

## **В. П. Доценко**

*студ. I курсу магістратури економіко-правового факультету ОНУ імені І.І.Мечникова  
спеціальність «Менеджмент»  
Науковий керівник: к.е.н., доц. О. В. Рудінська*

### **ПАТЕНТНО-ЛІЦЕНЗІЙНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У сучасному світі головним фактором виробництва та забезпечення конкурентоспроможності підприємства є інформація та знання. Вплив патентування на економічну активність досліджували багато західних вчених, але на даний момент доволі важко у повній мірі оцінити важливу роль патентно-ліцензійної політики на розвиток інноваційної діяльності. Таким чином проблематика патентування залишається актуальною і на сьогоднішній день.

Відносини, які виникають у зв'язку з набуттям та здійсненням права власності на винаходи (корисні моделі) в Україні, регулюються Цивільним кодексом України та Законом України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі». Винахід (корисна модель) – результат інтелектуальної діяльності людини в будь-якій сфері технології [1].

В Україні й більшості країн світу виділяють такі види патентів (табл. 1):

**Таблиця 1**

#### **Види патентів**

1. Патент на винахід	Авторське право на технічне рішення, що є новим, корисним у господарській діяльності і може застосовуватися практично. В процесі патентування кожен винахід проходить експертизу від офіційних експертів на предмет інноваційності та унікальності.
2. Патент на корисну модель	Корисні моделі є підвидом винаходів, однак, на відміну від останніх, мають коротший термін захисту (10 років в Україні, від 6 до 10 років у інших країнах) та менш жорсткі умови патентоздатності.
3. Патент на промисловий зразок	У порівнянні з корисними моделями, промисловий зразок описує не внутрішню конструкцію винаходу, а зовнішній дизайн. Фактично це результат творчої діяльності людини у галузі художнього конструювання, що створює естетичне враження [2].

Патент є офіційним охоронним документом, що видається від імені держави уповноваженим на це державним органом – Державним департаментом інтелектуальної власності України МОН України (далі – Держдепартамент).

Патент (патент на винахід, деклараційний патент на винахід, деклараційний патент на корисну модель, патент (деклараційний патент) на секретний винахід, деклараційний патент на секретну корисну модель) –

охоронний документ, що засвідчує пріоритет, авторство і право власності на винахід (корисну модель).

Патент України на винахід видається за результатами кваліфікаційної експертизи заявки на винахід, яка встановлює відповідність винаходу умовам патентоздатності (новизні, винахідницькому рівню, промисловій придатності) [3, с. 356].

Нині в економічній думці виокремились чотири найбільш популярні теорії щодо патентно-ліцензійної політики:

1. Теорія стимулювання винахідництва: активне патентування призводить до зростання мотивації до створення корисних інновацій;

2. Теорія поширення: патенти поширюють нові знання і надають можливість інвесторам відкривати нові знання, тоді як за відсутності патенту власники мають приховувати свої винаходи;

3. Теорія розвитку та комерціалізації: патенти стимулюють інвестиції, необхідні для розвитку та комерціалізації винаходів;

4. Теорія майбутнього розвитку: патенти забезпечують «мирні» дослідження щодо подальших перспектив похідних винаходів [4, с. 46–47].

Основні переваги використання патентування:

1. Патентна політика дає змогу здійснювати більш вільне управління цінами, чого можна легко досягти шляхом використання сучасної технології та випуску нових запатентованих товарів;

2. Завдяки патенту можна монополюю закріпити свою перевагу на всіх етапах виробництва та збуту, і обмежуючи конкуренцію, прямо впливати на процес встановлення ціни [4, с. 46–47];

3. Патент на винахід (корисну модель) надає власнику виключні права на використання, тобто будь-яке використання цього об'єкта без дозволу власника є незаконним і тягне відповідальність згідно з законодавством України;

4. Права на винахід (корисну модель), як і інші види власності, мають свою вартість, що може істотно зрости з підвищенням попиту на певне технологічне рішення;

5. Права на винахід (корисну модель) можуть бути предметом продажу, а також надання в тимчасове користування. На підставі укладання договорів про передачу прав або про видачу ліцензії на використання власник виключних прав може одержати істотну матеріальну вигоду, навіть не використовуючи об'єкт самостійно [5].

Особливо актуальною тема стандартизації постає перед рекламним агенством, що здійснює міжнародну маркетингову діяльність, перед яким постає задача вибору між стандартизацією та адаптацією рекламної кампанії для окремих країн та ринків. Завдяки використанню стандартизації під час проведення рекламної кампанії рекламне агенство отримує безліч переваг: створення єдиного міжнародного іміджу товару або його виробника;

скорочення витрат на розробку і виробництво рекламного продукту; прискорення синхронного виходу на ринки різних країн; уникнення спотворення повідомлень в разі накладення ЗМІ і пересування покупців з однієї країни в іншу. Необхідність адаптації рекламного продукту на міжнародному ринку викликана особливостями макросередовища міжнародного маркетингу, в тому числі законодавчими нормами, культурними уподобаннями, ментальними схильностями населення [6, с. 8].

Сучасні проблеми і завдання міжнародної маркетингової діяльності рекламних агентств обумовлені, головним чином, наступними факторами: культурою і рівнем розвитку країни; мовними особливостями; економічною ситуацією; законодавчими актами; властивими окремій країні способами поширення реклами; конкуренцією. Кожен фактор накладає свої правила і обмеження на організацію і проведення рекламних кампаній в окремо взятій країні.

Міжнародна маркетингова діяльність рекламного агентства в значній мірі залежить від ступеня доступності ЗМІ; рівня витрат на виробництво рекламного продукту; охоплення цільової аудиторії; можливості перевірки достовірності даних про охоплення; вибору видів рекламних засобів [6, с. 9].

Тому дуже доцільно було б сформувати підприємницьку екосистему, яка включає в себе новаторів, підприємців та інвесторів, а також розробити сучасну інфраструктуру підтримки інновацій, які сприятимуть дифузії інновацій та перетворенню винаходів на ранніх стадіях на готові продукти.

Грамотне управління патентуванням виступає основою активної інноваційної діяльності та розвитку, а тому є головним фактором зростання економічного стану країни в цілому.

### **Список використаної літератури**

1. Винахід (корисна модель). URL: <https://ukrpatent.org/uk/articles/inventions> (дата звернення: 02.11.2020).
2. Патентування як ознака інноваційності країни – перше дослідження від Innolytics Group. *Blog.Imena.ua*. URL: <https://www.imena.ua/blog/patent-innovations-ua> (дата звернення: 02.11.2020).
3. Бутнік-Сіверський О. Б., Дроб'язко В. С., Підпригора О. А. Право інтелектуальної власності: Академ. курс : Підручник. Київ : Видавничий Дім «Ін Юре», 2004. 672 с.
4. Васильцова С. О. Патентно-ліцензійна політика як чинник інноваційної активності підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 15(1291). С. 46–47.
5. Переваги власника патенту на винахід (корисну модель). URL: <http://www.intellect.ua/ukr/patent/info/benefits> (дата звернення: 02.11.2020).
6. Seleznova O., Rudinska O., Kusyk N. International marketing activity of advertising agencies current challenges and tasks. *Scientific Light*. 2019. № 32. P. 8–13.