УДК 658:330.341.1:338.439

Осовська Г.В.,
к.е.н., професор
Фещенко А.О.,
асистент кафедри менеджменту організацій
Житомирський національний агроекологічний університет,

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ СКЛАДОВОЮ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Osovska G.V.,
cand.sc.(econ.), professor
Feshhenko A.O.,
assistant of the department of management organization
Zhytomyr National Agroecologycal University

MANAGING INTELLECTUAL COMPONENT OF THE INNOVATION POTENTIAL IN THE IMPLEMENTATION OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS AT THE ENTERPRISES OF FOOD INDUSTRY

Постановка проблеми. В процесі управління інноваціями на базі сучасної інноваційної платформи важливу роль відіграє інтелектуальна складова інноваційного потенціалу організації. До складу інтелектуальної власності, що формує зазначений елемент інноваційного потенціалу організації, відносяться винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки та знаки обслуговування, захищені патентами чи комерційною таємницею (у формі ноу-хау), а також розроблені в організації інноваційні програми, плани та проекти, дослідження яких є актуальним теоретичним і практичним завданням [2; 3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти дослідження сутності і значення інноваційної діяльності підприємства знайшли відображення в роботах провідних вітчизняних та зарубіжних вчених: В. Василенка, Я. Вишнякова, С. Ілляшенка, С. Ільдеменова, Н. Краснокутської, Г. Менша, Б. Санто, Р. Фатхутдінова, Х. Фрімена, І. Шумпетера та ін. Водночас, недостатньо дослідженими залишаються питання формування на підприємствах харчової промисловості постійно діючої системи моніторингу технологічних новацій в галузі, прийняття на основі його результатів управлінських рішень щодо доцільності та механізму впровадження суб'єктом господарювання конкретних нововведень в технологічній сфері. Усе наведене свідчить про актуальність і важливість дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження комплексу управлінських рішень, що приймаються в процесі управління патентним портфелем, а також встановленні чинників, які зумовлюють прийняття певного рішення з переліку доступних альтернатив.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сукупність об'єктів інтелектуальної власності, що використовується в процесі інноваційного розвитку організації, прийнято називати патентним портфелем. Завдання даної частини дослідження полягає у визначенні комплексу управлінських рішень, що приймаються в процесі управління патентним портфелем, а також встановленні чинників, які зумовлюють прийняття певного рішення з переліку доступних альтернатив. В практичному аспекті мова йде про формування методичних рекомендацій для інноваційного менеджера, який має розв'язати наступні питання:

1) Яку форму захисту обрати для результатів інтелектуальної діяльності?
2) Як класифікувати в ролі об'єктів інтелектуальної промислової власності результати інтелектуальної діяльності, створені в організації?
3) Які вигоди можна отримати, набуваючи права на об'єкти інтелектуальної власності?
4) Чи є необхідність набувати права на інтелектуальну власність, яка є результатом інтелектуальної діяльності інших організацій?

Як було встановлено, технологічні інновації на підприємствах харчової промисловості включають продуктові та процесні. Продуктові інновації передбачають розробку нових або вдосконалених рецептур харчових продуктів, відповідно до виявлених чи прогнозованих змін у потребах споживачів. В ролі процесних інновацій в харчовій промисловості розглядаються вдосконалення технологій зберігання сільськогосподарської продукції як сировини для виробництва, модернізацію процесу пакування продукції, запровадження технологій, що скорочують тривалість виробничого процесу та економлять використовувані ресурси.

Результат інтелектуальної діяльності, що виникає в процесі розробки продуктової інновації (рецепт), а також новий технологічний спосіб зберігання чи переробки сировини може бути класифікований як корисна модель чи винахід і віднесений до об'єктів інтелектуальної промислової власності. Що стосується інновацій в пакуванні, то тут ми маємо справу з об'єктом промислової власності, що класифікується як промисловий зразок.

Результат інтелектуальної діяльності, необхідний для здійснення інновацій, має бути захищений від конкурентів, тільки тоді він забезпечить організації конкурентні переваги. Приймаючи рішення щодо способу захисту інтелектуальної власності, інноваційний менеджер має враховувати специфіку об'єкту власності та механізм захисту. Так об'єкти інтелектуальної промислової власності можуть бути захищені одним з двох способів: відкритим чи закритим [6].

Відкритий спосіб передбачає закріплення прав власності з допомогою патенту. В перекладі з латинського слова «patere» патент означає «класти на огляд», тобто робити доступним для широкого загалу. Закритий спосіб стосується таких результатів інтелектуальної діяльності, що є конфіденційними, отримали назву «ноу-хау» і захищаються в режимі комерційної таємниці [8].

