

**Днепропетровский национальный университет
им. Олесья Гончара**

**Джусов А. А., Крупский А. П.
Приз Е. В., Стасюк Ю. М.**

**МЕНЕДЖМЕНТ
НАУЧНОГО ПОИСКА:**

стратегия и тактика научных исследований

Монография

Днепропетровск 2009

УДК 001.891

ББК

П 75

Рецензенти:

Сазонець І. Л., доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України, декан факультету міжнародної економіки Дніпропетровського національного університету ім. О.Гончара

Тюріна В. О., доктор педагогічних наук, професор кафедри загальної психології та педагогіки Харківського національного університету внутрішніх справ

П 75 Джусов О. А., Крупський О. П., Приз О. В., Стасюк Ю. М. Менеджмент наукового пошуку: стратегія і тактика наукових досліджень. Монографія. – Дніпропетровськ, 2009. – 172 с. — Рос. мовою.

Монографію присвячено теоретичним дослідженням менеджменту науки. Розглянуто сутність управління науковим пошуком як окремого виду діяльності. Досліджено шляхи вирішення фундаментальних та прикладних питань, які виникають під час проведення наукових досліджень та впровадження їх результатів. Визначено категорії культури наукового пошуку. Окрему увагу приділено питанням захисту інтелектуальної власності, а також презентації та комерціалізації результатів наукових розробок.

Монографія буде корисною для магістрів, аспірантів, молодих науковців та усіх, хто займається науковими дослідженнями.

© Джусов О.А., Крупський О.П.,
Приз О.В., Стасюк Ю.М., 2009

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. Основы научных исследований	7
1.1. Методология научного поиска	7
1.2. Методы научного исследования	10
1.3. Эмпирические методы научного исследования	22
1.4. Категориальный аппарат научного исследования	29
1.5. Особенности технологического прогнозирования	35
1.6. Основные виды научных исследований	41
1.7. Структура и содержание этапов исследовательской работы	43
2. Культура научного поиска	56
3. Защита прав интеллектуальной собственности	64
3.1. Общая характеристика системы охраны интеллектуальной собственности в Украине	64
3.2. Объекты патентования	67
3.3. Патент Украины на промышленный образец	73
3.4. Патент Украины на изобретение (полезную модель)	75
3.5. Свидетельство Украины на знак для товаров и услуг	77
3.6. Требования к оформлению заявки на выдачу охранных документов	80
3.7. Международная регистрация промышленных образцов, изобретений (полезных моделей), знаков	86
4. Коммерциализация результатов научной деятельности	89
4.1. Основы коммерциализации продукции	89
4.2. Формирование стратегии коммерциализации	95
4.3. Создание новой компании	103
5. Особенности презентации инновационного проекта	111
5.1. Вопросы, которые следует задавать в процессе подготовки презентации проекта	112
5.2. Основные этапы создания и проведения презентации	115
5.3. Основные ошибки при проведении презентации	120
ЛИТЕРАТУРА	123
ПРИЛОЖЕНИЯ	134

ВВЕДЕНИЕ

В условиях повышения значимости науки и научных разработок в обеспечении экономического и социального развития страны способность управлять научными исследованиями является ключевым параметром формирования стратегии экономических реформ. Менеджмент научного поиска предполагает управление проектами разработки новых товаров, услуг, нового способа производства, факторов производства, нового рыночного распределения и создания новых рынков с целью формирования экономически целесообразных научных идей.

Экономический эффект внедрения инновационных идей является основной и ключевой задачей управления инновациями и состоит в обеспечении реализации проекта с получением качественных и количественных показателей, характеризующих степень отдачи вложенных в инновационный проект средств.

Менеджмент в науке выполняет роль катализатора экономического роста, который находится в прямой зависимости от таких показателей, как человеческий капитал и информация.

Это означает, во-первых, что сфера НИОКР влияет на экономику не только непосредственно через прикладные идеи и разработки, а именно ее существование является необходимым условием экономического роста, поскольку обеспечивает накопление человеческого капитала. Страны с большим накопленным объемом человеческого капитала будут иметь более высокие темпы экономического роста. **Отсюда — развитие свободной международной торговли содействует повышению темпов роста, поскольку обмен продукцией расширяет границы экономической системы и ведет, таким образом, к увеличению суммарного человеческого капитала.**

Во-вторых, информация как неотъемлемая составляющая экономического роста обеспечивает приобретение конкурентных преимуществ как на внутреннем, **так и на внешнем рынках в условиях государственного обеспечения открытого доступа.** (К ЧЕМУ????)

