

ОСНОВИ ПАТЕНТНО-КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОФІЛЮ НАВЧАННЯ

Розглядаються аспекти патентно-кон'юнктурних досліджень з позиції конкурентоспроможності об'єктів господарської діяльності.

Ключові слова: *патентно-кон'юнктурні дослідження, кон'юнктура, конкурентоспроможність продукції, об'єкти господарської діяльності, патентна інформація, патентний пошук.*

Рассматриваются аспекты патентно-конъюнктурных исследований с позиции конкурентоспособности объектов хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: *патентно-конъюнктурные исследования, конъюнктура, конкурентоспособность продукции, объекты хозяйственной деятельности, патентная информация, патентный поиск.*

The aspects of patent and conjunctural researche are examined from the standpoint of competitiveness of objects of the objects of economic activity.

Key words: *conjuncture, production competitiveness, object of economic activity, patent information, patent retrieval.*

Здійснення кон'юнктурних досліджень одним із найзагальніших завдань на сучасному стані соціального розвитку України, від вирішення яких залежить економічний розвиток держави, підприємств та наукових установ.

Забезпечення ефективного проведення патентних досліджень дозволяє об'єктивно оцінити технічний рівень і конкурентоспроможність об'єктів господарської діяльності (ОГД).

Формування в студентів розуміння змісту і закономірностей науково-технічного й інноваційного рівнів та конкурентоспроможності об'єктів техніки, використання сучасних науково-технічних досліджень і скорочення витрат за допомогою запобігання дублюванню досліджень та розробок є метою вивчення означеної проблеми.

Досягненню мети передбачає розкриття основних понять "кон'юнктура", "конкурентоспроможність" та визначень, пов'язаних з ними.

Слово "кон'юнктура" не нове і походить від астрономічного терміна, який подібний за своїм змістом до слова "констеляція", що означає : положення зірок (у певний момент); стан справ, кон'юнктура; збіг обставин, ситуація.

А. Вагнер розумів під кон'юнктурою сукупність технічних, економічних, соціальних та правових умов, які в народному господарстві, основанийому на поділі праці та приватній власності на матеріальні засоби виробництва, визначають їхній попит і пропозицію,

а в результаті і їхню цінність, зокрема мінову, і при цьому визначають їх зазвичай абсолютно незалежно від волі та зусиль суб'єкта й індивідуальних витрат, які необхідні для набуття блага [3].

Слід зазначити, що для розвитку науки про кон'юнктуру надзвичайно важливу роль відігравав Кон'юнктурний інститут, який був заснований у вересні 1920 р. і вважався одним із кращих Європи.

Залежно від напрямів досліджень, означений заклад мав секції: індексів та цін; сільськогосподарського ринку; кон'юнктури промисловості, транспорту; грошового обігу, кредиту й фінансів; світового господарства; методології вивчення кон'юнктури.

У ньому друкувався щомісячник "Економічний бюлетень Кон'юнктурного інституту", журнал "Питання кон'юнктури". Але з 1 липня 1928 р. Кон'юнктурний інститут Наркомфіну СРСР припинив свою діяльність. Замість нього було засновано Бюро фінансової кон'юнктури, яке вже в 1929 р. припинило своє існування.

Кон'юнктура — сукупність умов, взаємозв'язків ситуацій, обставин, здатних вплинути на реалізацію певних планів, програм, вирішити справу, досягти певних результатів. Це найважливіші ознаки, показники, які характеризують поточний і перспективний стан розвитку економіки світового господарства, його окремих регіонів, країн, певної галузі або ринку товарів і послуг. Кон'юнктурою ринку називають сукупність конкретних умов суспільно-економічних, соціальних, політичних що діють у певний час і суттєво впливають на співвідношення попиту і пропозиції в процесі руху товарів зі сфери виробництва у сфери торгівлі та споживання. Кон'юнктурою ринку можна вважати економічну ситуацію, яка склалася на ринку і характеризується рівнями попиту та пропозиції, ринкової активності, цінами, обсягами продажу.

