

Бутнік-Сіверський О.Б.,
завідувач відділу економіко-правових
проблем інтелектуальної власності НДІ
інтелектуальної власності НАПрН України,
доктор економічних наук, професор

Інтелектуальна власність в інноваційній сфері: економіко-правовий аспект

У ст. 418 Цивільного кодексу України (1) (далі - ЦК України) під *інтелектуальною власністю* розуміється право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений ЦК України та іншими законами України. Із цього визначення випливає таке: *по-перше*, право інтелектуальної власності визначається державою шляхом закріплення його в законі; *по-друге*, воно охороняється та захитається у встановленому законом порядку; *по-третє*, це право пов'язується з відповідними об'єктами, які визначаються законодавством України, у тому числі і міжнародно-правовими актами.

У спеціальній юридичній літературі з питань інтелектуальної власності поняття «*право інтелектуальної власності*» розглядають з позиції права інтелектуальної власності як цивільно-правовий ІНСТИТУТ, так і як суб'єктивне право.

Право інтелектуальної власності як цивільно-правовий інститут - це сукупність правових норм, які регулюють суспільні відносини у сфері створення, використання й охорони результатів інтелектуальної, творчої діяльності.

Зокрема, слід зазначити, присутність *інститутів права інтелектуальної власності*, які є відносно самостійними і, одночасно, кожен з яких має свої особливості, зумовлені специфікою самих об'єктів права інтелектуальної власності (ОПВ).

До таких інститутів належать:

- інститут права інтелектуальної власності на об'єкти авторського права і суміжних прав;
- інститут патентного права (винаходи, корисні моделі, промислові зразки); інститут права інтелектуальної власності на інші результати науково-технічної творчості (наукові відкриття, компоновані інтегральні мікросхеми, раціоналізаторські пропозиції, сорти рослин, породи тварин та комерційні таємниці);
- інститут права інтелектуальної власності на засоби

індивідуалізації суб'єктів цивільного обороту, товарів, послуг (комерційні найменування, торговельні марки та географічні позначення) (2).

Зміст права інтелектуальної власності становить особисті немайнові права та (або) майнові права інтелектуальної власності (п.2 ст. 418 ЦК України).

У результаті створення ОПВ суб'єкт цього права набуває низку суб'єктивних прав як *особистого немайнового*, так і *майнового характеру*.

Під *особистими немайновими правами* розуміють різновид цивільних прав, які виникають із приводу нематеріальних благ, є невід'ємними від особи та набувають економічного змісту (гл. 15 ЦК України). Під *майновими правами* розуміють суб'єктивні права, які пов'язані з використанням ОПВ, а також із тими матеріальними (майновими) вимогами, які виникають між учасниками правовідносин із приводу використання ОПВ (наприклад, право авторів і винахідників на винагороду) (ст. 424, ст. 426 ЦК України).

Така класифікація прав, що становлять зміст права інтелектуальної власності має відповідне практичне значення. Зазначене ЦК України, ґрунтується на тому, що за загальним правилом *особисті немайнові права* можуть належати лише безпосередньо творцеві ОПВ. Вони є невідчужуваними від особи творця та, як правило, не можуть передаватися іншим особам. *Майнові права* на ОПВ можуть переходити до інших осіб у спосіб, передбачений законом. Зміст зазначених прав щодо конкретних ОПВ розкривається у відповідних главах ЦК України та спеціальному законодавстві - законах України, які регулюють суспільні відносини щодо правової охорони окремих ОПВ.

Загальний перелік майнових прав інтелектуальної власності на ОПВ закріплений у ст. 424 ЦК України,

В системі економіки інтелектуальної власності *інновація розглядається* як вже матеріалізований результат трансформації *інтелектуальної власності* творця (інтелектуальний продукт) з ознакою *об'єкта права інтелектуальної власності*, який втілений у *інноваційний продукт чи інноваційну продукцію*, яку виведено на ринок і після її реалізації (комерціалізації) отримується дохід (прибуток).

Для інноваційної орієнтованої економіки важливого значення набувають активність підприємств, які використовують інновації в господарській діяльності та які накопичують інноваційний потенціал. Вона обґрунтовує економічну доцільність здійснення інноваційно-інвестиційного процесу, основою якого є виробничий капітал, який в поєднанні з інтелектуальним капіталом забезпечує отримання додаткової вартості.

Орієнтація на інноваційний шлях розвитку вимагає від національних суб'єктів господарської діяльності перебудови системи управління, створення па основі принципів маркетингу системи оперативного пошуку нових сфер та

способів реалізації власного потенціалу, які спиралися б на нові товари, нові технології, нові методи організації виробництва і збуту. У різних країнах проблема реалізації нововведень вирішується по-різному, хоч і можна простежити певні моменти, спільні для більшості сучасних лідерів науково-технічного прогресу.

Україна для себе вирішує завдання - *побудови і реалізації інноваційної моделі розвитку (перетворень)*, в основу якої покладена інноваційна складова, яка визначає мету інноваційної стратегії та механізми підтримки пріоритетних програм і проектів.

Стратегія інноваційної моделі розвитку - це досягнення якісно нового типу розвитку господарської системи, яка характеризується:

- новаторськими цілями, інноваційними результатами виробничої діяльності (товари, послуги, ефективність, конкурентоздатність тощо) в тактичному і стратегічному плані;
- інноваційними засобами досягнення цілі (факторами-інноваціями у вигляді новітньої техніки і технології, нової організації і мотивації праці і виробництва);
- можливостями відтворення інноваційного спрямування на збалансованій основі, щоб господарська система мала всі організаційно-управлінські, ресурсні і мотиваційні умови для цього;
- пріоритетним використанням сукупності інноваційних факторів при визначенні обсягу і форми здійснюваних інвестицій, які реалізуються в різній часовій послідовності, а саме: послідовному, паралельному і інтегральному проходженні процесу вкладання капіталу і отримання прибутку.

Головними факторами розвитку господарської системи є інноваційні - це системна техніка нового типу, нові технології, нова організація праці і виробництва, нова мотиваційна система, підприємництво.

В пріоритетному використанні сукупності інноваційних факторів в розвитку економіки і полягає сутність переведення її на якісно новий тип розвитку, що дозволяє набути їй в ринковому середовищі економічну збалансованість.

