

TO METHODS OF EVALUATING ESTIMATION OF THE OBJECTS OF RIGHT OF INTELLECTUAL PROPERTY IN CATTLE-BREEDING.

Boroday I., Lipova Yu.

The active methods of determination of evaluating estimation of property right of objects of intellectual possession were generalized. Specificity of evaluating procedures was elucidated and approaches determination of original value of objects right of intellectual possession in cattle-breeding were proposed.

Intellectual property, original value, selection achievement

УДК 347.779:636

І. С. БОРОДАЙ, Ю. Д. ЛИПОВА, Г. І. ТРУНОВА

Інститут розведення і генетики тварин НААН

SWOT-АНАЛІЗ: МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У ТВАРИННИЦТВІ



Окреслено основні прийоми застосування SWOT-аналізу при розробці стратегії планування та управління інтелектуальною власністю. Запропоновано методичні підходи щодо застосування моделі SWOT для аналізу завершених наукових розробок у галузі тваринництва.

Об'єкти інтелектуальної власності, тваринництво, SWOT-аналіз, стратегічне управління, маркетинг

Акронім SWOT («strengths», «weaknesses», «opportunities», «threats»), що означає «сила», «слабкість», «можливості», «ризики», вперше був публічно озвучений в 1963 р. професором К. Andrews на конференції з проблем бізнес-планування в Гарварді. Завдяки своїй універсальності та доступності SWOT-

© І. С. Бородай, Ю. Д. Липова, Г. І. Трунова, 2011
Розведення і генетика тварин. 2011. № 45

аналіз знайшов широке застосування в маркетингових дослідженнях. Окремі аспекти його використання при розробці стратегії планування та управління висвітлені у публікаціях ряду дослідників [1, 2, 3, 4]. Останнім часом SWOT-аналіз набув значення важливої інструментарію маркетингу інновацій, що дає змогу виявити та структурувати сильні і слабкі сторони такого специфічного товару, як об'єкти інтелектуальної власності, а також з'ясувати потенційні можливості та ризики їхнього просування на ринок наукової та наукоємної продукції. Оскільки до цього часу не відпрацьовано методика, яка б урахувала специфіку застосування моделі SWOT для аналізу завершених наукових розробок у тваринництві, авторами статті винесено це завдання на перший план.

Матеріал і методика досліджень. Матеріалом дослідження слугувала наявна інформаційна база завершених наукових розробок Інституту розведення і генетики тварин НААН. Дослідження ґрунтується на використанні: системного аналізу для структурування інформації щодо маркетингових досліджень; теоретико-множинного підходу; методів математичного моделювання; способів цілочислової оптимізації для визначення раціональних витрат на створення об'єктів інтелектуальної власності, теорії управління.

Результати досліджень. Застосування SWOT-аналізу у сфері інтелектуальної власності у тваринництві дає можливість систематизувати інформацію про завершені наукові розробки, оцінити рівень їхньої конкурентоспроможності. У кінцевому результаті це сприяє вибору ефективного напрямку їхнього подальшого вдосконалення, окресленню перспективних шляхів запровадження у агропромислове виробництво з урахуванням маркетингової, економічної, технологічної та соціальної підсистем. Дана методика є універсальною і може застосовуватися як для аналізу конкурентоспроможності окремої наукової розробки, так і для оцінки інноваційної діяльності конкретної установи загалом.

Модель SWOT ґрунтується на поєднанні таких напрямів:

1) визначення сильних та слабких сторін об'єкта оцінки;

2) вивчення можливостей та ризиків зовнішнього середовища;

3) зіставлення отриманих результатів та формування відповідних стратегій планування та управління [4].

Результати SWOT-аналізу зазвичай представляють у вигляді матриці (табл. 1).

