

УДК 339.138

Моритко Г. – ст. гр. БМп-42

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Зяйлик М.Ф.

Бурхливий розвиток інформаційних технологій перетворив інтелектуальну власність в один із найліквідніших товарів. Інтелектуальна власність — дуже цінне джерело доходів. Маркетинг (marketing) в перекладі з англійської означає "ринкова діяльність". Спочатку маркетинг розглядали як економічну діяльність, що полягає в просуванні товарів і послуг від виробника до споживача. В подальшому функції маркетингу значно розширилися і стали охоплювати процеси від виникнення ідеї нового товару чи послуги до післяпродажного їх обслуговування.

Інтелектуальний потенціал, сконцентрований в Україні, також міг би стати надійною основою відродження вітчизняної економіки. Було сформовано необхідну нормативно-правову базу, закладено основи регулювання відносин у цій сфері: сьогодні чинне законодавство України містить основні положення, пов'язані з одержанням, здійсненням і захистом прав інтелектуальної власності. Термін "інтелектуальна власність" сформувався, насамперед, у процесі обговорення і вирішення проблем юридичної регламентації в рамках права власності відносин із приводу створення, використання й охорони результатів інтелектуальної діяльності. Основна відмінність прав інтелектуальної власності від інших, полягає в тому, що вони можуть бути нематеріальні. Навіть втілені в матеріальній формі. Наприклад, винахід може бути втілене в заявці на одержання патенту, потім і в патенті, потім у конкретному виробі. Купуючи цей виріб, покупець отримує тільки саме цей виріб, але не права на винахід, що втілено в цьому виробі.

Створення і впровадження більшості інновацій вимагає не тільки інтелектуальних, але і значних матеріальних витрат, але і принести додаткові доходи як віддачу від інновації.

Однак, може статися і так, що хтось "вклав" в інновацію, а шляхом "запозичення" результатами скористався хтось інший. Зрозуміло, що це не вигідно інноватору, але це не вигідно і суспільству, тому що інноваційна діяльність позбавляється мотивації. Значить суспільство (в особі держави) повинне забезпечити творцю (винахіднику) деякий привілей. Таким привілеєм спочатку було визнано монопольне право на використання винаходу, що закріплюється видачею спеціального документа - патенту. Власник патенту може не тільки відшкодувати витрати на створення винаходу і його впровадження, але й одержати надприбуток

Необхідно розробити заходи для приведення національної статистики щодо інтелектуальної власності у відповідність із міжнародними стандартами в цій сфері. Тим часом зарубіжний досвід свідчить, що створити ефективну систему охорони інтелектуальної власності, спираючись винятково на державні структури, неможливо. Тож власникам інтелектуального продукту, а також творчим спілкам України важливо активізувати процес створення недержавних організацій із питань охорони інтелектуальної власності, а найпотужнішим із них — вивчити питання про вступ у відповідні міжнародні недержавні організації.