

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ[®] КАПІТАЛ



Науково-практичний журнал

5 (19) ' 2004

Журнал засновано у лютому 2002 року

УДК 347.(77+78)

Зміст

Патентне право

- О. Пічкур** Проблемні питання охорони прав на сорти рослин і захисту прав селекціонерів 3
- І. Поляков** Поняття і зміст знаків для товарів і послуг ... 11

Право та економіка

- В. Нежиборець** Правові аспекти комерціалізації інтелектуальної власності: зарубіжний досвід 19

Інтелектуальна економіка

- О. Морозов, М. Оберемченко**
М. Пашкевич, О. Чмиренко
Напрямки використання інтелектуального капіталу компанії 27
- О. Литвин** Підвищення конкурентоздатності продукції в умовах ринкової економіки 33

Сучасність і перспективи

- С. Чікін** Інтелектуальна власність і малі та середні підприємства: створення віртуальних патентно-ліцензійних підрозділів 37

До відома

Резолюція Міжнародної науково-практичної конференції "Інтелектуальна власність — ключ до успіху в бізнесі" 39

Міжнародна науково-практична конференція "Інтелектуальна власність — ключ до успіху в бізнесі" 42

Про науково-практичну конференцію, присвячену 10-ій річниці святкування Дня винахідника і раціоналізатора України 43

Привітання

Вітання з ювілеєм 44

Вітання з нагородженням 45

Цікаво знати

Позов з потойбічного світу 46

Боротьба з піратством в електронних мережах 46

Монета в 32 центи 47

ШАНОВНІ ЧИТАЧІ!

У 2005 році науково-практичний журнал Інтелектуальний капітал виходитиме один раз на два місяці. Передплату нашого журналу ви зможете здійснити у будь-якому поштовому відділенні України.

Сподіваємося, що наш журнал стане корисним помічником у вашій справі!

Вартість передплати на 2005 рік					
	Індекс	2 міс/грн	4 міс/грн	6 міс/грн	12 міс/грн
Фізичні та юридичні особи	23594	6,77	13,64	20,26	40,02

**З глибокою повагою
редакційна колегія**



ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОХОРОНИ ПРАВ НА СОРТИ РОСЛИН І ЗАХИСТУ ПРАВ СЕЛЕКЦІОНЕРІВ

Олександр Пічкур,

голова Комісії з питань інтелектуальної власності та трансферу технологій Українського Національного комітету Міжнародної Торгової Палати, науковий співробітник НДІ інтелектуальної власності

(Продовження, початок у № 4'2004)

Особисті немайнові права автора сорту (зокрема, право визначати назву сорту, вимагати зазначення свого імені в патенті України на сорт), його право одержувати винагороду як частку ліцензійних платежів за виробництво та продаж різних репродукцій оригінального насіння (садивного матеріалу) засвідчуються патентом на сорт та **свідцтвом про авторство**, яке, відповідно до Частини четвертої Статті 37 Закону "Про охорону прав на сорти рослин", автор (співавтор) має право одержати у Держсортслужбі. Вимоги цієї Статті визначено відповідно до Статей 41 і 54 Конституції України, які засвідчують право авторів на результати творчої діяльності (зокрема, на сорти рослин), а також — Статті 27 Загальної декларації прав людини, Статті 15 Міжнародного пакту про економічні, соціальні та культурні права, Статті 19 Міжнародного пакту про громадянські та політичні права, прийнятих ООН, стосовно пріоритетності прав творчих осіб. Але право автора на сорт деякі селекціонери інтерпретують у своїх інтересах, самотійно, без дозволу власника сорту створюють господарсько-комерційні структури з вироб-

ництва і продажу насіння (садивного матеріалу) зареєстрованого сорту. Це є наслідком того, що Закон чітко не визначає порядку надання власником сорту дозволу (ліцензії) на виробництво та продаж насіння (садивного матеріалу), заохочення (стимулювання) праці селекціонера, виплати йому винагороди за вкладену у створення оригінального насіння (садивного матеріалу) сорту копітку інтелектуальну та фізичну роботу, а також не встановлює розміру мінімально допустимих роялті від доходів за продаж насіння, схеми їх розподілу між власником сорту та особами, які брали участь у його створенні, відповідальності за порушення прав власника. До речі, **свідцтво про авторство** забезпечує можливість одержувати винагороду за передачу майнових прав на сорт насіннєвим та комерційним структурам, відстоювати авторам майнові і особисті немайнові права та економічні інтереси у судових інстанціях у разі їх порушення. Але якщо сорт створено за службовим завданням або окремим дорученням роботодавця, то майнові права на нього передаються авторами роботодавцю. Відповідно до Частини третьої Статті 17 Закону "Про охорону прав на сорти рослин", роботодавець пови-



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

нен укласти з авторами сорту письмовий договір про передачу (відчуження) йому права подавати до Держкомсорту заявку та одержувати патент на сорт, але суттєвих умов такого договору не визначено.

Більшість насінневих структур, утворених авторами сортів без погодження з їх власниками, порушують права співавторів, а головне — майнові права науково-селекційної установи, якою за рахунок державного бюджету надавалася фінансова підтримка, спрямована на створення та забезпечення охорони прав на сорт, надавались у користування робочі приміщення, дослідні ділянки, лабораторне обладнання, робоча сила, пальне, хімікати та технічні засоби, необхідні для здійснення науково-селекційних робіт щодо селекційного здобутку та одержання його оригінального насіння (садивного матеріалу) у кількості, необхідній для визнання його сортом. Відповідно до даних, занесених до реєстру сортів або патентів на сорти, саме юридична особа — роботодавець має виступати заявником і розпорядником сорту, створеного за його дорученням, а також набувати майнові права на нього. Але в Україні остаточно не визначено: хто є фундаментом створення сортів — творча особа — селекціонер чи відповідна юридична особа — науково-селекційна установа? Зокрема, Статті 16 та 17 Закону "Про охорону прав на сорти рослин" нечітко визначили порядок набуття селекціонером особистих прав на сорт, зокрема, на одержання винагороди за виробництво і продаж його насіння (садивного матеріалу), а роботодавцем — права розпоряджатися цим відтворювальним матеріалом. Законом не визначено обов'язковості укладання дого-

вору між співавторами сорту, що не дає змоги визначити їхню фактичну участь у процесі створення сорту, реальну частку винагороди, на одержання якої вони можуть претендувати. Усе це гальмує розвиток національного інтелектуального потенціалу у сфері селекції, сприяє скороченню кількості творчих індивідуумів в державних селекційних наукових установах та їх міграції в інші держави. Взаємовідносини щодо виробництва певних категорій насіння зареєстрованих сортів, як правило, будуються без урахування комерційних інтересів власника сорту. Власник та автор сорту зацікавлені у найширшому продажу ліцензій на репродукцію його оригінального насіння, тому що тільки це дасть можливість їм одержати максимальний прибуток і відшкодувати витрати на створення, правову охорону та маркетинг нового сорту. Інакше через рік-два після виходу насіння (садивного матеріалу) сорту на ринок практично втрачається можливість контролювати його подальше репродукування і розповсюдження. На визначення розміру роялті неабияк впливають інтелектуальні та матеріальні затрати, спрямовані на створення, забезпечення правової охорони та одержання оригінального насіння (садивного матеріалу) сорту.

Оскільки Держсортслужбі належить право визначати перелік іноземних сортів, допущених до господарського використання, збереження конфіденційної інформації про альтернативні сорти вітчизняної селекції стає дуже актуальним, оскільки виникає можливість затримувати видачу охоронних документів на вітчизняні конкурентні сорти. Необхідно встановити адміністра-



тивну відповідальність посадових осіб за недбале зберігання такої інформації, а також визначити, які функції Держсортслужби важливіші для суспільних та державних інтересів України — видача охоронних документів на нові вітчизняні конкурентоспроможні сорти чи прийняття рішення про допуск до господарського використання в Україні сортів іноземної селекції, оскільки остання процедура передбачає сплату більших зборів на рахунок Держсортслужби. Але такий порядок може стримати розвиток селекційних робіт у вітчизняних наукових установах.

Відсутність доступної інформації про зареєстровані в Україні та за її межами сорти вітчизняної та іноземної селекції не дає змоги здійснити ринкові дослідження стосовно конкурентних сортів, визначити тенденції розвитку міжнародного насінневого ринку, що стримуватиме науково-технологічний прогрес у галузі рослинництва. Забезпечення доступу до відомостей про правовий захист альтернативних сортів у різних державах допоможе розширити експортно-імпортні операції з насінням, вирішити питання про доцільність створення аналогічних сортів вітчизняними вченими-селекціонерами або закупити насіння з адекватними ознаками за межами України, запропонувати для продажу за кордоном насіння сортів вітчизняної селекції у разі можливості його адаптації до іноземних умов вирощування. Але розв'язання проблеми інформаційного забезпечення суб'єктів селекції та насінництва законодавством взагалі не передбачено, хоча ефективність праці вчених-селекціонерів все більше залежить від повноти і об'єктив-

ності інформації про кон'юнктуру насінневого ринку, реальний попит та смаки споживачів на певні культури, що, безперечно, впливатиме також на вибір напрямів селекції та ефективність її результатів. Намагання реалізувати насіння, яке вдалося виробити без урахування потреб насінневого ринку, приречено на неконкурентоспроможність та неліквідність. Нерозуміння науковими та господарськими структурами важливості такої аналітичної роботи гальмує розвиток цивілізованих договірних відносин щодо поширення насіння (садивного матеріалу) нових сортів, допущених до господарського використання. Контроль за обсягами його виробництва та продажу його власнику, а тим паче окремому автору-селекціонеру, здійснити фактично неможливо за відсутності розгалуженої регіональної інформаційної мережі системи Держсортслужби.

Практика розвитку договірних відносин свідчить, що їх підготовка є копіткою роботою не одного дня і передбачає значний пакет документів. Жоден іноземний вчений-селекціонер, виробник і реалізатор насіння (садивного матеріалу) не укладають договори стосовно виробництва та продажу певних його категорій без участі патентного повіреного (адвоката) з питань інтелектуальної власності. Ліцензійний договір має містити обмеження щодо використання майнових прав на сорт, що не суперечать міжнародним вимогам і зумовлюють захист економічних інтересів суб'єктів прав на сорт. Взагалі, текст ліцензійного договору повинен чітко визначати виняткові права, що надаються ліцензіату, та безпосередньо-конкретний предмет договору. Аби заціка-



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

вити ліцензіата збільшувати виробництво насіння (садивного матеріалу) сорту (тобто продукції за ліцензією), треба освоїти процес визначення розумних, справедливих для обох сторін ставок роялті, які задовольнятимуть їхні компромісні інтереси. Щоб захистити себе від можливих економічно-правових катаклізмів, ліцензіар у договорі повинен обумовити гарантований мінімально допустимий розмір роялті протягом чинності зазначеного договору. З метою стимулювання як споживача насіння певного сорту, так і створення селекціонером нових, більш ефективних сортів деякими державами розроблено диференційовану сітку роялті, відповідно до сум прибутків, одержаних під час реалізації насіння зазначеного сорту.

А як реально здійснити реєстрацію сорту? В Україні фактично існує два законних порядки реєстрації. Перший передбачає сортовипробування, реєстрацію і занесення сорту до Державного реєстру сортів, якщо його допущено Держсортслужбою до господарського використання. Другий — сортовипробування, реєстрацію і видачу патенту на сорт, тобто охоронного документа монопольного права, і також занесення інформації про цей сорт до зазначеного реєстру та реєстру патентів. В обох випадках, згідно зі Статтею 35 Закону "Про охорону прав на сорти рослин", автори мають право на одержання свідоцтва про авторство. Зазначені порядки реєстрації сортів фактично нічим не відрізняються, але патентна форма охорони сортів передбачає більш жорсткі критерії до визначення охороноздатності сорту та проведення його сортовипробування за критеріями відмінності, од-

норідності та стабільності згідно з рекомендаціями UPOV. Заявник сорту набуває право власності на нього тільки у разі видачі патенту на цей сорт та його занесення до реєстру патентів відповідно до Частини третьої Статті 10 та Частини третьої Статті 33 цього Закону. Одразу виникає запитання: невже заявник сорту, який допущено до господарського використання без видачі патенту на нього, не набуває майнових прав на цей сорт та його насіння (садивний матеріал)?

Відповідно до Частини другої Прикінцевих положень Закону "Про охорону прав на сорти рослин" та Постанови Кабінету Міністрів України від 19.08.03 № 1183, на період до 2006 року перелік родів та видів рослин, на які поширюється охорона прав на сорт патентом за критеріями відмінності, однорідності, стабільності, обмежено 23-ма сільськогосподарськими культурами, хоча, приєднавшись 1995 р. до Конвенції UPOV 1978 р., наша держава взяла зобов'язання розширити через вісім років після приєднання до цього міжнародного Акта перелік видів рослин, що підлягають охороні, до 24. Тобто нова редакція Закону не створює умов для приєднання до Акта Конвенції 1991 р., революційно не коригує порядок правової охорони сортів в Україні згідно з міжнародними вимогами. Зазначеним Актом Конвенції передбачено, що її держави-учасниці зобов'язані поширити охорону прав на сорти всіх видів рослин протягом трьох років. Сортовипробування за визначеною Держсортслужбою схемою проходять лише окремі сорти, на які подаються заявки. До 23-ох видів рослин, на які можна одержати патент, належать і 7 культур (жито,



пшениця м'яка, пшениця тверда, тритикале, ячмінь, рис, картопля), які згідно з Частиною другою Статті 47 Закону будь-яка особа має право розмножувати у своєму господарстві, і це не вважається порушенням майнових прав власника сорту. Крім того, згідно з порядком набуття права власності на сорт, визначеним Законом, **фактично не охороняються майнові права на сорти винограду, сім'ячкових, кісточкових, ягідних, горіхоплідних, декоративних, лікарських культур, квітів тощо.** Сорти цих культур створюються вітчизняними селекціонерами, визнаються на міжнародній арені, і на них є суспільна потреба, але патент на них одержати неможливо, оскільки відсутні вітчизняні методики їх експертної оцінки, адаптовані до вимог UPOV. Цією міжнародною організацією запропоновано методики випробування майже двохсот сортів. Потрібно їх лише адаптувати до національної системи сортовипробування, здійснити фаховий переклад цих методик українською мовою. Виникає запитання: чиї права та інтереси захищає вітчизняне законодавство? Невирішеність зазначених проблемних питань, до речі, стримує поширення патентної охорони на всі види рослин, приєднання України до Акта Конвенції UPOV 1991 року, а головне — робить непривабливим вітчизняний ринок насіння (садивного матеріалу) для іноземних насінневих (розсадницьких) структур.

