

Ярким примером заинтересованности вузов в таком развитии является создание инновационной системы взаимодействия «университет-студент-работодатель». Инновационность этой системы обусловлена внедрением современных методов работы со студентами и выпускниками (включение работодателей в учебный процесс, организация мероприятий повышающих мобильность и активность выпускников и студентов). Результатом становится выпуск «инновационного продукта» - выпускника, обладающего помимо знаний предусмотренных образовательным стандартом, навыком адаптивности к окружающей среде, к рынку труда. При таком подходе меняются функции, к поиску возможных мест трудоустройства и практики добавляется профессионально-психологическое сопровождение обучения. Мониторинг рынка труда специалистов и удовлетворенности работодателей качеством подготовки проводится с помощью анкетирования работодателей - постоянных партнеров в сфере практики и трудоустройства университетов. Для усиления взаимодействия организуются специализированные мероприятия: презентации, мастер-классы, ярмарки вакансий, экскурсии в компании.

Верес Шамоши Марианн, доктор экон. наук, Мишкольцский ун-т, Венгрия, директор института инноваций

М.М. Ткачев, преподаватель НТУ «ХПИ»

ЦЕНА И КОММЕРЧЕСКАЯ СТОИМОСТЬ ПИРАТСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Исследование существующих определений пиратской (контрафактной) продукции позволяет определять эту категорию как такую, которая используется в хозяйственном обороте с нарушением прав на любой содержащийся в ней объект права интеллектуальной собственности.

В украинском законодательстве существует более общее понятие «фальсифицированная продукция». Согласно украинскому законодательству о

защите прав потребителей: фальсифицированная продукция - продукция, изготовленная с нарушением технологии или неправомерным использованием знака для товаров и услуг, или копированием формы, упаковки, внешнего оформления, а также неправомерным воспроизведением товара другого лица. (п.27 ст.1 Закона Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг»).

Наиболее распространенными видами контрафакта являются:

- продажа товаров с использованием обозначений, тождественных или сходных до степени смешения с известными торговыми марками других товаропроизводителей;

- подделка внешнего вида промышленных изделий, нарушения прав на промышленный образец;

- незаконное производство и использование произведений литературы, науки, искусства, компьютерных программ и аудиовизуальной продукции;

- контрафактной является также продукция, изготовленная с неправомерным использованием технологии, которая охраняется как изобретение или полезная модель.

Уровень ущерба, наносимого контрафактной продукцией варьируется в зависимости от тех или иных условий, однако эксперты сходятся во мнении, что контрафакт формирует многомиллиардный рынок теневой экономики, выпускает колоссальный объем фальшивых товаров ежегодно. Согласно Отчету за 2011 г. «Оценка глобальных экономических и социальных последствиях контрафакта и пиратства», представленном в рамках проекта «Бизнес против контрафакта и пиратства», стоимость поддельной продукции по всему миру составила \$ 285 - \$ 360 млрд., произведенной и проданной на внутренних рынках - \$ 140 - \$ 215 млрд. Осознавая масштаб последствий роста данной незаконной торговли и потерь мировой экономики в долгосрочной перспективе, департамент также провел оценку ущерба на основе последних данных ОЭСР, доступных на тот момент. Результаты представлены в табл.1.