Цивільним кодексом України комерційна таємниця визначається як об'єкт інтелектуальної власності. Організація, що визначила певну інформацію як комерційну таємницю, має на неї майнові права, що передбачають право на самостійне використання цієї інформації, право дозволяти використання цієї інформації іншим особам, а також право заборони на використання цієї інформації. Умисне розголошення комерційної таємниці, незаконне збирання та використання інформації, що є комерційною таємницею, передбачає кримінальну відповідальність.

Інноваційний менеджер підприємства харчової промисловості, що приймає рішення щодо вибору способу правової охорони інтелектуальної власності, передусім має міркувати в категоріях комерційної вигоди організації. Так, патентування рецептів виробів харчової промисловості є недоцільним, оскільки воно передбачає відкритість їх складу та способу приготування і суперечить бажанню зберегти їх у таємниці. Оскільки не існує надійних способів контролю за виробами конкурентів стосовно використання ними захищеної патентом рецептури, витрати на патентування будуть марними. Крім того, рецепт продукту можуть копіювати виробники з-за кордону, в країнах, для яких патент взагалі не має правового захисту.

Таким чином, результати інтелектуальної діяльності, що необхідні для реалізації продуктових інновацій на підприємствах харчової промисловості (рецепти), мають захищатися закритим способом, як комерційна таємниця. Тим паче, що в будь-якому випадку (як і запатентовані об'єкти інтелектуальної власності) вони обліковуються у складі необоротних активів та збільшують вартість сукупних активів підприємства.

Щодо комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, захищених відкритим та закритим способами, то відмінностей в технології передачі прав на їх використання іншим особам та організаціям немає. Об'єкти, захищені комерційною таємницею, передаються на основі ліцензійної угоди так само, як і запатентовані.

Вибір відкритого способу захисту (патентування) є доцільним стосовно результатів інтелектуальної діяльності, що більшою мірою сприяють процесним інноваціям. Зокрема, мова йде про вдосконалення технологій зберігання чи переробки сільськогосподарської продукції, зменшення тривалості та витратності виробничого процесу, вдосконалення пакування тощо. Визначившись із способом захисту результатів інтелектуальної діяльності, перейдемо до визначення типу об'єкту інтелектуальної промислової власності, що підлягає патентуванню.

Патентуванню на підприємствах харчової промисловості можуть підлягати результати інтелектуальної діяльності, що класифікуються як винахід, корисна модель чи промисловий зразок. Останній представляє собою художньо-конструкторське рішення, що визначає зовнішній вигляд виробу. Передусім він має відношення до інновацій в пакуванні та в деяких випадках може скласти альтернативу товарному знаку. Корисна модель, як і винахід, представляє собою технічне рішення певної проблеми, що характеризується новизною та придатністю для промислового використання. На відміну від корисної моделі, винахід характеризується також винахідницьким рівнем, тобто винайдене технічне рішення не є очевидним, виходячи з існуючого рівня розвитку науки і техніки та рівня знань спеціалістів.

Відмінності між корисною моделлю і винаходом виявляються також в процесі їх патентного захисту. Це стосується критеріїв патентоспроможності, строків очікування на рішення, плати за патент та термінів патентного захисту. Для корисної моделі перевірка новизни та можливості промислового використання практично не здійснюється, а перекладається на відповідальність заявника. Такий патент має назву декларативного і в деяких країнах не видається.

Важливою умовою для визнання технічного рішення корисною моделлю є той факт, що воно не описане у фахових джерелах. З метою підтвердження цього факту необхідно провести патентний пошук. Безумовно, патентний пошук також необхідний перед поданням заявки на патент на винахід. Регулярний патентний пошук (моніторинг) необхідний інноваційно-налаштованій організації, яка прагне бути в курсі всіх новинок.