Стан економічної збалансованості як інтегрованої властивості цілісного господарського організму характеризує тип його розвитку. Як наукова категорія економічна збалансованість відтворює сутність особливого стану господарської системи в складному ринковому середовищі, яке характеризує гарантію цілеспрямованості її руху сьогодні і прогнозованому майбутньому. Вона сполучає в собі сукупність властивостей самої системи і найважливіших складових її виробничої та комерційної діяльності, у тому числі якість продукції та її новаторські властивості, науково-технічну розвиненість основного капіталу,

стабільність обновлюваного ресурсного забезпечення, розвиненість постійно прогресуючого кадрового та інтелектуального потенціалів, наявність інноваційного менеджменту. Тобто, тип розвитку економіки характеризується не лише переважно використовуваними факторами, але й станом процесів, які пов'язані з народженням і результативністю використовуваних факторів - ресурсів, з виробництвом товарів - інновацій (3).

З означених позицій можна виділити інноваційний тип розвитку господарської системи, коли інноваційна діяльність здійснюється як на макрорівні (держава в цілому, регіональна або галузева економіка), так і на мікрорівні (підприємства, об'єднання підприємств).

Інноваційна діяльність - це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, яка зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

В основу інноваційної діяльності покладена інноваційна політика, яка здійснюється на рівні держави (*макрорівні*) або на рівні підприємства (*мікрорівні*).

Головною метою державної інвестиційної політики є:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

Структура інноваційної моделі розвитку господарської системи представлена на рис.1.

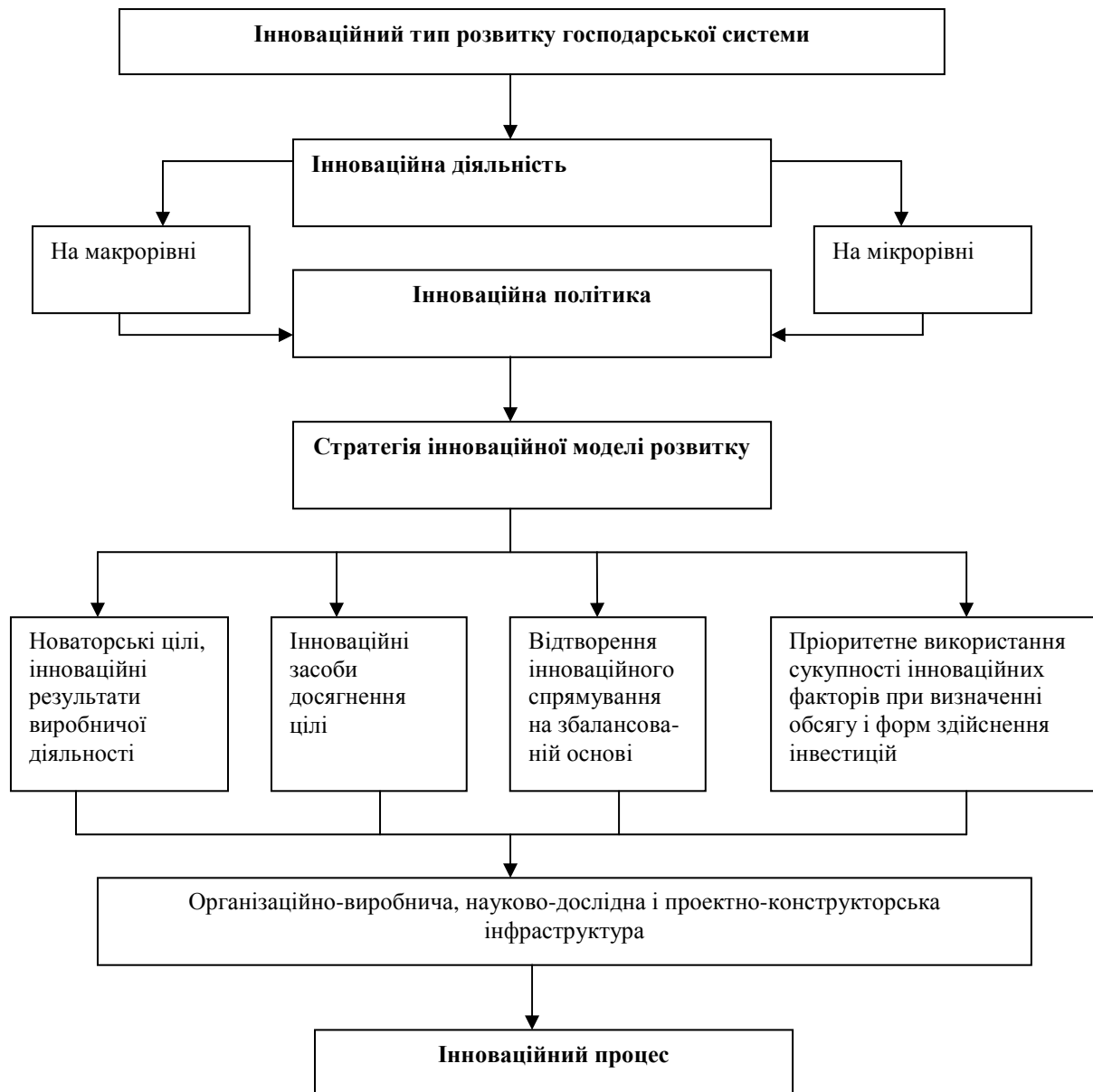


Рис. 1 Структура інноваційної моделі розвитку господарської системи

Інноваційна модель розвитку господарської системи в своїй основі повинна враховувати інноваційний тип розвитку економіки в ринковому середовищі. Інноваційний тип розвитку господарської системи спирається на інноваційну діяльність, в основі якої здійснюється інноваційна політика. За своєю суттю і економічним змістом інноваційна політика знаходить своє відображення при розробці стратегій інноваційної моделі розвитку.

Державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

- визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального і місцевого рівнів;
- формування і реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для

підтримки і стимулювання інноваційної діяльності:

- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури

Реалізація Інноваційної політики можлива лише за умов послідовного здійснення інноваційного процесу.