Розгляд заявок про видачу патентів України на сорти має формальний характер. Занесення сорту до Державного реєстру сортів за спрощеною процедурою (тобто під відповідальність заявника) породжує лише примарне "моральне та еко-

номічне" визнання сорту, але фактично не надає селекціонеру та селекційній установі, що подала заявку про його допущення до господарського використання, права розпоряджатися його насінням (садивним матеріалом), визначати можливі шляхи його поширення та реалізації, комерціалізувати права на цей сорт. Патент на сорт, з юридичної точки зору, — монополія за законом. Майнові права на сорт, засвідчені патентом, дозволяють його власнику забороняти виробництво насіння (садивного матеріалу) з комерційною метою, використовувати і продавати різні репродукції цього насіння без його дозволу (ліцензії). Але, згідно з Частиною п'ятою Статті 35, Частиною третьою Статті 39, Статтею 47 Закону України "Про охорону прав на сорти рослин", які стосуються обмеження "виключних прав власника сорту", а також, згідно з визначеним цим Законом порядком набуття "майнових прав на сорт" (який, зокрема, суперечить Конституції України та міжнародним вимогам), виникає можливість дуже просто скасувати дію "декларативного" патенту на сорт (тобто виданого без визначення відмінності, однорідності та стабільності сорту також під відповідальність заявника) і вилучити його з реєстру.

Невідповідність деяких норм вітчизняного законодавства з питань охорони прав на сорти до норм законодавства у сфері насінництва, передусім, може призвести до зменшення у національному реєстрі кількості сортів вітчизняної селекції, а його невідповідність до міжнародних вимог створить умови для застосування іноземними селекціонерами для захисту своїх прав та інтересів норм міжнародного



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

законодавства згідно зі Статтею 9 Конституції України. Це також може призвести до ситуації, коли Україну буде визнано порушником майнових прав на іноземні сорти внаслідок невідповідності норм вітчизняного законодавства до міжнародних вимог, що створить перепони для приєднання нашої держави до СОТ.

Забезпечення правової охорони вітчизняних сортів в іноземних державах, що потребує затрат значних валютних коштів, на державному рівні, на превеликий жаль, не здійснюється, а це сприяє відпливу за межі України вітчизняних селекційних здобутків, які не пройшли державного сортовипробування, і на які остаточно не встановлено економічну цінність для нашої держави і суспільства. Чимало сортів вітчизняної селекції назавжди втрачено для України, тому що їх передача за межі України здійснювалася без погодження цих операцій з реальними власниками майнових прав на ці сорти. Пропозиції фахівців з питань інтелектуальної власності стосовно укладання ліцензійних договорів про передачу майнових прав на сорт, встановлення мінімально допустимого розміру ліцензійних платежів, зокрема, роялті, що вносилися відповідно до законодавства України та держав, куди здійснюється продаж насіння (садивного матеріалу) сортів, на превеликий жаль, не враховано. Селекціонери і керівники селекційних установ дуже часто забувають, що охоронний документ (патент) України на сорт діє тільки на території нашої держави та протягом певного часу, визначеного законодавством, і його дія не поширюється на територію інших держав. Для захисту прав та економічних

інтересів України, вітчизняних суб'єктів селекції та насінництва у договорах про надання дозволу (ліцензії) на виробництво і продаж насіння певного сорту за межами України необхідно обумовлювати право на подання заявки його власником та одержання ним іноземного охоронного документа за законодавством тієї держави, у якій реалізуватимуться набуті права. Для забезпечення захисту власних сортів на терені іноземних держав селекційним установам та окремим селекціонерам потрібно набути навички щодо передачі своїх селекційних здобутків **тільки за письмовими договорами**. Передбачити на першому етапі переговорів підписання договору (або протоколу) про наміри, у разі одержання зацікавленим у використанні сорту партнером інформаційних матеріалів укласти з ним договір про конфіденційність, а у разі бажання заінтересованих осіб провести додаткову економічну, агротехнологічну, біологічну перевірку певного сорту та його насіння — опційний договір (без надання права на комерційну реалізацію одержаних селекційних та інформаційних матеріалів), і лише після встановлення фактичних намірів контрагента — укласти з ним ліцензійний договір про передачу конкретних майнових прав на сорти рослин, що визначаються таким договором і передаються ліцензійному партнеру, а також встановити розмір і періодичність виплати ліцензіатом роялті від валового доходу за продаж певної кількості репродукованого насіння (садивного матеріалу), вирощеного з одержаного за договором відтворювального матеріалу.

Діяльність UPOV спрямовано на розробку гармонізованих з міжна-



родними вимогами науково-технологічних і юридичних правил щодо порядку застосування Конвенції UPOV, уніфікацію національних законодавств про охорону прав на сорти та насінництво, регулювання міжурядових відносин в галузі селекційної справи, пошуку нових форм співробітництва тощо. Держави, що визнали Акт Конвенції 1991 р., координують понад 70% комерційних операцій з питань продажу насіння (садивного матеріалу) сортів різних видів рослин, то невже Україна має намір вилучити свої науково-селекційні установи з міжнародного трансферу технологій у сфері виробництва насіння перспективних сортів?

З метою організації та регулювання договірних відплатних відносин у сфері селекції та насінництва, раціонального використання оригінального насіння (садивного матеріалу), сертифікації певних категорій репродукованого насіння, припинення піратського розповсюдження несертифікованого насіння (садивного матеріалу) під назвою зареєстрованих сортів наприкінці минулого сторіччя фахівцями Української академії аграрних наук (УААН) було розроблено Порядок реалізації прав на сорти рослин, занесених до Реєстру сортів рослин України, яким чітко визначалися правила укладання ліцензійних договорів між суб'єктами селекції та насінництва, виплати періодичних відрахувань (роялті) від доходів за продаж насіння та їхні граничні межі з урахуванням інтересів України, окремих селекціонерів, селекційних і насінневих структур, міжнародної практики здійснення таких операцій, а також запропоновано форму договору про передачу майнових прав на сорт. Але цей По-

рядок не був сприйнятим суб'єктами насінництва.

Паспорт-патент, що надається сьогодні суб'єктам насінництва для дозволу виробляти насіння певних сільськогосподарських культур, фактично порушує права селекціонерів і власників сортів. Право визначати насінневі структури, які можуть ефективно виробляти та поширювати насіння зареєстрованого сорту, згідно з Конвенцією UPOV, належить тільки власнику сорту. Державні структури не повинні втручатись у господарську діяльність, порушувати права суб'єктів, які є власниками та авторами сортів, вони можуть лише визначати особливі вимоги до насінневих господарств, приймати в інтересах держави і суспільства рішення про необхідність надання примусових ліцензій на виробництво насіння (садивного матеріалу) сортів, що вирощуватимуться в інтересах держави та суспільства, але з гарантією виплати роялті від доходів за його продаж їхнім авторам і власникам, відповідно до комерційної цінності цих сортів. Відплатні правовідносини між суб'єктами селекції і насінництва на насінневому ринку України не врегульовано, що призводить до втрати значних коштів не лише селекціонерами, науково-селекційними та насінневими установами, але й державою, яка, крім того, втрачає пріоритети на нові вітчизняні сорти. Створення державних органів контролю у сфері виробництва та розповсюдження насіння, як засвідчує практика, є малоефективним. Найкращим контролером є сам селекціонер та особа, заінтересована у поширенні насіння (садивного матеріалу) сорту, яка одержала дозвіл (ліцензію) на його виробництво і



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

продаж і незацікавлена мати конкурентів на насінневому ринку.

Відповідно до Статті 43 Закону "Про охорону прав на сорти рослин", особам, заінтересованим у виробництві насіння (садивного матеріалу), надається примусова ліцензія, якщо власник сорту не бажає давати дозвіл на його виробництво. Ця Стаття Закону та затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 29.01.03, № 121 Порядок видачі примусової ліцензії не передбачають відповідальності суб'єкта, якому надається така ліцензія, за порушення прав власника та авторів сорту за несвоєчасну виплату або не-виплату їм ліцензійних платежів. Порядок видачі примусової ліцензії необхідно привести у відповідність до міжнародних вимог, врахувавши, зокрема, норми параграфа 1498 Патентного закону США чи параграфа 39 Закону Австралії "Про охорону сортів".

Для розвитку експортно-імпорتنих операцій щодо насінневого матеріалу нашої державі необхідно узгодити з міжнародними вимогами питання виробництва упаковки для насіння (садивного матеріалу) сортів, його маркування, якості очищення та обробки, розробити чітку систему відбору сортів з метою виз-

начення доцільності експорту та імпорту їхнього насіння (садивного матеріалу). За висновками іноземних селекціонерів та насіннярів, сорти іноземної селекції найдоцільніше використовувати з науковою метою для створення нових сортів, для поповнення генофонду рослин. Товарні закупки насіння (садивного матеріалу) не передбачають укладання договорів про передачу технологій його вирощування та зберігання, іншої необхідної для його використання інформації, не гарантують збереження характерних ознак сорту, що значно збільшує період адаптації іноземних сортів до наших агрокліматичних умов. Європейськими державами свого часу укладено двосторонні угоди, зокрема, про визнання чинності національних охоронних документів на сорти, про нерозголошення одержаних агротехнологічних секретів вирощування їхнього насіння, формул гібридних рослин. Розвиток політичних і економічних відносин між Україною та європейськими державами потребує визначення і цих питань. Для аграрного сектору України прийняття відповідних урядових рішень із зазначених питань має велике значення. ♦

Література:

1. О.В. Пічкур. *Захист прав селекціонерів. Міф чи реальність?* // Сільські обрії. — 1995. — № 12.
2. О.В. Пічкур, А.А. Корчинський, Л.О. Животков. *Соціально-економічні аспекти прав селекціонерів України в умовах розвитку ринкових відносин.* // Економіка АПК. — 1996. — № 3.
3. В.В. Редько, О.В. Пічкур. *Захист прав селекціонерів та національних інтересів України. Міф чи реальність?* // Інтелектуальна власність. — 2001. — № 8.
4. Л.Й. Глухівський. *Національне законодавство з охорони прав на сорти рослин у контексті міжнародного законодавства.* // Інтелектуальна власність. — 2002. — № 9.



ПОНЯТТЯ І ЗМІСТ ЗНАКІВ ДЛЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Іван Поляков,
завідувач лабораторії захисту прав НДІ інтелектуальної власності, завідувач кафедри економіко-правового факультету Одеської Національної юридичної Академії, кандидат юридичних наук

З товарними знаками доводиться мати справу щодня при здійсненні дрібних і великих покупок — чи то банки консервів, чи то телевізора. Товарний знак є символом, призначеним найперше для ідентифікації виробника. Товар того самого виду, наприклад, шампунь, може вироблятися різними фірмами (ВАТ), причому кожна з них проставляє на цьому продукті свій товарний знак. Споживачі, зважаючи на ці знаки, здійснюють покупки. Якщо раніше придбаний ними товар повністю їх задовольняє, то повторно аналогічний продукт купується, зазвичай з товарним знаком, який закарбувався у пам'яті. Зовсім необов'язково, щоб покупець точно знав, кому саме належить товарний знак. Купуючи продукт, споживач робить вибір між аналогічними за призначенням товарами, що їх виробляють фірми-конкуренти, орієнтуючись винятково на товарний знак. Очевидно, що товарні знаки мають бути не лише різними, але й відрізнятися один від одного з першого погляду, тобто необхідно, щоб вони мали високі розрізнявальні властивості.

Історія товарних знаків сягає своїх корінням глибини сторіч, і точно зафіксувати дату появи перших товарних знаків немає можливості. Проте приблизно з 5000 р. до нашої

доби людство розпочинає масові, як для тих часів, виробництво і продаж глиняного посуду. Саме на цьому посуді і з'явилися позначення, класифіковані на тепер як товарні знаки. Посуд, вироблений у Китаї в період царювання імператора Хонг-То, було марковано першими (у виявлених на сьогодні) виразними позначеннями, які вказували ім'я чинного імператора, а також ім'я виробника або місце виробництва [1, С. 78-80].

Ще більш поширеними стали товарні знаки за середньовіччя, коли виникли перші гільдії ремісників і купців. Кожний ремісник ніс відповідальність за якість виробленого ним товару і тому ставив на ньому своє тавро (товарний знак). Часто-густо декілька ремісників брали участь у виробництві одного й того самого продукту (приміром, ніж виробляли: коваль, виковуючи лезо, тесля, роблячи руків'я, а чинбар (шкіряник), виготовляючи чохол до нього). У такому разі кожен з них міг проставляти на результаті своєї праці товарний знак (тавро).

Перший законодавчий акт стосовно товарних знаків ухвалив англійський парламент 1266-го року. Згідно з цим актом, кожний пекар мав проставляти свій знак на хлібинах, аби “якщо хліб випечено недостат-



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

ньої ваги, було відомо, хто у цьому винен”. Та все ж до початку промислової революції товарні знаки застосовувалися досить обмежено, позаяк товари часто було важко відрізнити — вони продавалися на вагу з ящиків або дзбанів.

Індивідуальну упаковку почали широко використовувати з початком промислової революції. Це дало змогу застосувати товарні знаки як засіб ідентифікації продукту і як засіб реклами. Зразком щодо широкого практичного використання товарного знака, починаючи з XIX ст., може слугувати американська компанія “Проктор енд Гембл”. До 1880 року мило вироблялося в домашніх умовах або купувалося на вагу. У магазині продавець на прохання покупця відкраював шматок мила на кшталт того, як це робиться з маслом. Технологія виробництва мила була вкрай недосконалою, тому якість дуже різнилася від партії до партії. Вільяму Проктору і Джеймсу Гемблу пощастило створити технологію, що забезпечувала одержання мила незмінної якості. Проктор і Гембл вибрали для вироблюваного ними мила найменування “IVORY”, яке і було зареєстровано як товарний знак. Цей товарний знак не лише ідентифікував виробника, але й застосовувався і застосовується дотепер з рекламною метою як символ високої якості та чистоти.

Варто зазначити, що товарні знаки виконують три основні функції.

Першою функцією є ідентифікація, яка забезпечує вирізнення товару серед інших подібних товарів і вказує на джерело його походження. Споживач, зайшовши до магазину і купуючи товар з тим товарним знаком, якому він віддає перевагу, тим самим вибирає конкретного виробни-

ка серед конкурентів. Конче значущою є ця функція нині, коли більшість магазинів застосовує принцип самообслуговування, і продавець, власне, не має можливості “нав’язати” той чи інший товар покупцю. Якби не було ідентифікації, у виробника не було б підстав пишатися своєю продукцією, а у покупця не було б змоги звинувачувати конкретного виробника за погану якість або, навпаки, хвалити за високу якість продукту. Без товарних знаків продукти постають начебто анонімними, а анонімність за умов конкуренції зумовлює радше погіршення якості, ніж поліпшення, оскільки за рахунок зменшення видатків на виробництво, що відбувається на шкоду якості, можна підвищити прибуток.

Другою функцією товарних знаків є доправлення до покупця інформації про якість продукції. Навіть якщо товарний знак не гарантує високої якості, він гарантує її стабільність. Окрім того, споживач, звикаючи до того, що продукти, марковані певним товарним знаком, задовольняють його за якістю і ціною, часто-густо виявляє готовність купувати й інші товари під тим самим товарним знаком.