Одним з головних показників ефективності діяльності підприємства в системі ринкового господарства є його конкурентоспроможність, що виражає її здатність бути реалізованою споживачем на конкурентному ринку в певний період за наявності товарів — конкурентів [6]. Розрізняють конкурентоспроможність підприємства (фірми) та товару. Конкурентоспроможність підприємства — це можливість запропонувати товар, що задовольняє конкурентні вимоги споживача, в необхідній кількості, в потрібні строки та на вигідних умовах (ціна, умови поставки, організація технічного обслуговування тощо). Конкурентоспроможність товару — це користь в якості споживачької вартості в конкретних умовах. Мета економічного аналізу конкурентоспроможності товару — виявити в групі аналогічні товари, такий товар відповідав би певним характеристикам та мав би найбільший попит. Покупця цікавить здатність товару задовольняти конкурентну потребу. Слід зважати на технічні характеристики товару, ціну та престиж фірми-виробника, а також здатність фірми організувати дієву систему післяпродажного обслуговування та ін. Так, товар,

який за технічними характеристиками перевершує всі аналоги через високу ціну внаслідок великих витрат на виробництво може стати неконкурентоспроможним. Утім низька ціна не завжди означає покупний запит.

Конкурентоспроможність фірми та товару перебувають у прямій залежності: чим більша конкурентоспроможність товару, тим більші запит на цей товар і економічний ефект отримує фірма від його реалізації, який виражається насамперед у прибутку [4].

Засобом виявлення конкурентоспроможності промислової продукції слугують патентні дослідження об'єктів розробки, які проводяться в процесі створення, освоєння та реалізації промислової продукції з метою забезпечення високого технічного рівня та конкурентоспроможності цієї продукції.

Іншою метою здійснення патентних досліджень є скорочення витрат завдяки запобіганню дублюванню досліджень та розробок. Патентні дослідження проводять на всіх етапах життєвого циклу промислової продукції, розпочинаючи зі складання технічного завдання на створення нової або модернізованої продукції. Патентні дослідження дозволяють прогнозувати як спад у розвитку ринку, конкурентної продукції, так і піднесення, що необхідно для розроблення відповідних управлінських рішень [5].

У процесі патентних досліджень виявляють умови конкуренції на ринку продукції конкретного виду, знаходячи потенційних конкурентів, напрями їх діяльності, вибір ринкової ніші.

Патентні дослідження здійснюють для виявлення оцінки об'єктів промислової власності під час вирішення питань продажу чи закупки ліцензії, а також у разі постановки об'єктів промислової власності на баланс виробництва як нематеріальних активів та долучення їх до уставного капіталу нових спільних підприємств.

Залежно, від виробничої потреби, патентні дослідження проводять:

— замовники (основний споживач) — під час прогнозування, перспективного та поточного планування, визначення напрямів, темпів розвитку засобів технічного забезпечення своєї діяльності, дослідницького проектування, формування замовлень;

— виконавець науково-дослідницьких робіт — прогнозування, перспективного та поточного планування наукових досліджень, здійснення науково-технічного співробітництва;

— виконавець (розробник, проєктант, проєктувальник) — прогнозування, перспективного та планового планування своєї діяльності, виконання дослідно-конструкторських, проєктних, технологічних та інших робіт;

— виконавець (постачальник) — перспективного та поточного планування розвитку виробництва або його модернізації, постановки товару на виробництво, вирішення питання якості продукції тощо;

— усі господарюючі суб'єкти — вирішення питань правової охорони об'єктів промислової (інтелектуальної) власності.

Конкурентоспроможність окремого товару (послуги) визначається як його перевага порівняно з іншим товаром під час вирішення потенційним покупцем його проблем. Тобто це сукупність відповідності товару на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

Згідно зі стандартом ДСТУ 3575-97, суб'єкт господарської діяльності виконує патентно-кон'юнктурні дослідження як системний науковий аналіз властивостей об'єкта господарської діяльності протягом життєвого циклу, які зумовлені з правовою охороною об'єктів промислової власності.

Життєвий цикл (ЖЦ) ОГД — це сукупність взаємопов'язаних процесів його створення, використання та послідовного вдосконалення. Згідно з ДСТУ 3278-95, “Система розроблення та поставлення продукції на виробництво” життєвий цикл ОГД складається з таких стадій: дослідження та обґрунтування розробки; розроблення продукції; виробництво продукції; експлуатація (споживання) або застосування продукції.

ОГД, до якого належать продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин, рослин і тварин), спосіб, позначення товарів та послуг, є частиною продукції — матеріального результату трудової діяльності або виробничих процесів, що має також корисні властивості й призначений для використання споживачем.

