

СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО ВИНАХІДНИЦТВА
У СФЕРІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ: КРЕАТИВНІ ЗАСАДИ

THE CREATIVE REGULATIONS OF CORPORATIVE INVENTION'S SYSTEM

Анотація. У статті розглянуто креативні особливості функціонування системи корпоративного винахідництва у сфері телекомунікацій, що сформульовані з урахуванням вітчизняної специфіки. Розглянута залежність ефективності креативного управління від системи корпоративного винахідництва.

Summary. The article provides analysis of the creative specials of the corporative invention's system functioning. The author proves, that these processes are very actual and necessary for the modern market conditions, gives the principles of the corporative invention's system work. The results of this research may be use for the practical corporation business.

Процвітання корпоративних форм організації бізнесу в сфері телекомунікацій сьогодні значною мірою залежить від можливості швидко й цілеспрямовано проводити наукові, проектні й конструкторські розробки, які забезпечать створення й освоєння принципово нової техніки й технології, що багаторазово підвищує продуктивність праці [1 ... 3]. Вирішення цієї проблеми цілком залежить від уміння створювати, виявляти й використовувати насамперед винаходи високого рівня, що пропонують інший принцип дії існуючих техніко-економічних систем. У дійсності ж, за статистичними даними на 1 січня 2008 року: 47,55% винаходів в Україні удосконалюють відоме; 32,64% – принципово нові; 7,6% – не мають аналогів [4]. Проте скільки ж принципово нових винаходів використовуються або готуються до впровадження операторами телекомунікацій невідомо. На жаль, нерідко створені нашими творцями принципово нові, іноді навіть не визнані в Україні такими, винаходи знаходять застосування в інших країнах. Невміння вчасно виявляти винаходи високого рівня й проводити їхню розробку до впровадження завдає прямої шкоди інтересам держави, оскільки її технічний прогрес у цей час буксує на місці, що рівнозначно руху назад. З потребами винахідників у нашій країні не краще, ніж з прозорістю корпоративного управління. Право автора винаходу на винагороду виникає лише після того, як держава або інший економічний агент, впровадивши цей винахід у промисловості, одержить від нього реальний економічний або інший ефект. Автори ж перспективних винаходів, які можуть бути використані через десятиліття, залишаються практично без винагороди, хоча саме ці винаходи впливають на науково-технічний прогрес (НТП).

Таким чином, корпоративна система винахідництва сьогодні не виконує свого призначення: вона не спроможна задовольнити потреби телекомунікаційної компанії в науково-технічному прогресі й потреби винахідників у справедливій винагороді за працю. Криза, що виникла у вітчизняному корпоративному винахідництві в сфері телекомунікацій, може бути переборена лише одночасно з глибокою перебудовою всієї економіки. Однак є й специфічні креативні проблеми. Спробуємо визначити їх і накреслити шляхи їхнього вирішення.

У третьому тисячолітті поступово почала формуватися теорія креакратії, яка, нажаль, присвячена технологічним особливостям творчої роботи менеджерів і обходить своєю увагою організаційно-економічні та інституціональні особливості створення та функціонування систем корпоративного винахідництва, які між тим уже з'явилися й успішно діють у внутрішньому середовищі операторів телекомунікацій в нашій державі [3].

При підготовці статті були використані праці іноземних та українських авторів у суміжних галузях науки, таких, як вивчення віртуалізації бізнес-процесів, технологій та стратегій корпоративного управління, дослідження інституціональних особливостей створення організацій та вивчення кадрових і технологічних процесів підприємств. Серед авторів, праці яких присвячені даній тематиці, відомі Л. Патюрель, О. Редькін, В. Тарасов, Н. Хрущ [3 ... 8] та ін.

Проте досі не сформульовані креативні засади створення та функціонування систем корпоративного винахідництва, які, безсумнівно, є провідною формою вирішення сучасних проблем корпоративного управління в сфері телекомунікацій, що і зумовлює актуальність теми та важливість отриманих результатів дослідження.

Метою даної роботи стало дослідження креативних засад створення та функціонування системи корпоративного винахідництва в телекомунікаційній сфері.

