

## ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В БУДІВНИЦТВІ

### PROBLEMS AND PECULIARITIES OF INTELLECTUAL PROPERTY USE IN CONSTRUCTION

*У статті розглянуто особливості інтелектуальної власності в будівництві. Визначено перелік основних видів робіт у будівельній сфері які належать до інтелектуального капіталу. Виділено основні категорії нематеріальних активів за типами та основними характеристиками для проектів в будівництві. Обґрунтовано умови необхідні для включення об'єкту нематеріальних активів в господарський обіг підприємства з метою отримання прибутку.*

**Ключові слова:** нематеріальні активи, інтелектуальна власність, інновації, будівництво, капітальні вкладення, інтелектуальний капітал.

*В статье рассмотрены особенности интеллектуальной собственности в строительстве. Определен перечень основных видов работ в строительной сфере относящихся к интеллектуальному капиталу. Выделены основные категории нематериальных активов по типам и основным*

*характеристикам, для проектов в строительстве. Обоснованно условия необходимые для включения объекта нематериальных активов в хозяйственный оборот предприятия с целью получения прибыли.*

**Ключевые слова:** нематериальные активы, интеллектуальная собственность, инновации, строительство, капитальные вложения, интеллектуальный капитал.

*The article deals with the features of intellectual property in construction. The list of main types of works in the construction sphere, which belong to the intellectual capital, is determined. The main categories of intangible assets are distinguished by types and main characteristics of construction projects. The conditions are necessary for inclusion of the object of intangible assets into the economic turnover of the enterprise in order to obtain profit.*

**Key words:** intangible assets, intellectual property, innovations, construction, capital investments, intellectual capital.

УДК 336.647

**Цибенко І.О.**

здобувач кафедри менеджменту в будівництві Київський національний університет будівництва і архітектури

**Постановка проблеми.** Конкуренція на світових ринках диктує необхідність створення нових конкурентоспроможних товарів, що володіють унікальними властивостями, незмінними цінами, що досягається за рахунок зниження витрат виробництва. Особливе місце займає якість продукції, що випускається. Тому ринок диктує застосування нових технологій і пошуку нових можливостей для модернізації виробництва товарів, що володіють унікальністю і мають високі якісні показники. Для впровадження нових досягнень НДДКР необхідно проводити комплексні дослідження в області патентознавства об'єктів власності, включаючи інтелектуальну власність [1, 2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням інтелектуальної власності у сфері виробництва, будівництва та питанням особливостей правового статусу суб'єктів права інтелектуальної власності присвячено праці таких вчених як: Є.А. Грекова, Є. Ю. Гнатченка, О.П. Новицького, В.В. Писевої, П.Б. Меггса, С.М. Клімова. Отже, ця тема є актуальною для дослідження та формування власних наукових поглядів на проблематику формування інтелектуальної власності у сфері будівництва.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є узагальнення проблем та особливостей формування інтелектуальної власності у будівельній сфері.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З кінця минулого століття з'явилося нове поняття – «НМА», під яким стали розуміти кваліфікацію, досвід і знання, на основі яких персонал підприєм-

ства формує матеріальну основу для виробництва товарної продукції. Визначення цієї складової інтелектуального капіталу в основному відбувається на основі документальних свідоцтв, дипломів, атестатів, сертифікатів, іменних премій, почесних грамот та інших нагород, а також особистих оцінок [2, 4].

У будівельній сфері діяльності до інтелектуального капіталу в загальному вигляді можна віднести наступні основні види робіт і діяльності:

- формування планів інвестиційних програм і локальних рішень;
- всі етапи інвестиційної діяльності;
- організацію досліджень і проектних робіт;
- аналіз результатів топографії та геологорозвідування;
- всі види проектно-конструкторських робіт;
- оптимізацію проектних рішень;
- розробку організаційних та технологічних рішень у будівництві;
- організацію матеріально-технічного забезпечення;
- логістику транспортних і постачальницьких операцій;
- створення нових матеріалів;
- розробку нових конструкцій і методів розрахунків.

Для обґрунтування планів капітальних вкладень в будівництво необхідно виконати великий обсяг різноманітних інтелектуальних та творчих робіт, матеріальна віддача яких може проявитися через значний проміжок часу і тільки після практичної реалізації задуманого.

Використання інтелектуальної власності в якості об'єкта купівлі-продажу вводить її в систему ринкових відносин. Але специфіка об'єкта інтелектуальної власності не дозволяє в повній мірі використовувати механізми ринку, такі, як: встановлення рівноважної ціни, використання в якості засобу забезпечення.