Кожна стадія життєвого циклу являє собою творчий процес, який виконується суб'єктом господарчої діяльності та завершується створенням відповідної продукції, що також має корисні властивості й призначений для використання споживачем. Усі стадії життєвого циклу ОГД — самостійний об'єкт планування та фінансування, в процесі якого виконують роботи, що належать до цієї стадії. Так, стадія дослідження та обґрунтування розробки триває від виникнення задуму до обґрунтування можливості й доцільності створення ОГД. На ній здійснюється прогнозування, перспективне та поточне планування, розроблення наукових проектів. Стадія розроблення ОГД полягає в зміні стану ОГД — від формулювання вимог технічного завдання щодо виконання науково-дослідних (НДР), дослідно-конструкторських (ДКР) і дослідно-технологічних (ДТР) робіт на створення (модернізацію) ОГД до втілення їх у нових (модернізованих) дослідних зразках, матеріалах, послугах, тобто до їх матеріалізації. На цій стадії суб'єкт господарської діяльності виконує такі види робіт: НДР, ДКР (ДТР). Виробництво ОГД — це процес організації та виготовлення ОГД, який, залежно від методу виготовлення та обсягу випуску ОГД, має різновиди. На стадії експлуатації (споживання) або застосування ОГД суб'єктом господарської діяльності реалізується,

підтримується та відновлюється якість ОГД на таких етапах, з яких складається ця стадія: уведення в експлуатацію, використання за призначенням, зберігання транспортування в процесі експлуатації, технічне обслуговування, ремонт, припинення експлуатації, списання (передавання, утилізація, знищення).

Між життєвим циклом ОГД та видами робіт під час проведення патентних досліджень існує тісний взаємозв'язок. Патентні дослідження мають такі стадії (види робіт): визначення патентоспроможності ОГД; уточнення ситуації щодо використання прав на об'єкти промислової власності; виявлення порушення прав власників чинних охоронних документів і заявників на об'єкти промислової власності.

Вибір джерел інформації безпосередньо впливає на якість і достовірність результатів патентних досліджень, а також на трудомісткість їх проведення.

Проведення патентних досліджень має такі етапи: розроблення завдання; розробка регламенту пошуку інформації; пошук і відбір патентної та іншої науково-технічної й кон'юнктурно-комерційної інформації; обробка, систематизація й аналіз відібраної інформації; узагальнення результатів і складання звіту про патентні дослідження.

Патентні дослідження виконуються на основі завдання, яке слід складати згідно з формою, наведеною в ДСТУ 3575-97 [5]. Таким документом може бути, наприклад, технічне завдання на здійснення патентних досліджень, робоча програма до замовлення-наряду, графік проведення патентних досліджень та ін.

За змістовною спрямованістю завдання патентного дослідження можна об'єднати в такі групи: дослідження технічного рівня об'єкта техніки; аналіз науково-технічної діяльності провідних фірм; вивчення тенденцій розвитку техніки; аналіз патентно-ліцензійної діяльності провідних фірм на світовому ринку певного виду техніки; техніко-економічний аналіз технічних рішень/винаходів, що відповідають завданням розробки; дослідження новизни розроблюваного об'єкта техніки і його складових та інше.

Завдання можна уточнювати після здійснення пошуку й попереднього аналізу інформації.

Регламент пошуку являє собою програму, яка визначає межі проведення пошуку за фондами патентної та іншої науково-технічної інформації.

Важливо: сформулювати предмет пошуку; вибрати джерела інформації; визначити мету пошуку; держави, в яких слід проводити пошук; ретроспективність пошуку та класифікаційні індекси (міжнародна патентна класифікація винаходів — МПК, національна класифікація винаходів — НКВ, універсальна десяткова класифікація — УДК).

Класифікаційні індекси визначаються, зважаючи на формулювання предмета пошуку. Регламент пошуку розробляється

відповідно до мети патентних досліджень, яка наведена в завданні на проведення патентних досліджень і залежить від стадії життєвого циклу ОГД. Предмет пошуку визначається зважаючи на категорії об'єкта техніки, що є об'єктом дослідження (пристрій, спосіб чи речовина), а також на конкурентні задачі патентних досліджень, регіонів (країн). Формулювати предмет пошуку слід, використовуючи термінологію, що прийнята у відповідній системі класифікації. Вибір країн пошуку інформації визначається завданнями (цілями) патентних досліджень.