Система корпоративного винахідництва сьогодні складається з багатьох підсистем, серед яких, на нашу думку, варто виділити: винахідницьке право, економіку винахідництва, науково-технічну експертизу, патентну інформацію, патентні дослідження тощо. Винахідницьке право містить основні законодавчі норми, визначення, правила, наприклад, визначення критеріїв винаходу, вид охоронного документа, права авторів та інші норми, що регулюють відносини між державою, операторами телекомунікацій та новаторами для взаємного задоволення інтересів усіх сторін.

Економіка винахідництва містить норми і правила, що сприяють впровадженню винаходів в економіку та визначають авторську винагороду. Науково-технічна експертиза покликана відокремити винаходи від усіх заявлених нововведень, а також поділити винаходи за рівнями. Сьогодні з декількох тисяч щорічних заявок на винаходи науково-технічна експертиза визнає відповідними нормативному визначенню винаходу до 70%, але з них 43% виявляються занадто дрібними, щоб задовольнити державний інтерес у НТП [7]. Парадоксально, що 38% відкинутих ідей виявляються «коштовними» і згодом знаходять застосування в економіці [8]. Що стосується визначення рівня винаходу, то в цей час є багато пропозицій щодо методики його визначення, але жодна з них широко не використовується на практиці [5, 7, 9]. Таким чином, і ця підсистема виконує свої функції вкрай незадовільно.

Патентна інформація – це складна система щодо відбору й зберігання винаходів, а також поширення відомостей про них. Патентна інформація покликана відображати всю розмаїтість винаходів, створених у світі. До деякого часу ця складова системи винахідництва цілком задовольняла винахідників і патентознавців. Проте з'явилися претензії й до неї. У 1973 році Г. Альтшуллер писав: "... існуюча система використання патентної інформації не спрацьовує при вирішенні завдань вищих рівнів" [5].

Тепер стає очевидним, що вся система корпоративного винахідництва в сфері телекомунікацій пронизана гострими протиріччями, які не дозволяють їй вирішувати поставлені сьогодні завдання. Головним протиріччям, на наш погляд, є наступне: система корпоративного винахідництва повинна виявляти винаходи високого рівня пізнавальної, креативної цінності для забезпечення НТП і справедливої винагороди винахідникам, але жодна зі складових системи не спроможна цього зробити. Існує також спеціальна галузь знань: "патентознавство", до завдань якої входить вивчення і наукове управління винахідництвом (в тому числі корпоративним). Проте, на сучасному етапі розвитку, фактично ще «докреативному», патентознавство навряд чи поспіває за практикою винахідництва. Комплексного вирішення існуючих протиріч сучасне патентознавство не пропонує. Очевидно, що назріла гостра необхідність якісного управлінського стрибка в цій галузі знань, потрібно піднятися до креативної науки і надалі вести за собою повсякденну корпоративну винахідницьку практику.

Більшість країн світу в цей час розуміють винахід як нове рішення, що має винахідницький рівень і застосовується в промисловості. Основними різновидами таких рішень можуть бути устрої, способи, речовини, а також нові методи застосування відомих устроїв, способів, речовин. Таке поняття винаходу не має критерію, що дозволяє із усієї маси винаходів виділяти рішення високого рівня пізнавальної, креативної цінності, тому воно як ядро комети спричиняє низку дрібних, середніх, великих винаходів, але дрібні та середні, як відомо, становлять переважну більшість серед них. Очевидно, прийшов час переглянути саме поняття винаходу, змінити його суть з урахуванням технологій та процесів креативного корпоративного управління та сучасних особливостей в галузі телекомунікацій.

Р. Шапіро та Г. Альтшуллер запропонували поняття винаходу, яке ґрунтувалося на усуненні технічних протиріч [5, 9]. В.Демент'єв [7] запропонував розглядати винахід як новий принцип вирішення завдання. Згідно із цими пропозиціями винаходом можна буде вважати не спосіб, устрій, речовину, неочевидні для середнього фахівця, а новий принцип вирішення завдання або протиріччя, а також нове, неочевидне застосування відомого принципу. Саме такі корпоративні нововведення і є сьогодні винаходами високого рівня.

