

Мирон Вачевський, кандидат економічних наук,
професор кафедри менеджменту і підприємництва
Дрогобицького державного педагогічного університету
ім. І. Я. Франка

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

У статті досліджується актуальна проблема економічної освіти у ВНЗ, підготовки та формування професійних компетенцій у майбутніх маркетологів, необхідність всебічного вивчення інтелектуальної власності у всіх навчальних закладах, включаючи середньоосвітні школи, ліцеї, гімназії, що є основою формування професійної компетенції в умовах ринкової конкуренції.

Актуальність проблеми. Важливою умовою здобуття якісної економічної освіти, **формування в майбутніх маркетологів професійних компетенцій**, підготовки їх до успішної фахової діяльності в економічній сфері нинішнього динамічного суспільства є засвоєння **основ курсу інтелектуальної власності**, мета якого – формування вмінь та навичок з управління інтелектуальною власністю, використання патентної документації у процесі трудової діяльності [14].

Найважливішим компонентом системи економічної підготовки маркетологів є зміст навчання, тобто система освіти в галузях інтелектуальної власності, маркетингу, менеджменту, наукової інформації, економіки – те, що в зарубіжних країнах лежить в основі високоефективної підготовки фахівців.

Аналіз останніх публікацій – науково-методичної та спеціальної педагогічної літератури, проведений у процесі дослідження даної проблеми, дозволяє зробити висновок, що проблеми освіти із інтелектуальної власності відображено у значній кількості законів і правил: [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], а також присвятили свої наукові роботи відомі вчені в даній галузі О. Бачун [10], С.Бондаренко [11], М. Вачевський [13, 15], С.Довгий, В.Жаров, В.Кремень [19], Л.Ніколаєнко, Л. Міняйло, Л.Топільська [20], А.Наконечна [21], О. Святоцький, В. Дроб'язка [22], А.Тофило [23], П. Цибульов [24, 25], П. Цибульов, В.Чеботарьов, М.Паладій [26].

Незважаючи на посилену вагу вчених до проблем організації освіти в галузі інтелектуальної власності, деякі важливі аспекти готовності формування у майбутніх маркетологів професійних компетенцій в умовах ринкової економіки залишаються недостатньо або зовсім

недослідженими. До них належить проблеми освіти студентів ВНЗ, які не мали системного характеру, вирішуючи лише окремі локальні питання [13].

Мета статті. Дослідити проблему підготовки майбутніх маркетологів до сучасних умов ринкової економіки в високим рівнем професійних компетенцій, вивчаючи інтелектуальну власність у ВНЗ.

Виклад основного матеріалу. **Інтелектуальна власність** – це закріплені законом права на результати творчої діяльності людини.

Інтелектуальна власність – це творча діяльність, а творчість – це цілеспрямована робота людини, результатом якої є щось нове, що відрізняється неповторністю, оригінальністю, унікальністю. Чим вищий інтелектуальний потенціал індивіда, тим цінніші результати його творчої діяльності – інтелектуальна власність [24].

Сучасний стан освітньої підготовки та формування професійних компетенцій маркетологів в Україні дає підстави стверджувати, що ці питання пов'язані насамперед із соціально-економічними проблемами розвитку суспільства, ринковою економікою, конкуренцією, змаганням за споживача [16].

Підготовка маркетолога з високим рівнем професійних компетенцій – фахівця, здатного успішно працювати в умовах конкурентної ринкової економіки, вимагає від закладів вищої освіти орієнтувати студентів у ході навчального процесу на цілеспрямоване опанування знань як з економічних дисциплін, так і з інтелектуальної власності про раціоналізаторські пропозиції, винаходи, промислові зразки, товарні знаки, ноу-хау, інжиніринг, що в сукупності складають промислову власність [18, 7].

