

СЕКЦІЯ 12. ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ПАТЕНТНА ІНФОРМАЦІЯ В ІННОВАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Артамонова Н.О., д.н.соц.ком., с.н.с., Павліченко Ю.В. м.н.с.,
відділ наукового аналізу та моніторингу інтелектуальної власності,
ДУ «Інститут медичної радіології НАМН України», м. Харків, Україна*

Актуальність проблеми обумовлена тим, що патентно-комунікаційне середовище є найважливішою складовою інноваційної системи країни й має визначальний вплив на процеси розробки й упровадження інновацій, який вимагає для свого формування та підтримки значних зусиль і ресурсів на всіх стадіях інноваційного циклу. Цілком очевидно, що без належного патентно-інформаційного забезпечення успіх створення інновацій є випадковим.

Проведення патентно-кон'юнктурних досліджень із використанням патентної інформації надзвичайно важливе для установ та організацій, які здійснюють інноваційну діяльність. Патентна документація являє собою важливий комунікаційний засіб, який застосовують у своїй діяльності патентні підрозділи для задоволення потреб фахівців в інформації на різних етапах створення інноваційних технологій.

Дослідження патентної інформації як ефективного комунікаційного засобу, засвідчують, що її використання при проведенні патентних досліджень і маркетингу інновацій широко використовується у світовій практиці. Як правило, майже всі зарубіжні фірми мають патентні фонди і накопичують у досє на конкурентів необхідну патентно-комерційну інформацію. Зовсім інша ситуація з проблем використання патентної документації у ході проведення маркетингових досліджень складається в Україні. Хоча самі патенти і виконують роль могутньої зброї у конкурентній боротьбі, патентна документація до теперішнього часу ще не розглядається фахівцями у сфері інтелектуальної власності (ІВ) як інструмент маркетингу [1, 2].

Проведення аналітичної обробки патентних документів базується на оцінюванні якісних і кількісних її показників. У цьому контексті аналізується зв'язок деяких показників патентної інформації з активністю патентування, інноваційною активністю установи, якістю патентів, їхнім технологічним рівнем і міжнародним статусом [3–5]. Так, І. Мілес, В. Андерсен, М. Боден, Ж. Ховеллс [6] висловлюють власний погляд на корисність патентної інформації: «Ми маємо справу або з обережним використанням патентної статистики і вивченням її результатів, або ігноруванням її використання, що може стати для нас уроком».

Метою роботи є визначення ролі патентної інформації при забезпеченні інноваційної діяльності.

Традиційно, на наш погляд, патентну інформацію використовують у трьох основних напрямках інноваційної діяльності:

I. Отримання стратегічної інформації щодо тенденцій розвитку наукових напрямів, зокрема визначення перспективних – для обґрунтування новизни, перспективності, патентоспроможності та доцільності фінансування інноваційних розробок.

II. Вибір корисних для організації нових технологічних знань, одержаних у результаті аналізу патентної документації; зокрема світових технологічних досягнень та перспективних технологій, які доцільно придбати для використання в установі.

III. Проведення маркетингових досліджень як ключового елементу управління знаннями й інтелектуальною власністю. Деякі важливі питання управління інноваціями, котрі розглядаються у цьому контексті, передбачають аналіз значущості технології у конкурентному середовищі; конкурентоспроможності розробок установи; пошук продуктивних винахідників тощо.

Отже, головною у використанні патентної інформації є її аналітична значущість, яка підтверджується результатами:

- патентних досліджень у ході розробки інновацій;
- моніторингу діяльності конкурентів та оцінки їх технологій;
- формування інтегрованих патентних портфелів установи;
- маркетингу інноваційної діяльності;
- інформаційного забезпечення системи управління інноваційними технологіями.

По-перше, інформація, що міститься у патентному документі, наприклад у міжнародному патенті, є індикатором потенційного інтересу. По-друге, відповідні патентні індикатори необхідно розрахувати таким чином, щоб уникнути небажаного спотворення. Наприклад, частота цитування патенту залежить від його віку. Щоб надати вищої значущості старим патентам, частота цитування патенту має вимірюватися відповідно до частоти його цитування патентами того самого року. По-третє, слід відібрати економічно важливі патенти і групу контролю для порівняння патентів (випадкова вибірка). По-четверте, статистичний аналіз проводиться для дослідження різниці між обома групами згідно з певним набором індикаторів якості патентів. У підсумку отримуємо значення якості для кожного патентного індикатора, який може використовуватися для обчислення повного індексу патентної якості для кожного патенту.

Варто також відзначити такий аспект, як економічна цінність патентів, котра якісно змінюється, зокрема відбувається зниження її значущості при оцінюванні лише патентної інформації без урахування кон'юнктурної. Важливим є соціальна цінність патентів, яку мало хто оцінює. Саме тому більшість науковців використовують патентну документацію в останню чергу. Таке становище, коли ігнорується патентна інформація, особливо при плануванні наукової роботи, зумовлює необхідність посилювати діяльність, спрямовану на роз'яснення важливості використання патентних документів на всіх етапах інноваційного циклу.