Патентний пошук може здійснюватися вручну або за допомогою спеціальний комп'ютерних програм. У світовій мережі Інтернет є декілька баз даних, що дозволяють здійснити патентний пошук. Характеристика деяких з них наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Бази даних для здійснення безкоштовного патентного пошуку в мережі Інтернет

Назва програмного забезпечення	Характеристика бази даних
Google Patent Search	База містить патенти USPTO, але дозволяє здійснювати пошук з допомогою спеціальної програми розпізнавання тексту на фотографіях. Крім того, має функцію пошуку за прізвищами винахідників, номерами та назвами патентів, а також датою.
WikiPatents	Містить понад 15 млн патентів та патентних заявок з США, Німеччини, Японії, Великобританії, Канади, Франції, Іспанії та Швейцарії. Дозволяє завантажувати патент у різних форматах (TXT, RTF, PDF), відображає на карті місце проживання винахідника.
Esp@cenet, EPOLine	База даних європейського патентного відомства, містить близько 60 млн патентних заявок та патентів. Також дозволяє залучити до пошуку бази даних Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO) та Worldwide, що опубліковані за останні 2 роки.
Worldwide	База охоплює патентні документи, опубліковані більш як у 80 країнах і регіонах світу. Пошук ведеться англійською мовою, але для впевненості варто повторити процедуру мовою країни, що реєструвала патент, оскільки не у всіх патентах є переклад англійською.
WIPO, PATENTSCOPE ®	База Всесвітньої організації інтелектуальної власності містить понад 1,8 млн міжнародних патентів, дозволяє здійснювати пошук за базами Африканської регіональної організації інтелектуальної власності, Аргентини, Бразилії, Куби, Ізраїлю, Марокко, Мексики, Республіки Корея, Сінгапуру, Південної Африки, Іспанії, В'єтнаму.
USPT (United State Patent and Trademark Office)	База даних патентного відомства США, містить патенти з 1976 р. у текстовому (HTML) та графічному (TIFF) форматах. Патенти до 1976 р. зберігаються тільки у графічному форматі, що ускладнює пошук.
Укрпатент	База даних патентів України, містить понад 300 тис. патентів на винаходи та корисні моделі. Надає додатковий сервіс пошуку в базі даних «Винаходи інших країн» від 42 закордонних патентних відомств (http://base.ukrpatent.org/mpk2009/index.html?level=c/).
Роспатент	База федеральної служби з інтелектуальної власності, патентів і товарних знаків Російської Федерації, містить понад 2 млн документів російською та англійською мовами.
Free Patents Online	Одна з найбільших систем патентного пошуку, що дозволяє здійснювати пошук в базах даних патентного відомства США, ВОІВ, Європейського, а також японського патентного відомств.

Джерело: складено за підтримки магістранта НТТУ «КПІ» О. Неуймина

Здійснення патентного пошуку можна замовити у патентному бюро, а можна провести самостійно. Найчастіше застосовується предметний пошук, тобто пошук за технічним завданням, яке розв'язується за допомогою запатентованого винаходу. Дотичним до предметного пошуку є тематичний пошук, який обирається, коли час на пошук обмежений. В процесі тематичного пошуку коло розглядуваної інформації обмежується обраною рубрикою патентної класифікації та визначеного часового проміжку, протягом якого були зареєстровані патенти. З метою оптимізації процесу патентного пошуку на підприємствах харчової промисловості, розглянемо будову Міжнародної патентної класифікації.

У Міжнародній патентній класифікації (МПК) виділяються 8 розділів (від А до Н), перший з яких (А) розкриває діяльність у сфері задоволення життєвих потреб людини, до якої відноситься діяльність підприємств харчової промисловості. Другим рівнем ієрархії МПК є класи, які позначаються індексом розділу та двозначним числом. Так клас А22 містить коди, яким позначаються патенти, що відносяться до такої діяльності у харчовій промисловості, як забій худоби, перероблляння м'яса, свійської птиці або риби, а підклас А22С саме переробку м'яса, свійської птиці або риби.

Клас А23 містить коди патентів щодо винаходів у галузі їжі або харчових продуктів, їх обробки, не охоплені іншими класами, зокрема, підклас А23В охоплює патенти в консервній промисловості, А23С – в молокопереробці. Патенти, зареєстровані у виробництві цукру, класифікуються у розділі С – хімія, металургія – класі 13. Таким чином, зазначені розділи і класи охоплюють коди всіх патентів, виданих на винаходи у галузях харчової промисловості (м'ясопереробна, молокопереробна, консервна та цукрова галузі). Саме у цих розділах варто здійснювати патентний пошук.

Після здійснення патентного пошуку і переконання у новизні свого технічного рішення, яке не порушує прав інтелектуальної власності інших винахідників, можна подавати заявку на патент. Від моменту подачі заявки на декларативний патент до моменту його отримання в Україні в середньому проходить 7-9 місяців. Патент на винахід може бути отриманий протягом 2-х років, оскільки, крім формальної, здійснюється також змістовна експертиза винаходу. Дія патенту на корисну модель

триває до 10 років від моменту подання заявки (якщо регулярно вносити щорічні платежі на підтримання актуальності патенту), тоді як патент на винахід забезпечує власнику виняткові права протягом 20 років.