1. Матриця SWOT-аналізу завершених наукових розробок

Сторони	Можливості – О	Ризики – Т
Сильні – S	SO	ST
Слабкі – W	WO	WT

Для зростання ефективності проведення SWOT-аналізу необхідно усвідомити ряд загальних правил його використання у маркетингових дослідженнях та розкрити специфіку його застосування у сфері інтелектуальної власності у тваринництві. Зокрема, це стосується відмінностей між сильними та слабкими сторонами об'єктів інтелектуальної власності, потенційних можливостей і ризиків ринку наукової та наукоємної продукції. Так сильні і слабкі сторони завершених наукових розробок є їхніми внутрішніми рисами, що підконтрольні для розробників і представляють цінність для споживачів, тоді як можливості і ризики – зовнішні елементи, що відносяться до різних сфер ринку (інфраструктура, політика, суспільство, технологія, конкуренція тощо) і більшою мірою не підвладні впливу розробників. Сильні і слабкі сторони можуть вважатися такими за умови, що їх так розцінюють споживачі [2].

Перший етап проведення SWOT-аналізу передбачає обґрунтування параметрів для оцінки. Для такого об'єкта оцінки, як завершені наукові розробки у тваринництві, першочергового значення набувають такі параметри: кваліфікаційний рівень розробників, новизна, актуальність, призначення та перспективність розробки, її інноваційний та технологічний рівень, вартість та якість, доступність ресурсів та швидкість їхньої окупності, політика просування на ринок тощо. За кожним із зазначених параметрів виділяються сильні і слабкі

сторони, тобто переваги і недоліки порівняно з подібними зарубіжними та вітчизняними розробками. Важливого значення надається вивченню конкурентів та конкуруючих розробок, що передбачає проведення порівняльного аналізу їхніх функціональних характеристик та можливих переваг і недоліків.

Як сильні сторони об'єктів інтелектуальної власності у тваринництві слід розглядати їх апробацію; патентоспроможність; охороноздатність; адаптованість до вимог ринку; сертифікацію (для продукції); стандартизацію (для технології, породи, типу); високу економічну ефективність; інвестиційну привабливість тощо. Відповідно слабкі сторони наукової розробки можуть полягати у недостатній відпрацьованості, потребі у проведенні подальших досліджень; недосягненні передбачених технологічних, економічних, експлуатаційних показників, відсутності охоронних документів та ін.

При дослідженні об'єктів інтелектуальної власності у тваринництві слід якомога більше конкретизувати параметри оцінки. Так при оцінці селекційного досягнення – породи великої рогатої худоби м'ясного напрямку продуктивності першочергового значення надається таким її характеристикам, як інтенсивність росту, жива маса, забійний вихід, відтворна якість та ін. У цей час при аналізі порід молочного напрямку продуктивності визначальними є такі параметри оцінки, як середній удій, вміст жиру та білка, сиропридатність молока, технологічні якості, строк господарського використання тощо. В умовах сьогодення все більшої актуальності набуває проблема ідентифікації порід та їхніх структурних формувань, що може бути досягнуте на основі їх генетичної паспортизації та сертифікації з використанням новітніх методів генетики.

На другому етапі SWOT-аналізу аналогічним чином оцінюють потенційні можливості та ризики ринку. Можливості відповідного сегменту ринку наукової чи наукоємної продукції визначаються як такі, що дають шанс завоювати інвесторів, запровадити нову технологію тощо. Ризики криються у несприятливій політиці держави щодо розвитку даної галузі, відсутності збалансованого сегменту ринку та зміні його по-

треб, зростанні рівня конкуренції, скороченні числа споживачів тощо. При проведенні маркетингових досліджень ринку наукової та наукоємної продукції у галузі тваринництва доцільно виділяти такі рівні ризиків:

1) економічні (рівень інфляції, рівень платоспроможності споживачів, ступінь розвитку інфраструктури);

2) політичні і правові (рівень політичної стабільності в країні, вплив держави на розвиток галузі);

3) науково-технічні (рівень розвитку науки, ступінь запровадження нових технологій у виробництво, державна підтримка);

4) соціально-культурні (традиції, цінності);

5) природні та екологічні (стан зовнішнього середовища, клімат) [3].

