

МЕТОДОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

*Свіщова Н.С., аспірант
pgpererva@gmail.com*

*Науковий керівник: Перерва П.Г., д.е.н., професор
Національний технічний університет «ХПІ»*

В умовах реформування сфери інтелектуальної власності (ІВ) в Україні та поступового переходу до індустрії четвертого покоління питання визначення, використання, захисту та економічної оцінки об'єктів права ІВ набуває нового значення та є доцільним та своєчасним. ІВ на сьогоднішній день є одним із основних факторів розвитку інформаційної економіки, що зумовлює необхідність вивчення її як економічної категорії. Зазначимо, що сьогодні багато товарів також мають інтелектуальну складову, більш того, у наукомістких підприємствах на нематеріальні активи припадає найбільша питома вага у структурі необоротних активів. У зв'язку з цим особливе економічне значення інтелектуальної власності зумовлює актуальність дослідження.

На сьогоднішній день ІВ розглядається з правової та економічної точок зору, що в свою чергу, призводить до виникнення широкого діапазону сутностей і значень, а, отже, неоднозначності трактування поняття «інтелектуальна власність». Таким чином, можна стверджувати, що комплексного науково обґрунтованого підходу до визначення сутності ІВ на сьогоднішній день не існує.

Перелік тлумачень поняття „інтелектуальна власність” не обмежується згаданими визначеннями, список можна доповнювати необмежено. В багатьох монографіях та навчальних посібниках автори надають власне здебільшого обґрунтоване трактування терміну „ІВ”.

Така неузгодженість, на нашу думку, зумовлена відсутністю в українському законодавстві у сфері інтелектуальної власності відповідних норм, чітко зазначеного терміну «інтелектуальна власність» (ЦК України надає поняття лише щодо терміну «право інтелектуальної власності») та окреслених критеріїв присвоєння статусу ІВ. На практиці розмаїття тлумачень ускладнює розуміння сутності терміну інтелектуальної власності, його інститутів, також істотно це впливає на підготовку фахівців у сфері ІВ та значною мірою звужує світогляд на категорію «інтелектуальна власність» з умови лише правового чи економічного трактування.

Не заперечуючи проти вищезгаданих тлумачень поняття „інтелектуальна власність”, пропонуємо власне визначення.

Інтелектуальна власність – це система взаємовідносин створення об'єкту науково-технічної діяльності або літературно-мистецької творчості, вираженому в матеріальній або оцифрованій, електронній формі, юридичного захисту закріплених законом прав на результати інтелектуальної/розумової діяльності, які відповідають критеріям чинного законодавства та економічної комерціалізації створених об'єктів, котрі відповідають вимогам ринку та/або потребам споживачів.

Запропоноване визначення враховує недоліки існуючих на цей час визначень, нами взято до уваги сучасні тенденції до використання електронних, оцифрованих об'єктів, бо більшість підприємств ведуть свою діяльність в тому числі через всесвітню мережу Інтернет, необхідність матеріального вираження думки (ідеї, способу вираження ідеї) для подальшого не тільки використання, але й комерціалізації ІВ за потребою правовласника, що є головною формою управління ІВ на виробничому ринку та охоплює розуміння категорії «інтелектуальна власність» як сукупність складових «винахідництво – правова охорона – комерціалізація».

Враховуючи такий потрійний характер ІВ, пропонується схема, яка відтворює вдосконалену композицію ІВ. Кожна складова доповнює інші, тим самим створює цілісний образ поняття «інтелектуальна власність». Об'єкти ІВ народжуються з інтелектуальної, розумової діяльності людини, що виражає частина «винахідництво». З винахідницької діяльності починаються всі інновації, вона є фундаментом новітніх розробок, базується на аналізі рівня техніки вибраної області знань, рішення технічної проблеми або зменшення недоліків, посилення переваг існуючих об'єктів.

Наступною складовою є «правова охорона», бо тільки таким чином можна зберегти лідируючу позицію першовідкривача, якими є винахідники. Звісно, обрана форма правової охорони залежить від типу ІВ, галузі використання, цілей застосування тощо. Найчастіше в виробничій сфері це – патентування, отримання свідоцтва на торговий знак або ноу-хау.

Третя складова – «економічна комерціалізація», головна мета проведення наукових розробок. Комерціалізація може бути реалізована в трьох основних формах – використання у власному виробництві, продаж іншим зацікавленим підприємствам або комбінація перших двох. На цьому етапі виникає багато складностей, таких як пошук потенційних і реальних покупців, проведення

економічної оцінки ІВ, вибір типу договору на передачу або переуступку прав на ІВ (видача ліцензії, договір купівлі-продажу, франчайзингу або лізінгу), вибір виду платежів за придбання прав на ОІВ (роялті чи паушальний платіж) тощо.

Задля успішної комерціалізації об'єкт ІВ має пройти шлях від ідеї, результату інтелектуальної діяльності до товару та об'єкту купівлі-продажу, і розвиток цієї концепції буде представлено в подальших результатах цього дослідження. Надані вище визначення є більш ефективними за рахунок охоплення всіх трьох напрямів роботи з ІВ і надає змогу дослідникам та практикам інтелектуальної власності більш комплексно розглядати традиційні категорії системи інтелектуальної власності та робити всебічний аналіз розроблених об'єктів ІВ задля отримання максимального прибутку від інновацій.

Література.

1. Pererva, P., Kuchynskiy, V., Kobieliyeva, T., Kosenko, A., Maslak, O. (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), p. 6–14.
2. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с.
3. Перерва П.Г. Кобелева Т.О. Теоретичні засади комплаєнс-моніторингу в системі економічної безпеки промислового підприємства // *Вісник НТУ "ХПІ". Екон. науки: зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2019. 1. С. 65-72.
4. Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності : навч. посібник [Електронний ресурс] / П.Г.Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2020. 893 с. URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47906>
5. Перерва П.Г. Кобелева Т.О. Цінова політика підприємства та її вплив на ринкову кон'юнктуру та конкурентоспроможність продукції // *Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Економ. науки.* Харків : НТУ "ХПІ", 2016. № 27. с. 58-61.
6. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства : монографія / В.Л.Товажнянський [та ін.] ; ред.: П.Г.Перерва, Л.Л.Товажнянський. Харків : Віровець А.П. "Апостроф", 2012. 705 с.
7. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Прінт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
8. Научные основы маркетинга инноваций : монография в 3 т. Том 3. / под. ред. С.Н.Ильяшенко. Сумы: ООО «Печатный дом «Папирус», 2013. 334 с.
9. Перерва П.Г. Кобелева Т.О. Цінова політика підприємства та її вплив на ринкову кон'юнктуру та конкурентоспроможність продукції // *Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Економ. науки.* Харків : НТУ "ХПІ", 2016. № 27. с. 58-61.