Третьою функцією товарного знака є реклама. Товарний знак як такий може бути виконаним у вигляді етикетки товару або бути присутнім на етикетці, проставлятися на упаковці. Відтак упаковка товару стає чітко вирізненою на тлі інших і починає виконувати функцію товарного знака, в тому числі й рекламну.

Активна законотворча діяльність щодо товарних знаків розпочалася із середини XIX сторіччя. З 1857 по 1900 рр. попервах у Франції, а потому і ще в сімох країнах було прийнято національні закони стосовно товарних знаків. 1883-го року оди-



надцять країн підписали Паризьку конвенцію, яка визначає основні міжнародні норми щодо товарних знаків. На тепер підготовано міжнародний документ, що регламентує питання гармонізації законодавства з товарних знаків [1, С. 79-80].

Відповідно до Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” від 15 грудня 1993 року [2] і Закону України “Про охорону прав на зазначення походження товарів” від 16 червня 1999 року [3], до товарних знаків і знаків обслуговування зачисляються позначення, здатні відрізнити, відповідно, товари і послуги одних юридичних чи фізичних осіб від однорідних товарів і послуг інших юридичних чи фізичних осіб. А до знаків найменування місць походження товарів зачисляють будь-яке словесне або візуальне (географічне) позначення, яке прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товарів. Ним може бути і назва географічного місця, що вживається для позначення товару або як складова такого позначення (скажімо, пиво “Славутич”, “Львівське”, “Чернігівське” тощо).

Як товарні знаки може бути зареєстровано словесні, візуальні, об’ємні та інші позначення або їх комбінації. у деяких країнах як знаки обслуговування може бути зареєстровано звукові символи, які передаються радіо- та телестанціями.

Найпоширенішими є словесні товарні знаки, причому як такі можуть реєструватися вживані слова, штучні слова, а також сполучення літер і цифр. Наприклад: вживані вже слова — “Лада”, “Triumph” для автомобілів; штучні слова, сконструйовані за принципом “добре запам’ятовуються”, — “Coca-Cola” (Кока-Кола), “Херох” (Хсерокс); іме-

на — “Ford” (Форд), “Peugeot” (Пежо); сполучення літер (аббревіатура) — “ЗИЛ”, “КамАЗ”, “BMW” (БМВ); цифри — “555” для сигарет, “4711” для одеколону.

Як візуальні (зображувальні) товарні знаки використовуються рисунки і символи. Приміром, фірма з виробництва готового одягу “Лакост” як товарний знак використовує зображення крокодила, фірма “Мерседес” застосовує товарний знак у вигляді трипроменевої зірки.

Комбіновані товарні знаки складаються із словесних і зображувальних елементів. Такі знаки у разі їх вдалого виконання сполучають переваги словесних і зображувальних знаків. Зазвичай, найефективнішими вважаються комбіновані товарні знаки, які сполучають словесні та візуальні елементи тотожного змісту. Ці знаки краще запам’ятовуються, їх легше захищати у разі реєстрації за кордоном (можливими є колізії при перекладі словесного елемента). До числа комбінованих товарних знаків належать відомі в нашій країні знаки “Пума”, “Ягуар”, “Кристал”.

Слід зауважити, що як товарні знаки можуть реєструватися аж ніяк не будь-які позначення. Відповідно до п.п. 1, 2, 3 Ст. 6 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” від 15 грудня 1993 року [2], не допускається реєстрація товарних знаків, які містять тільки позначення, що не мають розрізняльної здатності; являють собою державні герби, прапори, емблеми, офіційні назви держав; скорочені чи повні найменування міжнародних, міжурядових організацій; офіційні контрольні, гарантійні, пробірні клейма, печатки; нагороди та інші відзнаки або схожі з ними настільки, що їх можна сплу-



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

тати. Такі позначення може бути додано до товарного знака як неохоронювані елементи, якщо: на це є згода відповідного компетентного органу або їхнього власника. Також не можуть отримати реєстрацію позначення, якщо вони увійшли до загального вжитку як позначення товарів певного виду; вони є загальноприйнятими символами і термінами; вказують на тип, якість, кількість, властивості, призначення, цінність товарів, а також на місце і час їхнього виробництва чи збуту; є неправдивими або здатними ввести в оману споживача стосовно товару чи його виробника; суперечать суспільним інтересам, принципам гуманності і моралі.

До позначень, що не мають розрізняльної здатності, зачислено: окремі літери, сполучення літер, цифри та їх сполучення, абрєвіатури неслівесного характеру, наприклад, такі, як СКБ, СКТБ, НДІ, КБО, УПП тощо.

Не підлягають реєстрації також геометричні фігури, назви товарів (видові чи родові позначення) та їх прості (натуралістичні) зображення.

Водночас перелічені вище позначення можуть бути зареєстровані, якщо їх виконано в оригінальній графічній манері.

Положення Ст 6 Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" від 15 грудня 1993 р. не дозволяють реєструвати загальновизнані символи і терміни, застосовувані в різноманітних сферах науки і техніки ("Ампер", "Люкс", "Ват"), або такі, що вказують на певні види діяльності: шестірня для машинобудування, голка для швейної промисловості, шолом Меркурія з крилами для торгівлі, схрещені молоточки для вугільної та інших галузей гірничодобувної

промисловості, чаша зі змією для медицини [2].

Осібну групу позначень, що не підлягають охороні, становлять описові позначення, такі, як, наприклад, "Creat-22" для косметичних товарів, "Monolith" для конструкції із залізобетону.

Не реєструються як товарні знаки позначення, що вказують тільки на час, спосіб, місце виробництва товару, на вид, якість, властивості, кількість, склад, вагові співвідношення, призначення, цінність товару або на інші дані, винятково описового характеру [1, С. 81-84].

До категорії описових позначень належать і такі, що не можуть достатнім чином індивідуалізувати товар і його виробника через відсутність розпізнавальних ознак: "Мособувь", "Азмехшуба", "Укрндісхом", а також позначення характеру слівослів'я — "Екстра", "Люкс".

Товарні знаки, які складаються частково або повністю з географічних зазначень, не підлягають реєстрації, якщо вони можуть сприйматися споживачем тільки як показник місця знаходження виробника товару. Проте географічні зазначення може бути зареєстровано, якщо за своїм характером вони сприймаються споживачем як фантазійні стосовно товару, не викликаючи асоціацій з місцем його виготовлення. Скажімо, слово "Еверест", призначене для сигарет, або маловідомі широкому споживачеві географічні зазначення, як назва озера в Рязанській області "Світязь" чи невеличкої річки на Уралі "Агідель".

Необхідно окремо зупинитися на так званих "знаках обслуговування", які сьогодні дістають все більшого поширення. Якщо товарні знаки традиційно пов'язувалися з гото-



вим продуктом, на упаковку якого їх проставляли, то з розширенням сфери послуг розпочалося використання індивідуальних знаків підприємств цієї сфери. Такі знаки застосовують авіакомпанії, готелі, мережі підприємств хімічистки тощо. Хоча такі знаки не є товарними (в буквальному сенсі), вони виконують всі три основні функції товарних знаків (ідентифікації, інформації, реклами). В українському законодавстві знаки обслуговування згадуються безпосередньо в Законі, а в законодавствах багатьох країн, де не існує терміна “знак обслуговування”, Закон тлумачиться в розширеному сенсі, що дає змогу використати цей термін стосовно послуг [1, С. 84].

Норми, що стосуються реєстрації товарного знака, містяться в Ст. Ст. 7-9 вже згаданого Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”. Вони охоплюють питання подачі заявки, проведення експертизи, оскарження рішень по заявках на реєстрацію товарного знака.

Закон спрощує процедуру розгляду заявки і скорочує перелік документів, які надаються для встановлення пріоритету. Заявка має стосуватися одного товарного знака і, відповідно до п. 4 Ст. 7, містити: заяву про реєстрацію позначення як товарного знака із зазначенням заявника, а також його місцезнаходження або місця проживання; заявлене позначення та його опис; перелік товарів, для яких запитується реєстрація товарного знака, згрупованих за класами міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (надалі — МКТП). Ідеться про МКТП, засновану Угодою про міжнародну класифікацію товарів і послуг у м. Ніцца.

До заявки має бути додано:

- документ, що підтверджує сплату державного збору у встановленому розмірі (станом на 1 березня 2004 року сума державного збору становить 1020 грн.);
- статут колективного знака, якщо заявка подається на колективний знак.

У п. 1 Ст. 8 Закону визначено, що пріоритет товарного знака встановлюється за датою надходження заявки до Установи [1, С. 86].

Під Установою законодавство має на увазі державне підприємство “Український інститут промислової власності” (“Укрпатент”), яке здійснює експертизу заявок на об’єкти промислової власності щодо їхньої відповідності умовам надання охорони.

“Укрпатент” — це експертна організація, уповноважена центральним органом виконавчої влади у сфері інтелектуальної власності, зокрема, Державним департаментом інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України, проводити експертизу заявок, у тому числі на знаки для товарів і послуг. Власне, це досить великий науководослідний інститут, в якому працюють понад 500 співробітників. Структурно він складається з підрозділів, які утворюють чотири блоки: експертний, патентно-інформаційний, правовий і господарчий.

Обсяг роботи Інституту досить обширний. Так, за 2002 рік до установи надійшло понад 11000 заявок лише на знаки для товарів і послуг. Слід зазначити, що за останні роки спостерігається стабільне зростання кількості заявок. З 2000 по 2002 рр. чисельність заявок збільшилася майже на 10000 [4, С.17].

Згідно з положенням Ст. 10 Закону України “про охорону прав на



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

знаки для товарів і послуг” від 15 грудня 1993 року, процес експертизи заявки на товарний знак розподіляється на два етапи: *попередню експертизу і експертизу заявленого позначення*.

У процесі попередньої експертизи перевіряється зміст заявки і її відповідність установленим вимогам. За результатами експертизи заявнику повідомляють про прийняття заявки до розгляду або про відмову в прийнятті її до розгляду.

На другому етапі перевіряється відповідність заявленого позначення визначенню товарного знака і встановлюється, чи не є воно позначенням, яке не може бути зареєстрованим на підставах, що містяться в Ст. 6 указанного Закону (“Абсолютні підстави для відмови в реєстрації” або “Інші підстави для відмови в реєстрації”) [2].

За результатами експертизи приймається рішення про реєстрацію товарного знака або про відмову в його реєстрації.

Відомо, що стосовно експертної перевірки є держави з *явочною і перевірковою експертизами*. Явочна — передбачає лише перевірку формальних ознак заявки (власне, це і є попередня експертиза, передбачена вказаним українським Законом).

Переважає більшість держав запровадили перевірочну систему, яка передбачає після попередньої експертизи дослідження самого позначення. Однак і в цих країнах така перевірка буває різномірною: *обмеженою і повною*.

Країни з обмеженою експертизою перевіряють заявлене позначення з огляду на вимоги, визначені Ст. 6 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”, окрім новизни (Італія, Швейцарія, Аргентина).

США, Великобританія, Австрія, Японія здійснюють повну експертизу, в тому числі перевірку на новизну. Закон України передбачає перевірочну і повну експертизу заявки на товарний знак.

Порушення прав на товарний знак може здійснюватися різноманітними способами. Найгрубішим порушенням є підробка, коли знак, ідентичний або схожий із зареєстрованим знаком, проставляють без дозволу його власника на продукті задля створення враження, що підроблений продукт вироблено фірмою-власницею знака. У цьому разі має місце обман покупця, який думає, що придбав товар популярної фірми-власниці товарного знака, проставленого на продукті. Випадком підробки слід вважати використання без дозволу ідентичних товарних знаків, приміром, знака “Пепсі-Кола” на пляшках з безалкогольним напоєм, виробленим іншою фірмою. До підробок можна зачислити і використання неідентичних, але схожих знаків, які можуть ввести в оману покупця. Наприклад, якщо на спортивному взутті замість товарного знака Рібок (Reebok) проставлено знак Рібак (Reebak).

Нещодавно в практиці виникла ситуація, пов'язана з буцімто незаконним використанням макаронним заводом у маркуванні своєї продукції сценічного імені “Тая” української співачки Таїсії Повалій. З цього питання Антимонопольний комітет України на відкритому засіданні планує ухвалити рішення по справі за заявою Таїсії Повалій про порушення ТОВ “Українські макарони” законодавства про захист від недобросовісної конкуренції [5]. Напередодні цього рішення керівництво ТОВ “Українські макарони” вирішило провести прес-конференцію і вис-



ловити свою думку щодо розгляду цього спору.

За словами адвоката і патентного повіреного, який представляє інтереси дистриб'ютора Хмельницької і Чернігівської макаронних фабрик ТОВ “Українські макарони”, Олега Дроздова, Антимонопольний комітет України (далі — АМКУ) [6, С. 12] втрутився не в свої справи, прийнявши до розгляду заяву української співачки Таїсії Повалій щодо визнання неправомірним використанням компанією “Українські макарони” її сценічного імені — Тая.

За даними прес-служби Комітету, зважаючи на те, що Повалій не дала згоди на використання свого імені як товарного знака, АМКУ не виключає, що випуск макаронної продукції з такою назвою буде заборонено.

Юрисконсульт зацікавленої компанії Наталя Ситник зазначила, що головним доказом по цій справі для АМКУ послужило соціологічне дослідження, яке засвідчило, що у споживачів назва макаронів асоціюється з ім'ям Таїсії Повалій. Проте компанії не було надано можливості ознайомитися з цим дослідженням, тому у її керівництва є великі сумніви щодо його об'єктивності.

Підкреслювалось, що товарний знак, використовуваний компанією, офіційно зареєстровано “Укрпатентом”.

Пояснення, надані компанією АМКУ, вказують, що назва торгової марки виникла на честь колишнього директора Хмельницької макаронної фабрики Таїсії Бухтіярової, яка пропрацювала понад 30 років на цьому підприємстві.

Така справа є безпрецедентною в Україні, і остаточне рішення, як на нас, все-таки ухвалить судова інстанція.

На превеликий жаль, на тепер законний бізнес на підробках набрав занадто розлогого поширення. Це пов'язано з тим, що виробник підроблених товарів не втрачається на наукові дослідження, маркетинг і рекламу, як це вже зробив власник товарного знака. Поза тим, виробник підробленого товару одержує ринок, завойований зусиллями законного власника товарного знака.

Серед інших різновидів недобросовісної конкуренції підробка розглядається як найтяжчий злочин як з точки зору завданої шкоди власникові знака, так і з точки зору ефективності заходів, застосовуваних у боротьбі з підробками і особами, які несуть відповідальність за появу на ринку підроблених товарів.

Боротьба з незаконним використанням товарних знаків у різних країнах провадиться за трьома напрямками, які становлять такі категорії дій: цивільні, кримінальні та адміністративні.

