

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ АКТИВИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ РЕСУРС ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Резюме.** Розкрито роль нематеріальних ресурсів у виробничому та господарському циклі підприємства; розглянуто ринок інтелектуальних ресурсів України; обґрунтовано необхідність розробки стратегії управління інтелектуальними активами на підприємстві.

**The summary.** The role of immaterial resources is exposed in the production and economic loop of enterprise; the market of intellectual resources of Ukraine is considered; found out the necessity of development of strategy of management of intellectual assets on an enterprise.

**Ключові слова:** конкурентна перевага, інтелектуальні активи, нематеріальні активи, ринок інтелектуальних ресурсів, товар.

**Постановка проблеми.** Успіх і довгострокова стабільність фірми в сучасному світі багато в чому визначається ступенем її адаптації до динаміки змін, що ускладнюються і прискорюються, у внутрішньому і зовнішньому середовищі функціонування. Очевидно, що ця адаптація є, насамперед, інформаційно-інтелектуальним і соціально-психологічним процесом. Рівень розвитку ринків в індустріально розвинених країнах вже не дає можливості забезпечувати істотні переваги фірми тільки за рахунок матеріальних і фінансових факторів, роблячи їх у принципі загальнодоступними.

Слід зазначити, що вітчизняні джерела конкурентних переваг мають деяку специфіку. Так, дотепер у країні домінує конкуренція на основі факторів виробництва, тобто матеріальних і фінансових ресурсів, які як домінанта господарського середовища характерні для індустріальної економіки. У постіндустріальній економіці як домінанта виступають нематеріальні цінності, і конкурентна перевага досягається в більшості розвинених країн світу за рахунок знань, умінь і творчих доробок, тобто нематеріальних активів (див. табл. 1).

Таблиця 1

Домінанти економічних відносин у суспільствах різного типу [1, с.11]		
До індустріалізації	Індустріальне суспільство	Постіндустріальне суспільство
Матеріальні активи	Матеріальні активи +	Матеріальні активи +
	Фінансові активи	Фінансові активи +
		Нематеріальні активи

В українських компаніях зміна домінант у конкуренції ще не відбулася. В нашій країні тільки 1% інтелектуальної власності враховується в балансовій вартості підприємств. У той же час, у країнах ЄС ця цифра становить від 50% до 85%. Очевидна тотальна недооцінка вітчизняним менеджментом цієї домінанти, відсутність скільки-небудь значимого впливу нематеріальних цінностей на фінансово-господарську діяльність українських компаній.

Таким чином, проблема ефективного створення, мобілізації й використання інтелектуальних факторів функціонування фірми в сучасних умовах істотно актуалізується як у рамках національної економіки, так і в глобальному масштабі.

**Виклад основного матеріалу.** Одним з головних і яскравих проявів сучасної інноваційної економіки є зростаюча роль знань і перетворення їх в один з найважливіших ресурсів росту – інтелектуальний. Застосування нових знань в економіці сприяє збільшенню ринкової вартості підприємств. Їх можна розглядати як елемент ресурсів, що використовується підприємством у своїй діяльності і ресурс, який приймає участь у безпосередньому відтворенні споживчої вартості товарів та послуг. Для позначення всієї сукупності «інтелектуальних» ресурсів підприємства, як синоніми ми будемо використовувати терміни «результати інтелектуальної діяльності», «інтелектуальні активи», «нематеріальні активи».

Важливу роль нематеріальних ресурсів у виробничому та господарському циклі підприємства ілюструє схема потоків ресурсів, що зображена на рисунку 1.

