

Л.С. МАЗУР, магистрант, НТУ «ХПИ», Харьков

В.А. ФРЫДЫНСКИЙ, к.э.н., доц., НТУ «ХПИ», Харьков

АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

У роботі розглядається становлення й розвиток національної системи інтелектуальної власності, що вимагає розробки ряду нормативно-правових актів для підвищення рівня керування інтелектуальною власністю.

В работе рассматривается становление и развитие национальной системы интеллектуальной собственности, которая требует разработки ряда нормативно-правовых актов для повышения уровня управления интеллектуальной собственностью.

In this paper the formation and development of a national system of intellectual property. Which requires the development of a number of legal acts to improve the management of intellectual property.

Ключевые слова: объекты интеллектуальной собственности, товар, законодательство, авторское право, лицензии, государственная политика.

Введение

На современном этапе поиска эффективных направлений формирования и развития социально-экономической сферы Украины объекты интеллектуальной собственности превратились в один из активных факторов экономических отношений. Становление и развитие национальной системы охраны интеллектуальной собственности создали предпосылки для распространения результатов интеллектуальной деятельности в форме товара. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности определила необходимость разработки ряда законодательных актов оценки выбора форм собственности на интеллектуальные продукты.

Постановка задачи

Право интеллектуальной собственности в настоящее время включает чрезвычайно широкий спектр гражданских прав на объекты интеллектуальной собственности, при этом система имущественных прав на использование объектов интеллектуальной собственности имеет постоянную тенденцию к расширению. Это происходит как за счет появления новых объектов права интеллектуальной собственности, так и благодаря расширению круга правомочий в отношении существующих объектов.

Непосредственно управление интеллектуальной собственностью осуществляет Кабинет Министров Украины, который определяет наиболее

оптимальную структуру государственного управления, в том числе и интеллектуальной деятельностью.

Несмотря на отсутствие положений в действующем законодательстве об авторском праве и смежных правах, у правообладателей все-таки есть возможности для защиты прав в случае их нарушения с применением новых интерактивных технологий.

Методология

Методология научного поиска предопределяет применимость в цифровой среде уже действующих законодательных положений, а также подготовку предложений по совершенствованию законодательства в случае их принятия позволят еще более укрепить систему правовых норм, регламентирующих, в первую очередь, вопросы использования произведений науки, включая программы для электронных вычислительных машин и базы данных, изобретений, топологий интегральных микросхем, фирменных наименования, новейших цифровых и компьютерно-сетевых технологий, а также в максимальной степени и с учетом всех интересов общества гармонизировать отечественное законодательство об авторском праве и смежных правах с положениями международных соглашений. С точки зрения законодательства об авторском праве необходимо учитывать, что интеллектуальные продукты занимают двойственную позицию. Они одновременно выступают и в роли пользователей, т.е. лиц, которые используют чужие произведения, и в роли правообладателей, заинтересованных в охране результатов своей деятельности

Результаты исследования

Между тем для решения данной проблемы существуют уже все необходимые юридические предпосылки. Как следует из Закона, организации, управляющие авторскими и смежными правами на коллективной основе, создаются для практической реализации этих прав в тех сферах, в которых заключение индивидуальных договоров становится невозможным или затруднительным. Смысл коллективного управления состоит как раз в том, чтобы обеспечить имущественные права обладателей авторских и смежных прав в таких случаях.

С учетом этого целесообразно установить, что основными задачами обществ, осуществляющих коллективное управление имущественными правами, являются сбор, распределение и выплата вознаграждения правообладателям. Дополнительными задачами являются: предоставление лицензий пользователям и контроль над соблюдением их условий, борьба с на-

рушениями, а также осуществление функций социального и культурного характера. Общества по управлению авторскими и смежными правами на коллективной основе призваны осуществлять не только сбор и распределение вознаграждения за различные виды использования произведений, но и представительство интересов правообладателей.

Вывод

Основной целью государственной политики и усилий всех заинтересованных лиц в сфере интеллектуальной собственности в настоящее время должно быть формирование такой системы реализации прав интеллектуальной собственности и такого механизма ответственности за их нарушения, при которых соблюдать права интеллектуальной собственности было бы не сложно, а нарушать - чрезвычайно невыгодно. Для достижения этой цели необходимо разумно сочетать предоставление удобных и недорогих способов соблюдения законодательства с обеспечением неотвратимости применения санкций за его нарушение.

Список литературы: 1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и инноваций. – М.: Филинь, 1997. 2. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновации на предприятии. – М.: Экономика, 1989. 3. Карпова Н. Н. Нематериальные активы и интеллектуальная собственность: проблемы и решения // Рынок ценных бумаг. 1998. № 6-7. 4. Карпова Н. Н. Правовая охрана и лицензирование интеллектуальной собственности в Украине // Интеллектуальная собственность. 2000. № 9. 5. Коммерциализация интеллектуальной собственности: проблемы и решения / Сост. и общ. ред. Н.М. Фонштейн и В.Г. Зинова. – М.: Зело, 1996.

Надійшло до редколегії 17.01.2012

УДК 338.45

С.П. СУДАРКИНА, к.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков
Т.П. КОТУСОВА, магистр, НТУ «ХПИ», Харьков

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статті розглянуто особливості та роль маркетингової комунікативної політики, розкрито зміст комплексу маркетингових комунікацій, а також проведено порівняння маркетингової комунікативної політики промислових підприємств та підприємств, які виготовляють товари споживчого призначення.

В статье рассмотрены особенности и роль маркетинговой коммуникативной политики, раскрыто содержание комплекса маркетинговых коммуникаций, а также проведено сравнения маркетинговой коммуникативной политики промышленных предприятий и предприятий, которые изготавливают товары потребительского назначения.