Відповідно до Ст. 20 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”, будь-яке зазіхання на права власника свідоцтва, в тому числі вчинення без згоди власника свідоцтва дій, які потребують такої згоди, і підготовка до таких дій вважається порушенням прав власника свідоцтва, що спричиняється до відповідальності. На вимогу власника таке порушення має бути припинено, а порушник зобов'язаний відшкодувати власнику свідоцтва завдані збитки. Власник товарного знака може вимагати також припинення використання зареєстрованого маркування, вилучення його з товару порушника та його упаковки, так само як і такого позначення, яке може ввести споживачів цього продукту в оману. За-



ПАТЕНТНЕ ПРАВО

хист права на знак здійснюється в судовому порядку [2].

У колишньому СРСР через відсутність конкуренції між підприємствами в умовах планового господарства гучних справ, які набрали б широкого розголосу, щодо товарних знаків не було.

Виникнення конкуренції в Україні та Росії зумовило появу неабияких колізій, пов'язаних з товарними знаками. Розголосу набрав спір між американською компанією "Хюблайн", яка володіє фірмою "St Pierre Smirnoff Fils", і російською фірмою "П.А. Смирнов и потомки в Москве" за право володіння товарними знаками "Петр Смирнов" і "Смирнов".

Бурхливі суперечки велися довкола товарного знака "Аспірин" та низки товарних знаків тютюнової продукції.

Ці факти увиразнюють зростання ролі товарних знаків у діловому світі українського підприємництва і підтверджують необхідність освоєння підвалин охорони інтелектуальної власності бізнесменами [1, С. 92-94].

Отже, згідно із Законом України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг", до товарних знаків належать позначення, здатні відрізнити товари і послуги одних юридичних/фізичних осіб від однорідних товарів і послуг інших юридичних/фізичних осіб.

У процесі проведеного аналізу законодавства щодо товарних знаків визначено, що товарні знаки при їх використанні виконують три основні функції: ідентифікаційну, інформаційну і рекламну, які, в свою чергу, відіграють важливу роль у діяльності конкретних виробників, котрі володіють товарними знаками. ♦

Література:

1. В.В. Белов, Г.В. Виталиев, Г.М. Денисов. *Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика его применения: Учебное пособие.* — М.: Юристъ, 1999.
2. Закон України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" від 15.12.1993 р. // *Відомості Верховної Ради України.* — 1994. — № 7. — Ст. 36.
3. Закон України "Про охорону прав на зазначення походження товарів" від 16.07.1999 р. // *Відомості Верховної Ради України.* — 1999. — № 32. — Ст. 267.
4. "Укрпатент": експертиза на висоті // *Юридична практика.* — 2003. — № 8.
5. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" від 07.07.1996 р. // *Відомості Верховної Ради України.* — 1996. — № 36. — Ст. 164.
6. *Гарячий спір за ім'я Тая* // *Юридична практика.* — 2004. — № 5.



ПРАВОВІ АСПЕКТИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Володимир Нежиборець,
учений секретар НДІ інтелектуальної власності, кандидат економічних наук

При практичному здійсненні інноваційної політики виникає безліч правових проблем, які потребують оперативного розв'язання. Найбільш складними і актуальними є проблеми формування ринкових відносин щодо комерціалізації інтелектуальної власності.

Ринок інтелектуальної власності дає можливість отримувати кінцеві результати науково-дослідної діяльності, підвищує конкурентоздатність і якість продукції. Більше того, соціально-економічні відносини починаються саме з цього ринку, тому що лише на ньому укладають ліцензійні договори і купують право на використання винаходів, корисних моделей, промислових зразків, ноу-хау на нову конкурентоспроможну продукцію.

Водночас, за даними статистичного спостереження кільканадцяти років, фінансування науки коштом державного бюджету залишається на низькому рівні. На виконання завдань науково-технічних програм з пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки виділяється менше 8 % загального обсягу фінансування, а частка бюджетних асигнувань у фінансуванні інноваційних робіт становить лише близько 1,5%. Менше 2% інноваційно активних під-

приємств отримали кошти з бюджету для здійснення нововведень.

За умов реформування економіки України перехід на інноваційну модель розвитку означає, насамперед, пошук нових джерел фінансування для активізації інноваційної діяльності. Державні структури в промислово розвинених країнах використовують для цього чимало непрямих важелів: різноманітні пільги, спеціальні правила, що заохочують компанії до видатків на науково-дослідні і проектно-конструкторські роботи, формування фондів ризикового (венчурного) фінансування науково-виробничих процесів.

Венчурний капітал виявився тим органічно необхідним елементом сукупного господарчого механізму, що дає змогу реалізовувати нововведення на найкритичніших етапах їхнього освоєння і комерціалізації, тобто там, де інші механізми не спрацьовують.

Інтерес до ризикового фінансування зростає з трьох причин. По-перше, подеколи інвестори одержували реальний дохід, який у багато разів перевершував можливий дохід від традиційних кредитно-фінансових операцій. По-друге, специфіка об'єктів фінансування — високоризикових підприємницьких проектів



— дає поштовх розвитку особливих методів управління, що сприяють мінімізації інвестиційних ризиків. По-третє (що, мабуть, є найголовнішим з економічної точки зору), венчурний механізм забезпечив практичну можливість фінансування нових інноваційних ідей і розробок на початкових етапах їх реалізації.

За підтримки інвесторів венчурного капіталу знайшли дорогу на ринок чимало нововведень ХХ ст., пов'язаних з мікропроцесорною технікою, персональними комп'ютерами, Інтернетом, генною інженерією тощо. Венчурний капітал відіграв помітну роль у становленні таких добре відомих сьогодні флагманів наукомісткого бізнесу, як "Майкрософт", "Еппл", "Діджитл Еквіпмент Корпорейшн", "Компак", "Сан Мікросистемз", "Лотус", "Федерал Експрес", "Джинентек", "Йахоу", "Нетскейп" і багатьох інших [1].

Точного обліку венчурних вкладень у регіональному розрізі немає. За наявними відомостями, їхній загальний річний обсяг 1997 р. оцінювався в \$ USA 20-25 млрд., при цьому на ринок венчурного капіталу США припадало \$ USA 12,7 млрд., Європи — 10 млрд. еку (без обліку інвестицій у країни Центральної і Східної Європи). Вкладення венчурного капіталу залежать від стадії розвитку компаній — об'єктів інвестування за галузевим принципом, а також у залежності від обсягу капіталовкладень [2].

Існують три основних ринки венчурного капіталу — США і Канада, Південно-Східна Азія, Європа.

США і Канада традиційно орієнтуються на фінансування передусім нових і дуже молодих інноваційних об'єктів. Однак, у 80-ті роки, коли під впливом надлишкової грошової

маси, що з'явилася у зв'язку з виходом на ринок венчурного капіталу могутніх пенсійних фондів, при досить незначній кількості якісних проектів деякі інвестори припинили фінансування початкових стадій розвитку фірм і перейшли на менш ризиковане фінансування пізніших етапів. Ряд фірм почали фінансувати окремі угоди, інші розширили кордони своєї інвестиційної стратегії і розпочали пошук вигідних проектів у нових галузях діяльності (наприклад, у біотехнології), що у 90-ті роки призвело до поживавлення промисловості і різкого збільшення обсягу венчурного капіталу.

У **Західній Європі** венчурний капітал використовується здебільшого з метою розвитку. Однак, відповідно до розширення фінансування окремих угод, які переважно є малопробитковими, але пов'язані зі значно меншим ризиком, венчурний капітал континентальної Європи у 90-ті роки почав орієнтуватися на цю сферу інвестування. У деяких країнах зростання підприємництва на базі венчурного капіталу було викликано виниклим у 80-ті роки підвищеним інтересом управлінського персоналу до придбання підприємств, на яких він працює. Така структура венчурного капіталу характерна сьогодні насамперед для **Великобританії і Франції**. Винятком для Європи є **Нідерланди**, де венчурне фінансування дістало неабияке поширення і діє приблизно так, як у **Північній Америці**. У **Німеччині** структура венчурного капіталу є чимось середнім між його структурами в Нідерландах і Франції.

Спостерігаються істотні розходження в напрямках використання венчурного капіталу за структурою його вкладень.



У США переважають вкладення у високі технології. Останнім часом фірми, засновані на базі інноваційних технологій, становили там близько 60 % усіх компаній, куди було спрямовано венчурний капітал. Що стосується Західної Європи, то тут венчурні інвестиції розподіляються між галузями досить рівномірно, і процес фінансування програм розвитку охоплює широкий спектр компаній, не обмежуючись фірмами, які використовують високі технології [2].

Венчурний бізнес як органічний елемент ринкових відносин розвивається нерівномірно. Періоди підвищення інтересу до акцій нових наукомістких фірм чергуються з болючими для інвесторів спадами, що ставить цей вид бізнесу на межу виживання. Проте щоразу ринок венчурного капіталу відроджується заново завдяки заходам адаптації і підтримки, у тому числі з боку держави. Таке відродження, з огляду на роль цього ринку в сучасній економіці, розвиток якої забезпечується значною мірою за рахунок освоєння науково-технологічних нововведень, є неминучим.

Опиняючись у кризових ситуаціях, інвестори зазвичай змінюють стратегію управління бізнесом, застосовуючи такі заходи:

- переорієнтацію інвестиційної активності з ранніх і тому більш ризикованих етапів венчурного фінансування на більш пізні, пов'язані з підтримкою вже створених і задіяних фірм, які ще не встигли здійснити емісію своїх акцій;
- пошук нових сфер вкладення венчурного капіталу, у тому числі в перспективні проекти, орієнтовані на освоєння останніх

науково-технологічних досягнень;

- скеровування операцій по забезпеченню ліквідності раніше зроблених капіталовкладень від фондового ринку у бік корпоративних злиттів і поглинань;
- лобіювання додаткових заходів сприяння венчурному бізнесу з боку держави (зниження ставки податку на прирощування капіталу від операцій з цінними паперами чи залучення у великих масштабах нових джерел венчурного капіталу, зокрема, пенсійних фондів) [2].

Помітну роль у подоланні кризи на ринку венчурного капіталу в індустріально розвинених країнах відіграє держава. Уживані нею заходи є досить різноманітними і багато в чому схожими з механізмами підтримки, які використовуються на ранніх етапах становлення цього ринку.

Такі країни, як США і Великобританія, вдаються до різних програм державної участі в розвитку венчурного бізнесу переважно в періоди спаду активності, застосовуючи *методи непрямого стимулювання* (податкові пільги, розширення числа потенційних приватних інвесторів шляхом послаблення законодавчих обмежень тощо).

Водночас у США продовжує функціонувати і розпочата ще 1958 р. програма підтримки інвестиційних компаній малого бізнесу SBA (Small Business Administration), до завдань якої належить забезпечення державних гарантій певної частини вкладень у венчурний бізнес. Відтоді з'явилося безліч так званих SBIC (Small Business Investment Companies), компаній, що інвестують у малий бізнес. Їхнє існування забезпе-



чувала державна система, яка бере на себе частину ризиків на початковій стадії фінансування проєктів. З 1995 р. аналогічна SBIC-схема з'явилася в Німеччині [1, 2]. 1982 р. було прийнято Закон про розвиток інновацій у малому бізнесі, ("Small Business Innovation Development" Act of 1982; Public Law 97-219), що визначив формування правових норм партнерства державного і приватного секторів. На основі цього Закону було прийнято програму SBIR (Small Business Innovation Research), до якої належать декілька міністерств, у тому числі — оборони й енергетики, Аерокосмічна адміністрація (NASA), Національний науковий фонд (NSF). Закон зобов'язував федеральні відомства, які мають бюджет на науку понад \$ USA 100 млн., відчислити певний відсоток на підтримку малих інноваційних підприємств. Розмір цих відрахувань постійно зростає. Спочатку це визначалося цифрою 0,5%, згодом послідовно: 1%, 1,5%, 2%, а з 1996 року — не менше 2,5% [3].

У Японії венчурний бізнес також розпочинався з ініціативи держави: перші три фірми створено 1963 року Міністерством міжнародної торгівлі і промисловості коштом уряду, префектур і банків. Перші фірми відразу почали функціонувати на кшталт американських: надавати не кредити, а акціонерні вкладення. За 22 роки діяльності три напівурядові фірми венчурного капіталу підтримали близько 2000 компаній. 1975 року було створено Центр венчурного підприємництва.

Важливим елементом японської системи підтримки малого і середнього бізнесу є система законодавчого забезпечення. Вона має цілий комплекс законів, прийнятих в ос-

танній період, але впроваджених не відразу, не одномоментно, а поступово, починаючи із Закону про створення Державного управління з підтримки малих інноваційних підприємств, за яким пішли Закони: про Державну корпорацію з фінансування малих інноваційних підприємств, про систему погашення позик малих інноваційних підприємств, про кооперативи; Закон з основ політики щодо малих інноваційних підприємств тощо. Варто підкреслити, що мова йде не про одноразово чинні закони. Щойно в Японії зростає безробіття, як у дію вступають чергові нові закони, що сприяють малому і середньому підприємству [3, 4].

Що стосується держав, які помітно відставали до початку 90-х років у цій сфері від країн-лідерів (Німеччина, Ізраїль, Фінляндія), то в них широко використовувалися заходи *прямої державної підтримки*, продиктовані прагненням підвищити конкурентоздатність національної промисловості в умовах глобалізації світового ринку.

В Ізраїлі 1992 року було створено державну компанію Yozma з капіталом у \$ USA 100 млн. Основною ідеєю створення компанії було залучити до партнерства широко відомих і успішних на Заході венчурних підприємців. Було поставлено умову — західні партнери мали навчати ізраїльтян технології венчурного бізнесу. Привабливість участі західних інвесторів забезпечувалася винятково пільговими для них умовами розподілу доходу (і страхування ризиків). Таким чином, гроші Yozma пішли на оплату послуг західних фахівців і окупилися у вигляді зроблених у бізнес \$ USA 5 млрд. інвестицій, з неймовірним коефіцієнтом



— 50. Крім того, в Ізраїлі було створено дуже ефективну систему хайтек-інкубаторів при деяких університетах, яка працює на грантових умовах [5].

У **Фінляндії** найважливіший внесок у створення надзвичайно успішної моделі інноваційної економіки внесли зусилля двох організацій — Tekes і Sitra. Tekes (Національне технологічне агентство), засноване 1983 року, хоча і підзвітне уряду, але рішення про вибір проектів для підтримки приймає самостійно. Воно фінансує прикладні дослідження і розробки; на певній стадії розвитку це фінансування підтримувало розробки всіх успішних фінських хайтек-компаній (у тому числі Nokia). Sitra (Національний фонд досліджень і розвитку) було створено ще 1967 року. Після створення Tekes Sitra поступово перетворилася на "державного венчурного капіталіста". Обидві організації малочисельні за складом (у Tekes — 200 співробітників, у Sitra — всього 60) і добре вписуються у фінську модель інформаційного суспільства завдяки своїй, по суті, мережевій структурі [5].

Участь держави гарантує подеколи більш сприятливі умови для реципієнтів венчурного капіталу.