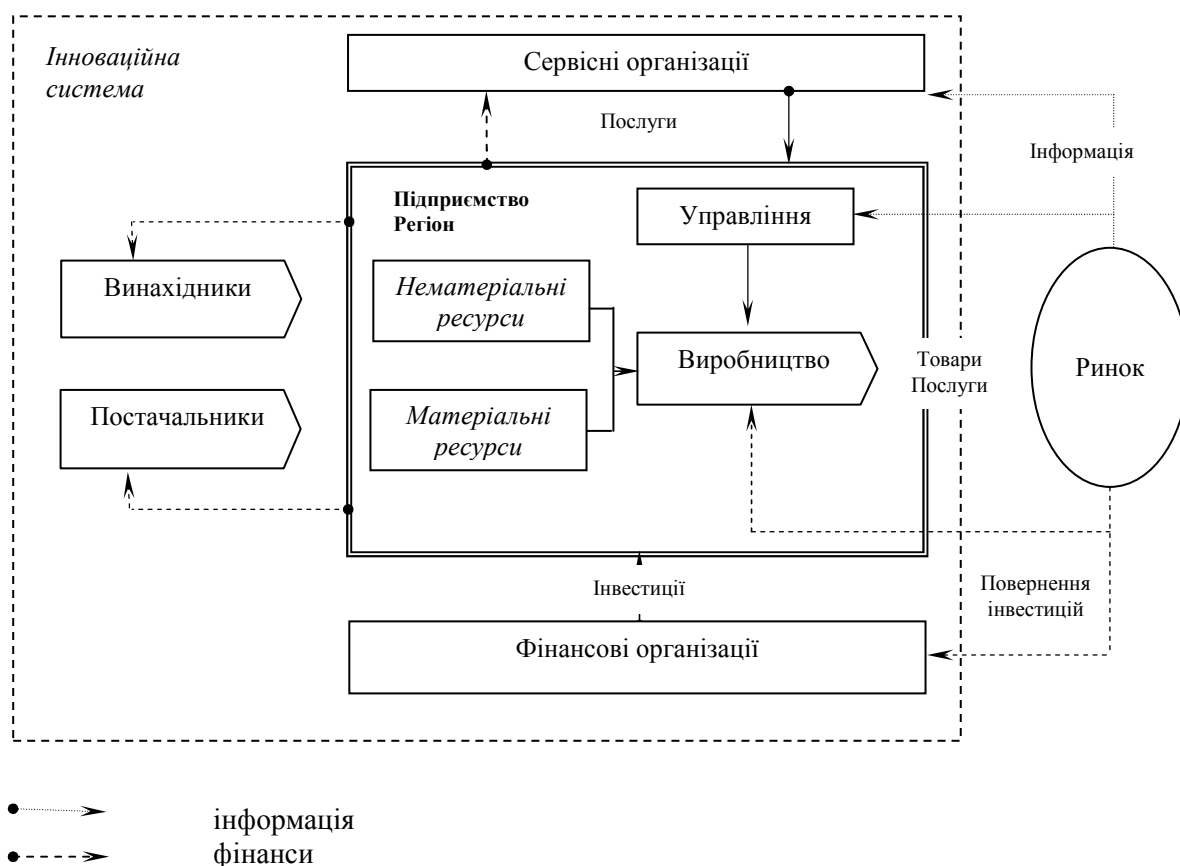


Рис 1. Схема потоків ресурсів на підприємстві у процесі виробництва товарів та послуг.

Аналізуючи рисунок 1, можна зробити наступні висновки. По-перше, в умовах розвинутої ринкової економіки всі компанії мають доступ практично до однакового набору «вхідних» ресурсів, що полягають в інформації, фінансових, природних і людських ресурсах. По-друге, цей стандартний набір ресурсів, пройшовши відповідний шлях в середині підприємства перетворюється в кінцевий продукт, який, у тій чи іншій мірі, задовольняє вимоги ринку. На ефективність перетворення ресурсів усередині підприємства впливають кваліфікація працівників компанії, унікальність основних фондів, технології виробництва, система навчання й мотивації, а також ряд інших подібних факторів. Крім того, потрапляючи на ринок, під впливом стихійної або цілеспрямовано розповсюдженої інформації, продукт може придбати деякі додаткові цінності, які істотно підвищують його конкурентноздатність у зовнішньому середовищі.

Ефективне використання унікальних по своїй природі факторів нематеріального характеру, що включають в себе одержання, обробку, аналіз, інтерпретацію інформації; прогнозування, передбачення, моделювання змін; створення, використання, комерціалізацію баз знань, досвіду й інших інтелектуальних продуктів; формування внутрішньо-фірмової атмосфери інноваційного розвитку, ділового й емоційного співробітництва (партнерства); розвиток прямих і зворотних комунікаційних каналів із зовнішніми аудиторіями, дає можливість підприємству знайти свою нішу на ринку й упевнено почувати себе у конкурентному середовищі. Цю особливість підкреслюють і іноземні науковці, відзначаючи, що "у період постіндустріальної ери успіх корпорації залежить більшою мірою від інтелектуальних можливостей системи, чим від фізичних активів"[2].