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

У нинішніх умовах раціоналізаторство і винахідництво є складною динамічною соціально-економічною системою, наслідки функціонування якої виявляються в науково-технічній і господарській діяльності, які нероздільно пов'язані між собою як розвиток технічної творчості. Оцінюючи значення і внесок технічної творчості в кінцеві результати щодо використання раціоналізаторських пропозицій, винаходів і промислових зразків, незаперечним фактом є підвищення продуктивності праці і якості продукції, створення нових видів продукції, економія матеріальних ресурсів, збереження навколишнього середовища та інших факторів, які впливають на покращення техніко-економічних показників діяльності промислових підприємств.

Розвиток інтелектуальної творчості, більшою мірою залежить від рівня підготовки професійної компетенції маркетолога, вдосконалення

(машини, механізми, знаряддя, інструменти, пристосування а також різного виду технологічні процеси, речовини та їх складові.

- твори художні – конкретні результати художньої творчості, включаючи: написані картини, література, програми, ідеї втілені у конкретні матеріальні блага, захищені патентами чи авторськими свідоцтвами.

Маркетологи на промислових підприємствах, установах освіти, організаціях різної форми власності та виду діяльності провадять управління виробничою діяльністю відповідно статуту організації чи закладу з метою отримання бажаних прибутків від реалізації товарів та послуг, а для створення конкурентоспроможного товару ринкової новизни – управління раціоналізаторством і винахідництвом.

Усі об'єкти інтелектуальної власності розділяють за напрямками, як показано у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація об'єктів інтелектуальної власності

Об'єкти промислової власності	
Винаходи (пристрої, способи, речовини, нові штамми мікроорганізмів)	Зазначення місць походження товарів
Промислові зразки	Корисні моделі
Товарні знаки для товарів і послуг	Фірмові найменування
Топографії інтегральних мікросхем	Сорти рослин та породи тварин
Об'єкти авторського права	
Літературні твори	Музичні твори
Твори мистецтва	Комп'ютерні програми
Карти і технічні креслення	Похідні твори
Об'єкти суміжних прав	
Права виконавців	Права виробників фонограм і відеограм
Права організацій мовлення	Права інших творчих об'єктів

механізму впровадження наукових досягнень у конкретний товар, вмілим управлінням маркетологами раціоналізаторством і винахідництвом, включаючи в себе закони, які не входять у предметні однієї з суспільних наук.

Інтелектуальна творчість – це цілеспрямована пошукова діяльність людини, результатом якої є створення нового матеріального блага, яке відрізняється неповторністю, оригінальністю, історичними традиціями та оригінальністю.

За своїми напрямками інтелектуальну творчість можна розділити на два види: технічну та художню [12].

Об'єкти інтелектуальної власності – це конкретний результат людини який втілений у відповідний вид діяльності:

- промисловість – засоби виробництва

Зазначимо, що на промислових підприємствах управління розвитку раціоналізаторства і винахідництва провадять маркетологи, які мають високий рівень професійних компетенцій у цій галузі діяльності і планують розвиток як винахідництва, так і промислових зразків на основі загальноприйнятих функцій менеджменту управління.

Основними функціями управління інтелектуальною творчістю є планування, організація, регулювання, впровадження, правова охорона, контроль і облік.

Функція планування – основна функція управління інтелектуальною творчістю.

Суть управлінської діяльності планування полягає в налагодженні складної й обширної системи відносин, що охоплюють фактори розвитку технічної творчості і впровадження нових

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

розробок, правової охорони, контролю і обліку кінцевих результатів.

Функція організації інтелектуальної творчості посягає у визначенні послідовності і координації дій, необхідних для прогнозування розвитку галузей виробництва на основі створення винаходів і промислових зразків.

Чим більша структура промислового підприємства, тим більшою мірою вимагається від маркетологів відповідної організації, яка б задовольняла вимоги спеціалізації, концентрації сучасної техніки і технології виробництва, пропорційного розвитку різних сторін (технічної, виробничої, економічної, фінансової) об'єкта, при оптимальних умовах трудових, грошових і матеріальних витрат. Технічна творчість стає реальним втіленням у процес виробництва тільки при умові чіткої організації елементів всієї системи.