Патент забезпечує його власнику право самостійного використання винаходу чи корисної моделі, право дозволяти чи забороняти іншим особам використовувати винахід чи корисну модель, а також вимагати через суд відшкодування збитків у разі порушення встановленої заборони на використання. Дія патенту розповсюджується тільки в тій країні, де він виданий. У випадку патенту на винахід, його власник може зареєструвати патент у відповідному патентному відомстві іншої країни. Тільки після цього він буде дійсним у цій країні (принцип незалежності патентів, ст. 4 b Паризької Конвенції).

Приймаючи рішення про класифікацію результату інтелектуальної діяльності як корисної моделі чи винаходу з позицій його патентування, поряд з чинниками витрат на реєстрацію та закріплення прав власності, необхідно враховувати ознаку актуальності технічного рішення через 10 років. Якщо через 10 років технічне рішення щодо зберігання чи переробки сільськогосподарської продукції втратить актуальність завдяки розвитку науково-технічного прогресу, то патентувати його як винахід не має сенсу. Виняток може становити ситуація, коли розробники нового технічного рішення бажають захистити своє виняткове право на його використання на території іншої країни, яка не визнає патенту на корисну модель.

Комплекс показників, які необхідно оцінити, приймаючи рішення про класифікацію розробленого на підприємстві харчової промисловості нового технічного рішення як корисної моделі чи винаходу, включатиме час на отримання патенту, термін патентного захисту, витрати на патент, а також перспективи його використання за кордоном (рис. 1).

