

## **СЕКЦІЯ 5 - ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

**Є.О. КАТКОВ**, аспірант НТУ «ХПІ», м. Харків

**М.І. ЛАРКА**, професор НТУ «ХПІ», м. Харків

### **ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Значна кількість промислових підприємств в Україні ще й досі володіють унікальними технологіями і величезною матеріально-технічною базою. У складі багатьох підприємств знаходяться науково-дослідні та проектно-конструкторські інститути та підрозділи, робота яких з успіхом може бути використана в цілях отримання додаткових доходів.

В умовах всезростаючої конкуренції як на світових, так і на внутрішніх ринках, промислові підприємства, які володіють потужною матеріальною та інтелектуальною базою, займають значно більш вигідну конкурентну позицію у порівнянні з іншими підприємствами. Звідси випливає ряд конкурентних переваг, використовуючи які можна розраховувати на завоювання значної частини ринку звичайної і нової високотехнологічної продукції як виробничого призначення, так і товарів широкого споживання. Найважливішими з них є такі:

1. Володіючи унікальними технічними і технологічними розробками, підприємство отримує контроль над певним сегментом цільового ринку, що згодом дасть можливість провести експансію нових товарів, новітніх технологій і об'єктів інтелектуальної власності і на сегменти ринків, які належать конкурентам.

2. Монопольне право на результати інтелектуальної діяльності дає також можливість контролювати конкурентів в суміжних сферах виробничо-господарської і комерційної діяльності.

3. Нові зразки техніки і новітні технології дозволяють займати нові сегменти ринків, тим самим даючи поштовх для

розвитку напрямків, які не були притаманними попередній діяльності підприємства.

4. Велике промислове підприємство з добре відомим «ім'ям» і позитивною репутацією при виникненні цінової конкуренції на ринку, має більше шансів на реалізацію своєї продукції (робіт, послуг), ніж мало кому відоме підприємство.

5. Продукція підприємства із сильною торговою маркою не потребує значних зусиль на просування та суттєвих витрат на рекламу, що саме по собі дає значну кількість переваг на сегментах ринку, які є переповненими аналогічними товарами.

6. Сильні торгові марки забезпечують ефект масштабу на виробництві й розподілі, оскільки постачальникам і дистриб'юторам значно вигідніше працювати з компаніями, що мають добре відомі торгові марки і бренди, що виражається в значному скороченні товарних запасів, підвищенні рівня завантаження виробничих потужностей, зменшенні зусиль по просуванню своєї продукції.

7. Додаткове джерело доходів також можна отримати від продажу прав на об'єкти інтелектуальної власності та передачі комплексу прав на них іншим юридичним і фізичним особам (наприклад, за договором комерційної концесії).

Все вищеперераховане дозволяє зробити висновок про те, що переваги великих промислових підприємств перед іншими гравцями ринку є беззаперечними. Але чи виляються ці переваги в перевагу конкурентну, залежить від того, наскільки ефективною є діяльність апарату управління підприємством, наскільки системним є його підхід до вибору стратегії розвитку виробничо-господарської і комерційної діяльності, а також вибору відповідних науково-дослідних, виробничих і маркетингових заходів, спрямованих на реалізацію обраної стратегії розвитку промислового підприємства.

**М.А. ПИППАРИНЕН**, студентка, г. Харків, НТУ «ХПІ»

## **ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В УКРАИНЕ**

Интеллектуальная собственность, как и любой другой вид собственности, часто является объектом противоправных