Так, фонд VaekstFonden, що фінансується урядом Данії, не вимагає відшкодування наданих їм кредитів у разі провалу проектів малого бізнесу, розрахованих на створення нових технологій. Чинна в **Нідерландах** схема Technical Development Credits передбачає надання малому бізнесу позик, що також можуть не повертатися у разі технічної чи комерційної невдачі. **Шведський інвестиційний фонд ALMI Foretagspartner AB**, основним акціонером якого є уряд, звільняє

фірми, що одержали на 6-10 років кредити з метою забезпечення стартового капіталу, від сплати відсотків у перші два роки і виплати самого боргу з позики протягом перших чотирьох років.

Іншою, часто застосовуваною формою сприяння розвитку венчурного бізнесу є різні схеми державних гарантій інвестицій на випадок невдалого завершення проектів малого бізнесу, що фінансуються. Відповідна програма гарантованих позик, здійснювана Адміністрацією по справах малого бізнесу **США**, поширюється на 75% суми позики на створення нових компаній і розвиток малих фірм з високим потенціалом зростання. У **Канаді** обсяг наданих аналогічною програмою гарантій досягає 90%.

У **Німеччині** і **Франції** для таких цілей створюються спеціальні фінансові інститути, де держава виступає як великий акціонер чи вторинний гарант.

Програма, орієнтована на інвестиції венчурних фондів, діяла в 1981-1995 рр. у **Нідерландах** і припинила існування після того, як венчурний бізнес набрав досить значного поширення. У другій половині 90-х років програми аналогічної спрямованості було ініційовано в **Австрії, Данії і Фінляндії** [1].

На тепер не існує єдиної стратегічної ініціативи, що генерувала б істотне збільшення активності венчурного капіталу. Підтримка розвитку діяльності венчурного капіталу потребує широкого кола акцій, скерованих як у напрямку попиту, так і в напрямку пропозиції ризикового капіталу. Стимулюванням сторони, яка фінансує, мають бути зацікавленими як фінансові інститути, так і приватні інвестори.



Ризиковий капітал та інвестиції в науково-технічний розвиток постають усе важливішим економічним інструментом у країнах **Центральної і Східної Європи** (далі — ЦСЄ), які ще значно відстають від західноєвропейських держав за рівнем розвитку ринку венчурного капіталу.

Першочергові інвестиції, здійснені в країнах ЦСЄ, в основному було зроблено в традиційній кредитній формі, часто без належного попереднього аналізу. Безліч проблем, з якими сьогодні доводиться стикатися банкам Чеської Республіки й інших країн з економікою, що трансформується, виникли в результаті застосування неефективних фінансових інструментів для венчурних вкладень. Разом з тим більшість експертів мають однакову думку, що ринок венчурного капіталу в державах ЦСЄ має великі можливості для подальшого розвитку.

Загалом проникнення іноземних інвесторів венчурного капіталу на ринок ЦСЄ зумовлено як причинами зовнішнього характеру (відходом інвесторів з проблемних регіонів, наприклад, з Південно-Східної Азії, диверсифікованістю портфеля інвестицій), так і причинами внутрішнього характеру, пов'язаними з привабливістю цього регіону для венчурного фінансування. В останньому випадку йдеться про перехід держав ЦСЄ до нового етапу економічних перетворень: удосконалення юридичних норм і правил торгівлі, появи нового покоління менеджерів.

Тепер немає можливості одержати зведені дані про інвестування венчурного капіталу в державах ЦСЄ. На підставі відомостей, які з'явилися в пресі, можна припустити, що за останній період обсяг та-

ких вкладень у середньому за рік становить 160-200 млн. еку (за винятком країн, що раніше входили до складу СРСР). З огляду на зростання венчурних інвестицій у Західній Європі протягом останніх трьох років варто очікувати, що широкое поле діяльності для таких вкладень відкриється надалі й у країнах ЦСЄ [2].

Про потенційні можливості розміщення венчурного капіталу в цьому регіоні можна побічно судити за наявними даними про територіальний розподіл венчурних вкладень США за межами американського континенту в 1997 р. Вони свідчать про те, що в країні Західної Європи було спрямовано 61,2 % всіх інвестицій, а в країні Східної Європи — лише 0,9 %, при цьому фактичні вкладення у ЦСЄ були значно нижчими контрактних показників. Це свідчить, з одного боку, про відсутність у регіоні достатньої кількості об'єктів, привабливих для іноземного інвестування, а з іншого — про великі потенційні можливості венчурного фінансування [2].

У **Китаї**, аби вийти на передові рубежі технічного прогресу і при цьому набути технологічну самодостатність, скористалися науково-технічними "напівфабрикатами" Росії (недоведеними до ліцензійної стадії науковими розробками). Головним венчурним інвестором став, природно, китайський уряд.

Результати розпочатих китайською стороною зусиль — до речі, поки що досить скромних у фінансовому плані — у наявності. За оцінкою експертів КНР, їхня наука за російського сприяння на низці напрямків пододала таку дистанцію, на яку самостійно їм знадобилося б 10-20 років [10].



Сьогодні в **Китаї** дуже велика увага приділяється питанням, пов'язаним з навчанням, вихованням, тренінгом менеджерів керівних компаній.

Для цього із Силіконової долини влада КНР почали запрошувати співвітчизників, які виїхали свого часу на навчання до США й осіли там у сфері хай-тека, створюючи їм на батьківщині умови не гірші, ніж в Америці. При цьому "своїм" китайцям, що трудяться в тій свмій лабораторії, що і "поверненці", але одержують при цьому зарплатню в десять разів меншу, роз'яснюють: інакше Китай не дістане доступу до передових світових технологій. А російським ученим, котрі працюють поруч з "американськими" китайцями, говорять: ми вам платимо в кілька разів більше, ніж ви одержували в Росії, а "поверненцям" більше, ніж вони одержували в США, отож усе справедливо.

До речі, протягом останніх двох десятиріч Китай стабільно перебуває в світових лідерах за кількістю своїх громадян, котрі одержують освіту за кордоном. Понад двісті тисяч з них залишилися працювати на Заході. Якщо хоча б частина з них повернеться і буде належним чином залучена до високотехнологічного процесу, то проблеми "переварювання" російських технологій і їхньої комерціалізації будуть розв'язуватися в Китаї ще успішніше. Тим паче, що головний венчурний інвестор — держава [10].

Безсумнівним підтвердженням ефективності венчурного бізнесу на ринках, що розвиваються, є досить висока активність закордонного венчурного капіталу в **Росії**. Нині декларують свою присутність у Росії понад 40 венчурних фондів із

сумарними активами не менше \$ USA 4,3 млрд. На території Росії розміщено представництва близько 30 керівних компаній венчурних фондів [7].

У Росії основними джерелами венчурного капіталу є Європейський Банк Реконструкції і Розвитку, Міжнародна Фінансова Корпорація і фонди, які фінансуються американським урядом — TUSRIF (The United States — Russia Investment Fund) і Defence Enterprise Fund) [7].

Формування російських венчурних фондів за участі національного капіталу перебуває в зародковому стані, хоча в цій роботі готові брати участь вітчизняні пенсійні фонди, страхові компанії і банки. Але відсутність відповідної законодавчої бази не дає змоги їм ефективно використовувати свої кошти в цьому секторі економіки [8]. Ситуація дещо змінилася після 2000 року, коли почали створюватися структури з російським за походженням капіталом. Було створено некомерційну організацію "Венчурний інноваційний фонд" (ВІФ). Гроші з нього мають вкладатися як первісні інвестиції у венчурні фонди, які будуть працювати на комерційних засадах і формуватися переважно за рахунок позабюджетних коштів.

Велику увагу планується приділяти питанням, пов'язаним з навчанням, вихованням, тренінгом менеджерів керівних компаній. Ця діяльність перебуває в тісному контакті з Російською асоціацією венчурного інвестування, Європейською асоціацією венчурного інвестування, Національною асоціацією венчурного інвестування США [9]. Окрім того, починаючи з 2000 р., у Росії щорічно проводяться венчурні ярмарки, 1997 р. створено Російську асоціацію



венчурного інвестування (РАВИ), 2003 р. розроблено проект Концепції розвитку венчурної індустрії в Росії (державної системи стимулювання венчурних інвестицій).

На жаль, в Україні ще не створено власної венчурної системи і поки що суб'єктами венчурного бізнесу в Україні є винятково західні і російські інвестори [11].

Аналіз законодавчого забезпечення венчурної індустрії в різних країнах дає змогу дійти висновку, що в жодній законодавчій системі країн з розвиненими ринковими відносинами не існує окремого закону про венчурну діяльність. Цей спосіб фінансування здійснюється в рамках загальних юридичних норм і ви-

користовує чинні юридичні й організаційні форми і схеми, які стимулюють цей вид діяльності через надання різнорідних податкових пільг, відстрочок і послаблень інвесторам і проінвестованим компаніям, переважно зайнятим у сфері високих технологій.

На основі виявлених тенденцій розвитку венчурного бізнесу в світовій економіці, на нашу думку, необхідно розробити:

- концепцію розвитку національної венчурної індустрії;
- юридичні норми і правила, які б забезпечували належний ступінь компенсації за високий ризик втрат, пов'язаних з венчурним інвестуванням. ♦

Джерела:

1. А. Дагаев. *Венчурный бизнес: управление в условиях кризиса* // *Международный журнал "Проблемы теории и практики управления"*. — 2003. — №3.
2. И. Дворжак, Я. Кочишова, П. Прохазка. *Венчурный капитал в странах Центральной и Восточной Европы* // <http://business.rin.ru/cgi-in/search.pl?action=view&num=342231&razdel=40&w=0#>.
3. *Об инновационной деятельности в различных странах* // *Аналитический вестник*. <http://www.mag.innov.ru>.
4. Илья Франк. *Венчурный бизнес: мировая практика* // http://www.rvca.ru/rvf/public/p_vc_5_2002.html.
5. Леонид Левкович-Маслюк, *Точка росы?* // <http://www.computerra.ru/offline/2002/470/21747>.
6. К.А. Вартамян, А.И. Петров, И.Б. Шаповалова, Ю.А. Юкин, А.Э. Янчевский. *Инвестиции в инновационный процесс* // <http://www.nw-innovations.ru/analitika/orgformi/list3/base3.html>.
7. С. Алипов, В. Самохин. *Зарубежный венчурный капитал в России* // <http://business.rin.ru/cgi-in/search.pl?action=view&num=341570&razdel=40&w=0#>.
8. А.И. Никконен. *Венчурный бизнес в России: некоторые проблемы и перспективы* // <http://business.rin.ru/cgi-bin/search.pl?action>.
9. *Венчурный бизнес в ожидании второй волны* // *Дайджест "Директор"* <http://business.rin.ru/cgi-in/search.pl?action=view&num=342108&razdel=40&w=0#>.
10. Е. Верлин, К. Сашин. *Венчурный бизнес по-китайски* // http://www.ng.ru/ideas/2003-01-29/11_china.html.
11. Н. Яресько. *В Украине мы конкурируем с российским венчурным капиталом* // *Известия*. — 17.06.02.



НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ КОМПАНІЇ

Олександр Морозов,

генеральний директор КП “Донецький інноваційний центр”, доктор технічних наук, професор, академік Української технологічної академії

Максим Оберемченко,

експерт КП “Донецький інноваційний центр”, аспірант Донецького державного університету управління

Микола Пашкевич,

генеральний директор ТОВ “ПЕП “Горенерго”, академік Української технологічної академії

Олександр Чмиренко,

директор з виробництва — перший заступник генерального директора ТОВ “ПЕП “Горенерго”, член-кореспондент Української технологічної академії

Ефективне використання інтелектуального капіталу компанії в умовах ринку стає одним з ключових інструментів для досягнення успіху в конкурентній боротьбі. Не випадково *конкурентоздатною продукцією* визнається така, у якій створюються патентоспроможні технічні рішення, що *відповідають умовам світової новизни, винахідницького рівня і можливості промислового застосування*. Таким чином, в основі конкурентоздатної продукції лежить комплекс інноваційних технологій, об'єктів цих технологій та інших об'єктів інтелектуальної власності, обіг яких в умовах ринкової економіки забезпечується з допомогою комплексу **маркетингу інноваційної діяльності**.

Метою цієї статті є дослідження ефективних напрямків використання об'єктів інтелектуальної власності.

Використання об'єктів інтелектуальної власності (далі — ОІВ) у господарчій діяльності компанії можливо через комерціалізацію цих ОІВ у процесі реалізації заходів маркетингу інноваційної діяльності.

Під *комерціалізацією ОІВ* слід розуміти процес використання результатів інтелектуальної праці з метою одержання прибутку і, в підсумку, забезпечення зростання добробуту всього суспільства. Також для позначення цього процесу використовуються поняття “впровадження технологій до господарського обігу”, “трансфер технологій” тощо.

Цілу сукупність напрямків використання ОІВ у господарчій діяльності компанії ринкового типу може бути показано у вигляді блок-схеми (Рис. 1).

Існує три основних напрямки використання об'єктів інтелектуальної власності в господарчій діяльності компанії.

1. Використання об'єкта інтелектуальної власності у виробничому процесі (блок 2, Рис. 1).

У цьому випадку об'єкт інтелектуальної власності (технологія, об'єкт технології, товарний знак тощо) використовується в технологічному процесі виробництва продукції за його призначенням. Ефект,



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ЕКОНОМІКА



Рис. 1 Блок-схема напрямків використання ОІВ у господарчій діяльності компанії, реалізованих з допомогою заходів маркетингу інноваційної діяльності

який компанія дістає, використовуючи ОІВ за цим напрямком, виявляється в такому:

- створення нової технології;
- освоєння нових ринків;
- зниження витрат на виробництво наявних видів продукції (впровадження ресурсо-, енергозаощаджувальних, безвідхідних та інших технологічних процесів);
- поліпшення якісних характеристик кінцевої продукції;
- підвищення споживчої вартості кінцевої продукції (можливе нарощування ціни на товар/послугу, завдяки меншій еластичності попиту — споживач гото-

вий платити більше).

Зі сказаного вище видно, що види ефекту при такому використанні об'єкта інтелектуальної власності збігаються з напрямками ефекту від інноваційної діяльності компанії; за цим варіантом об'єкти інтелектуальної власності використовувалися підприємствами за колишнього СРСР і використовуються здебільшого дотепер в Україні.