Необхідно вивчати ринок ресурсів і збуту (впровадження) наукової розробки, що передбачає:

— визначення місцезнаходження потенційних ринків збуту та їхній розмір, характеристику учасників ринку та їх продукції;

— оцінку ступеня монополізації ринку;

— аналіз державного регулювання сфер ринку, пов'язаних із застосуванням наукової розробки;

— порівняння техніко-економічних параметрів, необхідних для створення ринкового попиту на розробку;

— дослідження доступності потенційних ринків збуту;

— встановлення рівня прибутковості потенційних ринків збуту;

— прогнозування відсотка ринку, який можна завоювати та ін.

Сильні і слабкі сторони завершених наукових розробок, можливості та ризики ринку доцільно ранжувати. Перші – за їх значущістю для цільових споживачів, другі – за силою впливу на досліджувані об'єкти. Після цього із кожного переліку вибирають 5–10 позицій для занесення в матрицю, при цьому перевагу віддають тим слабким і сильним сторонам, які позначилися найбільшим ступенем можливостей і ризиків [1].

Третій етап SWOT-аналізу передбачає зіставлення сильних і слабких сторін завершених наукових розробок з можливостями і ризиками ринку і дає змогу з'ясувати:

1) які сильні сторони об'єкта оцінки дають змогу використати можливості ринку;

2) які слабкі сторони можуть перешкоджати використанню тих чи інших можливостей;

3) які сильні сторони можуть нівелювати існуючі ризики;

4) які ризики у поєднанні зі слабкими сторонами розробки представляють собою найбільшу небезпеку.

Для зіставлення слабких/сильних сторін та можливостей/ризиків доцільно застосовувати дещо змінену матрицю SWOT-аналізу (табл. 2).

2. Матриця SWOT-аналізу для побудови стратегії

Сторони	Можливості	Ризики
Сильні сторони	Як використовувати потенційні можливості?	Як знизити ризики?
Слабкі сторони	Що перешкоджає використанню наявних можливостей?	Що представляє найбільшу небезпеку?

Дана матриця фактично є результатом SWOT-аналізу і важливим джерелом інформації для стратегічного планування. Власне кажучи, ніша 1 матриці визначає основні напрями подальшої роботи з розробкою, інші вказують на проблеми, що вимагають термінового вирішення.

Як альтернативу класичному варіанту SWOT-аналізу, зарубіжними та вітчизняними дослідниками запропоновано цілу низку її модифікацій. Зазвичай вони ґрунтуються на введенні числового коефіцієнта, що сприяє більшій об'єктивності та унаочненості отриманих даних. Зокрема, за рекомендацією А. Н. Гвозденко необхідно визначити середнє значення по кожному фактору за формулою:

$$B_{\text{cp}} = \frac{S_j}{n},$$

де B_{cp} – середнє значення оцінки за фактором; S_j – сума балів за фактором; n – кількість експертів, що поставили оцінку. Необхідно визначити суму середніх балів окремо за перевага-

ми, недоліками, можливостями та ризиками. У зв'язку з різницею кількості факторів за окремими позиціями, сума балів за кожною з них виражається у відсотковому відношенні. Для його визначення необхідно максимально можливий результат по кожній з позицій взяти за 100%, після чого визначити відсоток за перевагами, недоліками, можливостями і ризиками. Обчислення різниці суми балів за позиціями переваги/недоліки, виражене у відсотковому відношенні до максимально можливого результату, необхідне для оцінки рівня відносної конкурентоспроможності і оцінки конкурентних позицій [2].

Аналогічним чином обчислюють різницю суми балів, виражених у відсотковому відношенні за можливостями/ризиками з метою виявлення і оцінки відносних можливостей і ризиків для конкретної наукової розробки. Результати оцінки внутрішніх (переваги/недоліки) та зовнішніх факторів (можливості / ризики) ранжуються і зіставляються для їхньої об'єктивної інтерпретації і відпрацювання відповідних стратегій [2].

Слід зауважити, що при проведенні експертної оцінки не завжди виникає можливість скористатися послугами експертної комісії. У зв'язку з цим ми вважаємо за доцільне ввести для кожного параметра оцінки такий показник, як інтеграційний коефіцієнт I_n , який пропонуємо визначати за формулою:

$$I_n = K_n \times Q_n,$$

де K_n – числовий коефіцієнт певного параметра оцінки n ; Q_n – бальний показник, що надається кожному параметру оцінки за його значущістю.

