

## **СТРАТЕГІЯ ПАТЕНТУВАННЯ, ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА**

**В.С. ГОЙДИНА<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*спеціаліст з менеджменту, Харків, УКРАЇНА*

З давніх часів люди звикли розподіляти все на «своє» та «чуже». «Своє» пильно оберігалось від посягань та сторонніх втручань. Проте «чуже» завжди було цікавим, заманливим. Це було обумовлено на самперед тим, що людська натура прагне до самовдосконалення, прогресу, поліпшення своїх умов існування. Тому «своє» постійно змінювалось, перетворювалось і вдосконалювалось. І ось у певний період стало зрозуміло, що треба якось захищати свої досягнення від натиску інших. Слова «інтелект», «право», «власність» стали основою для цього. Так виникло поняття «інтелектуальної власності», тобто розумової, творчої та унікальної діяльності людини. Стало питання про охорону прав на результат такої праці від інших. Захист на юридичному рівні, а не тільки на словах. Також треба було зрозуміти, що саме варто охороняти, а що не потребує таких зусиль. Розробити технологію, стратегію охорони – патентування.

На сьогодні існує багато способів та можливостей для охорони своїх прав. Ми розглянемо різні стратегії для патентування та рівні публікації.

Візьмемо підприємство, яке хоче вдосконалити свою продукцію, ступити на новий етап свого виробництва. Існує такі варіанти:

– розробити власну ідею використовуючи інтелектуальний матеріал самого підприємства;

– залучити задля цього сторонніх спеціалістів;

– оформити ліцензію у іншого підприємства чи фізичної особи;

– вкрати розробки конкурентів.

З першого пункту можна вивести, що для отримання результату потрібно мати базу, тобто людей, які б мали творчий потенціал, були б спеціалістами у сфері своєї діяльності. Потрібен злагоджений колектив, який може провести ідею від початку – задумки, до кінця – виводу на ринок нового товару, який, звичайно, повинен мати якість нововведення порівняно з іншими у цій галузі. Це витратно, тому перш ніж починати, треба мати кошти та основу для створення.

За другим пунктом можна сказати, що це менш затратно, так як не треба мати штатних спеціалістів, а, наприклад, замовити таку розробку у конкретної фірми. Розробляти треба по тій самій схемі, але ідея повинна спрацювати, тобто принести прибуток.

За третім варіантом все просто – новий, вже розроблений товар впроваджують різні підприємства. За умови відрахувань власникам розробки. Така схема корисна коли товар тільки входить на новий ринок, чи якість

підприємство, наприклад, хоче завоювати ринок іншої країни, чи оформлюється договір між конкурентними особами за розповсюдження товару.

А ось у четвертому випадку все по іншому. Можливий підкуп конкурентами, тому треба дуже пильно підходити до підбору персоналу. Можливий шпіонаж за розробками, а не тільки офіційне пильнування. Також існує такий варіант: підприємством-конкурентом закупасться партія нового товару, його спеціалісти розбираються, дуже пильно все вивчаються і на основі отриманої інформації можуть зробити свою технологію, східну з технологією перших.

Кожен обирає свій варіант, який йому більш до вподоби. Не можна вибрати кращий чи правильніший спосіб, бо для кожної ситуації можливе різне рішення.

Також існує такі рівні патентування, як національне чи міжнародне. Національне – на рівні країни, а міжнародне – серед окремо взятих в альянс країн.

Національне патентування є в кожній країні, але зі своїми особливостями. Можна, звичайно, отримувати патент в кожній окремо взятій країні, беручи до уваги її патентне законодавство. Міжнародний патент – це патент в декількох країнах, які оговорили умови патентування, переведений, засвідчений та підтверджений кожним окремо.

Інтелект людини неосяжний, її здібності неможливо обмежити. Тому будуть створюватись все нові і нові винаходи. Їх треба захищати, мати уявлення про найбільш доцільне використання, слідкувати за тим, щоб вони не потрапили в «погані руки». Стратегії патентування мало вірогідно будуть змінюватись, а ось рівні патентування – дуже можливо. Будуть створюватись більш детальні правові акти, осмислюватись кожне слово в них, щоб мати справедливу охорону. Міжнародне патентування знайде більше своїх прихильників, можливо навіть у майбутньому розробка єдиного світового законодавства для патентування.

#### **Список літератури:**

1. *Лукичева Л.И.* Внутрифирменное управление интеллектуальными активами / *Л.И. Лукичева, Д.Н. Егорычев.* – М.: ООО «Омега-Л», 2004. – 192 с
2. *Шульгин Д.Б.* Модели управления интеллектуальной собственностью на предприятиях [Электронный ресурс] / *Д. Б. Шульгин.* – Режим доступа: <http://patent.ustu.ru>.
3. *Мікульонок І.О.* Інтелектуальна власність: навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і допов. – К. : НТУУ «КПІ», 2012. – 238 с.
4. *Bender D.* Business method patents : the view from the US // *EIPR.* – 2001. – V. 23. – № 8. – P. 375-779.
5. *Lambert J.* Business method inventions: patentable as such? // *Commerce and domain names supplement.* – 2000. – September. – P. 8-10.
6. Український центр інноватики та патентно-інформаційних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ip-centr.kiev.ua>.