Сутність цього методу полягає в опосередкованому одержанні прибутку при застосуванні ОІВ: *прибуток заробляється не на ОІВ, а на кінцевому товарі/послугі, виробленому за допомоги цього ОІВ*. На практиці цей



факт проявляється в тому, що нематеріальний актив з ОІВ *не створюється*. Видатки на створення ОІВ списуються на валові витрати у більшості українських компаній, або ж ОІВ ставиться на бухгалтерський облік нематеріальних активів (далі — нематеріальний актив) за валовими витратами на його створення. Таким чином, рентабельність господарчої операції з обігу ОІВ дорівнює нулю. Або ж, у разі обліку видатків у статтях валових витрат чи нематеріальних активів, компанія одержує додатковий економічний ефект у сумі економії податку на прибуток, дисконтованого за період створення ОІВ (для випадку віднесення на валові витрати) — формула (1):

де:

$$E_1 = \sum_{i=1}^n H \times Z_i \times (1+d)^i, \quad (1)$$

E_1 — ефект від експлуатації об'єкта інтелектуальної власності в господарчій діяльності компанії у випадку віднесення видатків на його створення на валові витрати;

n — кількість періодів створення об'єкта інтелектуальної власності;

i — порядковий номер періоду створення об'єкта інтелектуальної власності;

H — ставка податку на прибуток;

Z_i — витрати на створення нематеріального активу в i -ому періоді;

d — ставка дисконтування.

Для випадку експлуатації ОІВ з постановкою на нематеріальний облік за витратним методом розраху-

$$E_2 = \sum_{i=1}^n \frac{A_i \times H}{(1+d)^i}, \quad (2)$$

нок додаткового економічного ефекту здійснюється за формулою (2):

де:

E_2 — ефект від експлуатації ОІВ з постановкою на нематеріальний облік за витратним методом;

A_i — амортизація в i -ий період.

2. Постановка об'єкта інтелектуальної власності на нематеріальний облік у компанії (блок 3, Рис. 1).

Цей метод використання ОІВ компенсує недоліки першого описаного методу. Він забезпечує види ефекту, описані в першому методі, а також дає можливість компанії:

- захистити ОІВ компанії і, отже, захистити своє монопольне право на володіння і розпорядження ними;
- визначити справедливу ринкову вартість ОІВ компанії;
- сформулювати в господарчій діяльності компанії великі нематеріальні активи — нематеріальний актив оцінюється за справедливою — ринковою вартістю;
- оптимізувати прибуток до оподаткування компанії за рахунок зміни структури валових витрат компанії;
- підвищити прибутковість ведення бізнесу.

Саме за допомоги цього методу відбувається *комерціалізація інтелектуальної власності компанії*, тобто прибуток заробляється не опосередковано, а безпосередньо на сформованому нематеріальному активі. Сам процес формування нематеріального активу являє собою високорентабельну господарчу операцію [формула (3)]:

$$r = \frac{C_{на} - Z_{на}}{Z_{на}}, \quad (3)$$



де:

r — рентабельність господарчої операції з формування нематеріального активу;

$C_{на}$ — ринкова вартість створеного нематеріального активу;

$Z_{на}$ — витрати на створення нематеріального активу. Їх розраховують за такою формулою [формула (4)]:

$$Z_{на} = \sum_{i=1}^n Z_i \cdot (1+d)^i, \quad (4)$$

де:

n — кількість періодів створення ОІВ, а потім нематеріального активу;

Z_i — видатки, витрачені в i -ому періоді на створення ОІВ, а потім нематеріального активу;

Маржа ($C_{на} - Z_{на}$) являє собою додатково створюваний у процесі формування нематеріального активу капітал. Цей капітал існує об'єктивно, але виявляється тільки в процесі оцінки ОІВ.

Формування прибутку в процесі експлуатації нематеріального активу відбувається за допомоги механізму амортизації нематеріального активу [формула (5)]:

де:

$$П_i = \sum_{i=1}^n \frac{A_i \cdot x \cdot (1+H)}{(1+d)^i} - Z_{на}, \quad (5)$$

A_i — амортизація, нарахована на нематеріальний актив в i -ому періоді;

H — ставка податку на прибуток;

$Z_{на}$ — витрати на створення нематеріального активу, розраховані за формулою (4).

Таким чином, у процесі створення і використання нематеріальних

активів у компанії відбувається зміна сутності і місця амортизації в господарчій діяльності компанії.

3. *Трансфер технологій* (блок 3, Рис. 1) є третім напрямком використання ОІВ в господарчій діяльності компанії відповідно до механізму маркетингу інноваційної діяльності.

Сутність його полягає в розширеному відтворенні і комерціалізації інтелектуального капіталу компанії. В основі цього процесу лежить поняття про нематеріальний характер інтелектуального капіталу, тобто його здатність до багаторазового тиражування і використання протягом одного операційного періоду без відповідних витрат на його відтворення. Таким чином, найбільш близьким аналогом механізму трансферу технологій є *грошовий мультиплікатор* у застосуванні цього поняття до сектору нематеріальної економіки.

У технологічному трансфері компанії можна виділити два різних напрямки:

1. внесення нематеріального активу до статутного фонду створюваних заново або вже наявних компанії чи спільного підприємства;
2. продаж ліцензій на використання нематеріального активу стороннім організаціям.

Прибуток, одержуваний компанією в результаті реалізації технологічного трансферу за першим напрямком, виражається у вигляді:

$$П_2 = \sum_{i=1}^m \left[\sum_{j=1}^n \frac{A_{ij} \cdot x \cdot (1+H)}{(1+d)^j} + \sum_{p=1}^k \frac{D_{ip} \cdot x \cdot (1+H)}{(1+d)^p} \right], \quad (6)$$

де:

$П_2$ — прибуток, одержуваний від використання нематеріального акти-



ву за першим напрямком технологічного трансферу компанії;

m — кількість створених, а також наявних дочірніх і спільних підприємств, у роботі яких використано нематеріальні активи компанії;

n — кількість періодів, протягом яких нематеріальний актив компанії буде експлуатуватися в статутному фонді створюваних та наявних компаній і спільних підприємств;

k — кількість періодів з виплатою дивідендів компанії власнику нематеріальних активів за участь у корпоративних правах створених компаній і спільних підприємств, у яких статутні фонди формувалися з внесенням нематеріальних активів цього власника;

i — порядковий номер компанії;

j — порядковий номер періоду нарахування амортизації на внесений у статутний фонд компанії/спільного підприємства нематеріальний актив;

p — порядковий номер періоду виплати дивідендів у компаніях, чий статутні фонди створені за участі нематеріальних активів власника;

A_{ij} — амортизація, нарахована на нематеріальний актив i -ої компанії в j -ому періоді;

H — ставка податку на прибуток;

D_{ip} — дивіденди, виплачені в i -ій компанії в p -ому періоді;

d — ставка дисконтування.

Формулу (6) наведено для випадку, якщо накопичений ефект від використання нематеріального активу в статутному фонді компанії (амортизація й економія відрахувань щодо податку на прибуток) і сума дивідендів, отриманих компанією за період k , розраховуються окремо. Виплати, які здійснюються власникам корпоративних прав за рахунок

нарахованої амортизації нематеріальних активів, повинні враховуватися окремо:

$$D = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \frac{A_{ij} \times (1+H)^x \times (1-H)}{(1+d)^j}, \quad (7)$$

де:

D — виплати, здійснені компанією-власнику нематеріальних активів як власнику корпоративних прав за рахунок нарахованої амортизації нематеріальних активів, що належать цій компанії;

A_{ij} — амортизація, нарахована на нематеріальний актив у i -ій компанії в j -ий період.

Прибуток, отриманий компанією в результаті реалізації трансферу технологій за другим напрямком, виражається у вигляді:

$$\Pi_3 = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n \frac{C_{на} \times R_{ji}}{(1+d)^i}, \quad (8)$$

де:

m — кількість укладених ліцензійних угод на даний об'єкт інтелектуальної власності;

n — кількість періодів виплати ліцензійних платежів по даному об'єкту інтелектуальної власності;

$C_{на}$ — справедлива (ринкова) вартість нематеріального активу;

R_{ji} — розмір ліцензійних платежів, встановлений для даного об'єкта інтелектуальної власності відповідно до j -го ліцензійного договору в i -й період.

У результаті аналізу всіх напрямків використання інтелектуального капіталу в господарчій діяльності компанії можна дійти висновку, що створення механізму маркетингу інноваційної діяльності для комерціалізації об'єктів інтелектуальної



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ЕКОНОМІКА

власності необхідно в будь-якій компанії ринкового типу. Ефективна комерціалізація інтелектуального капіталу компанії можлива тільки у разі використання об'єктів інтелектуальної власності за всіма напрямками, описаними у цій статті. Використання нематеріальних активів у господарчій діяльності компанії мо-

же стати значним джерелом підвищення конкурентоздатності компанії і прибутковості ведення її господарчої діяльності. Розвиток у компанії системи трансферу технологій створить напрямок господарчої діяльності, що характеризується надприбутковістю. ♦

ЦІКАВО ЗНАТИ

ЕЛЕКТРОННИЙ ПАПІР

Концепція "електронного паперу" привертає до себе пильну увагу численних розробників, а її поява на ринку здатна змінити звичний вигляд електронних пристроїв. Стає можливим створити вічно свіжий номер газети, яка сама буде обновляти свій зміст, і яку при цьому можна буде, наприклад, скрутити в трубку і засунути до кишені пальта або скласти, як носову хустку. Гнучкі дисплеї змінять дизайн мобільних телефонів та інших мобільних пристроїв. І найголовніше — на відміну від звичного паперу електронний папір зі змістом, що обновляється, не залишатиме після себе електронної макулатури.

Ще на початку цього року компанія Philips заявила про те, що нею вже розроблено так званий електронний папір або найгнучкіший на сьогодні дисплей. Продемонстрований компанією зразок має 12 см за діагоналлю, складається з 80 тисяч пікселів і здатен, поки що, відтворювати лише відтінки сірого. Для повного оновлення кадру потрібно близько секунди, що недостатньо для перегляду фільму, але цілком достатньо для газети. Якщо вірити заявам компанії, створений нею електронний папір легко згортається в трубочку діаметром в два сантиметри.

Конструктивно "м'який" дисплей складається з органічних провідників, нанесених на поліамідну плівку завтовшки 25 мікрон. Над провідниками розташовано 200-мікронний шар "електронного чорнила" компанії E Ink. Чорнило — це мікрокапсули, заповнені суспензією позитивно заряджених частинок білого кольору і негативно заряджених — чорного кольору, які, залежно від поданого потенціалу, піднімаються вгору або опускаються вниз, в результаті чого осередок забарвлюється в чорний або білий колір.

Серійне виробництво гнучких дисплеїв, ціна яких завдяки використанню органічної електроніки має бути невисокою, Philips планує розпочати вже найближчими роками.

За матеріалами журналу New Scientist та сайту <http://www.cnews.ru>



ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Олександр Литвин,

доцент Національного технічного університету "КПІ", кандидат технічних наук

Сформульовано вимоги до системи управління якістю продукції виробника, яка безпосередньо впливає на критерії вибору об'єкта для інвестицій.

"Відповідно до Закону України "Про інноваційну діяльність" (2002 року), інновації — це новостворені (засновані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукти чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Зацікавленість в інновації зумовлюється тим, що приріст обсягів збуту та доходів має місце на тих підприємствах, які впроваджують інновації. Підштовхує до цього прагнення підприємств своєчасно виявляти тенденції розвитку ринку і просувати на ньому нові високоякісні товари, орієнтовані на задоволення сучасних, а також майбутніх потреб і бажань споживачів.

На впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу, особливо на тендерній основі, впливає наявність у виробника документів, які свідчать про якість продукції та здатність виробника забезпечити випуск продукції з гарантовано стабільними показниками.

Такими документами є:

- сертифікат відповідності на продукцію системи УкрСЕПРО;

- сертифікат відповідності системи управління якістю системи УкрСЕПРО.

Для отримання сертифіката відповідності системи управління якістю треба, щоб у виробника були в наявності:

1. сформована політика у сфері якості;
2. мета у сфері якості;
3. Настанова з якості;
4. управління технічною та технологічною документацією;
5. управління протоколами;
6. внутрішній аудит;
7. управління невідповідною продукцією;
8. управління запобіжними діями;
9. управління коригувальними діями.

Відповідно до вимог п.4.2.1 ДСТУ ISO 9001-2001 [1], на підприємстві має бути задокументованою, впровадженою та підтримуватися система управління якістю і постійно поліпшуватися її результативність відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001-2001.

Документація системи управління якістю підприємства містить у собі: документально оформлені політику та цілі у сфері якості; Настанову з якості; 6 задокументованих обов'язкових процедур, які вимагає ДСТУ ISO 9001-2001; документи, необхідні організації для забезпечення результативного планування, функціонування і контролю процесів (у тому числі методики та інструкції); протоколи, які вимагає ДСТУ ISO 9001-2001.



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ЕКОНОМІКА

За результатами аналізу Настанови з якості та опитування персоналу, керівництво організації надає докази виконання своїх зобов'язань щодо розроблення та впровадження системи управління якістю і постійного поліпшення її результативності, використовуючи: доведення до всіх рівнів в організації важливості задоволення вимог замовників, а також регламентувальних та законодавчих вимог; формулювання політики у сфері якості; забезпечення встановлення цілей у сфері якості; аналізування з боку керівництва; забезпечення ресурсами; забезпечення безпеки персоналу підприємства та захисту довкілля в процесі організації та виконання виробничих процесів.

Для підвищення задоволеності замовників керівництво підприємства забезпечує визначення і виконання їхніх вимог.

У Настанові з якості визначено і на підприємстві забезпечується наявність ресурсів, необхідних для: впровадження та актуалізації системи управління якістю та постійного поліпшення її результативності; підвищення задоволеності замовників шляхом виконання їхніх вимог; виконання робіт і випуску продукції (працівники, інфраструктура, виробниче середовище, інформація, постачальники і партнери, природні ресурси, фінансові ресурси).

Планування випуску продукції узгоджується з вимогами до інших процесів системи управління якістю. Планування випуску продукції здійснюється у двох формах: перспективне планування розвитку підприємства і оперативне планування (на рік, квартал, місяць). Плани, залежно від їх виду, містять, зокрема: цілі у сфері якості та вимоги щодо

продукції; потреби в розробленні процесів і документів та забезпечення ресурсами; необхідні перевірку, затвердження, моніторинг, інспектування та випробування, а також критерії приймання продукції; протоколи, необхідні для надання доказів того, що процес випуску і кінцева продукція задовольняють вимоги, підпадають під управління згідно з процедурою "Управління протоколами".

Висхідними даними процесу планування випуску продукції, наприклад, є: стратегічний план розвитку підприємства, план збуту тощо.

Підприємство планує і впроваджує процеси моніторингу, вимірювань, аналізування та поліпшення для: доведення відповідності продукції (послуг), забезпечення відповідності системи управління якістю, постійного поліпшення результативності системи управління якістю.

Для доведення відповідності продукції до встановлених вимог застосовуються статистичні методи (діаграми Парето — для визначення значущості причин браку, причинно-наслідкові діаграми Ісікави — для визначення причин браку). Процеси регламентовано процедурами "Аналіз і оцінка системи менеджменту якості з боку керівництва" та "Статистичний аналіз основних показників продукції".

