

Верес Шоломі Маріанн

*д.е.н, професор, декан економічного факультету
Мішкольцьський університет (м. Мішкольц, Угорщина)*

Гавриць О.О.,

*старший викладач кафедри економіки бізнесу
кафедри маркетингу Національний технічний університет
«ХПІ» (м. Харків, Україна)*

Ткачов М.М.,

*к.е.н., доцент кафедри права Національний технічний
університет «ХПІ» (м. Харків, Україна)*

ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ФАКТОР НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Людські досягнення в сфері нематеріальних активів є похідною від обсягу роботи і ресурсів, а також творчості і таланту з урахуванням сучасного стану знань, в поєднанні з виробничим потенціалом підприємства складають силу даного суб'єкта на ринку. Звичайно, збереження такого запасу матеріальних і нематеріальних активів, а також необхідність постійного розвитку потребують великих витрат. Тому виправданням цих витрат є очікування того, що ці компоненти будуть генерувати більш високу ефективність виробництва, збільшувати продажі і, відповідно, збільшувати дохід [1–22]. Для забезпечення цього необхідно захистити інновації і максимально використовувати пріоритет, наданий для розміщення продукту на ринку. Зрозуміло, що відсутність захисту перерахованих вище цінностей може призвести до швидкої імітації продукції конкурентами і зриву стратегічних планів даної компанії, а також може навіть загрожувати створенням значних збитків.

Звичайно, інноваційні рішення в технологічній сфері мають принципове значення для економічного розвитку і поєднуються з розвитком інших галузей, в тому числі теорією управління. Необхідність такого підходу пояснюється наступним твердженням: якщо право власності на дане нематеріальне право, засноване лише на економічних міркуваннях, таких факторів як, наприклад, сума вкладених коштів, масштаб понесеного ризику може виявитися недостатнім. Без використання правових положень охорони і захисту інтелектуальної власності, патентовласник знаходиться в програшному становищі в протистоянні недобросовісній конкуренції, яка дуже зацікавлена в копіюванні продуктів або технологій, що є економічно успішними.

Сильна система захисту інтелектуальної власності важлива не тільки для захисту даного інноваційного рішення, але і для норми

прибутковості даного проекту. Це трюїзм стверджувати, що науково-дослідна і дослідно-конструкторська діяльність потребує багато витрат, і крім того, з точки зору підприємця, понесення цих витрат пов'язане з високим ризиком в контексті невизначеного кінцевого результату даного виду діяльності.

Рішення підприємця визначаються в основному ситуацією на ринку, на якому він працює. Теоретично часто вказуються дві модельні ринкові структури: так звана досконала конкуренція і монополія. Досконала конкуренція — це держава, на ринку якої є значна кількість покупців і продавців і жодна зі сторін не має достатньо сильної позиції, щоб самостійно впливати на ринкову ціну. Протилежністю такої ситуації є монополія, яка полягає в тому, що компанія з монопольним становищем (єдиний постачальник даного товару на ринку) не враховує поведінку інших підприємств, оскільки не конкурує з пропозицією монополіста, отже, має можливість довільно встановити вигідну їй ціну, єдиний обмежуючий фактор якої є рішення самого підприємця. Причини створення монополії можуть бути різними, але ми не будемо займатися цим питанням, а лише скажемо, що такий стан речей викликає конкретні умови, коли мова йде про наявність патенту, виключних прав на товарний знак, дизайн, інші нематеріальні права. Звичайно, з точки зору споживача — кінцевого одержувача пропонованого товару, існування конкурентного ринку вигідніше, а стан монополії сприяє встановленню більш високих витрат, пов'язаних з купівлею певних товарів, створених на основі об'єктів інтелектуальної власності.

Однак, з іншого боку, отримання даним суб'єктом господарювання певних виключних прав виробництва та розповсюдження даного продукту з точки зору самого виробника та в більш широкому контексті може вплинути на збільшення комерційних ефектів, ефективності процесу управління. Отже, системні рішення, спрямовані на захист інтелектуальної власності або сприяння дослідженням по розробці нових технологій, наприклад, фіскальні послаблення, співфінансування науки можуть призвести до підвищення конкурентоспроможності економіки та її підприємців.