Організаційно-матеріальною основою інвестиційного процесу повинна стати організаційно-виробнича, науково-дослідна та дослідно-конструкторська інфраструктура, яка спрямована на здійснення інноваційної діяльності.

Зауважимо, що перехід економіки на інноваційний тип розвитку повинен починатися з *первинного і корпоративного виробничого ланцюга*, на основі якого формуються промислово-фінансові групи, технопарки, спільні підприємства та інші господарські формування - інноваційні структури, але за умови сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату на макро- і регіональному рівні.

Інноваційний процес - це послідовність дій на створення ідей можливого нововведення, маркетинг інновацій виробництво, продаж і поширень цього нововведення, оцінка ефективності інновацій (4).

Етапи інноваційного процесу:

- 1) вибір варіанту створення нового виробу або нової продукції (на основі діючої моделі, розробки принципово нового виробу або нової продукції);
- 2) генерація і відбір найбільш вдалих ідей створення нового виробу або нової продукції;
- 3) фільтрація (відбір) ідей - виключення непідходящих для подальшого розгляду;
- 4) кінцевий вибір ідеї;
- 5) етап НДДКР і створення конструкторського прототипу;
- 6) продукції для дослідження в ринкових умовах;
- 7) реалізація більш масштабних планів: модифікація виробів та їх дрібносерійне виробництво або модифікація продукції та її невелике виробництво, освоєння ринку та його сегментів; визнання, що ідея була помилковою;
- 8) припинення виробництва;
- 9) зустрічне рішення про випуску нового виробу та його серійне чи його масове виробництво або виробництво нової продукції у великих розмірах.

Слід відмітити, що інноваційний процес спрямований на отримання кінцевого продукту, яким є інноваційний продукт та інноваційна продукція.

Оснoву цього процесу покладена трансформація інтелектуальної власності в кінцевий продукт інноваційної діяльності, яку можна здійснити лише в інноваційному процесі.

Структуризація інноваційного процесу показана на рис. 2.

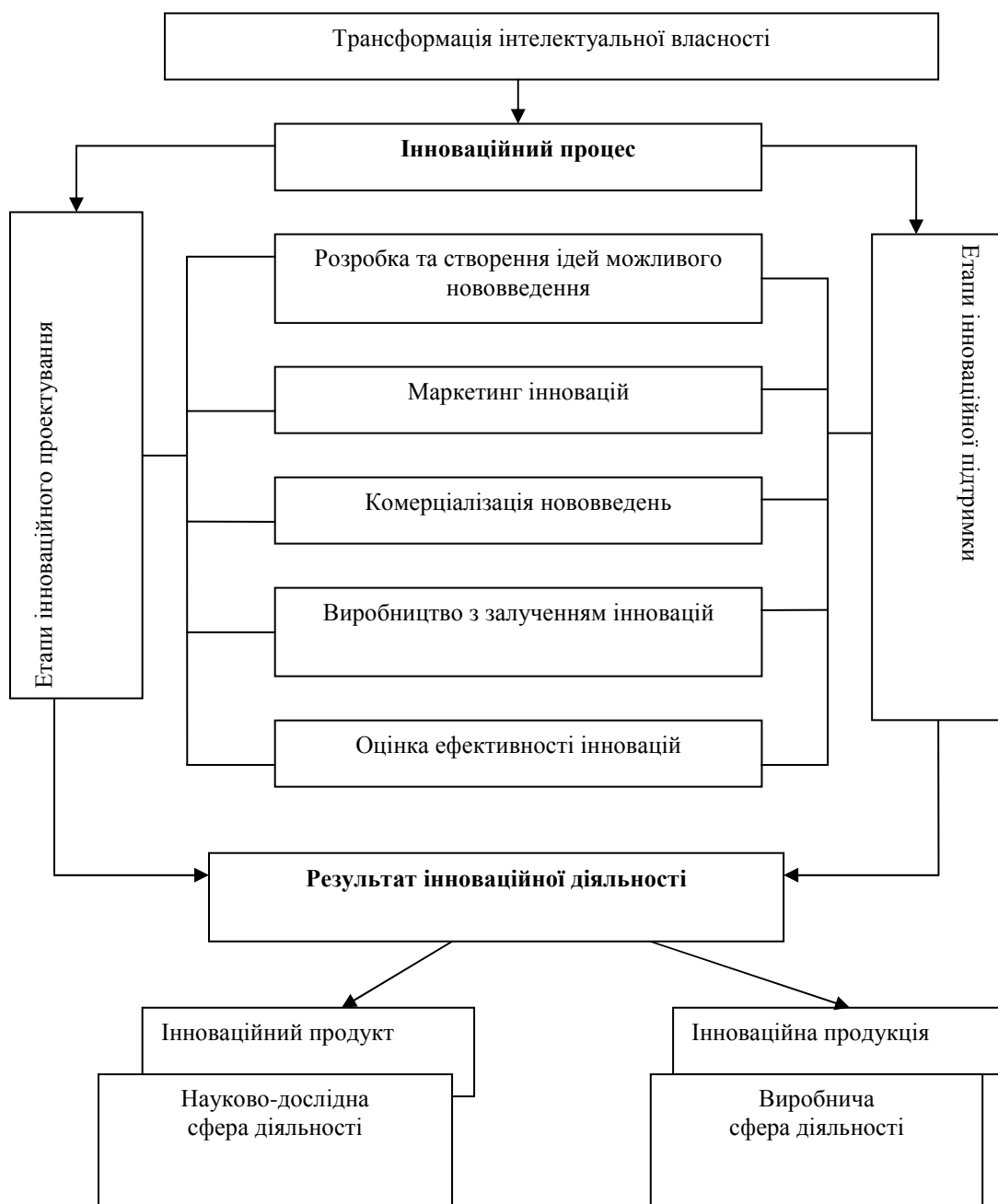


Рис.2 Структуризація інноваційного процесу

Стимулом впровадження інноваційного процесу, або передумовою процесу є отримання (накопичення) відповідної інформації про наміри, досвід, здійснення, впровадження інновацій.