Розробка правильної стратегії й тактики експлуатації цих ресурсів і якісна реалізація цих стратегій і тактик стали тепер одним з найбільш значимих інструментів забезпечення життєздатності підприємства.

Інтеграція України у світовий економічний простір з одного боку та низький науково-технічний рівень, зношеність матеріальних активів і дефіцит фінансових ресурсів для їхньої модернізації, з іншого, практично не залишають альтернативи вітчизняним виробникам. Інтелектуальний потенціал є, напевно, єдиним фактором, який можливо мобілізувати в досить короткий термін для завоювання стабільного положення на українському ринку в боротьбі з конкуруючими фірмами. Рівень накопичених загальних, наукових і професійних знань техніко-технологічного й економічного характеру, ступінь освіченості й культури трудових ресурсів, незважаючи на затяжний кризовий розвиток, залишаються, на наш погляд, досить високими, а розуміння української ринкової специфіки взагалі може стати унікальною конкурентною перевагою вітчизняних компаній.

За даними консалтингової компанії «Delphi Group»[3] 75% топ-менеджерів досліджених нею компаній розглядають управління своїми інтелектуальними активами як нову й найбільш значиму складову стратегії корпоративного управління. Підприємства-лідери сьогодні ставлять на перше місце питання об'єднання розрізаних елементів інтелектуальних активів у надійний «механізм корпоративного розвитку».

У цьому зв'язку особливу актуальність набувають дві проблеми:

- відсутність у більшості керівників підприємств чіткого розуміння природи феномена інтелектуальних активів, що дозволяє використати їх як ефективний ресурс економічного розвитку;

- формування стратегії управління інтелектуальними активами підприємства, що є складовою частиною загальної стратегії розвитку бізнесу.

Говорячи про інтелектуальні активи, необхідно виділити ряд специфічних властивостей, які спричиняють їх активне використання у виробництві:

1) насамперед, інтелектуальні активи мають *нематеріальну природу, тобто вони ідеальні*, що є *їхньою основною властивістю* і визначає усі наступні.

2) на відміну від природних ресурсів вони не мають фізичного зношення, невичерпні й здатні до самовідтворення. Тобто, *вони розвиваються швидше і якісніше* в процесі їх продуктивного споживання.

3) властивість інтелектуальних ресурсів, що забезпечує їх активне використання у виробництві – це здатність до тиражування, тобто їх можна використовувати в будь-якому масштабі.

Отже, економічною сутністю інтелектуального ресурсу, інтелектуального продукту є ефект зростаючої віддачі на масштаб. Інакше кажучи, інтелектуальні ресурси є необмеженими. Дану властивість, а саме обмеження доступу до інтелектуальних ресурсів, їм надає інститут інтелектуальної власності, що забезпечує виключні права на них.

Таким чином, економічна складова природи феномена інтелектуальних ресурсів – яскраво виражений *ефект економії на масштабі*.

Прискорений рух економіки до більше наукомісткої моделі розвитку сформував новий сектор світової торгівлі – ринок інтелектуальних ресурсів (ІР).

Державне планове регулювання процесу створення і впровадження науково-технічних досягнень в народне господарство змінилось ринковими механізмами управління цими процесами, під впливом яких здійснилось перетворення інтелектуального продукту в товар і різко зросли масштаби і темпи розвитку комерційних операцій з об'єктами інтелектуальної діяльності на українському ринку, наслідком чого стало формування національного інтелектуального ринку в Україні. На даному ринку постійно розвиваються нові форми і методи комерційного використання інтелектуального продукту, зростає ефективність їх застосування.

