

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Інтелектуальна власність, як специфічна категорія, ще недостатньо досліджена наукою. У ній ще досить багато не згод, що в ряді випадків істотно ускладнює і без того суперечливий механізм регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності. У той же час, вже досить точно визначені об'єкти та суб'єкти даної категорії.

Аналізуючи роль інтелектуального капіталу як основи реалізації прав власності в новій економіці, слід, на наш погляд, враховувати як ринковий (внутрішньофірмовий) ефект реалізації, так і соціальну ефективність (задоволення перспективних потреб) накопичення інтелектуального капіталу. Таким чином, проблема структурування інтелектуального капіталу не може бути обмежена рамками фірми. Логіка аналізу передбачає структурування інтелектуального капіталу компанії з точки зору структури і типологізації нематеріального накопичення на макроекономічному рівні.

Громадська корисність об'єктів інтелектуальної власності, на нашу думку, визначається перш за все в позитивному ефекті від їх використання в різних сферах життя суспільства. Стосовно до предмету розгляду можна виділити наступні види ефектів інтелектуальної власності.

1. *Економічний ефект* - полягає в економії суспільної праці (матеріальних, трудових, фінансових та інших видів ресурсів) при використанні результатів творчої діяльності (об'єктів інтелектуальної власності). Його наявність в кінцевому рахунку призводить до зростання доходів (прибутку) товариства (приріст національного доходу) або конкретних осіб.

2. *Соціальний ефект* - полягає в створенні більш сприятливих умов для життєдіяльності суспільства, певної його частини або конкретної особистості. Його наявність веде до створення умов для всебічного розвитку особистості, більш повного застосування її творчих сил, здібностей, талантів. В кінцевому рахунку будь-яка творча діяльність повинна бути спрямована на людину, відповідати цілям формування гармонійно розвиненої, духовно багатой особистості, створювати для неї всі необхідні умови для ефективної роботи, комфортного побуту і повнокровного відпочинку.

3. *Пізнавальний ефект* - полягає в створенні нової інформації, що дозволяє людині (суб'єкту економічних відносин) дізнатися щось нове про розвиток природи і суспільства. Його наявність є базою для подальшого поступового розвитку прогресу в суспільстві у всіх сферах.

4. *Негативний ефект* - полягає в існуванні деяких негативних наслідків або результатів використання цього об'єкта інтелектуальної власності. Його наявність може викликати негативні емоції в суспільстві або його частини, завдати шкоди навколишньому середовищу, провокувати конфлікти між окремими країнами або групами осіб, мати побічні негативні результати і так далі. Для об'єктів інтелектуальної власності, що відрізняються особою новизною і творчої природою, наявність негативного ефекту дуже можлива. У зв'язку з цим необхідні додаткові дослідження і розробки по мінімізації потенційних негативних наслідків до їх повного усунення.

Однією зі сторін творчості має бути забезпечення безпеки його продукту для умов проживання сучасних і майбутніх поколінь.

Література

1. *Ілляшенко С.М.* Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія // за ред. С.М. Ілляшенка. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. — 615 с.
2. *Перерва П.Г.* Управління інноваційною діяльністю // Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / *О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський*, та ін., за ред. О.А.Старостіної. — К.: Знання, 2009. — 1070 с.
3. *Koczişky G.* Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / *G.Koczişky, M.Veres Somosi, P.G.Pererva* // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременч. нац. ун-т ім. Михайла Остроградського.— Кременчук, 2017. — С. 164-167. — Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrOudP/view>
4. *Яковлев А.І.* Аналіз сучасного стану інтелектуально-інноваційної діяльності в Україні / *А.І.Яковлев, О.П.Косенко, М.М.Ткачов* // Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. — Харків: НТУ "ХПІ". — 2015. — № 25 (1134). — С. 162-174.
5. *Перерва П.Г.* Аналіз фінансового состояния підприємства / *П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. — Харків: НТУ "ХПІ", 2002. — № 11-2. — С. 118-121.
6. *Яковлев А.І.* Комерціалізація інтелектуальної власності: проблеми визначення та правового забезпечення / *А.І.Яковлев, О.П.Косенко, М.М.Ткачов* // Маркетинг інновацій і інновацій у маркетингу: збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. — Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2013. — С. 309-311.
7. *Перерва П.Г.* Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. — Харків: НТУ "ХПІ". — 2015. — № 60 (1169). — С. 50-54.
8. *Косенко О.П.* Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / *О.П.Косенко*. - Х.: «Смуґаста типографія», 2015.- 517 с.
9. *Перерва П.Г.* Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність и задачі / *П.Г.Перерва* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Сер.: Економічні науки. — Харків: НТУ "ХПІ", 2017. — № 24 (1246). — С. 153-158.
10. *Гладенко І.В.* Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / *І.В.Гладенко, П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянский, Т.А.Кобелева* // Вісник НТУ «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. — 2009. — № 36-1. — С. 12-22.
11. *Перерва П.Г.* Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / *П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова* // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка": зб. наук. праць. Львівська політехніка, 2015. — № 819. — С. 167-174.
12. *Старостіна А.О.* Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / *А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський* та ін.; за ред. А.О.Старостіної. — К.: Знання, 2009. — С.461-518.
13. *Перерва П.Г.* Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. —Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. — 1203 с.
14. *Ткачова Н.П.* Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 4(1). — С. 55- 66.