Відмітимо, що інформаційними джерелами при створенні нових продуктів, технологій, техніки можуть бути (4);

- інформація від клієнтів, у тому числі за допомогою вивчення їх думки і спеціальних опитувань;
- інформація, отримана з періодичних видань, відвідувань ярмарок, виставок, конференцій;
- інформація, отримана при здійсненні порівняльного аналізу продукції, технології і методів роботи конкурентів (з використанням прийомів бенчмаркетинга);
- надходження раціоналізаторських пропозицій, в тому числі шляхом організації «гуртків якості», груп «мозкової атаки»;
- інформація, отримана при вивченні причин браку та рекламацій;
- інформація, яка з'являється при «випадкових» ідеях тощо.

При цьому, якщо ідеї про нову продукцію надходять з ринку збуту чи від раціоналізаторів, то це є частковим її оновленням. Якщо ж ця ідея надходить з ринку науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) під впливом науково-технічного прогресу, то при цьому пропонується принципово новий товар, нова технологія тощо.

Трансформація науково-технічних розробок в інноваційний продукт, придатний для виробництва і ринку, з ймовірністю отримання високого рівня доходу від цього впровадження, є найважчим етапом у ланцюгу, що зв'язує науку зі споживачем. Це пов'язано з тим, що розроблювані погано розуміють домінанти ринку, потреби споживача, у них немає досвіду технологічного підприємництва (5).

Трансформація інтелектуальної власності через інноваційний процес з метою досягнення результату інноваційної діяльності не може не враховувати такі складові інноваційного процесу, до яких віднесено (рис. 2):

- 1) етапи інноваційного проектування;
- 2) етапи інвестиційної підтримки.

Це є *організаційно-матеріалізована складова трансформації інтелектуальної власності*, яка має свій апарат здійснення, методичне забезпечення та джерела фінансування. Слід відмітити, що етапи інвестиційного проектування і етапи інвестиційної підтримки мають однакові спрямування як в цілому, так і окремо по кожній складовій, враховуючи різні часові виміри здійснення інвестиційного процесу.

Трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт передбачає структурування інноваційного процесу, до якої традиційно відносять: *Генерування нової ідеї - Експериментальна реалізація нової ідеї -*

Освоєння в виробництві - Масовий випуск - Споживання.

Організаційною основою трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт є побудова і реалізація інноваційного проекту за відповідними стадіями інвестиційного проектування, до яких належать (рис. 3):

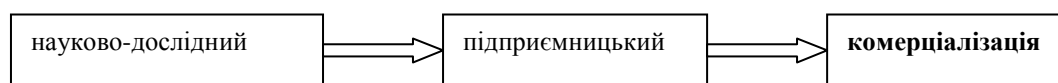
Бізнес-план інноваційної діяльності дозволяє здійснити оцінку можливостей інноваційного проекту на прикінцевій стадії, визначити доходи та витрати, здатність самофінансування, розрахувати потік реальних коштів, проаналізувати окупність інноваційного проекту та повну окупність кредитних коштів, що залучаються.

Безумовно, бізнес-план інноваційної діяльності є складовою бізнес-плану розвитку підприємства або бізнес-плану інвестиційної діяльності, бізнес-плану санації підприємства.

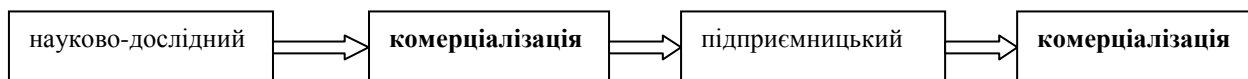
Інноваційний проект, який охоплює стадію інноваційної діяльності підприємства як частину загального інноваційного процесу, а саме: організацію нового виробництва (мале, велике); випуск нової продукції; організацію сервісної підтримки нової продукції - є підприємницьким.

Цей інноваційний проект описує стадію підприємництва в загальному інноваційному процесі. Одночасно, якщо результатом цієї стадії інноваційного проектування стає інноваційний продукція (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, інші інновації), яка може бути продана (комерціалізована), то цей процес завершується *стадією комерціалізації*.

Досвід показує, що в реальних умовах від ідеї створення нового продукту до надходження перших прибутків від його продажу на ринку інновацій проходить приблизно три-чотири роки, у рідкісних випадках - менше, а саме:



або



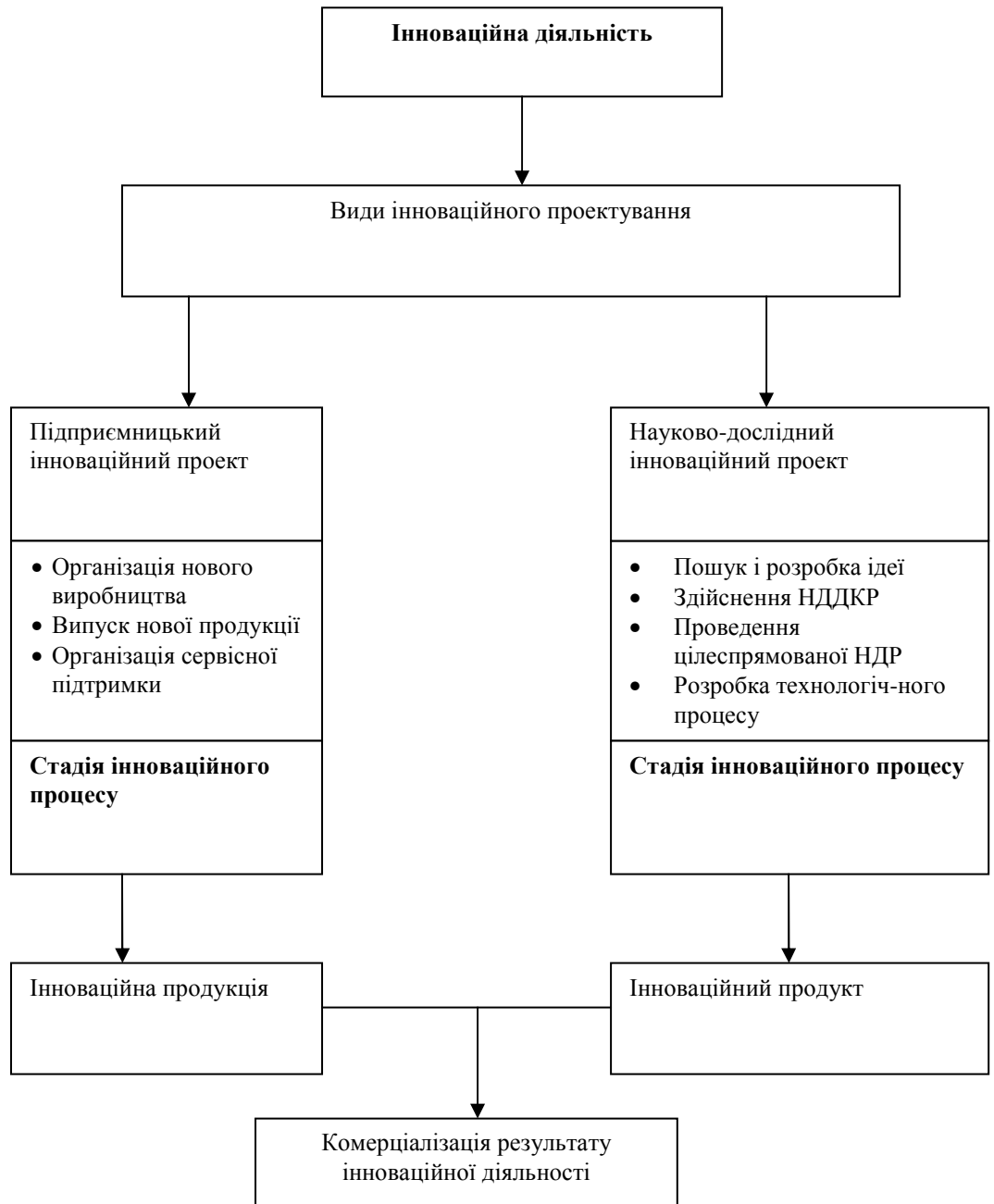


Рис. 3 Інвестиційна діяльність за видами інвестиційного проектування

Сучасна виробнича система формується в умовах інноваційного розвитку.

Це є велика відкрита система, яка постійно знаходиться під тиском дії екзогенних (зовнішніх) та ендогенних (внутрішніх) факторів зростання та гальмування Інноваційного розвитку. Механізм функціонування такої системи характеризується на запропонованій схемі (рис. 4).

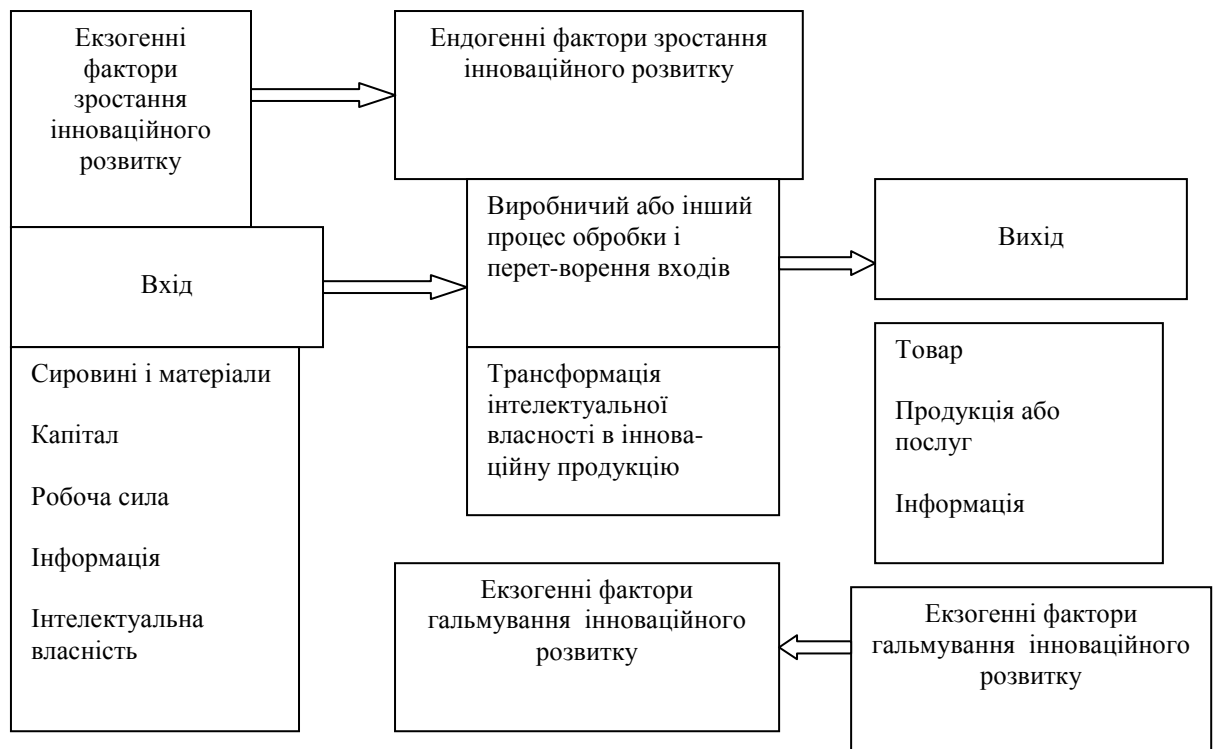


Рис. 4 Виробнича система як відкрита система в умовах дії екзогенних та ендогенних факторів зростання та гальмування інноваційного розвитку

Складовою трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт або інноваційного процесу *маркетинг інновацій*.

Маркетинг інновацій включає: планування виробництва інновацій, вивчення ринку (з використанням бенчмаркетинга), налагодження комунікацій, формування цін, розробку брендстратегії інновації та організацію просування інновацій тощо, (рис.5).