Очевидно, що новизна самого принципу вирішення завдання в наш час може залишитися неявною: принципово нове рішення буде прокласифіковане за виконуваною функцією або за належністю до телекомунікаційної галузі без урахування процесів креативного управління і розчиниться в загальній масі винаходів. У майбутньому, можливо, новий принцип знайде відбиття в рубриках класифікації, але для цього при сучасній концепції повинні накопичити десятки аналогічних винаходів у старих рубриках, що відбудеться лише через десятиліття. Можна сказати, що сьогодні така класифікація не відображає необхідної для розвитку науки й техніки розмаїтості створених у світі винаходів. Саме це і є основною перешкодою сприйняття нового поняття винаходу.

Проте будь-яка система, що самостійно розвивається, несе в собі не тільки протиріччя, але й прообраз ключа для їхнього вирішення. Відображаючи розвиток технічних систем, існуюча класифікація природно відбила і закономірності цього розвитку. Закони та загальна теорія розвитку технічних систем, досліджувані Г.Альтшуллером і його школою, за умови їхнього розгляду крізь призму креативності є, на наш погляд, тим самим заповітним ключем. При уважному розгляді класифікації винаходів, яка містить понад 60 тис. рубрик, можна помітити, що в різних її частинах проявляються схожі етапи розвитку близьких і далеких техніко-економічних систем. Отже, навіть несхожі системи мають загальні шаблони розвитку, які відбила класифікація. У результаті в різних частинах класифікації зустрічаються однакові по суті рубрики, що відображають закономірні етапи в розвитку техніко-економічних систем, але мають різну індексацію, що унеможливило чітке розмежування закономірних перетворень системи від випадкових і часткових. Крім того, простежити за класифікацією розвиток будь-якої системи від її виникнення до сучасного рівня буває важко, тому що не завжди розвиток буде відбито в одному класі або розділі.

Звідси випливає, що одним із перших креативних кроків щодо удосконалення класифікації винаходів повинна стати концентрація всієї інформації про техніко-економічну систему в одному місці, незалежно від принципу дії. Потім необхідно буде впорядкувати рубрики відповідно до закономірних етапів розвитку техніко-економічної системи, уже відомих в науці та теорії раціоналізації й винахідництва. Наступним кроком, на нашу думку, має стати присвоєння однакових індексів або кодів однаковим по суті рубрикам різних класів, враховуючи вплив на процес мислення, спричинений цим класом. Такі етапні рубрики відобразять той або інший принцип вирішення креативного завдання. Наприклад, це може бути технічний принцип "використання надувних конструкцій", принцип з використанням фізичного ефекту "резонанс", принципи з використанням хімічних, геометричних, біологічних та інших ефектів. Ця робота може бути полегшена, оскільки в останні десятиліття вченими різних країн активно створюються банки, фонди, списки, покажчики різних ефектів. Школою теорії раціоналізації й винахідництва проводиться збір інформації з фізичних, хімічних, геометричних ефектів і здійснюється їхня систематизація. Логічно постає необхідність поєднання двох інформаційних фондів: фізичних й інших ефектів і винаходів, а також їхніх класифікацій, всі передумови для якого вже є. Подальший розвиток нової класифікації винаходів буде відбуватися одночасно з появою нових принципів вирішення завдань або протиріч, ще не відбитих у ній. Навіть один новий принцип вимагатиме нової рубрики в класифікації. Таким чином, примусовий розвиток класифікації винаходів перетвориться на її креативний саморозвиток. Аналіз десятків тисяч винаходів, проведений Г.Альтшуллером, показав, що "...існує кілька десятків загальних принципів, які лежать в основі більшості сучасних винахідницьких ідей" [5]. Тому можливо, що подальший розвиток класифікації приведе до злиття деяких класів. Кількість рубрик буде поступово зменшуватися, що зробить класифікацію винаходів простою і зручною та одночасно допоможе відкрити найбільш загальні закони розвитку техніки та природи.

Поява нової, заснованої на закономірностях розвитку техніки, класифікації винаходів приведе до якісної зміни всієї галузі знань щодо вивчення і креативного управління корпоративним винахідництвом. Винаходи, засновані на нових, ще не відбитих у класифікації, принципах можна буде віднести до найвищого рівня пізнавальної, креативної цінності. Іншому, більш низькому рівню, будуть відповідати винаходи, що по-новому застосовують уже відомі принципи. Таким чином, рівень винаходу буде визначатися за його індексом у новій класифікації. Сама ж класифікація стане інструментом експертизи винаходів, а також підставою для визначення справедливої винагороди творцям нового, оскільки визначення рівня винаходів буде носити об'єктивний, науковий характер.