Технологія оцінки конкурентоспроможності інновації з використанням патентної інформації включає: аналіз умов конкуренції на ринку; проведення тематичного патентного пошуку; виявлення провідних фірм-конкурентів; проведення фірмового пошуку; аналіз асортименту продукції конкурентів; аналіз напрямів технічних удосконалень; пошук патентів-аналогів; аналіз географії патентування; аналіз ліцензійної діяльності конкурентів; складання досьє на фірму; сегментація ринку; вибір ринкової ніші; виявлення потенційних партнерів; пошук за фірмами партнерів; пошук і аналіз рекламно-комерційної інформації; аналіз товарно-фірмових довідників; аналіз річних звітів фірм.

Саме тому проведення маркетингових досліджень науково-технічних продуктів та інновацій є дуже важливим кроком патентної комунікації щодо обґрунтування можливостей розповсюдження технологічних знань, тобто знань про винаходи. Здійснення маркетингових і патентних комунікацій при розробці нових видів інформаційно-аналітичної продукції дозволяють завдяки консолідації різних методологічних підходів отримати більш обґрунтовану аналітичну інформацію.

Інформація, отримана за умов маркетингу ІВ, допомагає ухвалити правильні рішення стосовно:

- 1) вибору та придбання технології, що найбільше відповідає обраній стратегії;
- 2) визначення моделі придбання або вибору альтернативних засобів трансферу знання, наприклад через ліцензування чи формування наукового альянсу;
- 3) управління одержаною ІВ, наприклад за рахунок кращого стимулювання винахідників із метою уникнення падіння продуктивності їхнього патентування.

Концепція формування портфеля об'єктів права інтелектуальної власності широко використовується за кордоном. Переваги цієї концепції полягають у тому, що вона: поліпшує міжфункціональні комунікації на стратегічному рівні (оцінка якості продукту, на який може впливати НДР на проектному рівні) та має високий ступінь номінальної цінності.

Таким чином, з наведеного вище стає очевидним, що патентні документи являють собою не тільки цінне інформаційне джерело, але і важливий комунікаційний засіб, який при аналітичному його опрацюванні дозволяє:

- оцінити конкурентоспроможність власних інноваційних технологій порівняно зі світовими аналогами;
- оцінити привабливість вітчизняної чи зарубіжної технології та вирішити питання доцільності її використання;
- розпізнати стратегічні зміни у конкурентному навколишньому середовищі інновацій;
- ідентифікувати й оцінити джерела генерації знань;
- оцінити патентну ситуацію у галузі і виявити пріоритетні інноваційні напрями;
- оцінити важливість і надійність ринкових партнерів, користувачів і постачальників інноваційних технологій.

Отже, аналіз умов конкуренції на ринку інноваційних технологій із використанням патентної інформації є одним із шляхів оптимізації їх інформаційного забезпечення.

Список літератури:

1. Добриніна Г.П. Патентна інформація та документація. Патентні дослідження: конспект лекцій / Г.П. Добриніна, В.Д. Пархоменко. – К. : ЗАТ «Ін-т. інтелектуальної власності і права», 2003. – 96 с.
2. Брагарник О. Особливості здійснення патентного пошуку за біотехнологічними об'єктами : ресурси інтернету, бази даних нуклеотидних і білкових послідовностей / О. Брагарник // Світ інтелектуальної власності. – 2005. – № 43. – С. 6 – 8.
3. Евстафьев В.Ф. Проблемы проведения патентных исследований в современных условиях / В.Ф. Евстафьев, Ю.Н. Филимонов, Л.Н. Хитрова // Патентная информация сегодня. – 2005. – № 3. – С. 3 – 11.
4. Скорняков Э.П. Поиск, отбор и анализ источников патентной информации при проведении патентных исследований / Э.П. Скорняков, М.Э. Горбунова // Патентная информация сегодня. – 2008. – № 3. – С. 29 – 34.
5. Ernst H. Determinants of patent value : Insights from a simulation analysis / H. Ernst, S. Legler, U. Lichtenthaler // Techn. For. Soc. Change. – 2010. – Vol. 77, № 1. – P. 1–19.
6. Service production and intellectual property / I. Miles, B. Andersen, M. Boden, J. Howells // Int. J. Technol. Manage. – 2000. – Vol. 20. – P. 95–115.

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

*Єрохондіна Т.О., к.т.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Головінський А.Б., студент,
ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна*

Ефективне використання інтелектуального потенціалу України сьогодні є одна з головних проблем, яка потребує державної підтримки. Це пов'язано з необхідністю щодо державного економічного регулювання, науково-технічного та культурного розвитку країни, а також створення цивілізованого ринку інтелектуальної власності, основою якого в будь-якій державі є її надійний захист.

Немає рації у створенні складної системи охорони прав і поширення інформації про охоронні документи на об'єкти інтелектуальної власності, якщо власники цих прав не будуть мати можливість забезпечити захист своїх прав задовільним чином. Для того, щоб запобігти у подальшому порушенню прав і компенсувати втрати, що виникають унаслідок порушення цих прав, вони повинні мати можливість захищати свої права.