Створення інноваційних рішень, а потім і їх економічне використання вимагає не тільки технічних знань, але і знань з економічних та правових питань, а також умінь управляти проектами. На даний момент технологічні переваги і конкурентоспроможність вже не так сильно залежать від розміру підприємства або грошових ресурсів, а центр тяжіння інноваційної діяльності переміщується в сторону людського капіталу, технологій або інших знань, які потребують спеціального правового захисту. Відповіддю на цю вимогу є нормативні акти, що містяться в законах про інтелектуальну влас-

ність, які спрямовані на правове забезпечення нематеріальних активів підприємства. Спільним знаменником цих прав є можливість для правовласника заборонити іншим суб'єктам господарювання певну діяльність, пов'язану з виробництвом, розповсюдженням та використанням товарів, які мають правову охорону.

Поширеною помилкою підприємців є недооцінка важливості захисту їх потенціалу, пов'язаного з їх нематеріальними ресурсами. Існує думка, що отримання правового захисту є дорогим і складним процесом, або що немає ніякої загрози від конкуренції, коли мова йде про несанкціоноване придбання певних знань. Однак право інтелектуальної власності підлягає постійному розвитку, і багато чого також змінюється, коли справа доходить до захисту виключних прав правовласників, наприклад, в суді.

Однак варто усвідомити, що рішення про отримання захисту прав інтелектуальної власності може визначити майбутній успіх або провал запланованої виробничо-комерційної діяльності. Варто пам'ятати, що права інтелектуальної власності є не тільки інструментом для захисних, але і для наступальних дій. Суб'єкт господарювання, який нехтує питаннями правової охорони своїх нематеріальних активів, піддає себе атакам з боку конкурентів, які можуть протиправно підробляти продукти (технології), які здатні досягти успіху в бізнесі. Історія знає багато таких випадків, в тому числі і по відношенню до відомих і великих компаній, які дізналися, що витрати, пов'язані з захистом інтелектуальної власності, можуть становити лише невелику частину витрат, в порівнянні з витратами на протидію недобросовісній конкуренції або на судові процеси з недобросовісними конкурентами.

Економіка XXI століття виробляє продукцію, яка вимагає все більше і більше витрат з інтелектуальним характером. Це явище підтверджується статистичними даними, з яких виникає зростаюча тенденція в кількості патентів, що видаються щорічно суб'єктам найбільш розвинених економік світу.

В економіці, заснованій на знаннях, основними джерелами конкурентних переваг для учасника ринку є:

- а) ефективне управління процесом пошуку нових ідей — продуктових, технологічних і технологічних інновацій;
- б) ефективна передача нової ідеї в нову якість і її ринкову вартість, яку приймуть споживачі — ефективна комерціалізація ідеї;
- в) ефективна охорона та захист об'єктів інтелектуальної власності, з використанням яких виготовлені інноваційні продукти.

Загально визнані тенденції розвитку, разом зі швидкою інтернаціоналізацією економічної діяльності, свідчать про те, що сталий економічний розвиток може бути забезпечений лише шляхом вико-

ристання конкурентних переваг промисловими підприємствами, які здійснюють свою виробничо-комерційну діяльність з використанням результатів інноваційної діяльності.

Ще занадто мало для фінансування інноваційних проектів використовується власних ресурсів і запозичених ресурсів із зовнішніх джерел. Такий стан справ обмежує можливості підприємств ефективно здійснювати вести НДДКР і впровадження інноваційних рішень для зміцнення своїх ринкових конкурентних позицій. Інновації, як відомо, є детермінантами творчості в наступних сферах: виявлення незадоволених потреб споживачів; виробництво товару (послуги), техніко-економічні характеристики якого в повній мірі відповідають сучасним вимогам ринковому попиту; збереження та/або збільшення частки цільового ринку, прибутковості та вартості підприємства.