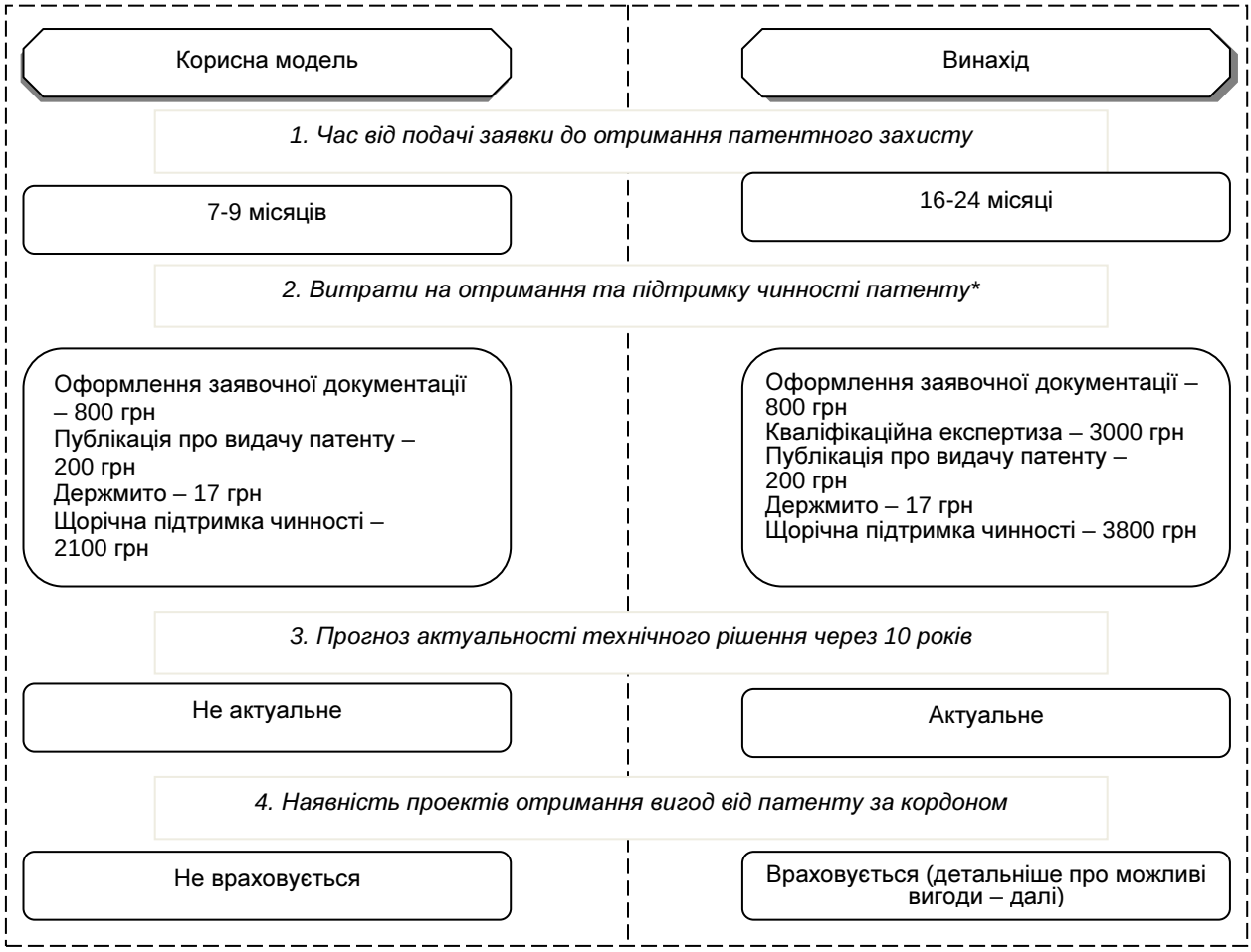

Рис. 1. Комплекс показників, що оцінюють при класифікації технічного рішення як об'єкту промислової власності

* за даними патентно-юридичної компанії «*IPStyle*» без врахування гонорарів патентних повірених та за умови, що власником патенту стає організація, а не сам винахідник.

Джерело: власні дослідження

Далі перейдемо до аналізу результатів інтелектуальної діяльності, що забезпечують інновації в пакуванні на підприємствах харчової промисловості. Сучасні підприємства витрачають значні зусилля на створення бездоганної упаковки з кращими функціональними та естетичними властивостями.

Можна зауважити, що естетичні властивості пакування відносяться до маркетингових інновацій. Однак в реальних умовах інноваційний менеджер спеціально не поділяє потенційні інновації на різні групи, а розглядає перспективні напрями їх дії у комплексі. Менеджер з розробки і впровадження інновацій повинен чітко усвідомлювати, що упаковка батону ковбаси, виготовлена з органічних матеріалів, не матиме конкурентних переваг, якщо вона буде неапетитного синього кольору. Таким чином, не будемо відділяти функціональні властивості упаковки від естетичних, а розглянемо інновації в пакуванні на підприємствах харчової промисловості з точки зору їх інтелектуальної складової.

Як було зазначено вище, упаковка харчового продукту, розроблена на підприємстві, може бути захищена за допомогою патенту як промисловий зразок. Згідно Міжнародної класифікації промислових зразків, всі вироби поділені на 32 класи. До 1-го класу відносяться продукти харчування, наприклад, сири, ковбаси, котлети, пряники, макаронні вироби тощо. Таким чином, сам зовнішній вигляд продуктів, їх колір, форма, розмір можуть бути об’єктами правового захисту.

До 9-го класу відносяться безпосередньо пакувальні вироби, такі як коробки, банки, пляшки, пакети тощо. Підкласом 8 класу 19 об’єднуються різні види друкованої продукції, в т.ч. етикетки, а в класі 11 (підклас 5) зазначаються емблеми, прапори, предмети святкового оздоблення. Оригінальний вигляд цих елементів упаковки також може бути об’єктом правового захисту.

З метою захисту зовнішнього вигляду виробу, підприємство харчової промисловості може обрати один з двох альтернативних варіантів: 1) класифікувати упаковку з усіма її зовнішніми ознаками як промисловий зразок та отримати відповідний патент на промисловий зразок або 2) зареєструвати товарний знак як елемент зовнішнього вигляду упаковки та отримати відповідне свідоцтво. Порівняємо ці варіанти за допомогою схеми, аналогічної викладеній на рис. 2.

