

ПАТЕНТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПАТЕНТОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ЭКСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА

В последние годы возник и активно развивается самостоятельный и во многом специфический сектор мирового рынка, на котором в качестве товаров выступают передовая техника, технологии, научно-техническая информация, ноу-хау. Особенности данного рынка по сравнению с рынком "традиционных" товаров достаточно многообразны и затрагивают в той или иной степени практически все стороны рыночных отношений, складывающихся между покупателем и продавцом, а следовательно, вносят специфику в организацию и проведение маркетинга [1, 50—57]. Эта специфика главным образом проявляется в том, что среди маркетинговых мероприятий на первый план выходит комплекс патентно-правовых процедур. Причем приоритетное значение патентным работам придается вне зависимости от вида внешнеэкономической операции с наукоемкой продукцией (экспорт, комплектные поставки, лицензионные соглашения, экспонирование, реклама).

Пренебрежение патентной работой чревато утратой научного приоритета и, как следствие, крупными, зачастую невозполнимыми финансовыми потерями. Патентные исследования предоставляют ценную информацию для определения условий продажи товара (стоимость товара, цена и срок лицензии, ставка роялти и др.), позволяют избежать претензий со стороны других фирм, предотвратить акты недобросовестной конкуренции. Поэтому патентные исследования и патентование должны стать неотъемлемым элементом экспортного маркетинга для белорусских предприятий и организаций.

В период существования Советского Союза патентовладельцем выступало государство, патентные службы предприятий и институтов ограничивались оформлением заявок на авторские свидетельства. Непосредственные разработчики изобретений не имели опыта зарубежного патентования. Такая ситуация выработала привычку сначала подавать заявку на патентование изобретения и только затем приступать к коммерциализации товара, произведенного с использованием изобретения. Однако следует учитывать, что в соответствии с Парижской конвенцией, к которой присоединилась и Беларусь, для сохранения приоритета изобретения заявка за рубеж должна быть подана не позднее, чем через 12 месяцев со дня ее подачи в национальное ведомство. По прошествии этого срока защитить изобретение за рубежом часто оказывается невозможным. Об этой детали иногда забывают белорусские разработчики, несмотря на то, что значительная часть производимой в республике продукции либо изначально, либо в последующем ориентируется на экспорт. Причина также кроется в хроническом недостатке валютных средств у организаций и изобретателей. К отрицательным последствиям приводит буквальное понимание положений инструкции по оформлению изобретений, дей-

ствовавшей в СССР и требовавшей такого описания изобретения, чтобы стало возможным его точное воспроизведение [2, 82—88]. Таким образом, отсутствие зарубежного патентования создает предпосылки для пиратских действий со стороны зарубежных конкурентов. К сожалению, статистика Белгоспатента подтверждает сложившуюся негативную тенденцию [3, 16—18; 4, 16—17]. Если за период 1993—1997 гг. количество запатентованных технических решений (изобретений и промышленных образцов) и перерегистрированных авторских свидетельств СССР приблизилось к 2 тыс. (причем наблюдался устойчивый рост объемов патентования), то за тот же период количество запатентованных белорусских разработок за рубежом исчислялось единицами.

Содержание патентных исследований зависит от вида продукции, ее отличительных признаков и вида внешнеэкономической операции, в которую эта продукция вовлечена.

При патентных исследованиях рынка наукоемкой промышленной продукции и интеллектуального продукта в осязаемой, материальной форме (изобретения, результаты НИОКР, промышленные образцы, репрография, услуги телекоммуникаций, топологии интегральных схем, штаммы бактерий, семена и т.д.) исследуется патентоспособность созданных решений, технический уровень и тенденции развития соответствующего научно-технологического направления, патентоспособность усовершенствований [5].

Оформление внешнеторговых лицензий требует особого внимания к оценке возможности дополнительной охраны передаваемых по лицензии изобретений и, естественно, обеспечению патентной чистоты объекта лицензии в целом. Причем патентная чистота лицензии должна обеспечиваться как при патентных, так и беспатентных лицензиях.

При оказании инжиниринговых услуг патентный поиск заключается в оценке патентной чистоты и технического уровня как самих способов выполнения работ (технологические и измерительные процессы), так и применяемых при этом аппаратуры и оборудования [5].

При выполнении комплектных поставок (строительство и сдача "под ключ" заводов, фабрик, электростанций, портов и т.п.) главными являются вопросы технического уровня объекта и тенденции его развития [5]. Проектная организация (генеральный подрядчик) должна затребовать все необходимые сведения от субподрядчиков и провести комплексную оценку технического уровня проекта в целом, оценить степень патентной охраны основных технических решений, патентную чистоту объекта полностью.

Генпроектировщик принимает также решение о продаже лицензий на технологические процессы и на важнейшие наиболее эффективные изобретения. Должна быть обеспечена и патентная чистота продукции, которая планируется к выпуску на объекте комплектной поставки, как в стране происхождения, так и в странах предполагаемого экспорта [5].

Патентные исследования в полном объеме необходимо проводить при экспонировании наукоемкой продукции на выставках и ярмарках за рубежом. При этом должна быть обеспечена патентная чистота не только самих экспонатов, их внешнего вида, но и всех стендовых материалов (проспекты, каталоги, буклеты, схемы, макеты и т.п.), товарных знаков, фирменных наименований и указаний мест происхождения товаров.

Патентные исследования необходимы и при проведении внешнеторговой рекламы. При этом следует избегать: публикации в рекламных материалах сведений об изобретениях, не имеющих патентной охраны; появления сведений, которые могли бы быть расценены как проявление недобросовестной конкуренции; применения фирменных наименований, нарушающих права третьих лиц, а также ложных указаний происхождения товаров.

Литература

1. Неверова Е.В. Рынок прогрессивных технологий как объект маркетинговых исследований // Проблемы коммерческой деятельности в условиях конкуренции: Материалы науч.-практ. конф. Новосиб. гос. акад. экономики и упр. Новосибирск, 1997.
2. Белое В., Денисов Г. Из мирового опыта интеллектуальной собственности. 1997.
3. Идеи в банк. Инновационный // Дело. Восток-Запад. 1998. № 10.
4. Кудашев В.И., Бобченко Ю.Л., Надольный Ю.М. Итоги пятилетнего развития национальной патентной системы Республики Беларусь // Технолог. оборудование и материалы. 1998. № 3.
5. Патентные исследования в ходе осуществления внешнеэкономических связей. М., 1997.