При фінансуванні інвестицій основна увага спрямована на оцінку інвестиційного вибору, за умови існування припущення, що використання теоретично коректних методів безпосередньо призводить до оптимального інвестиційного вибору і, таким чином, максимізує прибутки акціонерів. Особа, що приймає рішення, розглядається як пасивний глядач, що діє більше як технік, ніж як підприємець. Якимось чином ідеї відносно інвестування з'являються у полі зору, розраховуються грошові потоки і розробляються припущення. Ризик враховується у формулі дисконтування, за якою обчислюється значення чистої теперішньої вартості (NPV) проекту. Якщо значення NPV позитивне, пропозиція стає частиною переліку прийнятних інвестиційних можливостей. Цей перелік у подальшому ревізується шляхом оцінки взаємовиключаючих проектів за умов наявних обмежень у фінансовому капіталі, де це необхідно [4].

Такому підходу до бюджетування капіталу властиві такі припущення [7]:

1. Інвестиційні ідеї з'являються просто.
2. Проект може розглядатися ізольовано, тобто проекти не є взаємозалежними.
3. Ризик може бути повністю врахований у рамках чистої теперішньої вартості.
4. Некількісні зауваження щодо інвестування до уваги не беруться.
5. Оцінка грошових потоків є неупередженою.

За таких припущень, а саме наголосу на інвестиційних оцінках, а не в цілому на процесі інвестування, може виникнути ситуація, коли неможливо виробити найбажанішу інвестиційну програму. Вирішенням даної ситуації може бути відповідь на запитання, яким чином організація може розробити концептуальну основу, спираючись на яку, можуть здійснюватися солідні та успішні інвестиційні проекти. Це не обов'язково вимагає використання надскладних методів або процедур. Менеджеру необхідно здійснити переоцінку процедур інвестування в організації не для того, щоб визначити, чи є вони теоретично правильними, а для того, щоб визначити, чи дозволить менеджеру їх використання приймати дійсно кращі рішення.

З урахуванням результатів аналізу типових активів, що підлягали оцінці, а також досвіду, були виділені основні категорії НМА за типами та основними характеристиками, характерні для проектів в будівництві [5]:

#### 1. Технологічні НМА:

- винаходи, корисні моделі, промислові зразки;
- секрети будівництва (ноу-хау);
- топології інтегральних мікросхем;
- конструкторська і технічна документація;
- технічні умови;
- навчально-методичні матеріали.
- твори науки, літератури і мистецтва;
- виконання;
- фонограми;
- повідомлення в ефір по кабелю радіо або телепередач (мовлення організацій ефірного або кабельного мовлення).

Основною характеристикою технологічних НМА є наявність документованих процесів, процедур, методів, що забезпечують будівельним компаніям конкурентні переваги в результаті їх використання. Цінність, створена технологічними НМА, може виражатися у формуванні як економічних переваг порівняно з конкурентами, так і бар'єрів для входу на ринок.

Економічні переваги можуть складатися, наприклад, в наступному:

- зниження вартості матеріалів;
- скорочення обсягів використовуваних матеріалів;
- оптимізація виробничого процесу;
- підвищення продуктивності;
- скорочення виробничих відходів і викидів;
- зниження витрати палива і економія електроенергії;
- економія на масштабі виробництва.

Цінність технологічних НМА не завжди складається з очевидного економічної прибутку. Як зазначалося вище, вони можуть також створювати економічні бар'єри для конкурентів. Такими бар'єрами можуть бути час, вартість і володіння певними навичками.

Окремою групою технологічних НМА є секрети виробництва (ноу-хау). Багато рішень, що охороняються як ноу-хау, можуть бути одночасно патентоспроможні, але власники воліють їх не патентувати, щоб уникнути розголошення інформації або встановлених законом обмежень на термін дії патенту. Незалежно від типу і сутності ноу-хау, для того щоб такі активи мали цінність, слід дотримуватись таких умов:

- інформація про ноу-хау не повинна виходити за межі компанії (крім як при її передачі на умовах угоди про конфіденційність);
- повинно бути обмежено коло співробітників, які володіють інформацією;
- компанія вживає заходів щодо збереження конфіденційності;
- ноу-хау представляє собою високу комерційну цінність для компанії;
- відсутній вільний доступ до відомостей.