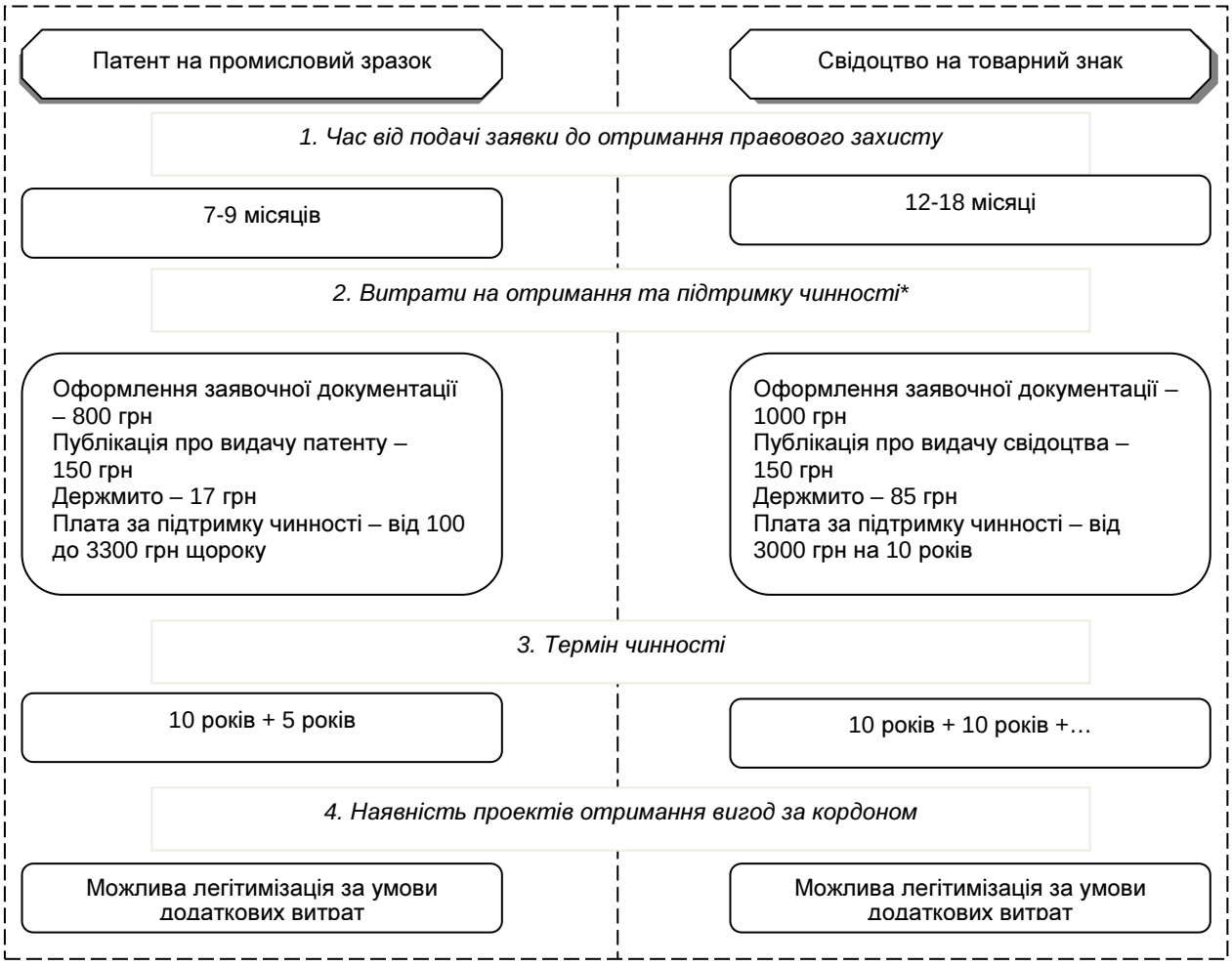

Рис. 2. Комплекс показників, що оцінюють при класифікації зовнішніх ознак упаковки як об’єкту інтелектуальної власності

** за даними патентно-юридичної компанії «IPStyle» без врахування гонорарів патентних повірених та за умови, що власником правоохоронного документу стає організація, а не фізична особа.*

Джерело: власні дослідження

Таким чином, в процесі реалізації інноваційних рішень підприємства харчової промисловості можуть обирати з наявних альтернатив способи правового захисту своїх прав інтелектуальної власності. Як правило, існуючі альтернативи передбачають вибір між термінами отримання дозвільних документів, вартістю їх оформлення і строками дії правового захисту. При цьому, суб'єкт господарювання не має можливості впливати на вказані параметри, оскільки їх величина визначається відповідними нормативами.

З точки зору інноваційного менеджменту, обрання домінуючого параметра для прийняття рішення у кожному випадку залежить від специфіки ситуації. Так, наприклад, надання переваги реєстрації товарного знаку як елементу зовнішнього вигляду упаковки перед реєстрацією упаковки як промислового зразка має сенс у тих випадках, якщо підприємство у подальшому планує розширювати асортименту лінійку інноваційних видів продукції. У цьому випадку раніше зареєстрований товарний знак зможе використовуватися на упаковці інших видів продукції і слугуватиме для споживачів формою ідентифікації виробника [7; 8].