Об'єкти інтелектуальної діяльності (ОІД) формуються як особливий товар, що має споживчу вартість і вартість. Кожен ОІД задовольняє відповідні потреби в наукових, інженерних, виробничих знаннях і, тому, має індивідуальну споживчу вартість. Під споживчою вартістю розуміється науково-технічна та комерційна значимість інтелектуальних ресурсів, які в результаті здійснення науково-виробничого циклу набувають відповідної натурально-матеріальної форми нової вдосконаленої продукції або процесу. Одним з істотних властивостей товарів, що об'єднуються на ринку, є ідентичність або однорідність споживчої вартості цих товарів, які здатні задовольнити відповідні потреби суспільства. Однак, це відноситься до

традиційних товарів. Специфіка інтелектуальних ресурсів полягає в тому, що однорідність їх споживчої вартості як товарів не виглядає настільки очевидною. Споживча вартість продуктів творчої діяльності визначається не стільки зовнішнім виглядом, скільки внутрішнім змістом, наявністю новизни, винахідницького рівня, здатністю перевести процес виробництва на якісно вищий рівень, що дозволить отримати додатковий прибуток. Все це відображає важливий бік їх споживчої вартості. Таким чином, аналіз споживчої вартості об'єктів інтелектуальної діяльності дозволяє виділити їх в окрему групу товарів, що володіють своїми специфічними властивостями.

Товар, створений у науковій сфері, є, перш за все, продуктом одиничного виробництва, а не поточно-масового його випуску, в якому окремі одиниці продукції за своїми споживчими властивостями ідентичні. При цьому слід підкреслити, що такий економічний термін як «середні суспільно необхідні затрати», що розраховуються на одиницю продукції, не може застосовуватися при аналізі науково-технічної продукції, яка є результатом інтелектуальної праці. Враховуючи індивідуальну неподібність наукової продукції, ця дефініція не здатна відобразити сутність багаточисельності товару, який поступає на ринок із сфери науки, що проявляється у різниці його індивідуальної ціни від вартості.

Більш обґрунтованим є те, що визначення економічної сутності ОІД повинне базуватись не на витратах на їх створення і реалізацію, а на оцінці степені реалізації потенційної вартості інтелектуальних продуктів їх споживачами, тобто розрахунком економічного ефекту (доходу, прибутку) під час практичного використання нововведень [4, с.73].

На наш погляд, для повнішого розкриття товарної сутності об'єктів інтелектуальної діяльності необхідно розглянути їх з позиції трьохрівневого сприйняття товару [5, с.540].

Перший рівень товару (товару по задуму) для ОІД слід розглядати з точки зору першочергової мети їх придбання, або, точніше, проблем, які вирішує споживач з їх допомогою. Такою метою може бути зниження витрат, збільшення прибутку, об'єму продажу та ін..

Другим рівнем сприйняття ОІД (як товару в реальному виконанні) виступають його специфічні споживчі властивості – техніко-економічні характеристики, склад, призначення, зовнішня форма та інші, що підтверджені необхідною юридичною формою (патент, ліцензія).

Третій рівень розгляду ОІД (як товару з підкріпленням) має на увазі надання широкого кола додаткових після продажних послуг. Це можуть бути безкоштовні консалтингові послуги, сприяння по впровадженню інтелектуальних продуктів на підприємстві покупця, надання фірмової марки, навчання персоналу та ін..

Специфіка ОІД як товарів не дозволяє здійснювати комерційні оборудки з ними в загальноприйнятих для звичайних товарів формах. Правова форма комерційних угод з купівлі-продажу об'єктів інтелектуальної діяльності повинна забезпечувати монопольне право їх використання в промисловості та торгівлі тільки для партнерів цих угод і не допускати їх вільного використання конкурентами. Тільки за цієї умови може бути збережена головна властивість споживчої вартості продуктів творчої праці – здатність приносити надлишкову додаткову вартість власнику ОІД або його партнерам. В практиці ринкових угод продавець і покупець наукової продукції, не дивлячись на усі складності процесу встановлення ціни на неї, звичайно досягають між собою порозуміння, частіше ліцензійного типу. При цьому, ціна наукової продукції вважається прийнятною для обох сторін, якщо в ній максимально враховані суб'єктивні інтереси ліцензіара та ліцензіата в даних економічних умовах ринкового механізму технологічного обміну.