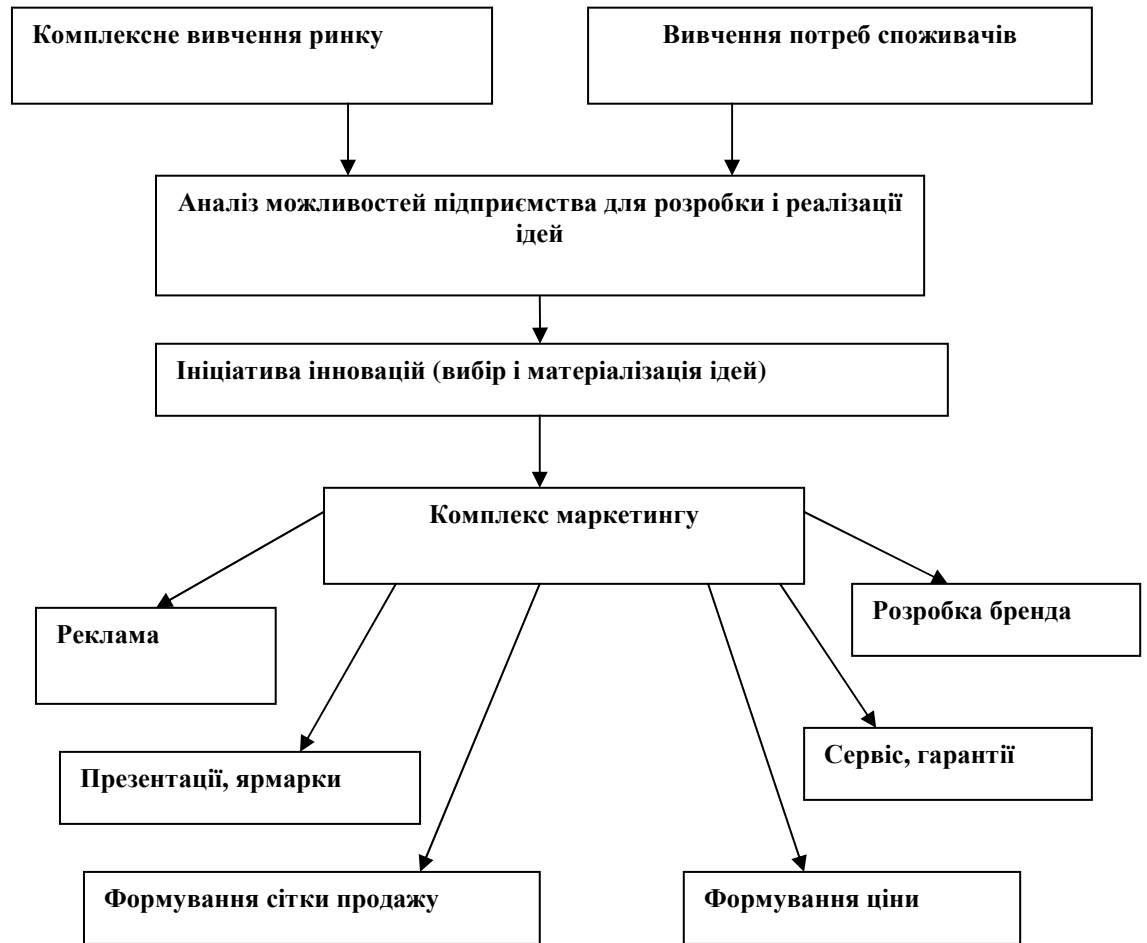


Рис. 5 Схема процесу маркетингу інновацій

Стосовно інновацій, бенчмаркетинг означає вивчення бізнесу інших підприємств з метою виявлення основоположних характеристик для розробки своєї інноваційної політики і конкретних видів інновацій.

Основні завдання маркетингової діяльності модифікуються відповідно до етапів життєвого циклу продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Задачі маркетингової діяльності

№	Етапи життєвого циклу продукції	Задачі маркетингу
1	Розробка та впровадження	<ul style="list-style-type: none"> – Маркетингові дослідження. – Ринкові випробування. – Поширення інформації про товар.

		<ul style="list-style-type: none"> – Робота по його прийняттю споживачами, створення переваги до марки. – Максимізація переваг інноваційної монополії
2	Зростання	<ul style="list-style-type: none"> – Проникнення в глибину ринку. – Максимізація переваг від первісного просування товару. – Широка реклама
3	Зрілість	<ul style="list-style-type: none"> – Збереження власної частки ринку. – Підготовка нових ідей до інноваційних проектів, створення нових модифікацій чи принципово нових продуктів
4	Старіння	Оцінка можливостей відмови від виробництва товару

На етапі впровадження виробник може використати інноваційну монополію для отримання надприбутків і для закріплення на ринку. Інноваційна монополія нового продукту може бути забезпечена за рахунок:

1) реєстрації та активного захисту патентів на винаходи, які закладені у конструкцію чи технологію випуску нової продукції;

2) збереження у комерційній таємниці ключових технологічних рішень ("ноу-хау") виробництва нової продукції.

Найважливішими видами інноваційного маркетингу є *стратегічний* інноваційний маркетинг і *тактичний* інноваційний маркетинг.

В основу *стратегічних маркетингових досліджень* закладено аналіз кон'юнктури ринку з наступною розробкою сегментів ринку, організацією і формуванням попиту, моделюванням поведінки покупців.

Стратегічний інноваційний маркетинг передбачає прийняття фірмою рішень, пов'язаних з вибором нової продукції або продукту.

Попит на інновації - це попит на нову продукцію і технології.

В основу *тактичного інноваційного маркетингу* закладено підготовку до розміщення на ринку нової продукції (виробу). Це система заходів по просуванню продукції (виробу) на ринку, яка передбачає:

- маркетингове дослідження, пов'язане з новим продуктом і його позиціонуванням;
- маркетингове дослідження за новим елементом ринку для продукту, що вироблявся раніше;
- попереднє (пробне) розміщення на ринку нового продукту; створення бранда і реклами нового продукту;
- організація адекватної системи збуту;
- планування ціни нового продукту;
- організація можливості поставки продукту на більш конкурентних умовах та закріплення її на ринку.

Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності (рис.6).

Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності здійснюється на умовах її комерціалізації. В цьому процесі є обов'язково, як мінімум, чотири учасники: *автор розробки* (винаходу, сорту рослин, корисної моделі тощо), *стратегічний партнер*, *менеджер* та *інвестор*.

Механізм комерціалізації, є відтворення руху інтелектуального капіталу з метою отримання прибутку. Для менеджера інтелектуальний капітал має дві основні компоненти: людський капітал та інтелектуальні ресурси. Людський капітал чи інтелектуальна сила створюють інновації і те, що можна описати і ідентифікувати, стає інтелектуальними ресурсами. Деякі інтелектуальні ресурси - звичайно ті, що мають більший комерційний потенціал, отримують правову охорону і стають інтелектуальною власністю.

