

5. Сидоренко В.В., Михайлушкин П.В. Государственное регулирование экономики: учебное пособие / В.В. Сидоренко, П.В. Михайлушкин. – Краснодар: Издательство «Мир Кубани», 2011. – 654 с.

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

© Насибова Э.Н.-К.*

Национальный исследовательский Иркутский государственный технический университет, г. Иркутск

Рассмотрена система управления интеллектуальной собственностью на предприятии, которая представляет собой совокупность управляющей, управляемой, целевой и обеспечивающей подсистем. Представлены функции управления интеллектуальной собственностью на предприятии.

Цель управления интеллектуальной собственностью – это прежде всего поддержание уровня конкурентоспособности предприятия, адаптация к меняющимся условиям внешней среды. Управление интеллектуальной собственностью рассматривается как единый подход со всеми фазами и этапами с момента появления идеи и до оформления прав на нее и ее практической реализации с целью получения максимального экономического эффекта; управление как вид профессиональной деятельности требует нового подхода к отбору и обучению специалистов в области управления интеллектуальной собственностью [3, с. 14].

На уровне предприятия основная задача управления интеллектуальной собственностью состоит в сохранении, развитии интеллектуального потенциала как стратегического ресурса предприятия и повышении его конкурентоспособности и экономической безопасности за счет удовлетворения потребностей рынка в сфере охраны и коммерциализации интеллектуальной собственности. Стратегия предприятия в сфере интеллектуальной собственности должна реализовываться в следующих трех направлениях: активизации изобретательской деятельности на предприятии; коммерциализации услуг в области интеллектуальной собственности; формировании нематериальных активов как стратегического ресурса повышения конкурентоспособности организации [2, с. 15-16].

Выделенные направления использования объектов интеллектуальной собственности ориентированы на достижение основной цели управления – извлечение максимальной прибыли от реализации объектов интеллектуальной собственности в процессе их коммерциализации, при формировании и

* Аспирант кафедры Экономики и менеджмента. Научный руководитель: Бережных М.В., доцент кафедры Экономики и менеджмента, кандидат экономических наук, доцент.

использовании конкурентных преимуществ и укреплении рыночных позиций предприятия [1, с. 19].

Управление интеллектуальной собственностью представляет собой совокупность действий и мероприятий, направленных на обеспечение эффективного планирования, организации и контроля процессов формирования, развития и использования интеллектуальной собственности предприятия, а также мотивации процессов накопления и умножения этих активов.

Управление должно обеспечить достижение максимального результата от их использования при минимизации затрат на эти активы.

Система управления интеллектуальной собственностью на предприятии представляет собой совокупность управляющей, управляемой, целевой и обеспечивающей подсистем, которые взаимодействуют между собой на основе использования научных подходов, методов и принципов.

Целевая подсистема – это совокупность обоснованных целей, выполняемых функциональными подсистемами. Целевая подсистема включает развитие, создание и использование интеллектуальной собственности, адаптацию организации к внешней среде.

Обеспечивающая подсистема представляет собой полный комплекс инструментов, который позволяет получить необходимый результат в соответствии с определенными выходными данными на основе преобразования информации. Обеспечивающая подсистема включает научно-методическое обеспечение, информационное обеспечение, правовое обеспечение, финансовое обеспечение, кадровый потенциал, организационно-технологическое обеспечение.

Управляемая (функциональная) подсистема – подсистема, реализующая одну или несколько взаимосвязанных функций. Она включает в себя маркетинговые исследования, создание интеллектуальных продуктов и товаров, объектов интеллектуальной собственности и формы их использования [1, с. 10-11].

Управляющая подсистема включает управление кадровым потенциалом; разработку и принятие управленческих решений по созданию и использованию ИС; координирование мероприятий по реализации механизма управления ИС [3, с. 21].