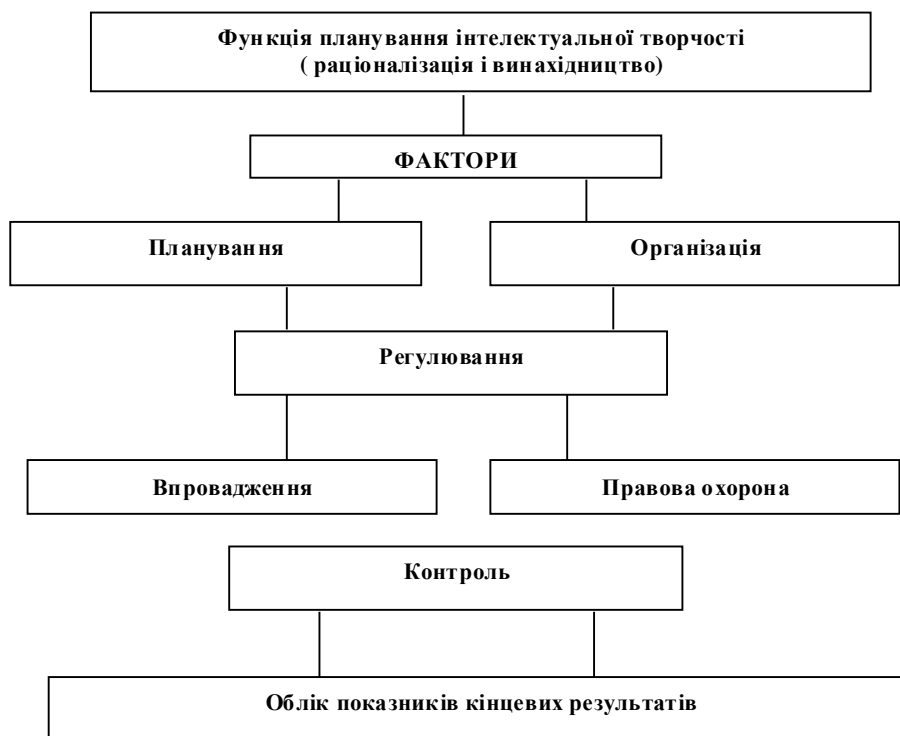
Функція регулювання зводиться до

забезпечення розвитку інтелектуальної творчості, відповідно до розроблених програм, і усунення відхилень, які виникають у процесі створення, розроблення, впровадження і використання у виробництві.

Регулювання гарантує запланований темп виробництва, взаємовідносини між науковими розробками, освоєнням і впровадженням у процес виробництва, науково-технічних досягнень, у тому числі винаходів як у державі, так і за кордоном.

Функція впровадження – процес планового переведення об'єкта (підприємства, організації, системи управління, окремого процесу або його елементу) з існуючого стану в новий, передбачений проектом.

У першому визначенні термін “впровадження” вживають тоді, коли є дослідне, потім масове впровадження наукових, проектних розробок і винаходів у народне господарство.



1 Масовість технічної творчості	2 Інформаційний обмін творчості	3 Підвищення продуктивності	4 Економія матеріалів і сировини
5 Збільшення об'ємів продукції	6 Реалізація конкурентноздатної продукції	7 Ефективність творчості	8 Зростання доходу прибутку

Малюнок 1.1. Показники і кінцеві результати

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

Тут можна виділити дві проблеми: розрив у часі початкових і кінцевих етапів науково-технічного циклу, відрив “піонерного” впровадження від масового, наявність різних перешкод на шляху розміщення замовлень і реалізації комплексних науково-технічних розробок.

Впровадження як повний цикл розробки і втілення нововведення включає такі етапи:

- *аналіз доцільності розробки нововведення;*
- *розробка нового або прив'язка готового проекту нововведення;*
- *співгодоження і затвердження проекту зі всіма зацікавленими особами і організаціями;*
- *підготовка до впровадження;*
- *впровадження (реалізація) нововведення в процес виробництва;*
- *оцінка фактичної ефективності реалізованого нововведення;*
- *планування розвитку і розширення сфери ефективного розповсюдження нововведення.*

На етапі впровадження у процес виробництва проходить матеріалізація суті нововведення (винаходу), виявляються недоробки в проекті і підготовці організації до його впровадження.