Серед напрямків використання об'єктів інтелектуальної діяльності можна виділити наступні:

- застосування в промисловому виробництві результатів власних розробок;
- продаж ліцензій на результати власних досліджень і розробок на різних стадіях їх використання;
- застосування в промисловому виробництві об'єктів придбаних ліцензій;
- копіювання і виробництво закуплених зразків нової техніки;
- використання у власному виробництві результатів доробки об'єктів придбаних ліцензій.

Таким чином, для того щоб ОІД став товаром, на нашу думку, необхідне виконання таких умов:

- a) наявність у об'єкта споживчої вартості та вартості;
- b) здатність ОІД приносити власнику додатковий прибуток;
- c) здійснення обміну комерційним шляхом;
- d) наявність покупця, що має потребу в даному інтелектуальному ресурсі і має відповідні грошові засоби, еквівалентні вартості ОІД;
- e) встановлення ціни продукту згідно співвідношення попиту і пропозиції.

Вихід підприємства на ринок ІР вимагає глибоких знань специфіки й тенденцій розвитку світового ринку інтелектуальних ресурсів.

Специфіка об'єктів інтелектуальної діяльності, як товарів передбачає наявність специфічних особливостей, що відрізняють ринок ОІД від ринку традиційних товарів.

На наш погляд, ринок інтелектуальних ресурсів характеризується наступними особливостями:

- попит на ОІД є нееластичним, оскільки зміна цін на окремі об'єкти розумової діяльності не викликає істотних коливань загального попиту на ринок;

- збут залежить від об'єму та якості інноваційного потенціалу споживача;

- покупці на ринку ОІД – професіонали. Рішення про покупку інтелектуальних ресурсів звичайно приймаються колегіально. В склад колегіального органу входять технічні експерти, маркетингологи, представники керівництва;

- ринок ОІД взаємопов'язаний з ринком товарів масового споживання. Практична реалізація науково-технічних ідей на споживчому ринку може покликати за собою кардинальні зміни в структурі споживання. А з іншого боку, невирішені проблеми в споживчій сфері можуть дати поштовх для виникнення науково-технічних ідей;

- ринок ОІД є універсальним, що проявляється у можливостях обміну і використання науково-технічних досягнень у різних галузях. Результати науково-технічної діяльності, незалежно від сфери, де вони розроблялись, проявляють себе у різних сферах господарювання. Але ОІД з'являються в основному в прогресивних, наукомістких галузях, що визначає галузеву направленість розвитку ринків інтелектуальних ресурсів. Існує зворотній зв'язок між масштабністю наукового продукту і міцністю його зв'язку з галуззю, в якій воно виникло. Чим значніше науково-технічне досягнення і чим більше в ньому новизни, тим більш ширші та універсальні його зв'язки з іншими сферами.

- ринок ОІД є ринком покупця (пропозиція переважає попит). В умовах постійного розвитку наукових досліджень істотно збільшується розрив між кількістю створених і впроваджених у виробництво науково технічних досягнень;

- на даному ринку на початку реалізації можуть бути відсутні конкуренти.

Ринок у широкому змісті розуміється як сукупність умов, завдяки яким покупці й продавці товару (послуги) вступають у контакт один з одним з метою придбання або продажу товару. Таким чином, слід відмітити, що ринок інтелектуальних ресурсів має свою структуру, яка включає: виробників інтелектуального продукту, споживачів ОІД, інфраструктуру їх взаємодії та в якості загальної оболонки – державу.

У якості виробників ОІД виступають: індивідуальні винахідники, підприємства, які володіють ОІД, ВУЗи, науково-дослідні центри, інститути і лабораторії. До споживачів ОІД відносяться підприємства різних сфер господарювання. Елементами інфраструктури є інвестори та фірми посередники, що займаються інформаційною підтримкою і допомагають покупцю і продавцю знайти один одного на ринку.

Оболонкою ринку ОІД є територія держави. Наукова та інтелектуальна діяльність традиційно вважається сферою активної державної політики. Оскільки наукові ідеї часто не можуть бути безпосередньо використані в господарській діяльності, метою якої є отримання прибутку, то самі організації і комерційні компанії досить стримано відносяться до фінансування досліджень, хоча можуть відчувати потребу у їх результатах. В сучасних умовах держава повинна у багатьох аспектах брати на себе функцію забезпечення бізнесу науковими знаннями та ідеями. Позиція держави у питаннях інноваційної політики повинна визначатись існуючою у даний час економічною ситуацією.