Господарською діяльністю, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з *метою одержання прибутку*, є *підприємництвом*, а суб'єкти підприємництва - *підприємцями*.

При цьому підприємець керується *підприємницьким правом*, у складі якого переважають норми адміністративного і цивільного права. (6).

Слід також зазначити, що підприємницька діяльність включає також *комерційну діяльність*, яка є однією із складових господарської діяльності - більш звужене поняття. Діяльність стосовно ОШВ має назву комерціалізація, виникає при використанні результатів інтелектуальної діяльності на умовах укладених договорів, наприклад: між співавторами патенту; між власниками патенту й авторами в зв'язку з виплатою винагороди за використання об'єкта промислової власності; між власниками патенту під час комерційної реалізації інтелектуального продукту шляхом передачі прав власності або видачі дозволу на його використання шляхом укладання ліцензійного договору та інші.

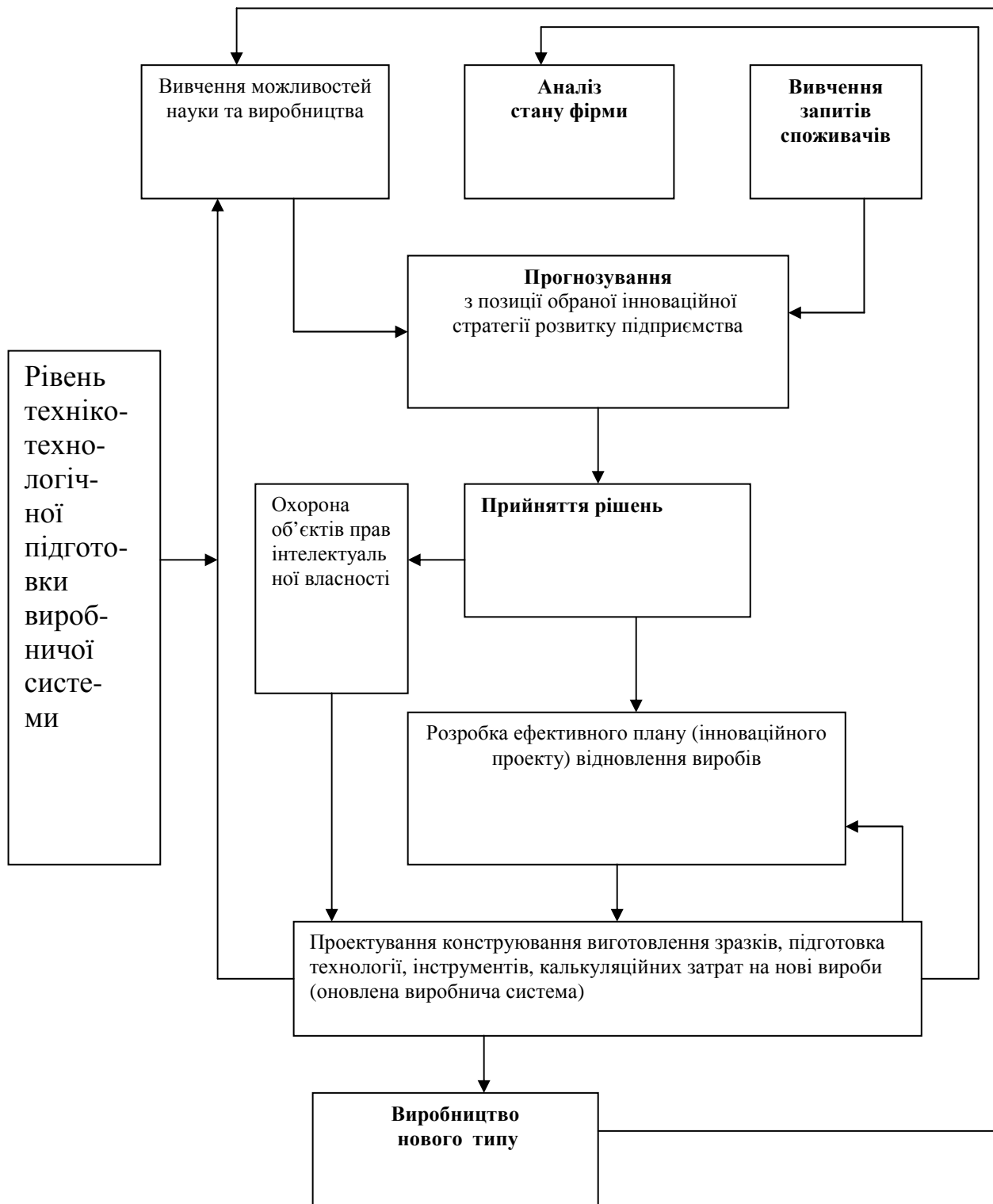


Рис. 6. Стадії створення інтелектуального продукту та введення його до господарського обігу.

За рівнем (предметом) правового регулювання відповідних відносин підприємницьке право поділяється на публічне і приватне право (6).

Публічне підприємницьке право регулює питання організації державних установ та їх відносин з окремими особами, в тому числі - суб'єктами підприємницької діяльності.

Приватне підприємницьке право регулює відносини між окремими особами у зв'язку зі здійсненням ними підприємницької діяльності.

Таким чином, правове регулювання господарської діяльності з ОПВ спирається на комплекс нормативних актів, пов'язаних з господарським правом, публічним та приватним підприємницьким правом, правом інтелектуальної власності, зокрема патентним правом, авторським правом і суміжними правами та податковим правом (законодавством). Це складна система правових норм у сфері інтелектуальної власності, яка спрямована на отримання кінцевого результату господарської діяльності - прибутку, який є джерелом винагороди за використання ОПВ (рис. 7).