Для підвищення ефективності впровадження необхідно змінити антиінноваційну традицію, стереотипи поведінки, які гальмують перебудову, реалізацію досягнень науково-технічного прогресу, повністю перебудувати організаційні форми і механізм матеріального та морального стимулювання, ціноутворення, фінансового і кредитного механізму під час впровадження нової техніки, технології, матеріалів, знайти методи і засоби усунення протилежностей між інтересами держави і впровадженням нововведення.

Впровадження винаходу можна вважати цілеспрямованим процесом нововведення, що включає у себе комплекс організаційно-технічних заходів і стимулів, які забезпечуються необхідними умовами використання винаходу в об'єктах нової техніки, нової технології, матеріалах.

Важливо розрізняти розуміння “винахід” (кінцевий результат дослідження) і “нововведення” (воно йде за винаходом і закінчує успішні розробки). Винаходом вважається поява чогось нового – нововведення як впровадження в практику.

Процес нововведення можна представити чотирма етапами:

1. Стимул – етап, на якому в організації приходять до висновку про необхідність розробки нової ідеї.

2. Концепція – етап, на якому складається план дії по реалізації ідеї.

3. Пропозиція – етап, на якому після відповідного обговорення спеціалістами пропозиція приймається як така, що відповідає інтересам організації.

4. Впровадження – етап доведення ідеї до ринкової продукції.

Перші два етапи пов'язані з винаходом, два останні з нововведенням, якщо вони закінчуються успішно з погляду задоволення суспільних потреб. Проведення розмежування між винаходом і нововведенням набуває особливого значення під час вибору організаційно-економічних форм впровадження.

Впровадження раціоналізаторських пропозицій і винаходів у процес виробництва, може бути успішним як у кількості, так і в часі, коли підприємства, організації або фізичні особи, які є власниками патентів, будуть звільнятися від оподаткування продукції, в якій закладені продукти творчості, від одного до трьох років. Термін повинен визначатись з урахуванням від важливості винаходу, його рівня, а також виду виробництва.

Цей критерій повинен бути основним у різних формах впровадження науково-технічних розробок і класифікуватись від потреб нової продукції, технології, матеріалу, величини отриманого ефекту, масштабу і широти розповсюдження нововведення.

Причому, незалежно від того належить даний винахід до категорії службових (створених у зв'язку з виконанням службового завдання і з використанням ресурсів підприємства), або він створений з особистої ініціативи винахідника.

Функція правової охорони – єдиною формою правової охорони винаходів і промислових зразків вважається патент (документ виняткового права), який видається винахіднику.

Питання правової охорони технічної творчості, показані юристами-патентознавцями в різних роботах [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9], а Закон України про охорону прав на винаходи і корисні моделі, який введений у дію з 01.07.94р. згідно з Постановою Верховної Ради №3769-12; №3771-12; №3793, регулюють відносини, що виникають у винахідницькій діяльності.

Положенням про правову охорону об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій в Україні регулюються майнові та пов'язані з ними особисті немайнові відносини, що виникають у зв'язку зі створенням правовою охороною та використанням винаходів, промислових зразків, товарних знаків і знаків обслуговування, а також відносин, пов'язаних з визнанням прав автора раціоналізаторської пропозиції.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

Функція контролю полягає у спостереженні за процесом розвитку системи технічної творчості, виявленні відхилень і можливості їх усунення під час створення рацпропозицій, винаходів, промислових зразків та товарних знаків.

Контроль сприяє розробці та застосуванню ефективних систем, методів і прийомів спостереження і перевірки оптимального функціонування керованої та керуючої системи, визначенню необхідності в коригуванні розвитку процесу технічної творчості.

Функція обліку – покликана забезпечити збір і систематизацію інформації про динаміку, стан і тенденції розвитку технічної творчості в галузях народного господарства.