Сучасна ситуація в науково-технічній сфері України сформувалась під впливом таких факторів:

- зменшення фінансової підтримки науки;
- нерозвиненість інфраструктури інтелектуального ринку;
- підсистема інтелектуальної власності не стала дієвим чинником підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки, залучення інвестицій до інноваційних проектів, захисту національного виробника на внутрішньому й зовнішніх ринках, зменшення частки контрактної продукції;
  - втрата функцій координації з боку органів виконавчої влади всіх рівнів стосовно діяльності підпорядкованих підприємств та організацій у галузі правової охорони інтелектуальних продуктів;
  - скорочення чисельності або ліквідація патентних підрозділів на підприємствах, в організаціях та установах;
    - розпорошення кадрового потенціалу;
    - брак ефективних методик оцінювання об'єктів інтелектуальної діяльності як нематеріальних активів;
    - нерозвиненість системи страхування;
    - відсутність вільного доступу до інформації;
    - неналежна обізнаність суб'єктів ринку з правилами і нормами охорони відповідних прав в Україні та у світі;
    - брак фахівців з інноваційного маркетингу;
    - високий рівень монополізації в економіці, що знижує зацікавленість у інвестиціях в інноваційну сферу;
    - високий рівень інфляції, який стримує інноваційну активність;
    - обмеження свободи наукової творчості, що пов'язане з багатьма бюрократичними перепонами;
    - міграція робочої сили в науково-технічній сфері;
    - вступ України в СОТ відкриває шляхи доступу до інвестиційного фінансування даної сфери.

У зв'язку з цим необхідно відмітити, що використання інтелектуальної власності як стратегічного ресурсу вітчизняними товаровиробниками утруднено в силу того, що в країні поки не створено необхідних й достатніх політичних, економічних, юридичних, організаційних й інших умов, що сприяють вільному обороту інтелектуальних активів. Більше того, існує значне число перешкод на шляху широкого залучення в економічний оборот інтелектуальних активів.

У результаті економічні важелі прямого або непрямого впливу на цей ринок сьогодні не задіяні. Засоби податкового, цінового й амортизаційного регулювання, кредитної, фінансової й протекціоністської політики, спрямовані на стимулювання створення й залучення в комерційний оборот об'єктів інтелектуальної діяльності, - не використовуються.

Основи вітчизняного законодавства в сфері інтелектуальної власності значною мірою не відповідають вимогам часу. Затіяна нині кампанія по вдосконалюванню законодавства в сфері виключних прав зв'язана в основному із зовнішніми обставинами й, насамперед, із вступом України у ВТО й необхідністю у зв'язку із цим приведення законодавства у відповідність зі стандартами Угоди про торговельні аспекти інтелектуальної власності (Угода ТРІПС).

Більше, ніж хто-небудь, у цих реформах зацікавлені західні транснаціональні корпорації. Справа в тому, що у світовій торгівлі технологіями спостерігається явний дисбаланс, ключові позиції тут займають промислово розвинені країни (США, Японія, Німеччина, Франція). Відповідно, цим країнам належать і найбільш високі показники патентування інновацій у сфері високих технологій. У зв'язку з цим, навіть закордонні аналітики, зокрема Гангулі, визнають що «...основні переваги впровадження міжнародної програми гармонізації охорони інтелектуальної власності одержать промислово розвинені країни...»[6]

Необхідно наголосити, що особливо гостро зараз стоїть питання про принципи оподаткування операцій, пов'язаних з інтелектуальними активами. Немає сумнівів у тому, що податковий тягар повинен бути перенесений з операцій у сфері науки, технологій і

інтелектуальних ресурсів у сферу товарного обігу, тобто туди, де здійснюється продаж кінцевої продукції, створеної на основі інтелектуальних досягнень.

Але самою суттєвою перешкодою на шляху активізації господарського обороту інтелектуальних активів є існуюча сьогодні система оподаткування майна організацій. Її головний недолік - це широке коло об'єктів оподаткування й, зокрема, включення в нього поряд з основними засобами нематеріальних активів.