Тепер розглянемо напрямки отримання позитивних вигод від управління портфелем інтелектуальної власності та встановимо показники (критерії) для їх оцінки. Одним з них є розширення частки ринку підприємства завдяки оформленню та захисту права на виробництво інноваційного продукту. Закріпивши своє виняткове право на таке виробництво та переконавшись, що не порушуються права у сфері інтелектуальної власності інших виробників, підприємство може розширювати обсяги виробництва і, за рахунок випуску новинки, збільшувати свою частку ринку.

До показників, що відображають позитивні наслідки розширення портфелю інтелектуальної власності, можна віднести відносний приріст обсягів виробництва:

$$Q_{\text{пр}} = (Q_1\text{-}Q_0)/\ Q_0 * 100\ \%, \quad (1)$$

де Q_0 та Q_1 – обсяги виробництва продукції підприємством до і після розширення портфелю інтелектуальної власності.

Іншим показником ефективності управління портфелем інтелектуальної власності може бути показник безпосередньо приросту частки ринку:

$$w_{\text{пр}} = w_1\text{-}w_0, \quad (2)$$

де w_1 та w_0 – частки ринку, які займало підприємство до та після розширення портфелю інтелектуальної власності.

Розрахунок приросту частки ринку підприємства стає можливим, якщо відома грошова чи натуральна оцінка обсягу ринку в цілому. При цьому, для ідентифікації ринку важливим є чітке встановлення номенклатури виробів, що на ньому обертаються. При впровадженні не поліпшуючих, а базових інновацій, можуть виникати нові ринки продуктів, які раніше в принципі не були відомі споживачам. В такому випадку підприємство-новатор може бути визначене як чистий (100 %) монополіст на новому ринку інноваційної продукції.

Другим напрямом отримання вигоди від управління патентним портфелем є розширення та оптимізація товарного портфелю. Явище «життєвого циклу продукту» загальновідоме. У виробничій програмі будь-якого підприємства знайдуться види продукції, які перебувають на стадії впровадження, зростання, зрілості чи старіння. Продукти, що перебувають на стадії стагнації, варто виводити з виробничої програми, а на їх місце впроваджувати нові. Розширення патентного портфелю дозволяє підприємству оновлювати товарний асортимент і підтримувати в ньому частку новинок на рівні 20-25 %.

Традиційний показник приросту товарного портфелю (збільшення кількості найменувань продукції у виробничій програмі підприємства, що здійснює технологічні інновації) в даному випадку не доречний. Так само, мало корисного дає показник диверсифікації товарного портфелю – відхилення структури товарного портфелю до запровадження інновацій від структури, що формується за їх наслідками. Ефективне управління патентним портфелем має забезпечити постійну динаміку товарного портфелю при збереженні оптимальної питомої ваги продуктів, що перебувають на стадіях розробки та впровадження.

Таким чином, показником, що відображає позитивні наслідки управління патентним портфелем, є питома вага у товарному портфелі товарів, що перебувають на стадіях розробки і впровадження [5].

Третім напрямом отримання вигоди від управління патентним портфелем є продаж ліцензій на використання інтелектуальної власності іншими підприємствами та отримання позареалізаційних доходів у формі роялті. Показник, який відображає вигоду за цим напрямом – це відносний приріст позареалізаційних доходів:

$$R_{\text{пр}} = (R_1\text{–}R_0)/\ R_0 * 100\ \%, \quad (3)$$

де R_0 та R_1 – обсяги позареалізаційних доходів до і після укладання ліцензійних угод на використання результатів інтелектуальної діяльності, створених на підприємстві. Звичайно, укладання підприємством ліцензійних угод не завжди можна розглядати як джерело доходу суб'єкта господарювання. В тих випадках, коли підприємство купує ліцензії, їх вартість виступає статтею витрат.

Четвертим напрямом отримання вигод від управління патентним портфелем є зростання ринкової вартості компанії, що володіє цим портфелем. Приріст ринкової вартості компанії вираховується шляхом ділення приросту прибутку, отриманого завдяки реалізації інтелектуальної власності, на ставку капіталізації, прийнятну для інвесторів (власників) підприємства:

$$C_{\text{пр}} = (PR_1 – PR_0)/ S_k, \quad (4)$$

де PR_0 та PR_1 – прибуток підприємства до і після розширення портфелю інтелектуальної власності, S_k – ставка капіталізації.