Процес виробництва – це безперервно повторюваний процес, де кожний наступний виробничий цикл не може повторюватись відірвано від попереднього. Продукти технічної творчості **винаходи, промислові зразки і товарні знаки** розвивають виробничий процес на вищий рівень від попередньої бази, а кінцеві результати розвитку обумовлені обліком, який дають статистичні дані про економію матеріалів, одержання прибутку від впровадження раціоналізаторських пропозицій і винаходів, витрат на виплату авторської винагороди.

Розглянуті загальні функції управління технічною творчістю властиві всім системам управління економікою. Вони визначають принципову єдність структури процесу управління на всіх рівнях народного господарства. Управління ніколи не існує окремо від його об'єкта, тому зміст кожної функції не буває незмінним, а визначається специфікою керованого об'єкта.

Основною метою вдосконалення організаційної діяльності в раціоналізації і винахідництві є планове виконання наукових розробок на рівні винаходів, забезпечення створення нової техніки і технології на основі високоефективних винаходів і раціоналізаторських пропозицій у народному господарстві та одержання економічного ефекту. Створення винаходів і їх швидке використання в народному господарстві вимагатимуть нових форм господарювання ринкової економіки, особливо створення конкурентоспроможної продукції, зокрема експортної.

Винаходи і вагомі раціоналізаторські пропозиції є потенційним багатством України, розвитком науково-технічного прогресу як техніки, так і технології.

Одним з основних завдань на сучасному етапі господарської реформи є створення необхідних

умов для піднесення економіки на якісно нові рубежі, формування економічного механізму, який би забезпечував розвиток науково-технічного прогресу. Відповідна перебудова господарського механізму повинна відбуватись і у винахідницькій та раціоналізаторській діяльності механізму створення, впровадження і розповсюдження технічних новин у народному господарстві, з одночасним розвитком науково-технічної інформації та комп'ютеризації всіх процесів.

Прийнятий у даний час Закон України про промислову власність, має основу для вдосконалення всього механізму винахідницької діяльності. Появилась об'єктивна можливість підвищити роль винахідників і раціоналізаторів, створити механізм преміювання з державного бюджету тих виробників, які використовують винаходи і промислові зразки у товарах і технологіях.

Варто зазначити, що із прийняттям у 1996 році Конституції України, стаття 41 стверджує про невід'ємні права кожного громадянина володіти, користуватися і розпоряджатися результатами своєї інтелектуальної діяльності. Стаття 54 Конституції вказує, що "Громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захисту інтелектуальної власності, їх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, які виникають внаслідок різних видів інтелектуальної діяльності".

Важливим напрямком розвитку національної системи охорони промислової власності в Україні є розв'язання питання судового розгляду спірних питань, які виникають у процесі використання права на об'єкти цієї форми власності. Ринкова економіка не може належним чином розвиватись, якщо не будуть забезпечені судові захисти прав на об'єкти інтелектуальної власності. Цього вимагає конкуренція, інвестиційна та протекціоністська політика.

Отже, управління інтелектуальною власністю пов'язано із діючими законами України про охорону прав на об'єкти промислової власності і передбачається вирішення спірних питань у судовому порядку загальної юрисдикції, арбітражного або третейського суду. Забезпечення надійного судового захисту у цій сфері передбачено також міжнародними угодами і домовленостями, наприклад, Генеральна угода про тарифи і торгівлю (ГАТТ) і Угода про співпрацю між Україною і Європейським Союзом.¹

¹ Подопригора А. А. Охорона промислової власності в Україні. "ІнЮре", 1999. – 416с.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

В умовах перебудови економіки стає необхідним прискорити розвиток винахідництва і раціоналізації, без якого неможливо досягти випуску високоякісної та конкурентоздатної продукції при економії всіх матеріальних ресурсів.

Необхідна нова стратегія управління винахідництвом для одержання народногосподарського ефекту у всіх його складових – від створення винаходу, оцінки значимості, планування, практичного використання та обліку одержаних результатів і розвитку стимулювання.