Під час експертизи об'єктів техніки на порушення прав пошук здійснюють у країнах, стосовно яких не повинні бути порушені права третіх осіб. Зокрема, перелік країн пошуку може визначатися географією експорту продукції або умовами ліцензійної угоди.

Оцінюючи патентоспроможність передбачуваного винаходу (копійної моделі, промислового зразка), пошук здійснюється, щонайменше, для таких країн: Росія, США, Франція, Німеччина, Великобританія, Японія, Швейцарія, а також у фонді ЄПВ і заявках РСТ. Глибина (ретроспективність) пошуку інформації залежить від завдань (цілей) патентних досліджень на різних етапах життєвого циклу об'єкта дослідження.

У процесі експертизи об'єкта на порушення прав патентовласника визначається строком дії патенту в країні пошуку.

Перелік усіх класифікаційних рубрик визначається для кожного предмета пошуку безпосередньо за показниками класів винаходів країн пошуку. Алфавітно-предметні покажчики, покажчики ключових термінів і таблиці відповідності різних систем класифікації можуть використовуватися як допоміжні.

Повнота і правильність відбору класифікаційних рубрик можна уточнювати в процесі пошуку й відбору винаходів.

Під час проведення патентних досліджень використовуються численні джерела патентної та іншої науково-технічної, кон'юнктурно-економічної (проспекти, каталоги, фірмові довідники тощо) інформації. Вибір джерел інформації безпосередньо впливає на якість і достовірність результатів патентних досліджень, а також на трудомісткість їхнього проведення.

Найбільше джерел інформації використовується під час аналізу ринку продукції, зокрема, тенденцій розвитку ринку продукції, умов конкуренції на ньому, діяльності його провідних фірм (напрями діяльності, останні досягнення, асортимент продукції, що виробляється, та послуг, що надаються і т. ін.).

Під час проведення всіх видів патентних досліджень насамперед використовують реферативну інформацію про останні досягнення науки і техніки.

Найоперативнішими джерелами патентної інформації є патентні бюлетені, які видають патентні відомства країн пошуку, а також

інформаційні матеріали, що публікуються спеціалізованими інформаційними центрами (англійською фірмою Derwent, американською фірмою Chemical Abstracts Service та ін.), а також публікації Міжнародного бюро ВОІВ та Європейського патентного відомства. Оперативним джерелом патентної інформації — це повні описи до заявок, що викладені для загального ознайомлення до проведення експертизи по суті [2].

Серед джерел науково-технічної інформації найоперативнішими є статті в журналах, матеріали симпозіумів і конференцій та ін.

Усі джерела інформації за ступенем докладності можна поділити на такі: повний текст (повні описи винаходів, статті, монографії і тощо); реферати першоджерел (реферативні видання Інформаційно-видавничого центру “Патент”, ВІНІТІ РАН, Derwent, Chemical Abstracts Service та ін.); бібліографічні дані.

На нинішньому етапі розвитку ринкових відносин необхідні глобальніше бачення проблем конкурентоспроможності організації та заздалегідь проведені патентні дослідження для виявлення потенційних покупців об’єктів інтелектуальної власності з метою подальшого укладання ліцензійних угод.

Список літератури

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. пособие для вузов / Под. ред Л. Е. Стровского. — 2е изд. перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ, 2008. — 800 с.
2. Методические рекомендации по проведению патентно-конъюнктурных исследований . — М. : ВНИИПИ, 1990. — 40 с.
3. Оболенцева, Л. В. Кон’юктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева, Харк. нац. акад. Міськ. госп-ва. — Х. : ХНАМІ, 2010. — 249 с.
4. Павлов С. А. Конкурентоспособность товара и правовая охрана промышленной собственности / С. А. Павлов // Патенты и лицензии, 1991. — №5. — С.1–5
5. Патентні дослідження. Основні положення та порядок проведення: ДСТУ 3574-97. — Чинний від 01.01.98. — К. : Держстандарт України, 1997. — 14 с.
6. Конкурентоспроможність продукції [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://buklib.net/component/option.com>. — Назва з екрана

Надійшла до редколегії 22.01.2014 р.