

Проблеми економіки та маркетингу інтелектуальної власності



ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Єднак Тетяна Володимирівна,

студентка

*Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького*

Інтеграція України в європейське співтовариство потребує суттєвого поліпшення національного інтелектуального капіталу, впровадження процесів активізації держави у міжнародні структури, які регулюють відносини інтелектуальної власності. Маркетинг інтелектуальної власності – це діяльність, яка в процесі удосконалення стала охоплювати новий товар чи послугу від ідеї виникнення до після продажного їх обслуговування [1].

Маркетинг інтелектуальної власності розпочинається з пошуку та відбору ідей, які могли би призвести до комерційного успіху нового товару на майбутньому ринку. Стадія розроблення інноваційного товару потребує значно більшого часу, відносно довгострокового інвестування, ніж розроблення попередньо зарекомендованого товару. Вона включає маркетингові дослідження, патентні дослідження, науково-дослідні роботи, дослідно-конструкторські й технологічні роботи, набуття прав на володіння та використання об'єкту інтелектуальної власності. Наприкінці цієї стадії необхідно дати відповідь на запитання, чи продати або передати права на об'єкт права інтелектуальної власності, відмовившись від випуску цього товару, чи виробляти й просувати цей товар на споживчому ринку [2].

Одним із способів комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності є передача прав на його використання за ліцензійним договором. Тенденція така, що об'єм торгівлі ліцензіями зростає випереджаючими темпами відносно до торгівлі традиційними товарами. З одного боку, продаж ліцензії приносить ліцензіару додатковий прибуток, а з іншого – придбання ліцензії ліцензіатом сприяє

підвищенню конкурентоспроможності вироблюваних їм товарів або послуг, зменшенню залежності від імпорту [3].

Основні проблеми комерціалізації інтелектуальної власності, які гальмують процеси формування та реалізації науково-технічного продукту, полягають в такому:

- нормативно-законодавча база – суперечності та колізії трьох нормативних галузей: права, оподаткування та бухгалтерського обліку;
- проблема оцінки об'єктів інтелектуальної власності – відсутність Національного стандарту «Оцінка об'єктів права інтелектуальної власності та інших майнових прав»;
- кадрова проблема – відсутність достатньої кількості висококваліфікованих спеціалістів з питань інтелектуальної власності на території нашої держави [4].

Порівняльна оцінка розрахунків варіантів комерційного використання винаходів й інших об'єктів інтелектуальної власності показують, що за інших рівних умов економічно вигідніше використання нових розробок у власному виробництві, ніж за продажу ліцензій.

У першому випадку весь прибуток від продажу товарів, виготовлених з використанням винаходу, залишається у патентовласника, в другому випадку, вона розподіляється між ліцензіаром і ліцензіатом. Це означає, що прибуток патентовласника при продажу ліцензії може бути у 3-9 разів менше, ніж при продажі товарів. Проте, існує цілий ряд причин, із яких продаж ліцензій може бути єдиною можливістю отримання прибутку патентовласником від комерційного застосування своєї розробки. Згідно з результатами соціологічного опитування, суспільства, найбільш поширеними причинами продажу ліцензії патентовласником є:

- відсутність у власника винаходу можливості фінансувати виробництво продукції, заснованої на винаході;
- створений на фірмі винахід не відповідає профілю її основної діяльності;
- ціни продавця на продукцію, що випускається з використанням винаходу, не приймають покупці;
- зарубіжний імпортер не може одержати у компетентних органів своєї країни ліцензію на закупівлю продукції, заснованої на використанні винаходу;
- урядові заборони або обмеження на імпорт певних видів продукції до яких належить продукція, заснована на винаході [5].

Крім того, при виборі варіанту постачання товарів або продажу ліцензії підлягають обліку і такі чинники, як розмір митних зборів на готові товари, віддаленість ринків збуту і транспортні витрати, витрати виробництва на рекламу, випуск і збут товарів, якість продукції, складності із забезпеченням технічного обслуговування товарів.

Ще одна перевага полягає в тому, що продаж ліцензії пов'язаний з незначним фінансовим ризиком. Водночас, придбана технологія може стати каталізатором створення власних технологій.

У супереч всім перешкодам та негараздам в Україні зростає кількість зареєстрованих охоронних документів на об'єкти права промислової власності. Станом на 1 квітня 2013 року (з 1992 року) всього зареєстровано 379572 охоронних документи [6].

Список використаних джерел:

1. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності. – К.: Професіонал, 2005. – 448с.
2. Потехіна В.О. Інтелектуальна власність. – К.: ЦУЛ, 2008. – 414с.
3. Пархоменко О.В. Сутність інтелектуальної власності в умовах економіки знань // Інтелектуальна власність. – К.: ТОВ «Аспект-2003», 2011. – № 11.
4. <http://www.intelvlas.com.ua/2012-06.html>
5. <http://sips.gov.ua/>
6. <http://bookdn.in.ua/>

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: ОСВІТНІЙ АСПЕКТ

Мехеда Наталія Григорівна,

*кандидат економічних наук, доцент
Черкаського національного університету
імені Б. Хмельницького*

Економічна безпека України як інтегральне явище охоплює такі види безпеки: політична, економічна, державна, соціальна, інформаційна, економічна, гуманітарна, військова тощо. У сучасних умовах поняття безпеки розширюється за рахунок залучення до нього нових сфер суспільного життя. Високі технології, знання, інтелект, інновації є основою формування нової економіки, джерелом добробуту та якості життя населення країни, життєвий рівень населення, соціально-економічна ситуація в країні визначаються