#### 2. Маркетингові НМА в будівництві:

- товарні знаки і знаки обслуговування;

- зазначення походження товарів;
- комерційні позначення.
- фірмові найменування;
- доменні імена;
- фірмове найменування, найменування некомерційної організації.

До маркетингових НМА відносяться в першу чергу товарні знаки, в тому числі логотипи компанії, маркетингові стратегії і концепції просування товару, оформлення етикеток і упаковок, оформлення вітрин, заявки на товарні знаки, організація простору в магазинах і інші подібні НМА.

Товарний знак служить для індивідуалізації продукту або послуг певного виробника і виділення їх з подібних товарів і послуг інших виробників. Товарний знак служить також гарантом якості – споживач поступово починає ототожнювати певний рівень якості з товарами або послугами, зазначеними певним товарним знаком. Крім того, товарні знаки вважаються втіленням ділової репутації.

Товарні знаки допомагають споживачам у виборі товарів. Позначаючи походження товару, вони здатні при невеликих витратах передати споживачеві цінну інформацію. Легко ідентифіковані товарні знаки зменшують витрати споживачів на пошук необхідного товару, а зниження витрат на пошук, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність на ринку.

Товарний знак також може змусити виробника товарів підвищити якість продукції і підтримувати її на високому рівні. Він є цінним активом, який прямим чином пов'язаний з діловою репутацією компанії. Цінність товарного знака обумовлена думкою споживачів – якщо виробник розчарує своїх споживачів, вони стануть менше цінувати його товарний знак.

У той же час було б неправильним вважати, що товарні знаки не мають цінності на початку виробничого процесу. Вони можуть грати важливу роль для виробників при покупці їх сировини, так як служать короткими розпізнавальними знаками товарів, що дозволяють покупцям швидко оцінити якісний рівень матеріалу. В цьому випадку товарний знак стає ідентифікатором для цілого набору таких критеріїв, як специфікації, якісні характеристики, можливості доставки і цінові орієнтири.

Товарні знаки в промисловій сфері можуть мати велике значення в силу їх так званої «можливості гарантій».

Очевидно, що велика професійна компанія, велика рекламне агентство або відома організація, що займається дослідженням ринку, досвідчені консультанти, дизайнерські агентства і великі будівельні підрядники можуть запропонувати не тільки окремі послуги, а й цілі пакети послуг, а також здатні виконувати комплексні завдання. Тому можна сказати, що перевага купується не

тільки завдяки товарному знаку. Але в той же час товарний знак компанії дійсно може стати символом якості її послуг і залучити нових клієнтів.

3. НМА, пов'язані з обробкою даних:
  - програмне забезпечення;
  - програми для електронних обчислювальних машин (програми для ЕОМ);
  - бази даних.

До нематеріальних активів, пов'язаних з обробкою даних, традиційно відносять комп'ютерне програмне забезпечення та електронні бази даних.

4. Контрактні НМА:
  - контракти на умови краще ринкових;
  - ліцензійні договори;
  - договори франчайзингу.

До класу контрактних НМА в будівництві зазвичай відносять вартість, створювану широкою категорією прав, що переходять до фізичної або юридичної особи в результаті письмової угоди. Цілком зрозуміло, що дві сторони, як правило, не вступають в контрактні відносини, якщо вони не є економічно вигідними для обох сторін, однак зміни в галузі або на ринку в цілому після укладення контракту можуть надавати позитивний або негативний вплив на поточну вартість укладеного контракту. З цієї причини необхідно вміти ідентифікувати і аналізувати цінність контрактних умов на певний момент часу і розраховувати поточну вартість прав, наданих за контрактом.

Слід зазначити, що не всі контрактні НМА можна легко віднести до отримуваних, але уважне вивчення умов контракту і існуючих умов в галузі і на ринку (у зв'язку з предметом даного контракту) дозволяє визначити, чи приносить він вигоду і яка його величина. І якщо в результаті такого аналізу буде зроблено висновок, що власник контракту отримує лише невелику економічну вигоду (або взагалі ніякої), то такий контракт буде мати малу або нульову цінність.

Для того щоб НМА мали економічну цінність, вони повинні надати своєму власникові певний, вимірний обсяг прав і привілеїв. Патентування технічних рішень, реєстрація товарних знаків, оформлення правової охорони, інших результатів інтелектуальної діяльності надають їх власникам монопольне право отримувати від них доходи, продавати, здавати в оренду (ліцензування), забороняти їх використання іншими особами, застосовувати в якості засобів захисту.