Практика стверджує, що найбільш високі результати трудової діяльності колективу досягаються завдяки добре організованому виробничому процесу і творчій активності працівників підприємства на мікроекономічному рівні, а розвиток творчості в межах держави – підйом національного добробуту на макроекономічному рівні.

Теоретичні умови інтенсивного розвитку економіки є особливо актуальними при використанні творчих можливостей трудових колективів у розвитку технічної творчості.

Слід зазначити, що проблеми охорони промислової власності під час зовнішньоторгових дій тісно переплітаються із митними правилами. Тому необхідно діючи митні правила перетину товарів через митницю порівнювати із правами інтелектуальної власності. Все це дасть можливість надійному захисту та розвитку інтелектуальної власності в країні і головне до цієї діяльності слід готувати випускників ВНЗ, які знаннями про інтелектуальну власність збагачували б свої професійні компетенції.

Важливою рисою науково-технічного прогресу є розвиток економіки, обмеженість трудових і матеріальних ресурсів. Саме науково-технічний прогрес дає можливість забезпечити комплексне використання народногосподарських ресурсів, створити на основі винаходів, промислових зразків, ноу-хау принципово нові техніку і технологію, які здатні істотно підвищити продуктивність праці, якість і конкурентоспроможність на ринках збуту.

Висновки. Сучасний розвиток України пов'язаний з ринковою економікою, планомірним створенням і випуском конкурентоздатної техніки і технології, які забезпечили б якісно нові показники вітчизняної продукції на світовому ринку. Для цього необхідна розвинута патентно-ліцензійна діяльність, прискорене впровадження винаходів і промислових зразків в об'єкти техніки і технології та належне інформаційне забезпечення суб'єктів діяльності.

Ринкова економіка – це високорозвинута підприємницька діяльність, засоби інформації та

інтелектуальна власність і діяльність підприємств на основі маркетингу.

Маркетинг є однією з важливих наук, знання яких необхідні кожному підприємцеві чи керівникові виробничої діяльності. Це підтверджується практикою передових країн і вітчизняних підприємств, які діють у ринковому середовищі і зацікавлені в ефективності своєї діяльності.

Маркетингова діяльність маркетологів може бути ефективною при умові, якщо рівень професійних компетенцій, набутий в процесі освіти, сприяє використанню об'єктів промислової власності: винаходів, промислових зразків, товарних знаків, ноу-хау, інжинірингу, які забезпечують створення конкурентоспроможної продукції.

Безумовно, що нині якісно-кількісні параметри педагогічних освітніх процесів, їх інтенсивність та результативність залежать насамперед від рівня освіти суспільства або від потужності інноваційного потенціалу останнього. Інноваційний потенціал суспільства – це рівень освіти, тих знань, які отримує молодь у процесі навчання, при підготовці спеціаліста для трудової діяльності в економічній системі.

1. Конституція України, від 28.06.1996 р., №254 к./96 ВР.

2. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі: Закон України від 15.12.1993 р. № 3687-ХН (в редакції Закону № 1771-III від 01.06.2000 р., із змінами, внесеними згідно із Законом № 2188-III від 21.12.2000 р.).

3. Закон України "Про авторське право і суміжні права", від 23.12.1993 р. № 3792-ХІІ.

4. Про власність від 07.02.1991 р. №697-12 з наступними змінами і доповненнями.

5. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі. Закон України від 15.12.1993 р. №3687-ХІІ у редакції від 01.06.2000 р.

6. Про охорону прав на промислові зразки: Закон України від 15.12.1993 р. № 3688-ХІІ (із змінами, внесеними із Законом № 2188-III від 21.12.2000 р.).

7. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. №3689-ХІІ (із змінами, внесеними згідно із Законами № 751-ХІV від 16.09.1999 р.).

8. Правила складання та подання заявки на видачу патенту України на винахід та корисну модель від 27.12.1994 р. № 318/528 (із змінами, внесеними згідно з Наказом Держпатенту № 4 від 15.01.1996 р.).