Очевидно: нематеріальні активи необхідно виключити із числа об'єктів оподаткування. У їхньому складі повинні бути тільки основні засоби. Причому «основні засоби» у значенні, який відповідає вимогам законодавства про бухгалтерський облік.

Проаналізувавши ситуацію в науково-технічній сфері, ми вважаємо, що завдання державного регулювання ринку інтелектуальних ресурсів повинні бути направлені на:

- ✓ розвиток економіки держави шляхом підвищення ефективності використання науково-технічного та творчого потенціалу країни;
- ✓ створення комфортних економічних умов для функціонування інноваційних підприємств;
- ✓ припинення нелегального обороту ОІД;
- ✓ запровадження механізмів державної підтримки патентування вітчизняних об'єктів промислової власності в інших країнах;
- ✓ нормативне врегулювання методики оцінювання вартості об'єктів інтелектуальної власності та впорядкування оцінної діяльності в галузі інтелектуальної власності;
- ✓ перетворення фіскального характеру системи плати на дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної діяльності, на стимулюючий.

Рух у цьому напрямку створить основу для формування інфраструктури реалізації стратегій управління інтелектуальними активами вітчизняних товаровиробників; буде сприяти досягненню належного рівня конкурентноздатності вітчизняних підприємств, як на ринках товарів і послуг, так і на інтелектуальних ринках; дозволить, в остаточному підсумку, забезпечити інтенсифікацію інноваційного розвитку економіки країни.

Вибір стратегії управління інтелектуальними ресурсами підприємством та її успішна реалізація пов'язані з врахуванням ряду чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Серед факторів зовнішнього середовища ключове значення мають:

- соціально-політична, економічна й правова ситуації й перспективи їх розвитку в середньостроковій (3-5 року) і довгостроковій перспективі (5-10 років) на територіях юрисдикцій, що цікавлять підприємство;
- кількісні і якісні характеристики сегментів ринків товарів і послуг, на яких працює підприємство;
- конкурентне середовище в сфері діяльності підприємства;
- кількісні і якісні характеристики середовища обороту інтелектуальних активів (патентного середовища).

Найважливіші внутрішні фактори, що впливають на вибір стратегії управління інтелектуальними активами:

- загальна корпоративна управлінська стратегія, реалізована на підприємстві залежно від стану, у якому воно перебуває (зовнішнє управління, вихід із кризи, стабілізація, розвиток і т.п.);
- маркетингова стратегія підприємства;
- інноваційна стратегія;
- фінансова стратегія (стратегія управління активами й стратегія управління капіталом);
- стратегія операційного управління (виробнича стратегія);
- стратегія управління персоналом;
- кількісні і якісні характеристики наявних інтелектуальних активів підприємства.

Очевидно, що стратегія управління інтелектуальними активами підприємства повинна враховувати фактори зовнішнього середовища й повинна бути погоджена із сукупністю перерахованих управлінських стратегій, реалізованих на підприємстві.

**Висновки.** Отже, для того, щоб підприємство стало рівноправним учасником світового ринку ІР, йому необхідно уважно спостерігати за процесами, що відбуваються у

зовнішньому середовищі, вивчати їхні глибинні причини й наслідки й на основі цих знань формувати свою стратегію, як на національному, так і міжнародному ринку ІР.

**Використана література**

1. Нечаева Л.Н. Совершенствование механизма формирования и управления нематериальными активами: Дис. канд. экон. наук : 08.00.10. – М., 2005.
2. James Brian Quinn, Philip Anderson, and Sydney Finkelstein. Managing Professional Intellect: Making the Most of the Best//Harvard Business Review. 1996. March-April.P.71-80.
3. Доклад Генерального директора ЗАО «Интеллект», председателя Подкомитета по промышленной собственности Комитета по интеллектуальной собственности Торгово-промышленной палаты РФ Одинцова С.В. На Конференции «Интеллектуальная собственность в экономике предприятий» (9-10 октября 2002г., Москва).
4. Мухопад В.И. Лицензионная торговля: маркетинг, ценообразование, управление. – М.: ВНИИПИ, 1997. – 285 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. – М., СПб., Вильямс, 2000. – 653 с.
6. Ganguli P. Intellectual property rights. Imperatives for the knowledge industry. /AVPI. -V. 22., № 3. - P. 167-175.