

**УДК 338.24**

**Г.С. Нагорняк, к. т. н., доц., І.С. Нагорняк**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ**

**H.S. Nahorniak, Ph. D., Assoc. Prof. I.S. Nahorniak**

**INFORMATION IMPACT IN THE CONTEXT OF INTELLECTUAL  
PROPERTY: STATE AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT**

Інформація, що містить відомості про розроблення й технології, наведена у патентних документах і звітах про НДДКР із випередженням часу реалізації в кілька років. Звіти про іспити дослідних зразків, фірмові проспекти й каталоги повідомляють про початок промислового освоєння. Науково-технічні журнали та реферативні видання інформують про наявний факт найчастіше із запізненням у 1-2 роки. Стандарти та технічні умови закріплюють вимоги до промислового виробництва, запізнюючись на кілька років. Інформація з виставок, ярмарків, тематичних семінарів, симпозіумів з усіх видів інформації комерційної спрямованості є найповнішою й інтегрованою. Для об'єктів інтелектуальної власності як товару особливо важлива інформація спеціалізованих інноваційних міжнародних виставок, де всі – продавці й покупці, експоненти та відвідувачі – тією чи тією мірою пов'язані інтересом до інновацій [2].

Компанії, що займаються розробленням нових технологій, зацікавлені в їх патентній охороні, оцінюванні та використанні нематеріальних активів, що накопичуються в такий спосіб. Обов'язковим інструментом створення необхідних для цього “патентних досьє” є відповідні бази даних (БД). Формування “досьє” варто починати з визначення змісту “ідеальної БД” і вимог потенційних користувачів. Така БД дозволить: ідентифікувати дорогі й усе ще не використовувані патенти, а також активи, що не приносять прибутків, але які можна продати чи списати; вчасно вносити зміни в основні напрями діяльності компанії; групувати патенти, що стосуються подібних технологій, виділяти серед них як найважливіші, так і менш значущі аналоги; виявляти реальних і потенційних конкурентів стосовно кожного патенту [1].

У БД має надходити нова інформація з багатьох джерел, однак потрібно враховувати, в якому ступені буде відкрито доступ до цих відомостей для різних категорій користувачів. Користувачами подібної БД можуть стати фахівці зі стратегічного планування та ліцензійної діяльності, штатні патентознавці, керівники виробництва й інноваційних проєктів, інженери. Працюючи з БД, вони будуть залежно від професійних обов'язків виявляти сильні (з погляду конкуренції) патенти, а також патенти, що зацікавлять потенційних партнерів у спільній діяльності, або придатні для розроблення нових напрямів, ліцензування тощо. З метою забезпечення максимальної ефективності БД за мінімальних витрат рекомендується проаналізувати технологічну схему керування інтелектуальною власністю [3].

Основним джерелом відомостей для управління інтелектуальною власністю варто вважати дані про підприємницьку стратегію очікуваної реалізації запатентованих інновацій у продукції своєї компанії та конкурентів або про можливе перетворення їх в об'єкти ліцензування. Для цього в БД треба регулярно вводити обновлювані перехресні посилання “патент – продукт” та інші засоби ідентифікації ймовірних сфер комерційного застосування накопичуваних інтелектуальних активів. Маркетингові дослідження й оцінка конкурентних технологій є обов'язковою частиною вироблення

стратегічних рішень, тому сформована БД має містити інформацію, що дозволяє виділяти інновації, які варто патентувати, й придатні для ліцензування патенти [3].

Патентна інформація використовується на всіх етапах життєвого циклу інноваційної продукції. Порівняно з іншими джерелами інформації вона має такі переваги: оперативність (вона зазвичай передре публікації інших інформаційних матеріалів); вірогідність (вона перевіряється й підтримується державною патентною експертизою); повнота відомостей (вона досягається тому, що розроблено спеціальні чіткі правила викладу описів винаходів); упорядкованість (у більшості країн застосовують наскрізну нумерацію патентних документів). Основна цінність патентної документації полягає в повних описах винаходів. Тому патентна інформація дає змогу здійснювати нові розробки на рівні кращих світових зразків з урахуванням наявних рішень і основних тенденцій розвитку техніки [1].

Формування баз даних на основі патентної та іншої інформації, пов'язане з використанням описів винаходів та іншої літератури, дозволяє створити своєрідне досє на кожне нововведення, що періодично доповнюється й корегується. Аналіз таких даних дає змогу встановити низку найважливіших чинників під час маркетингового опрацювання продукту. Наприклад: розподіл патентів, що були видані окремим фірмам, за роками дозволяє виявити тенденції в їхньому розвитку; розподіл за роками та країнами патентів з удосконалення продукції дозволяє усвідомити ступінь активності фірм на ринках конкретних країн. Це також може визначити напрямки робіт і зміну потреб споживача; правовий статус патенту (терміни заявки, термін дії тощо) надає інформацію під час проведення експертизи на патентну чистоту, що є складовою частиною маркетингових досліджень; встановлення патентів-аналогів (за номером першої заявки), що необхідно для аналізу географії патентування фірм-конкурентів. Крім того, ця інформація використовується при оцінці комерційної значущості новинки; інформація про можливі сфери застосування винаходів може бути використана задля сегментації ринку; джерела інформації, що мають посилання на цей патент, особливо ті, де розглядаються шляхи застосування на практиці. У них завжди можна знайти дані про переваги та недоліки. [2].

Поширення інформації неможливе без застосування нових інформаційних технологій. Останніми роками найпоширенішим засобом доступу до світових патентно-інформаційних ресурсів став Інтернет. Цьому сприяє та обставина, що більшість патентних відомств провідних країн світу забезпечує безкоштовний доступ до своїх патентних фондів у мережі Інтернет. Основними перевагами використання Інтернету для цілей пошуку “на новизну” є: різке скорочення витрат часу на проведення пошуку; зменшення матеріальних витрат, обумовлених відрядженням фахівців у відповідні інформаційні центри; підвищення якості та повноти пошуку; підвищення зручності проведення пошуку; спрощення складання звіту про пошук.

### **Література**

1. Бутнік-Сіверський О.Б. Економіка інтелектуальної власності / О.Б. Бутнік-Сіверський. – К.: Ін-т інтел. власн. і права. – 2004. – 296 с.
2. Наумов В. Взгляд на управление интеллектуальной собственностью / В. Наумов, Э. Рагельс // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2005. – №9. – С. 23–28.
3. **Ортинський В.Л., Керницький І.С., Сенік В.В., Керницька М.І.** Проблеми інформаційної безпеки на підприємстві // Проблеми застосування інформаційних технологій, спеціальних технічних засобів у діяльності ОВС, навчальному процесі, взаємодії з іншими службами: Матеріали НПС 7 грудня 2007 року. – Львів: ЛьвДУВС. – 2007. – С. 3-8.