Впровадження системи управління якістю слід вважати стратегічним рішенням організації. На розширення і впровадження системи управління якістю в організації впливають зміна потреб, конкретні цілі, продукція, яку постачають, застосовані процеси, а також розмір і структура організації. Державний стандарт [1] жодним чином не передбачає однаковості структури сис-



тем управління якістю чи однаковістю її документації.

Вимоги до систем управління якістю, установлені в державному стандарті, доповнюють вимоги до продукції.

Державний стандарт можуть застосовувати внутрішні та зовнішні сторони, у тому числі органи сертифікації, для оцінювання здатності організації дотримуватися вимог замовника, регламентувальних вимог і власних вимог організації.

Державний стандарт [1] розроблено з урахуванням принципів управління якістю, сформульованих в ISO 9000 та ISO 9004. Він сприяє прийняттю процесного підходу в розробленні, впровадженні та поліпшенні результативності системи управління якістю для підвищення задоволеності замовника виконанням його вимог.

Для ефективного функціонування організація повинна визначити численні взаємопов'язані види діяльності і управляти ними. Діяльність, у якій використовують ресурси, і якою можна управляти для перетворення входів на виходи, може вважатися процесом. Часто вихід одного процесу безпосередньо становить вхід наступного.

Під "процесним підходом" мають на увазі застосування у межах організації системи процесів разом з їх значенням та взаємодіями, а також управління ними. Перевагою процесного підходу є забезпечуваний ним безперервний контроль над зв'язками окремих процесів у межах системи процесів, а також над їхніми сполученням та взаємодією.

Якщо цей підхід застосовують у межах системи управління якістю, він підкреслює важливість:

а) розуміння та виконання вимог;

б) необхідності розглядати процеси з огляду на створення додаткових цінностей;

в) вимірювання результатів функціонування процесу та його ефективності;

г) постійного поліпшення процесів на підставі об'єктивних вимірювань.

Зображена на Рис. 1 модель системи управління якістю, в основу якої покладено процес, ілюструє зв'язки між процесами. Ця ілюстрація показує, що замовники відіграють важливу роль у визначенні вимог як входів. Моніторинг задоволеності замовника потребує оцінювання інформації, пов'язаної із сприйняттям замовником того, як виконала організація його вимоги. Зображена на рисунку модель 1 охоплює всі вимоги цього державного стандарту, але не деталізує процеси.

Стандарти ISO 9001 та ISO 9004 розроблено як узгоджену пару стандартів на системи управління якістю, призначених доповнювати один одного, але їх також можна застосовувати окремо. Хоча ці два державні стандарти мають різні сфери застосування, їхня структура однакова, і це дає змогу застосовувати їх як узгоджену пару.

Стандарт ISO 9001 установлює вимоги до системи управління якістю, які можна застосовувати для внутрішніх цілей організації або для цілей сертифікації чи контрактних цілей. Він зосереджує увагу головним чином на результативності системи управління якістю з погляду задоволення вимог замовника.

Стандарт ISO 9004 містить рекомендації, які охоплюють ширший діапазон цілей системи управління якістю, ніж стандарт ISO 9001, зок-



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ЕКОНОМІКА



Рис. 1 Модель системи управління якістю, в основу якого покладено процес

рема, щодо постійного поліпшення загальних показників та ефективності діяльності організації. ISO 9004 рекомендують як Наставову для організацій, найвище керівництво яких прагне досягти показників, вищих від передбачених вимогами ISO 9001. Проте ISO 9004 не призначено для цілей сертифікації чи контрактних цілей.

Державний стандарт [1] було узгоджено з ISO 14001 для більшої сумісності обох стандартів на користь широкому колу користувачів. Він не містить вимог, специфічних

для інших систем управління, пов'язаних, наприклад, з навколишнім середовищем, промисловою гігієною та безпекою праці, фінансами і ризиками. Проте він дає змогу організації узгодити або інтегрувати свою систему управління якістю з відповідними вимогами до систем управління. Імовірно є можливість того, що організація адаптує свою систему управління для створення системи управління якістю, яка відповідає цим вимогам [1]. ♦

Література:

1. ДСТУ ISO 9000-2001. Система управління якістю. Основні положення та словник. — Київ, Держстандарт України, 2001.



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ І МАЛІ ТА СЕРЕДНІ ПІДПРИЄМСТВА: СТВОРЕННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ПАТЕНТНО- ЛІЦЕНЗІЙНИХ ПІДРОЗДІЛІВ

Сергій Чікін,
*доцент кафедри конструювання верстатів та машин
НТУУ "Київський політехнічний інститут", кандидат
технічних наук*

Останнім часом привабливість підприємства оцінюється не лише результатами його комерційної та виробничої діяльності, а і наявним у ньому інтелектуальним та організаційним потенціалом, що може стати його інтелектуальним капіталом. Нові продукти і проекти, які є результатом безперервних творчих новацій, майже щодня з'являються на ринку, і значна їх частка належить малому та середньому бізнесу. Але перетворення потенціалу на капітал дуже часто блокується необізнаністю підприємців із системою охорони та захисту прав у сфері інтелектуальної власності.

Незахищені належним чином перспективні об'єкти промислової власності або новації можуть не дати очікуваного прибутку внаслідок використання їх конкурентами, що призведе до втрати позицій на ринку. Недостатнє використання власних об'єктів інтелектуальної власності "заморожує" активи, витрачені на їх створення. Ненавмисне використання об'єктів інтелектуальної власності, права на які належать іншим особам, може призвести до збитків, пов'язаних із судовими справами та зупинкою вже налагодженого виробництва.

Підтвердженням того, що така проблема існує (і не лише на Україні) може служити те, що Всес-

вітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) впроваджує програму допомоги підприємцям і установам малого та середнього бізнесу [1]. ВОІВ зважає на те, що приблизно 90% підприємств становлять малий та середній бізнес, і на їхню частку припадає понад 70% виробництва продукту (продукції та послуг). Тому ініціативи ВОІВ спрямовано саме на ці підприємства:

- підвищення інтелектуального капіталу підприємств за рахунок інтенсивнішого та ефективнішого використання системи інтелектуальної власності;
- заохочення національних урядів до розвитку стратегій, політик і програм, спрямованих на сприяння задоволенню потреб малого та середнього бізнесу у сфері інтелектуальної власності;
- впровадження та вдосконалення послуг у сфері інтелектуальної власності для малого та середнього бізнесу тощо.

Україна теж не стоїть осторонь цих процесів. Так, з 2001 року функціонує "Український центр інноватики та патентно-інформаційних послуг", окрім спеціалізованих адвокатських контор, що діють у сфері інтелектуальної власності, та патентних повірених.

Але вартість послуг, що надаються в цих закладах, дуже часто є



СУЧАСНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ

"непідйомною" не лише для малого, але й для середнього бізнесу. Крім цього, слід пам'ятати, що ефективна патентно-ліцензійна діяльність — це не одноразова акція, а копіткий і тривалий процес. Найкраще, коли цією діяльністю на підприємстві займається і несе відповідальність за свою діяльність спеціальна особа, яка має відповідну підготовку. Але більшість малих і середніх підприємств навіть цього не можуть собі дозволити.

Певним виходом з цієї ситуації може бути створення віртуальних патентно-ліцензійних підрозділів підприємств на базі центрів патентно-інформаційних послуг і на підставі довготривалих договорів.

На початкових стадіях договірних стосунків віртуальний патентно-ліцензійний підрозділ може (за домовленістю):

- здійснити аналіз діяльності підприємства з метою виявлення охороноздатних об'єктів інтелектуальної власності та визначення їхньої вартості;
- виконати патентні дослідження всіх видів;
- оформити і подати заявки на отримання охоронних документів тощо [2].

Очевидно, що це найбільш трудомістка та високовартісна частина робіт. Привабливою для підприємця вона буде в разі суттєвих знижок її вартості з огляду на комплексність послуг (послуги купуються оптом). Для виконавців фінансова привабливість буде полягати в наявності

постійного клієнта та подальших платежах, коли обсяги робіт значно зменшаться. Не слід забувати, що "постійний клієнт" та "оптовий покупець" є мрією будь-якого бізнесмена.

У подальшому робота віртуального патентно-ліцензійного підрозділу може полягати в поточному оновленні бази патентної інформації (з наданням відповідного звіту замовнику), консалтингу, ліцензійній діяльності тощо. На цій стадії підприємство-замовник періодично (щомісяця, щоквартально, щопівроку) сплачує постійні, порівняно невеликі внески. Враховуючи те, що один співробітник центру може вести декілька договорів, постійне надходження коштів на цій стадії може компенсувати втрати на початковій стадії.

Вочевидь може статися так, що загальна вартість робіт за договором буде перевищувати сумарну вартість декількох одноразово отриманих послуг, але ці платежі, по-перше, розтягнуться у часі, а, по-друге, певна їх частина буде здійснюватися тоді, коли на підприємстві-замовнику запрацює інтелектуальний капітал, і вони вже не будуть значними.

Український малий і середній бізнес вже сьогодні має значний інтелектуальний потенціал, але для того, аби він перетворився на капітал, йому треба допомогти. І допомога ця повинна, на мою думку, базуватися на довготривалих договорах. ♦

Література:

1. *Intellectual Property and Small and Medium-Sizes Enterprises* // <http://www.wipo.int/index.html.en> — 02.07.2004 р.
2. *Крайнев П.П. Інтелектуальна економіка: управління промисловою власністю.* - К.: Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2004. — 448 с.



РЕЗОЛЮЦІЯ

Міжнародної науково-практичної конференції
"Інтелектуальна власність — ключ до успіху в бізнесі",
13 — 17 вересня 2004 р., м. Алушта, Автономна Республіка Крим

Організатори: Кабінет Міністрів України, Академія правових наук України, Рада Міністрів Автономної Республіки Крим, Український Національний Комітет Міжнародної Торгової Палати, Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності, Фонд підтримки підприємства Автономної Республіки Крим.

Наукове керівництво: доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент Академії правових наук України О. Святоцький, доктор економічних наук, професор О. Бутнік-Сіверський.

Інформаційна підтримка: журнал "Інтелектуальний капітал", "Кримська газета", ТРК "Крим", рекламне агентство "Друга половина".

На конференції в тезах і виступах було розглянуто проблеми й обговорено такі питання:

- стратегія Українського Національного Комітету Міжнародної Торгової Палати в сфері інтеграції, інтелектуальної власності, інвестиційної політики;
- наукова й інноваційна діяльність, інноваційний фактор, перспективи створення національної інноваційної системи;
- механізм комерціалізації в процесі інноваційної діяльності;
- проблеми фінансування і кредитування в сфері інноваційної діяльності;
- проблеми комерціалізації науково-технічних досягнень;
- правові аспекти комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності;
- створення і розвиток системи інтелектуально-освітнього банкінгу;
- комерційне використання об'єктів авторського права;
- службові винаходи в контексті чинного законодавства;
- загальні проблеми оцінки прав у сфері інтелектуальної власності;
- нормативно-правова база раціоналізаторської діяльності;
- торгова марка в сфері бізнесу;
- особливості призначення і проведення судових експертиз, пов'язаних з охороною прав на знаки для товарів і послуг;
- піратство в сфері авторського права і суміжних прав;
- питання кримінально-правової охорони прав на комерційні (фірмові) найменування тощо;
- державні інспектори з права інтелектуальної власності;
- загальноправова характеристика використання попереджувального маркування для товарних знаків;



- еволюція авторського права в Україні;
- зарубіжний досвід з раціоналізації (розвиток, стимулювання і нормативно-правова база);
- актуальні проблеми гармонізації законодавства Польщі щодо бази даних з нормами права ЄС як досвід для України;
- удосконалювання первинного обліку нематеріальних активів у господарській діяльності підприємств;
- бухгалтерський і податковий облік нематеріальних активів.

У результаті обговорення розглянутих проблем і питань **Міжнародна науково-практична конференція рекомендує** зацікавленим державним, громадським і науковим організаціям в Україні зосередитись:

- 1) *у сфері охорони прав інтелектуальної власності України* — на введенні законодавства у відповідність до норм і вимог, передбачених міжнародними угодами;
- 2) *у сфері податкового законодавства України* — на розробці механізму диференційованого пільгового оподаткування підприємств у залежності від рівня їхньої інноваційної активності в сфері розробки і застосування пріоритетних для держави винаходів (нововведень);
- 3) *у кредитній і фінансовій сфері* — на встановленні пільгових ставок державних і комерційних кредитів (за рахунок їх стимулювання), спрямованих на реалізацію інноваційно-інвестиційних проєктів, що містять ефективні вітчизняні винаходи (нововведення);
- 4) *у сфері приватизації* — на введенні пільгового режиму здійснення приватизації об'єктів промислової власності, виділяючи нематеріальні активи, розроблені коштом держави і підприємств на госпрозрахунковій основі;
- 5) *у сфері зовнішньоекономічної діяльності* — на відновленні і оновленні централізованого обліку і звітності реалізації за кордоном вітчизняних об'єктів промислової власності;
на участі в міжнародному трансфері сучасних технологій з урахуванням вимог розроблюваного проєкту Закону України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій";
- 6) *у сфері господарського, антимонопольного і кримінального законодавства* — на забезпеченні взаємозв'язку між початком надання пільг і фактом звітності;
на обмеженні санкцій антимонопольних органів стосовно підприємств і організацій, які створюють і використовують об'єкти промислової власності високої значущості;
на застосуванні штрафних санкцій до керівників підприємств і організацій, котрі порушують свої обов'язки стосовно прав на винаходи, а також щодо осіб, які сприяють їх використанню;
- 7) *у сфері судочинства*, у зв'язку з прийняттям Закону України "Про Третейські суди", — на створенні постійного Третейського су-



- ду при Українському Національному Комітеті Міжнародної Торгової Палати з метою захисту майнових прав і охоронюваних законом інтересів сторін;
на удосконаленні проведення судових експертиз, пов'язаних з промисловою власністю;
- 8) *у сфері бухгалтерського і податкового обліку* — на остаточному узгодженні і впровадженні сучасного документального оформлення руху нематеріальних активів, поклавши в його основу проект первинного обліку форм бухгалтерського обліку нематеріальних активів, підготовленого Науково-дослідним інститутом інтелектуальної власності Академії правових наук України;
на гармонізації бухгалтерського і податкового обліку об'єктів права інтелектуальної власності;
- 9) *у сфері раціоналізаторської діяльності* — на удосконаленні нормативно-правової бази раціоналізаторської діяльності;
на розвитку і стимулюванні раціоналізаторства і новаторства в Україні з урахуванням закордонного досвіду;
- 10) *у сфері освіти* — на створенні і розвитку системи інтелектуально-освітнього банкінгу, в основі якого розвивати підготовку висококласних фахівців зі спеціальності "Інтелектуальна власність" (патентознавців, оцінювачів, судових експертів, економістів, фінансистів, бухгалтерів, менеджерів, правознавців);
на прискоренні перенавчання і перепідготовки всіх учасників інтелектуального ринку (конструкторів, технологів, проєктантів, керівників підприємств, патентно-інформаційних працівників, професорсько-викладацького складу вищої школи, чиновників і бізнесменів, депутатського корпусу всіх рівнів);
на розширенні підготовки наукових кадрів через аспірантуру і шляхом здобування наукових ступенів;
- 11) *у сфері науково-практичної діяльності* — на активізації переведення результатів наукових досліджень у сферу практичного застосування, виробництва і маркетингу нових інтелектуальних продуктів з метою одержання комерційної вигоди;
на підтримці вітчизняного виробника на всіх напрямках, де використовується інноваційний фактор розвитку;
- 12) *у сфері видавничої діяльності* — на публікації в періодичній, науковій, громадській пресі основних положень і проблематики, порушених на нинішній Міжнародній науково-практичній конференції, і, зокрема, у журналі "Інтелектуальний капітал";
- 13) *в інформаційній сфері* — на розвитку інформаційної бази об'єктів права інтелектуальної власності, і, зокрема, на створенні іменного (алфавітного) покажчика для удосконалення процедури пошуку;
на розширенні можливостей доступу користувачів до інформаційної бази (патентної бази).