Використання інтелектуальної власності в якості нематеріальних активів в господарській діяльності підприємств та відображення в бухгалтерському обліку операцій по використанню таких об'єктів дозволяє:

документально підтверджувати довгострокові майнові права на підставі їх обліку на балансі підприємства;

- здійснювати амортизацію нематеріальних активів у встановленому порядку в залежності від терміну їх корисного використання, що дозволяє отримати амортизаційні фонди для подальшого оновлення нематеріальних активів;

- отримувати додатковий прибуток від передачі прав використання об'єктів інтелектуальної власності, а також забезпечувати обґрунтоване регулювання цін на інноваційну продукцію підприємства;

- сплачувати фізичним та юридичним особам авторську винагороду у вигляді роялті; здійснювати комерційні операції у вигляді застави, обміну на надійні активи, реалізації тощо з метою отримання з метою отримання доходів і залучення провідних кредитних ресурсів;

- оновлювати технічний стан виробництва і технологій шляхом впровадження інтелектуального капіталу в господарський оборот підприємств;

- здійснювати корпоративні (трансакційні) операції, шляхом внесення до статутних капіталів інших підприємств (господарських товариств) власного інтелектуального продукту, що дозволяє залучити додатково фінансові ресурси і отримати відповідні корпоративні права з метою впливу на діяльність господарських товариств.

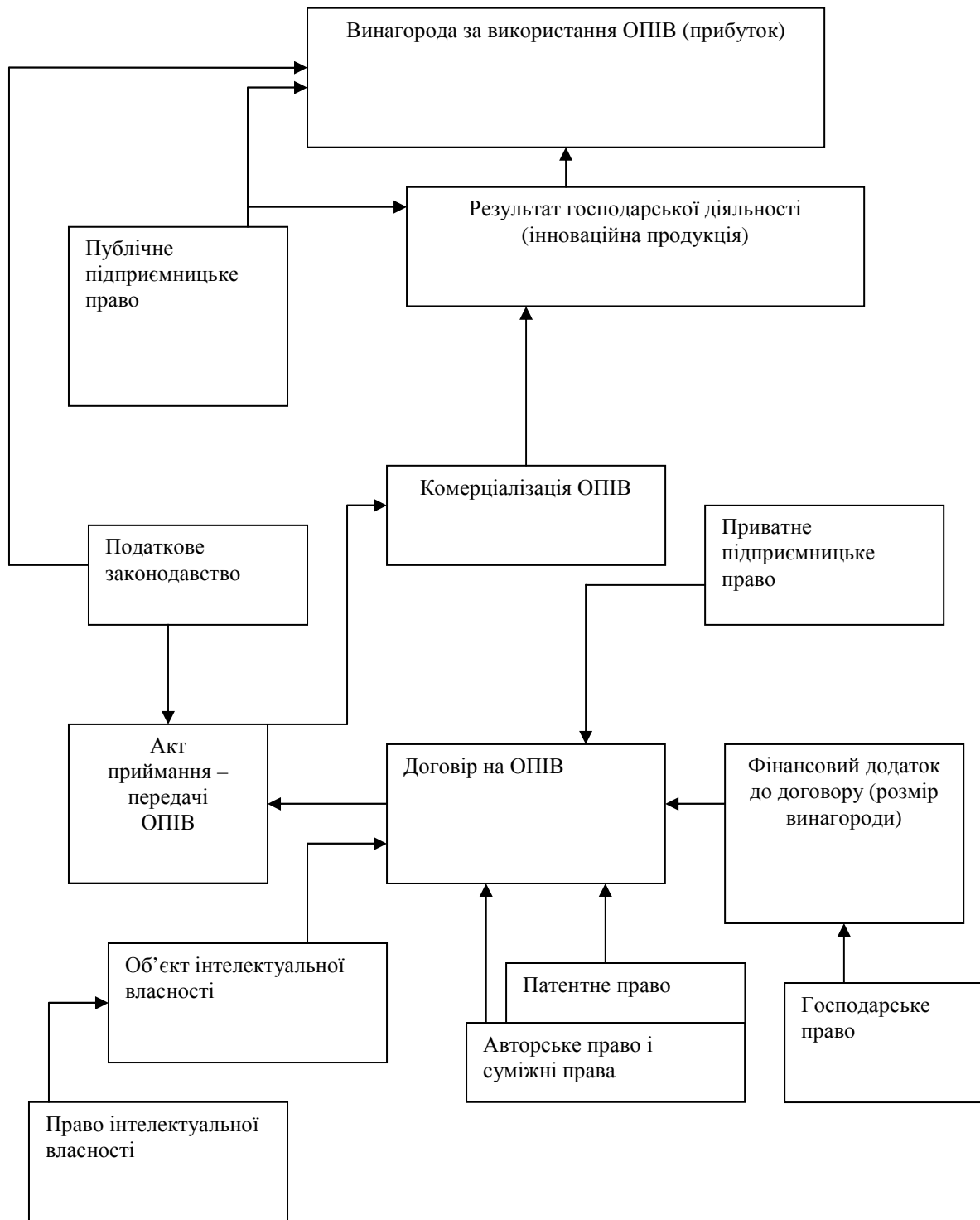


Рис. 7. Правове регулювання господарської діяльності з об'єктами права інтелектуальної власності (ОПІВ)

Список використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України. - К.: Парламентське вид-во, 2003- - 352 с. - (Б-ка офіційних видань).
2. Право інтелектуальної власності: Акад. курс: Підруч. для студ. вищих навч. закладів / О.П. Орлюк, Г.О. Андрощук, О.Б. Бутнік-Сіверський та ін.; За ред. О.П. Орлюк, О.Д. Святоцького. - К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. - 696 с.
3. Гончзрова Н.П. Инновационный тип развития - как фактор сбалансированности экономики //Стратегія економічного розвитку України. - Наук. зб. - Вип. 1 / Головний редактор О.П.Степанов - К.: КНЕУ, 2002. - с. 125-132.
4. Оберемчук В.Ф. Маркетинг инновационной деятельности //Стратегія економічного розвитку України . - Наук. зб. - Вип. 1 / Головний редактор О.П.Степанов - К.; КНЕУ 2002. - ст. 191-197.
5. Зінов В. Проблеми комерціалізації результатів досліджень і розробок // Інтелектуальна власність, № 3,2000. - с. 35-42.
6. Підприємницьке право: Підруч. / За ред. О.В. Старцеві / 2-ге вид., перероб. і допов. - К.: Істина, 2005. - 600 с.