Таблица 1

Цена и коммерческая стоимость компьютерного пиратства

Страна	Динамика уровня пиратства, %								Динамика потерь от пиратства, млн \$							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Страны Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ)																
Украина	91	85	84	83	84	85	86	84	107	239	337	403	534	272	571	647
Россия	87	83	80	73	68	67	65	63	1362	1625	2197	4123	4215	2613	2842	3227
Грузия	-	-	-	-	95	95	93	91	-	-	-	-	59	54	46	52
Молдова	96	96	94	92	90	91	90	90	44	44	56	43	40	28	36	45
Казахстан	85	85	81	79	78	78	76	76	57	69	85	110	125	74	89	123
Армения	95	95	95	93	92	90	89	88	7	7	8	8	7	14	23	26
Азербайджан	94	94	94	92	90	88	88	87	40	40	51	50	55	52	57	67
Беларусь	-	-	-	-	-	87	88	87	-	-	-	-	-	55	126	87
Латвия	58	57	56	56	56	56	56	54	19	20	26	29	31	24	30	32
Литва	58	57	57	56	54	54	54	54	21	25	31	37	40	31	38	44
Эстония	55	54	52	51	50	50	50	48	17	18	16	20	21	19	23	25
Польша	59	58	57	57	56	54	54	53	379	388	484	580	648	506	553	618
Румыния	74	72	69	68	66	65	64	63	62	111	114	151	249	183	195	207
Чехия	41	40	39	39	38	37	36	35	132	121	147	161	168	174	195	214
Албания	77	76	77	78	77	75	75	75	7	9	11	11	9	8	6	6
Болгария	71	71	69	68	68	67	65	64	33	41	50	63	139	115	113	102
Венгрия	44	42	42	42	42	41	41	41	126	106	111	125	146	113	131	143
Всего по ЦВЕ	71	69	68	68	66	64	64	62	2682	3262	4124	6351	7003	4673	5506	6133
Страны Западной Европы (ЗЕ)																
Германия	29	27	28	27	27	28	27	26	2286	1920	1642	1937	2152	2023	2096	2265
Франция	45	47	45	42	41	40	39	37	2928	3191	2676	2601	2760	2544	2579	2754
Великобритания	27	27	27	26	27	27	27	26	1963	1802	1670	1837	2181	1581	1846	1943
Швеция	26	27	26	25	25	25	25	24	304	340	313	324	372	304	411	461
Испания	43	46	46	43	42	42	43	44	634	765	865	903	1029	1014	1105	1216
Всего по ЗЕ	34	35	34	33	33	34	33	32	11865	11856	10642	11655	13023	11750	12771	13749
США	21	21	20	20	20	20	20	19	6645	6895	7289	8040	9143	8390	9515	9773
Канада	36	33	34	33	32	29	28	27	889	779	784	1071	1222	943	1066	1141
Всего по Северной Америке	22	22	22	21	21	21	21	19	7549	7686	8104	9144	10401	9379	10623	10959
Всего по Латинской Америке	66	68	66	65	65	63	64	61	1546	2026	3125	4123	4311	6210	7030	7459
Китай	90	86	82	82	80	79	78	77	3565	3884	5429	6684	6677	7583	7779	8902
Индия	74	72	71	69	68	65	64	63	519	566	1275	2025	2768	2003	2739	2930
Всего по Азии	53	54	55	59	61	59	60	60	7897	8050	11718	14090	15261	16544	18746	20998
Всего по Африке	58	57	60	60	59	59	58	58	1239	1602	1985	2446	2999	2887	4078	4159
Всего в мире	35	35	35	38	41	43	42	42	32778	34482	39698	47809	52998	51443	58754	63456

Кроме прямых финансовых потерь проблемы возникают в рамках торговли, иностранных инвестиций, занятости, инноваций, криминальной обстановки и окружающей среды. На микроэкономическом уровне контрафакт негативно влияет на объем продаж, цены, стоимость интеллектуальных прав собственников, ценность брендов, инвестиции и гонорары.

К. Шимпф, канд. экон. наук, Магдебургский университет, Магдебург, ФРГ

Т.О. Кобєлева, канд. экон. наук, НТУ «ХП»,

Н.П. Ткачова, канд. экон. наук, НТУ «ХП»

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ВИВЧЕНІ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

Кон'юнктура ринку - сукупність умов при яких в даний момент протікає діяльність на ринку. Характеризується певним співвідношенням попиту і пропозицією, а також рівнем і співвідношенням цін. Найважливішим етапом вивчення кон'юнктури ринку є збір інформації. Найпростіший і ефективніший спосіб здобуття інформації - провести маркетингові дослідження. Де можна отримати інформацію, необхідну при розробці нової продукції. Опитування, проведене серед підприємців надало наступні джерела інформації:

- постійні клієнти.....73%;
- колеги і інші підприємці.....52%;
- інтуїція.....46%;
- потенційні клієнти.....43%;
- офіційно публіковані дані про компанії.....41%;
- галузеві журнали.....35%;
- семінари і курси.....14%;