

категорії антикризового управління. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

11. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч. посібник.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.

12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.

13. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промислового підприємства.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.

14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

15. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промислового підприємства: сутність и задачі. Вісник нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

16. Перерва П.Г., Гочарова Н.П., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие - Киев: ВИРА-Р. 1998.- 267с.

MECHANISM OF CREATION AND INTERACTION OF VENTURE ORGANIZATIONS

SIKORSKA MALGORZATA

*kanclerz Higher School of Labour Safety
Management (WSZOP)
(Katowice, Poland)*

PEREREVA PETRO

*doctor of Economics, Professor, Head of
the Department of Management of
Innovative Entrepreneurship and*

Active practice of organizing research has given rise to a kind of entrepreneurship - risky (venture) business. It is widespread in the United States, Western Europe, and Japan. A small team can perceive and generate new ideas much more mobile. Small and medium-sized research firms were established, for example, near large university centers. They jointly leased plots of land, used laboratory and information equipment of the university. Thus, in the United States near Stanford University there are more than 3 thousand medium and small electronic firms with a total number of 190-200 thousand people. Each of them focuses on the development and development of one or two types of new products, and in general covers 20% of the world's needs in computer and electronic components of certain types. At Goodyear's tire plant, the organizational and production structure consists of 164 separate working groups (production centers) with 5 to 27 employees. Japan's processing industry has 750,000 plants, 70% of which are small enterprises with 1 to 9 employees; 10% - enterprises with the number of employees from 10 to 20 people. The famous Tjyota and Honda cars are simply assembled in large Japanese factories, and tens of thousands of medium and small enterprises make individual parts and assemblies for them. For example, the plant that supplies plastic parts for Honda employs 9 people, the plant area is only 300 square meters. Molds for these parts are made by one person who has two machines in his yard in the utility room. This person is the owner of his business and works at it. But it produces molds that meet the highest requirements of the company "Honda". This is possible because the material for their production, of very high quality, comes from Sweden, where it is produced by large factories.

In our opinion, a venture organization should be defined as a small organization operating in knowledge-intensive progressive sectors of the economy (electronics, biochemistry, nanotechnology, cellular communications, pharmaceuticals, information business, bioengineering, robotics, new energy sources, construction materials, etc.), carry out research, engineering, create and implement innovations, including commissioned by large commercial organizations and the state. Most often, venture firms operate on a non-permanent basis, engaged in the development of scientific ideas and their transformation into new technologies and products in order to test, refine and bring to industrial implementation of risky innovations. Modern small venture enterprises are flexible and mobile structures, which are characterized by high targeted activity, high interest of employees and investors in the fastest commercialization of a scientific idea, technology, product at the lowest cost. The founders of venture innovation firms are most often scientists, engineers, inventors who have left large firms, research institutions or universities and seek to implement the latest advances in science and technology for material gain. The start-up capital of venture firms can be the personal savings of the founders, which are often not enough to implement existing ideas. In such situations, we have to turn to certain specialized firms that do not dare to innovate, but seek to control them. If successful, they get a ready scientific and technical achievement. As a rule, venture firms themselves are not profitable, because they do not organize production, but transfer their developments to other firms - experts, patients, commuters. However, they create a significant share of global innovations, such as copiers, microprocessors, personal computers were created by venture firms.

In venture structures there are internal and external types of ventures. The mechanism of their creation and interaction is presented in fig. 1.

