объект изобретения (полезной модели) — продукт или процесс; 3) *правовой уровень*: патент на изобретение (полезную модель) как объект права интеллектуальной собственности. Во-вторых, указанные показатели должны отражать масштаб изобретательской деятельности.

Необходим комплексный подход к оценке изобретательской деятельности, поскольку именно в патенте на изобретение воплощаются и закрепляются все уровни результата изобретательской деятельности, а объем патентования и его динамика характеризуют ее масштаб (распространение), данные о патентовании являются основой для расчета абсолютных и относительных показателей изобретательской активности.

Основные группы показателей изобретательской активности приведены в таблице.