

СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ: ПРОБЛЕМИ І СУПЕРЕЧНОСТІ

Рух економіки до наукомісткої моделі розвитку сформував новий сектор світової торгівлі – ринок інтелектуальних продуктів. Вихід компанії на ринок інтелектуальних продуктів вимагає глибоких знань щодо специфіки і тенденцій розвитку цього ринку. Результати інтелектуальної діяльності суттєво відрізняються від традиційних товарів та послуг. Відмінність полягає у характеристиці самих продуктів: це унікальні продукти, найчастіше досить дорогі, тому що на виробництво затрачено висококваліфіковану інтелектуальну працю.

Інтелектуальний продукт виступає як товар, зі всіма притаманними товару властивостями, але має характерні риси: корисність, яка визначається споживчим характером інтелектуальних продуктів, тобто результатів інтелектуальної праці; рідкість, яка перетворює корисність на економічну цінність. За своєю природою ці продукти не володіють рідкістю, проте наявність права інтелектуальної власності надає їм цієї якості і в цьому виявляється їх істотна відмінність від традиційних товарів; вартість, яка є вартістю обсягу прав на об'єкти інтелектуальної власності, що передаються [1]. Іншими специфічними рисами інтелектуальних продуктів як товару є їх нематеріальна природа, відсутність фізичного зносу, обмеження споживчих властивостей у просторі і часі, особливий (численний) склад суб'єктів.

Звідси і впливають специфічні властивості ринку інтелектуальних продуктів: як правило, ринок новий та такий, що швидко розвивається; має глобальний характер; характеризується величезною різноманітністю товарів – інноваційних проектів; його продукція малоеластична, така, що, як правило, не має аналогів; на даному ринку використовуються специфічні форми і методи продажу [2, с. 60–61]. На ньому часто відсутня конкуренція в результаті монополії на інтелектуальну власність, яку гарантує патентний та ліцензійний захист; незважаючи на можливу ринкову монополію, інтелектуальний продукт має обмежену товарну форму, оскільки перетворюється у товар не відразу, а тільки тоді, коли виявляється його прикладне комерційне значення, а це потребує часу. Тим більше товарний вигляд даного продукту не виявляється до того часу, поки автори розробок (творчі групи, вчені, винахідники) включені в структуру діючого підприємства, оскільки у даному випадку результати інтелектуальної діяльності носять проміжний характер.

Попит і пропозицію на ринку інтелектуальних продуктів складно спрогнозувати внаслідок різноплановості, різноспрямованості інноваційного процесу, який складає основу і слугує базою для виготовлення інтелектуальних продуктів. Зазначимо, що в економічній та прикладній літературі на сьогодні відсутні усталеність у співвідношенні категорій, які описують ринок інтелектуальних продуктів. За своєю природою це „ринок покупця”, де має місце значне переважання пропозиції товарів над попитом. Покупцями інновацій є професіонали, а мета покупки полягає у підвищенні конкурентоспроможності фірми, що набуває інновацій. Цей ринок вторинний щодо товарного ринку, тобто попит на інновації визначається попитом на товари (послуги), які виготовляються на основі використання інновацій. Характерною особливістю даного ринку є відсутність певного „місця”, де надаються інноваційні проекти, або каналів збуту в термінології товарних ринків. Це визначає важливість заходів із просування інтелектуальних продуктів на ринок, а також важливість розвитку інфраструктури інноваційного ринку. Істотні характеристики ринку інтелектуальних продуктів визначаються змістом відносин власності на них. Вплив останніх у тому, що предметом операцій на ринку інтелектуальних продуктів є сукупність прав на об’єкти інтелектуальної власності. Передача цих прав може здійснюватися як повна або як часткова, тобто без відчуження об’єктів інтелектуальної власності. У цьому головна відмінність операцій з об’єктами інтелектуальної власності від операцій з матеріальними об’єктами.

Світовий ринок інтелектуальної власності має свою специфіку й особливості функціонування, тенденції і проблеми розвитку. Так, наприклад, останнім часом у торгівлю технологіями втягуються все більше число країн, проте, слід зазначити домінуюче становище країн з високим рівнем доходів, тобто провідних постіндустріальних держав. Лідерами тут виступають США, Японія, Великобританія, Франція, Італія (2/3 угод укладається усередині ТНК). Динамічно змінюється галузева структура ринку, з’являються нові сектори, перш за все, програмного забезпечення для різноманітних систем обробки даних; зростає частка угод на передачу „ноу-хау”, в даний час вона складає близько половини від загального обсягу укладених ліцензійних угод; відбувається зміна пріоритетів: формула „устаткування + послуги + технічні знання” замінюється іншою формулою „знання = послуги + устаткування”, тобто устаткування і матеріали стають супутніми при постачаннях знань і послуг. Разом із традиційними формами обміну, з’являються нові способи передачі знань, а саме створюються стратегічні альянси. Взагалі створення стратегічних альянсів – це потужний напрям на ринку інтелектуальної власності. Така форма придбання знань дає компаніям нові можливості для отримання стійких конкурентних переваг [3, с. 4–5].

У той же час ринок інтелектуальних продуктів – суперечлива сфера економічної системи. Так, основними проблемами, які стримують розвиток світового ринку інтелектуальних продуктів і, відповідно, перешкоджають комерціалізації є: відсутність механізму регулювання міжнародного обміну об'єктів інтелектуальної власності (чинні міжнародні угоди містять загальні положення, але не регламентують сам процес передачі технологій); посилення національних систем експортного контролю; складність процедур щодо врегулювання міжнаціональних конфліктів у сфері інтелектуальної власності; наявність права попереднього користування; збільшення обсягів паралельного імпорту; зростання „інтелектуального піратства”. Дана проблема є однією з найсерйозніших і найскладніших проблем ринку інтелектуальної власності. Так, оборот незаконного тиражування комп'ютерних програм, аудіо-, відеопродукції на міжнародному ринку порівняний з розмірами їх легальних продажів [1, с.7–8].

Аналіз заходів, що проводяться провідними державами світу щодо усунення вищезазначених проблем, показав, що з метою забезпечення національних інтересів на світовому ринку інтелектуальних продуктів провідні країни: формують і активно проводять власну зовнішньоекономічну політику у сфері інтелектуальної власності; посилюють державний контроль за експортно-імпортними операціями з інтелектуальної власності; на національному рівні використовують різні принципи боротьби з піратством – від торговельно-економічних заходів до впливу на порушників через систему міжнародних угод і конвенцій; об'єднують свої зусилля і розробляють загальні принципи боротьби з „інтелектуальним піратством”.

Вищезазначені заходи мають універсальний характер і, отже, можуть бути застосовані в будь-якій країні, зокрема, в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карпова Н.Н. Стратегия управления интеллектуальной собственностью предприятий // <http://www.belgopatent.jrg/russian/about/>
2. dokladkarпов.doc
3. Олехнович Г.И. Интеллектуальная собственность и проблемы ее коммерциализации / Г.И. Олехнович. – Мн.: Амолфея, 2003. – 128 с.
4. Білоус О., Ярова Н., Губенко І. Міжнародний маркетинг у сфері торгівлі інтелектуальними продуктами // <http://www.nbu.gov.ua/portal/all/herald/2002-5/4.htm>