Наявність власних унікальних досягнень в області створення нових конкурентоспроможних продуктів дає можливість продавати їх за вищими цінами в порівнянні з цінами конкурентів за рахунок унікальних властивостей створюваного продукту.

Так, продаж ліцензій на досягнення в області науки і техніки зможе зіграти значну роль у господарській діяльності, так як є вигідною операцією для володаря НМА.

Отже, щоб включити об'єкт НМА в господарський оборот підприємства з метою отримання прибутку, необхідно виконати ряд умов:

- потрібна наявність документального підтвердження на використання інтелектуальної власності та отримання результатів від застосування;
- має бути документальне законодавчо оформлене підтвердження право власності на об'єкт НМА чи інтелектуальної власності, що буде вигідно з точки зору отримання прибутку при зниженні витрат.

Здійснення діяльності по включенню НМА в обіг має ряд проблем, які необхідно вирішувати для успішної реалізації поставлених завдань:

- проблеми, які виникають при взаєминах зі створення об'єктів інтелектуальної власності на підприємстві;
- проблеми, що виникають при придбанні та оплаті майнових прав на власність НМА, створених поза підприємства;
- проблеми правового захисту інтелектуальної власності забезпечення безпеки;
- проблеми комерційного використання інтелектуальної власності як майно підприємства;
- фінансово-економічні проблеми їх бухгалтерського обліку;
- використання інтелектуальної власності та організації.

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Слід також зазначити, що світові тенденції свідчать про все зростаючий вплив НМА на вартість компаній. За останні 30 років НМА перетворилися в основний клас активів великих корпорацій. В даний час вартість компаній більше не оцінюється тільки по бухгалтерського балансу або основних засобах – ціни акцій відображають також значимість і цінність всіх НМА, включаючи об'єкти патентних прав, товарні знаки, авторські права та ін.

При оцінці НМА необхідно враховувати, що найчастіше вони мають вкрай вузьку сферу застосування, і це істотно обмежує їх можливості з генерування доходів. У зв'язку з цим, якщо деякі активи (оргтехніка, меблі та ін.) можна оцінити без будь-якого детального аналізу їх областей застосування, то для НМА це неможливо. Особливо це

актуально для активів, пов'язаних з технологіями, які становлять найбільший інтерес [4].

Інша особливість НМА полягає в тому, що вони часто створюються самою компанією, а не купуються на ринку. Однак це зовсім не означає, що їх можна легко відтворити, – велика ймовірність, що новостворений актив буде відрізнятися від старого за певними параметрами. Унікальність кожного НМА і відсутність активного ринку подібних активів значно ускладнюють підбір для них аналогів, на відміну від матеріальних активів.

Ще однією суттєвою особливістю НМА є збереження зв'язку з творцями або розробниками. При цьому одні активи можуть бути майже або повністю відокремлені від своїх творців (бренд), а інші – фактично не мають вартості без їх участі (технології знаходяться на ранніх стадіях, комерційна реалізація яких може бути досягнута тільки після доопрацювання). Безумовно, це може робити істотний вплив на вартість.

#### **БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Близнац І.А. Интеллектуальная собственность как основа конкурентоспособности бизнеса (Торговопромышленная палата Р.Ф., Комитет по интел. собственности). / И.А. Близнац, Б.Б. Леонтьев, Х.А. Мамаджанов. М. : РИНФО, 2009. 100 с.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. / Э. Брукинг. СПб : Питер, 2001. 288 с.
3. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс. М. : ИнфраМ, 2002. 504 с.
4. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы организации / С.М. Климов. М. : Знание, 2000. 167 с.
5. Леонтьев Б.Б. Основы организации управления интеллектуальной собственностью на предприятии. / Б.Б. Леонтьев, Х.А. Мамаджанов М. : ИНИЦ «Патент», 2010. 197 с.
6. Мэггс П.Б. Интеллектуальная собственность. / П.Б. Мэггс М. : Юрист, 2000. – 400 с.
7. Рейли Р. Оценка нематериальных активов. / Р. Рейли, Р. Швайс М. : Квинто Консалтинг, 2005. 101 с.
8. Rodov I., Leliart Ph. FIMIAM: financial method of intangible assets measurement // Journal of Intellectual Capital. 2002. № 3. P. 323–336.
9. Пасенко Т.А. Правовий статус суб'єктів авторського права на твори архітектури. URL: <http://intellect21.cdu.edu.ua/?p=326>