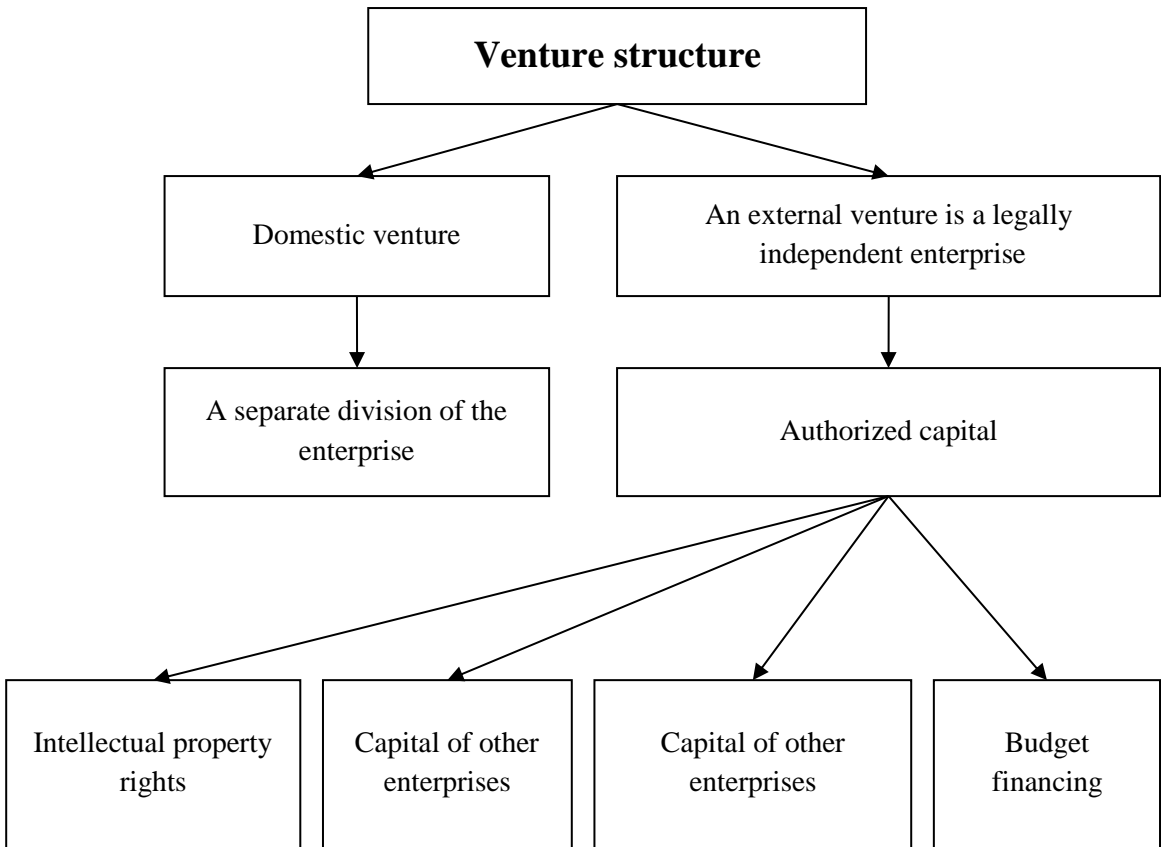


Figure 1 - Venture forms of organization and financing of innovation

External Venture is a mobile temporarily independent small company engaged in cross-sectoral innovations. Internal venture is an administratively and economically autonomous unit created in the structure of the organization for the period of development and implementation of knowledge-intensive products. It is based on the ideas of the company's employees, selected by a special service. The department headed by the authors of the projects, within the stipulated period, develops the innovation and prepares the project for its launch into production. Internal ventures are formed in large firms in order to develop strategically important aspects of research and (or) support private innovation projects of certain groups of professionals, and sometimes

individual employees-innovators. Thus, venture divisions finance and stimulate the development of "informal" innovation activities, to which the company's management has only an indirect relation, approving the activities of the venture mini-firms themselves.

Reference:

1. Гулькин П.Г. Введение в венчурный бизнес. - М.: Экономика.- 2019.- 132с.
2. Pererva Petro Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // Petro Pererva, Szabolcs Nagy, Maria Maslak.- MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- № 5.- 2018.- [Published online].- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf
3. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
4. Nagy S. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S. Nagy, P. Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
5. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

6. Nagy S. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S.Nagy, M.Sikorska, P.G.Pererva // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.

7. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

8. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. 480 с.

9. Kocziszky György, Somosi Veres M., Kobieliava T.O Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2017» : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. Харків, 2017.– С. 140-143.

10. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Харьков : Основа. 1991. 114 с.

11. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

12. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч. посібник.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.

13. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.

14. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. *Комплаенс программа промислового підприємства.*– Харків-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.

15. Старостіна А.О. *Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч.* – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

16. Перерва П.Г. *Комплаенс-программа промислового підприємства: сутність и задачі.* Вісник нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

17. Перерва П.Г., Гочарова Н.П., Яковлев А.И. *Маркетинг інноваційного процесу.* Учебное пособие - Київ: ВИРА-Р. 1998.- 267с.

УДК: 347.78

СУДОВА ПРАКТИКА У СФЕРІ ПРИТЯГНЕННЯ ДО ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ ВІЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТВОРІВ

АКУЛОВ Ю.В.

*аспірант кафедри інтелектуальної
власності та інформаційного права
Інституту права Київського
національного університету імені
Тараса Шевченка
(Київ, Україна)*

З огляду на дані Єдиного державного реєстру судових рішень судова практика щодо розгляду спорів у сфері притягнення до відповідальності за порушення вільного використання творів в Україні