Інформація про новий винахід негайно знайде відбиття в класифікації та стане орієнтиром розвитку техніки. З'явиться можливість визначати рівень розвитку системи безпосередньо за індексами класифікації, а також прогнозувати розвиток "відсталих" систем за рубриками "авангардних" систем. Одна з перших спроб прогнозування розвитку конкретної системи на основі законів розвитку була описана Г. Альтшуллером в 1969 р. Звичайно, його прогноз є короткостроковим, але цим же автором були зроблені й більш тривалі прогнози [5, 6, 9]. Таким чином, класифікація винаходів, що має в основі закони розвитку техніки, переводить на науковий рівень майже всі підсистеми винахідництва, забезпечуючи тим самим становлення патентознавства як науки і спрощення всієї системи винахідництва.

Проте не це буде головним результатом удосконалення класифікації винаходів. Процес взаємного закономірного розвитку техніки та її класифікації неминуче приведе до відкриття природної систематики творчості, подібної до періодичної системи Д. Менделєєва для хімічних елементів. Якою буде ця систематика, важко припустити. Але, оскільки творчість є синтезом

природи, людини, суспільства, то її систематика стане значним відкриттям, ще одним доказом волі людського духу, перемогою краси й змісту гармонії над безформністю та без'язикістю хаосу. Відкриття природної систематики творчості, завершивши період становлення теорії креакратії, патентознавства, а, можливо, і деяких інших наук про природу, техніку у той самий час відкриє горизонти для створення нових наук, які втілять неймовірні для нас сьогодні творчі здібності людини.

Наприкінці виділимо основні результати даної статті:

1. Корпоративна система винахідництва сьогодні не виконує свого призначення: вона не спроможна задовольнити потреби телекомунікаційної компанії в науково-технічному прогресі й потреби винахідників у справедливій винагороді за працю.

2. Головним протиріччям системи корпоративного винахідництва в сфері телекомунікацій є те, що вона повинна виявляти винаходи високого рівня пізнавальної, креативної цінності для забезпечення НТП і справедливої винагороди винахідникам, але жодна зі складових системи не спроможна цього зробити.

3. Креативними засадами створення та функціонування системи корпоративного винахідництва в телекомунікаційній сфері є: сприйняття винаходу як нового принципу вирішення завдання або протиріччя, а також нового, неочевидного застосування відомого принципу; удосконалення класифікації винаходів; присвоєння однакових індексів або кодів однаковим по суті рубрикам різних класів, враховуючи вплив на процес мислення, спричинений цим класом; перетворення примусового розвитку класифікації винаходів на її креативний саморозвиток.

Література

1. Ханс Й. Креативность действия; пер. с нем. – С.Пб.: Алетейя, 2005. – 320 с.
2. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практики управления. – 1997. - №3.- <http://www.ptpu.ru>.
3. Редькін О.С., Реген В., Хрущ Н.А. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління // Одес. нац. академія зв'язку ім. О.С. Попова. – Одеса: Евен, 2004. – 216 с.
<http://www.ukrstat.gov.ua> – Офіційний сайт Державного комітету статистики України.
4. Альтшуллер Г.С. Найти идею. Введение в теорию решения изобретательских задач. – Новосибирск: Наука, 1996. – 217 с.
5. Альтшуллер Г.С. Шапиро Р.Б. Психология изобретательского творчества // Вопросы психологии. – 1956. – №6. – С. 37-49.
6. Дементьев В.Н. О пересмотре системы вознаграждения авторов изобретений // Вопросы изобретательства. – 1986. – №11. – С. 9-12.
7. Тарасов В. Причины возникновения и особенности организации предприятия нового типа // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – №1. – <http://www.ptpu.ru>.
8. Шапиро Р.Б., Альтшуллер Г.С. О некоторых вопросах советского изобретательского права. // Советское государство и право. – 1958. – №2. – С. 35-44.