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ — КЛЮЧ ДО УСПІХУ В БІЗНЕСІ

Такою була тема науково-практичної конференції, організованої Академією правових наук України, Міністерством економіки Автономної Республіки Крим, Науково-дослідним інститутом інтелектуальної власності, Національним комітетом Міжнародної Торгової Палати, що відбулася 13-17 вересня 2004 р. у м. Алушта, Автономна Республіка Крим.

Інтелектуальна власність як самостійний особливий і дуже важливий для нашої економіки вид власності миттєво знайшов свій ринок, інфраструктура якого завдяки величезному науково-технічному потенціалу нашої країни має сьогодні швидкі темпи розвитку.

Питання комерційного використання інтелектуальної власності викликають постійну зацікавленість у представників сфери бізнесу — банкірів, промисловців, підприємців тощо. Маючи у своєму розпорядженні і користуванні різноманітні об'єкти інтелектуальної власності, власники прав на них не завжди можуть кваліфіковано їх ідентифікувати та класифікувати, і як наслідок не можуть ввести до господарського обігу.

Проведення конференції "Інтелектуальна власність — ключ до успіху в бізнесі" стало визначною подією в удосконаленні системи просування об'єктів інтелектуальної власності на ринок інтелектуального капіталу, дало змогу, до деякої міри, заповнити теперішні прогалини і брак правових знань у вітчизняних підприємців стосовно маркетингу, ідентифікації, використання прав і правового захис-

ту об'єктів інтелектуальної власності, аудиту і управління активами інтелектуальної власності.

У роботі конференції брали участь фахівці сфери правового захисту й охорони об'єктів інтелектуальної власності, патентознавці, адвокати, оцінювачі, спеціалісти технічних і маркетингових відділів промислових підприємств і фірм.

Зі своєю основною метою — обговоренням проблем залучення інтелектуальної власності до господарського обігу з позицій захисту права, обліку й оподаткування, аналізу інтелектуальної власності як ділового активу з огляду на можливості її використання в підприємницькій діяльності фірм, компаній, підприємств для підвищення їхньої конкурентоздатності — конференція впоралася.

Учасники з інтересом заслухали доповіді заступника Голови Ради Міністрів Автономної Республіки Крим В. Казарина, заступника міністра економіки АРК О. Верченка, заступника директора НДІ інтелектуальної власності П. Крайнева, д.е.н, професора О. Бутнік-Сіверського, віце-президента УНК МТП В. Кунгурцева, керівника Центру експертних досліджень НДІ інтелектуальної власності О. Дорошенка, співробітника НДІ інтелектуальної власності Ю. Борко, директора ТОВ "Інтелект" Л. Тимофієнка, завідувача лабораторії правових проблем інтелектуальної власності (м. Харків) В. Крижної, юриста юридичної фірми "Гелон" О. Новолаєвої.

Доповіді, виступи, аналіз ситуацій та жваві дискусії, що розгорта-



лися, стосувалися методів і прийомів захисту прав авторів і власників охоронних документів, принципів проведення судових експертних досліджень і підготовки кадрів експертів, джерел доказів у судових спорах щодо порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності, оцінки прав і комерціалізації науково-технічних розробок; бухгалтерського обліку і оподаткування при введенні інтелектуальної власності до господарського обігу, правових та економічних проблем інноваційної діяльності, підходів до створення ін-

формаційного забезпечення, шляхів удосконалення відповідного законодавства.

Організаційне забезпечення конференції на високому рівні здійснив Фонд підтримки підприємництва Автономної Республіки Крим. Розміщення учасників та пристойне обслуговування проведено працівниками туристичного готелю "Восход".

*Підготував матеріал
В. Нежиборець*

ДЕНЬ ВІНАХІДНИКА І РАЦІОНАЛІЗАТОРА УКРАЇНИ

10-й річниці відзначення в Україні Дня винахідника і раціоналізатора було присвячено науково-практичну конференцію, проведену 17 вересня 2004 року у приміщенні конференц-залу УкрНТІ.

Перед учасниками конференції було зачитано вітальне слово Президента України Леоніда Кучми, Прем'єр-міністра України Віктора Януковича, київського міського голови Олександра Омельченка, Президента Національної Академії наук Бориса Патона, генерального директора Всесвітньої організації інтелектуальної власності Каміла Ідріса.

Нагородами та почесними грамотами Кабінету Міністрів України, Київської міської адміністрації, Всесвітньої організації інтелектуальної власності, Державного депар-

таменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки, Української Академії наук було відзначено діяльність винахідників і раціоналізаторів, фахівців сфери інтелектуальної власності.

*Підготував матеріал і
надав фото С. Петренко*



Вручення нагород учасникам конференції.



ПРИВІТАННЯ

ВІТАННЯ З ЮВІЛЕЄМ

Жовтень цього року ознаменувався визначною подією — два корифеї сфери інтелектуальної власності в Україні відзначили свої ювілеї.

З цієї нагоди колектив Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності АПрН України та редакційна колегія журналу вітають:



□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□□□□□

□ **75** - □□□□□□



□□□□□□ = □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□

□ **60** - □□□□□□

Шановні колеги, друзі, ми вдячні долі за насолоду працювати поруч з вами. Ваш життєвий досвід, мудрість, високий професіоналізм — це підґрунтя наукових досягнень, якими збагатилися скарбниці права та економіки інтелектуальної власності.

Молодь завдяки відкритості ваших сердець, щирій зацікавленості результатами наукової діяльності колег та учнів, бажанню передати знання та досвід молодим постійно тягнеться до вас.

Ми пишаємося вашою бурхливою життєвою енергією, оптимізмом, наполегливістю в досягненні мети, у прагненні отримати науковий результат.

Бажаємо злагоди та добробуту вам і вашим рідним, міцного здоров'я, життєрадісної атмосфери навкруги, плідної праці та нових наукових досягнень задля зміцнення державної системи інтелектуальної власності!

Нехай вам завжди щастить!

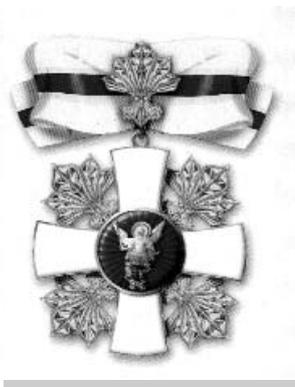


ВІТАННЯ З НАГОРОДЖЕННЯМ

За вагомий особистий внесок у розвиток державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні, високий професіоналізм та багаторічну сумлінну працю співробітників Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності АПрН України нагороджено:



Почесною грамотою Кабінету Міністрів України та нагрудним знаком "Знак пошани" Київської міської адміністрації — Крайнева Петра Павловича, заступника директора інституту, кандидата економічних наук.



Почесною грамотою Київського міського голови — Прахова Бориса Григоровича, завідувача відділу промислової власності, кандидата юридичних наук;

Дорошенка Олександра Федоровича, керівника Центру експертних досліджень інституту.



Редакційна колегія часопису бажає нагородженим творчого натхнення та нових здобутків!



ПОЗОВ З ПОТОЙБІЧНОГО СВІТУ

Наприкінці 90-х років ХХ сторіччя двадцять шість компаній з виробництва напівпровідників звинувачено в порушенні патентних прав Джерома Лемельсона — винахідника, померлого в жовтні 1997-го року. Лемельсон був одним з найплодовитіших винахідників в історії США: за трохи більше 40-ка років він одержав понад 500 патентів. Як стверджують, його патентні права було порушено при створенні відеозаписувальних пристроїв, факсимільних апаратів і обладнання для виробництва напівпровідників (у справі, що розглядається).

Патенти Лемельсона, понад сімдесят з яких на той час були ще чинними, відповідачі називають “підводними”, оскільки вони “виринають” лише з поданням позовів про ймовірне порушення. У цьому разі йдеться про винаходи, заявлені ще 1956-го року стосовно розпізнавання реальних образів і перетворення їх у цифрову інформацію для використання в складальних агрегатах. Патентні домагання на аналогічні винаходи виникали ще декілька разів (останнє — 1995 року).

Відповідачі мають сумнів щодо легітимності подібних патентів, вказуючи на надмірну широчінь і розпливчатість домагань, сформульованих у висхідних заявках, позаяк вони уточнювалися лише в подальшому з посиланням на дату реєстрації.

Фонд Лемельсона визнає за краще не доводити справу до судового розгляду. Компанії-відповідачі, аби не втрапити в подальшому в якусь халепу, дбають про залагодження спору без втручання суду. Проте на все це витрачається не один місяць перемовин та декілька мільйонів доларів.

*За матеріалами видання “Патентное дело”
(1999. — № 6. — С. 60-61)*

БОРОТЬБА З ПІРАТСТВОМ В ЕЛЕКТРОННИХ МЕРЕЖАХ

Користувачі р2р-мереж, які скачують захищені копірайтом музичні композиції, не бояться судового переслідування і не мають наміру змінювати своїх звичок. Такого висновку дійшла дослідницька компанія Jupiter Research.

Опитування жителів США некомерційними компаніями Pew Internet та American Life Project показало, що дві третини з тих, хто скачує музику в Інтернеті, не хвилює, захищена вона авторськими правами чи ні. Чотири року тому ця цифра становила близько 60%.



Але такі результати соціологічного опитування не зменшують завзятого флагмана рекорд-індустрії — Асоціації звукозаписувальної промисловості Америки (RIAA) у боротьбі з безоплатним обміном файлами в Інтернеті.

Практика подачі RIAA судових позовів до індивідуальних користувачів служб обміну файлами та постачальників програмного статку для "пірінга", який дозволяє користувачам скачувати файли з жорсткого диску іншого користувача, дала перші результати. За словами представників RIAA, 17% з опитуваних Jupiter старших 18 років "інтернетчиків" заявили про те, що вони почали скачувати менше музики відтоді, як звукозаписувальні компанії повели боротьбу з піратством. За результатами опитування молодих користувачів Інтернету Forrester Research, дві третини з них взагалі відмовилися від піратського скачування музики під загрозою ув'язнення або великого штрафу.

За матеріалами Jupiter Research та Reuters

МОНЕТА В 32 ЦЕНТИ

Канадський математик з Університету Ватерлоо Джеффри Шелліт провів дослідження щодо можливості оптимізації обігу наявних доларів і євро. Учений дійшов висновку, що в США і Канаді необхідно ввести в обіг монету номіналом 32 центи, а європейцям стала б у пригоді окрема монета в 133 або 137 центів.

На думку пана Шелліта, введення подібних монет дало б змогу зменшити час і видатки, необхідні для проведення готівкових розрахунків і обміну валют, не вдаючись до випуску великого числа нових монет.

За підрахунками вченого, у Європі, де найпоширенішими є монети в 1, 5, 10, 20 і 50 центів, для здійснення розрахунків в середньому використовуються 4,6 монет різного номіналу. Упровадження його новації допоможе скоротити число необхідної "міди" до 3,92 монет.

Свої дослідження пан Шелліт засновував на припущенні про рівний розподіл чисел від 1 до 99 після коми в ціниках товарів, при цьому вчений не відкидає, що на практиці розподіл чисел буде іншим (багато продавців виставляють на товар ціни, що закінчуються на цифру 9, а відомий в математиці Закон Бенфорда свідчить, що цифра 1 зустрічається в числах в 30% випадків проти очікуваних 11,1%).

За матеріалами NewsFox

**Наукова рада журналу:**

Святоцький О.Д. (голова наукової ради), Бутнік-Сіверський О.Б., Врублевський В.К., Кремень В.Г., Лавринович О.В., Литвин В.М., Орлюк О.П., Патон Б.Є., Підпригора О.А., Побірченко І.Г., Притика Д.М., Редько В.В., Семчик В.І., Сташис В.В., Табачник Д.В., Тацій В.Я., Шемшученко Ю.С., Ющенко В.А.

Редакційна колегія журналу:

Крайнів П.П. (головний редактор), Андрущук Г.О., Головченко Л.М., Грошевий Ю.М., Дорошенко О.Ф., Дроб'язко В.С., Закалюк А.П., Захарченко Т.Г., Індукаєв В.К., Копиленко О.Л., Крупко П.М., Крупчан О.Д., Кубів С.І., Мельниченко О.І., Москаленко В.С., Нежиборець В.І., Орлюк О.П., Панов М.І., Пасенюк О.М., Підпригора О.А., Підпалов Л.В., Пічкур О.В., Прахов Б.Г., Різун В.Ф., Святоцький О.Д., Сегай М.Я., Теплюк М.О., Худолій Б.М.

Петренко С.А. — відповідальний секретар

Засновник —

**Науково-дослідний інститут
інтелектуальної власності**

Свідоцтво про державну реєстрацію:
Серія КВ № 5664 від 05.12.01

До уваги авторів та читачів

Редакція приймає рукописи статей як на електронних носіях, набраних у програмах MS Office, так і видрукованими на папері.

Авторів просимо разом з матеріалами надсилати свою фотографію та інформацію щодо наукового ступеня, місця роботи, посади, поштової адреси і контактних телефонів.

Редакція залишає за собою право на редагування та скорочення рукописів. За достовірність інформації та статистичних даних, що містяться у рукописах, відповідальність несе автор.

Журнал приймає замовлення на розміщення реклами

Адреса редакції: 01014, м. Київ, вул. Тимірязівська, 66/3

Тел.: 295-85-49

Тел./факс: 294-99-82

www.ndiiv.org.ua

e-mail: icapital@i.com.ua

Комп'ютерна верстка — С. Петренко

Коректор — А. Куниця

Рекомендовано до друку

Ученою радою НДІ інтелектуальної власності, протокол № 7 від 07.10.2004 р.

Здано до набору 20.10.04. Підписано до друку 04.11.04 Формат 70x108/16.

Папір офсетний. Офсетний друк. Наклад 300 примірників. Зам. 4-258

Надруковано з оригінал-макета в Концерні "Видавничий Дім "Ін Юре"
04107, м. Київ, вул. Багговутівська, 17-21