Останнім часом, для зростання результативності проведення SWOT-аналізу його доповнюють PEST- та/або GAP-аналізом. Зокрема, перший є маркетинговим інструментом, призначеним для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на просування завершеної наукової розробки. GAP-аналіз представляє собою метод аналізу первинної інформації, який надає можливість на основі дослідження фактичних та потенційних потоків прибутку від виробництва

та реалізації різних видів продукції виділити прогалини ринку, які можна заповнити новою продукцією.

Висновки. SWOT-аналіз є важливим інструментарієм при проведенні маркетингових досліджень у сфері наукової та наукоємної продукції, що дає змогу визначити рівень конкурентоспроможності завершених наукових розробок у тваринництві, а також побудувати стратегічний баланс негативних і позитивних факторів та визначити (у загальних рисах) стратегію установи щодо їхнього просування на ринок з урахуванням впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. Для зростання результативності та об'єктивності аналізу за моделлю SWOT слід застосовувати її модифікації, що ґрунтуються на введенні числових та інтеграційних коефіцієнтів.

1. *Вашко, Т. А.* Модель оценки стратегических альтернатив на основе анализа / Т. А. Вашко // Вестн. Краснояр. филиала Рос. гос. соц. ун-та. – Красноярск, 2006.

2. *Гвозденко, А. Н.* SWOT-анализ: методики проведения и возможности применения на российских предприятиях / А. Н. Гвозденко // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – №2 (62). – С. 144–156.

3. *Ефремов, В. С.* Стратегическое планирование в бизнес-системах / В. С. Ефремов. – М.: Финпресс, 2001. – 240 с.

4. *Томпсон, А. А.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; под ред. Л. Г. Зайцевой, М. И. Соколовой; пер. с англ. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

SWOT-АНАЛИЗ: МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ. Бородай И.С., Липовая Ю. Д., Трунова Г. И.

Очерчены основные приемы использования SWOT-анализа при разработке стратегии планирования и управления интеллектуальной собственностью. Предложены методические подходы к применению модели SWOT для анализа законченных научных разработок в отрасли животноводства.

Объекты интеллектуальной собственности, животноводство, SWOT-анализ, стратегическое управление, маркетинговые исследования

SWOT-ANALYSIS: THE TECHNIQUE OF CARRYING OUT AND USE POSSIBILITY IN SPHERE OF INTELLECTUAL PROPERTY IN ANIMAL INDUSTRIES. Borodaj I., Lypova Ju., Trunova G.

The basic receptions of use of the SWOT-analysis by working out of strategy of planning and management of intellectual property were outlined. Methodical approaches to application of model SWOT for the analysis of the finished scientific workings out in animal industries branch were offered.

Objects of intellectual property, animal industries, SWOT-analysis, strategic management, marketing researches

УДК 636.2.033.02

В. М. ВИШНЕВСЬКИЙ

Інститут розведення і генетики тварин НААН

М'ЯСНА ПРОДУКТИВНІСТЬ ТВАРИН РІЗНИХ ГЕНОТИПІВ



Викладені результати досліджень формування м'ясної продуктивності у бугайців української чорно-рябої молочної породи та їхніх помісей з абердин-ангуською і поліською м'ясною.

Абердин-ангус, поліська м'ясна порода, м'ясна продуктивність, забійний вихід туші, забійний вихід

У системі заходів, які направлені на збільшення виробництва яловичини та покращення її якості, велике значення має широке використання запровадження промислового схрещування корів молочного і молочно-м'ясного напрямків продуктивності з бугаями-плідниками спеціалізованих м'ясних порід [1–4].

Результативність схрещування корів української чорно-рябої молочної породи з плідниками вітчизняних м'ясних порід за продуктивними, екстер'єрно-конституціональними та біологічними особливостями майже не вивчена і потребує дослідження кожного генотипу в кожному конкретному регіоні.

© В. М. Вишневський, 2011

Розведення і генетика тварин. 2011. № 45