За своїм економічним змістом ставка капіталізації визначається як відношення чистого річного доходу від активу до ринкової вартості цього активу. В якості ставки капіталізації для оцінки ефективності управління патентним портфелем можна взяти коефіцієнт, що відповідає відношенню прибутку базового періоду до ринкової вартості підприємства в цей самий період, тобто S_{k0}.

Дотичним до критерію ринкової вартості компанії є критерій її балансової вартості. Внаслідок розширення патентного портфелю відбувається зростання вартості нематеріальних активів, якими розпоряджається компанія, тобто зростає її балансова вартість. Зростання вартості компанії є позитивним процесом, оскільки дозволяє розширювати обсяги господарської діяльності як за рахунок власних джерел, так і за рахунок збільшених обсягів позикових коштів. Адже чим більше вартує компанія, тим більше позик вона може залучити.

Висновки з проведеного дослідження. Виходячи з наведеного, можна зробити висновок, що розширення патентного портфелю забезпечує позитивні фінансові результати незалежно від того, яким було джерело отримання нового об’єкту інтелектуальної власності – самостійна розробка та її відповідний захист чи придбання прав на використання інтелектуальної власності інших компаній. Раніше в управлінні інтелектуальною власністю вважалося, що найважливіше – це запатентувати винахід, який з’явився в процесі розвитку технології. Однак в межах сучасного етапу розвитку методів управління технологіями основну роль буде відігравати здатність об’єктивно оцінити і зрозуміти сутність своїх патентів і патентів інших компаній.

Кожне підприємство має забезпечити собі свободу підприємницької діяльності, розширення монопольної влади і підвищення ефективності процесу розробки нових товарів, використовуючи при цьому також і інтелектуальну власність інших підприємств. Це можна робити шляхом придбання прав на використання винаходів інших підприємств (ліцензій), через запровадження перехресного ліцензування між партнерами, а також за рахунок продажу ексклюзивних прав на інтелектуальну власність.

Література

1. Особливості інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступа:http://economics.wideworld.ru.

2. Ромашова И. Особенности инновационной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.birzhaplus.ru.

3. Товста Т.Л. Інноваційна активність діяльності підприємств харчової промисловості [Електронний ресурс] / Т.Л. Товста. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ekonomika/2008_628/51.pdf

4. Шевлюга О.Г. Дослідження впливу технологічних інновацій на ринок технологій і розвиток підприємства / О.Г.Шевлюга, О.М. Олефіренко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. І. – С. 38-44.

5. Чорна М.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М.В. Чорна, С.В. Глухова. – Х. : ХДУХТ, 2012. – 210 с.

6. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення / Н.І. Чухрай. – Львів: Видавництво Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2002. – 314 с.

7. Щетилова Т.В. Методичні підходи до оцінки економічної ефективності інноваційних проектів / Т.В. Щетилова // Економіка промисловості. – 2003. – № 3 (21). – С. 109-115.

8. Якубовський М. Інфраструктура – фактор прискорення інноваційного розвитку промисловості / М. Якубовський, В. Щукін // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 27-38.

References

1. “Features of innovative activity”, available at: http://economics.wideworld.ru.

2. Romashova, I. “Features of the innovation economy”, available at: http://birzhaplus.ru.

3. Tovsta, T.L. (2008), “The innovative activity of enterprises of food industry”, available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ekonomika/.pdf

4. Shevliuha, O.H. and Olefirenko, O.M. (2011), “Investigation of the influence technological innovations on the technology market and development of the enterprise”, *Marketyng I menedzhment innovatsii*, no. 4, vol.1, pp. 38-44.

5. Chorna, M.V. and Hlukhova, S.V. (2012), *Otsinka efektyvnosti innovatsiinoi diialnosti pidpryiemstv* [Evaluating the effectiveness of innovation activities of enterprises], monograph, KhDUKhT, Kharkiv, Ukraine, 210 p.

6. Chukhrai, N.I. (2002), *Formuvannia innovatsiinoho potentsialu pidpryiemstva: marketynhove ta lohistychne zabezpechennia* [Formation of innovative potential of enterprise: marketing and logistics ensuring], Nats. un-tu «Lvivska politekhnika», Lviv, Ukraine, 314 p.

7. Shchetylova, T.V. (2003), ”Methodological approaches to evaluating the economic efficiency of innovative projects”, *Ekonomika promyslovosti*, no. 3 (21), pp. 109-115.

8. Iakubovskyi, M. and Shchukin, V. (2007), “Infrastructure - the factor acceleration of innovation industry development”, *Ekonomika Ukrainy*, no. 2, pp. 27-38.