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ВМІНЬ ТА НАВИЧОК У МАРКЕТОЛОГІВ

9. Правила складання та подання заявки на видачу патенту України на промисловий зразок від 13.02.1995 р. № 35/571.
10. Бачун О. Захист права інтелектуальної власності в Україні // *Право України*. – 1998. – №1.
11. Бондаренко С.В. Авторське право і суміжні права. Навчальний посібник. –К.: ПВП. – 2004. – 260 с.
12. Вачевський М. В. Соціально-економічні аспекти використання інтелектуальної власності в сучасних умовах. – К.: ЦУЛ, 2004. – 376 с.
13. Вачевський М. В. Теоретичний зміст економічної освіти у навчальних закладах для формування професійних компетенцій. Молодь і ринок. – 2005. – №4 (14). – С.15 – 25.
14. Вачевський М. В. Шляхи і напрямки формування професійних компетенцій у студентів ВНЗ у процесі вивчення маркетингу. Молодь і ринок. – 2004. – №4 (10). – С. 23 – 34.
15. Вачевський М. В. Молодь та проблеми інтелектуалізації суспільства. Рідна школа. – 2004. – №7 (894 – 895). – С.35 – 37.
16. Вачевський М. В. Організаційна структура системи управління інтелектуальною власністю. Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №4(34). С.155 – 162.
17. Вачевський М.В., Кремень В.Г., Мадзігон В.М. *Інтелектуальна власність*. – К.: ВД Професіонал, – 2005. – 448 с.
18. Вачевський М.В. Молодь і ринок. – 2006. – №1(16). С.11 – 17.
19. Довгий С. О., Жаров В. О. Кремень В. Г. *Охорона інтелектуальної власності в Україні*. – К.: Форум, 2002. – 319 с.
20. Ніколаєнко Л. І., Меньяло Л. А., Топільська Л. М. та ін. *Знаки для товарів і послуг / За ред. В. Л. Петрова*. – К.: Вид. Дім “Ін Юре”, 1999. – 116 с.
21. Наконечна А. В. *Патентознавство: Опорний конспект лекцій*. – К.: КНТЕУ, 2003. – 85 с.
22. Святоцький О.Д., Дроб’язка В.С. *Інтелектуальна власність. Словник довідник: у 2-х томах. Вид. “Ін Юре”, 2000. – 355 с.*
23. Тофіло А.В. *Експертиза об’єктів промислової власності: заявки на изобретения и полезные модели*. – К.: ПВП. – 2004. – 176 с.
24. Цибульов П.М. *Основи інтелектуальної власності. Навчальний посібник*. –К.: ПВП. – 2005. – 108 с.
25. Цыбулев П. М. *Оценка интеллектуальной собственности. Учебное пособие для студентов ВУЗ*. – К.: ИИСП. – 2005. – 192 с.
26. Цибульов П. М., Чеботарьов В.П. *Популярно про інтелектуальну власність. (За заг.ред. М.В.Паладія)*. – К.: ТОВ “Альфа-ППК”, – 2004. – 56 с.



В КОЖНІЙ ФРАЗІ – ДУМКА

“Всяке істотне, а не тільки позірне поліпшення в побуті народу, всяка істотна реформа повинна ґрунтуватися на внутрішній, духовній реформі, на русі вперед, який відбувається в самому дусі народу, бо тільки з цих духовних реформ виростають самі собою тривкі зовнішні реформи... Надати ж швидкість народному розвитку може тільки свідоме, розумне виховання і розумне навчання: вони пробуджують розум народу, дають його свідомості і збагачують його знаннями, бо яких він досвідом не добрався б і за багато сотень років”.

Константин Ушинський

“Я правдиво не знаю, що залишилось би від цивілізації й історії, коли б нагромаджений вплив Христа, безпосередній чи посередній, був видалений з літератури, мистецтва, практичних справ, моральних стандартів і з різноманітної творчої діяльності розуму і духа”.

Доктор Чарльс Малік (з Ливану), бувший президент Об’єднаних Націй (Генеральної Асамблеї)