У світлі викладених думок можна поставити резонне питання про відповідні межі в сфері охорони інтелектуальної власності – чи виправданий у кожному конкретному випадку її абсолютний захист як приватної власності, чи було б корисно для розвитку економіки, якби вона була частиною загальнодоступної соціальної спадщини? Інша не менш важлива проблема може стосуватися питання про те, чи виявляє держава реальний (належний) інтерес до винаходів, ідей та раціоналізаторських проектів вітчизняних вчених, комерціалізації знань та нових технологічних рішень? Дати однозначну відповідь на подібні питання неможливо, проте всі ініціативи в цій сфері, підтримані проектами державної підтримки мають бути оцінені позитивно. Все це свідчить про те, що охорона об'єктів інтелектуальної власності ґрунтується на структурі абсолютних та виключних прав, але у сфері об'єктів промислової власності ці права поширюються лише на товари, зазначені у відповідному акті. Важливо зазначити, що для правовласників не існує прямого зобов'язання набувати формальних прав на охорону промислової власності. В такому випадку «адміністратор» незахищеного товару може використовувати його, але має враховувати, що його охорона буде не такою сильною, як захист, що впливає з формального виключного права. У такій ситуації вони можуть скористатися лише захистом, передбаченим положеннями діючого національного та міжнародного законодавства про боротьбу з несумлінною конкуренцією.

Література

1. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veress Somosi. Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. 689 p.

2. Kocziszky G., M. Veress Somosi, Pererva P.G. Model of three lev-

els compliance protection // Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: зб. тез конф. Кременчук, 2018. С. 86-89.

3. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2021. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.

4. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.

5. Nagy S., Pererva P.G. Compliance principles // Universum View 9. Economics and management: матеріали конф. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 89-96.

6. Sikorska M., Nagy S., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали конф. Київ: НАУ, 2018. С.21-22.

7. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., 2021. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2021. P. 51-54.

8. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.-242 с.

9. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ "ХП". Харків : НТУ "ХП", 2017. № 24. С. 153-158.

10. Nagy S., Pererva P.G. Methods of evaluation of management efficiency // Авіація, промисловість, суспільство: матеріали Міжнар. конф., Кременчук, 12 травня 2021 р.: Ч. 2. Харків : ХНУВС, 2021. С. 443-446.

11. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

12. Nagy S., Pererva P.G. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів конф. Харків : ХНАДУ, 2018. С. 88-89.

13. Pererva P.G., Nagy S., Maslak M. Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. 2018. № 5. 10 p.

14. Nagy S., Pererva P.G. Sources of financing innovation // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2020". Харків : Томенко Ю. І., 2020. С. 242-246.

15. Перерва П.Г., Верес Шомоши М., Гладенко І.В., Товажнянський В.Л. Маркетингове забезпечення моніторингу інновацій-

ного розвитку підприємства // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2012. № 16. С. 24-29.

16. Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг и предпринимательство // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези конф. MicroCAD у 5 ч. Ч. 3. Харків : Планета-Прінт, 2021. С.45.

17. Коциски Д., Верес Шомоши М., Перерва П.Г. Маркетинг как основа успешной деятельности предприятия // Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEC-2017). Харків: НТУ "ХПІ", 2017. С. 153-155.

18. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance of antimonopoly legislation // Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Харків: НАНГУ, 2017. С.156-159.

19. Sikorska M., Veres Somosi M., Pererva P.G. Compliance-risks // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі. Кременчук, 2017. С. 95-99.

20. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.

21. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

22. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

Верес Шомоші Маріанн

*д.е.н, професор, декан економічного факультету
Мішкольцьський університет (м. Мішкольц, Угорщина)*

Косенко О. П.,

*д.е.н., професор кафедри маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ»
(м. Харків, Україна)*

РИНОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ПЕРЕДУМОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Бюро інтелектуальної власності Європейського Союзу неодноразово наголошувало на тому, що має місце позитивний зв'язок між інтелектуальною власністю та економічними вигодами від резуль-