Функции управления интеллектуальной собственностью на предприятии:

1. планирование – разработка и определение стратегии и тактики по приобретению и созданию объектов интеллектуальной собственности. Планирование осуществляется на основании сопоставления внутренних возможностей и ресурсов предприятия – интеллектуального потенциала с результатами исследования его внешнего организационного окружения;
2. организация – создание и / или приобретение объектов интеллектуальной собственности, их юридическая регистрация, проведение полной инвентаризации и постановка на учет. Важной составляющей

организационной функции является подбор и укомплектование персонала предприятия, способного выполнять все операции по разработке, созданию и использованию интеллектуального продукта;

3. распоряительство – извлечение наибольшей пользы и выгоды для предприятия из обладания объектами интеллектуальной собственности за счет разработки экономически обоснованных цен на интеллектуальную собственность и коммерческой реализации прав на продукты интеллектуальной деятельности;
4. координация – повышение эффективности деятельности предприятия за счет обеспечения согласованности работ по управлению интеллектуальной собственностью на всех этапах ее жизненного цикла; обеспечение правовой защиты всех созданных коммерчески ценных технических, организационных и экономических решений и их страхование;
5. мотивация – формирование мотивации и стимулов для повышения эффективности работы сотрудников организации в сфере создания, правовой защиты и использования интеллектуальной собственности; проведение постоянных патентных исследований в направлениях, сопряженных с номенклатурой основной товарной продукции;
6. контроль – определение соответствия полученных результатов от использования объекта интеллектуальной собственности запланированным, обеспечивает возможность внесения корректив в планы деятельности предприятия относительно управления интеллектуальной собственностью;
7. мониторинг – циклический процесс системного обследования деятельности предприятия в отношении управления интеллектуальной собственностью [1, с. 15-16].

В эффективном управлении интеллектуальной собственностью предприятия кроется секрет продолжительной доходности бизнеса.

Таким образом, для современного, динамично развивающегося предприятия выделение процесса управления интеллектуальными активами как самостоятельной функциональной подсистемы (наряду с маркетингом, финансовым, производственным управлением, управлением персоналом и т.п.) становится насущной необходимостью [1, с. 14].

Список литературы:

1. Исакова Э.И. Формирование и эффективное функционирование системы управления интеллектуальной собственностью на предприятии: автореферат: 08.00.05. – Уфа, 2011. – 24 с.
2. Карпенко В.А. Управление интеллектуальной собственностью как фактор повышения конкурентоспособности инновационной экономики: автореферат: 08.00.05. – М., 2007. – 26 с.

3. Хасилев В.А. Формирование системы управления интеллектуальной собственности малых инновационных предприятий автореферат: 08.00.05. – М., 2010. – 25 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА СЕЛЬСКОЙ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАЛУЧСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

© Серко Ю.С.*

Старорусский филиал Санкт-Петербургского государственного университета
сервиса и экономики, г. Старая Русса

В статье рассматривается способ формирования положительного имиджа сельской территории на примере разработанного проекта «Глубинка», реализация которого предполагает создание туристического продукта на территории Залучского поселения Старорусского района.

Для привлечения частного капитала особенно важен положительный образ территории – специфический ресурс ее развития, который формируется благодаря воздействию массы факторов – это степень развития инфраструктуры, наличие рекреационных ресурсов, экологическая составляющая территории др.

В целях формирования положительного имиджа одного из поселений Старорусского района Новгородской области – Залучского – автором статьи был разработан проект маркетинга территории «Глубинка» (далее Проект) [1]. Программа Проекта включает работу по следующим направлениям: маркетинг привлекательности сосредоточенных на территории природных и культурно-исторических памятников и достопримечательностей; работа по усовершенствованию / улучшению материально-технической базы; маркетинг персонала; привлечение других ресурсов к деятельности по продвижению территории, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов [4]; формирование положительного имиджа территории поселения на районном и областном уровне.

Среди основных задач Проекта можно выделить:

- определение целевых аудиторий, наиболее значимых для улучшения качества жизни и развития территории;
- анализ восприятия территории представителями целевых аудиторий на этапах разработки и непосредственной реализации Проекта;

* Научный руководитель: Кайзер З.М., старший преподаватель.