Таким образом, стратегия научных исследований как «модель или план, который интегрирует основные цели, курсы и последовательные действия организации во взаимосвязанную совокупность» обеспечивает формирование научных идей, объединяя сильные стороны научной деятельности в конкретной прикладной области науки с внешними возможностями. Формирование стратегии научных исследований

позволяет определять основные приоритеты, оценивать перспективы, осуществлять мониторинг приоритетных направлений в процессе научного поиска и обеспечивает постоянное усовершенствование системы прогнозирования мирового развития и качественных изменений экономических пропорций, требующий взаимосвязанности между сферой НИОКР, технологическими изменениями и рынком.

В то же время тактика научных исследований дает возможность сформировать концептуальные направления научного поиска, разработать план реализации научного инновационного проекта и внедрить результаты с целью получения экономической выгоды, что влияет как на оптимизацию инновационной деятельности в сфере НИОКР, так и на развитие науки в целом, обеспечивая стабильный экономический рост страны.

Сущностью стратегии и тактики менеджмента научных исследований является формирование фундаментальных основ функционирования системы науки в Украине, обобщая создание принципов аналитического мышления с конструктивными планами реализации целесообразных и экономически эффективных прорывных идей.

Данная монография нацелена на привлечение молодых ученых к инновационной деятельности; формирование базы знаний, необходимой для ведения научной деятельности; формирование научных кадров, способных выявлять перспективные инновационные идеи и воплощать их в конечный продукт с целью повышения экономического благосостояния Украины.

В первом разделе этого издания проводится анализ параметров, которые необходимо оценить перед началом маркетинговых исследований в поисках темы инновационных работ; оценка методологии научного поиска; состав методологического аппарата; анализ и оценка теоретических и эмпирических методов научного исследования. Также рассматриваются особенности технологического прогнозирования, его цели, принципы и методы в системе управления инновациями.

Второй раздел формирует представление относительно культуры ведения научного поиска.

В третьем разделе проводится анализ законодательной базы Украины в сфере защиты объектов интеллектуальной собственности; рассматривается процесс защиты прав интеллектуальной собственности и документальное оформление этих прав.

Четвертый раздел посвящен изучению термина «коммерциализация» как процесса введения нового продукта на рынок с целью получения прибыли от научно-технических разработок. Анализируется связь науки, производства и рынка в процессе коммерциализации. Изучаются особенности процесса коммерциализации, ожидаемый эффект от коммерциализации. Процесс коммерциализации анализируется в соответствии с 5 стадиями: идея (научные предложения и открытия); инкубационный период (лабораторные испытания и создание опытных образцов); демонстрация (разработка продукта и поиск альтернативных способов использования); продвижение (маркетинговые исследования и запуск продукта на рынок); поддержка (разработка мер по поддержанию высокого уровня спроса на технологию на протяжении длительного периода времени). Также рассматриваются некоторые основные ошибки, допускаемые в процессе коммерциализации.

Пятый раздел определяет роль презентации научного инновационного проекта в достижении поставленных проектом целей. Проводится изучение основных этапов создания и проведения презентации научного проекта и ознакомление с основными ошибками презентаций.

1. Основы научных исследований

1.1. Методология научного поиска

Любой научный поиск от его творческого замысла к конечному оформлению осуществляется индивидуально, однако можно выделить и общие, методологические подходы его проведения.

Методология — система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности, а также учение об этой системе. Применительно к научному поиску методология понимается как совокупность принципов, средств, методов и форм научной деятельности.

Методология как учение об основах познания анализирует и оценивает философские, мировоззренческие позиции, на которые исследователь опирается в процессе научного поиска.

Методология как учение о способах и приемах исследования рассматривает существенные характеристики конкретных методов познания, которые составляют общее направление исследования. К таким методам следует отнести приемы и способы эмпирического и теоретического этапов исследования.

Значение методологии научного познания состоит в том, что она позволяет систематизировать весь объем научного знания и создать условия для разработки дальнейших эффективных направлений исследования. Главной задачей методологии научного познания является синтез накопленных научных знаний, который позволяет обеспечить использование достижений развития науки в практических целях. Методология изучает методы, средства и приемы, с помощью которых приобретаются, определяются и строятся разные системы знаний.

Методологический аппарат включает в себя:

- *принципы* организации и проведения научного исследования;
- *методы* научного исследования и способы определения его стратегии;
- *научный аппарат*: понятийно-категориальную основу научного исследования, который состоит в определении актуальности, научной новизны, эвристической ценности, теоретической и практической значимости, проблематики.

Весь состав научного поиска в совокупности является основой методологического аппарата, поэтому под научным исследованием

понимают целенаправленное познание, результаты которого представлены в виде системы понятий, законов, теорий.

Основные принципы методологии познания состоят в следующем:

- *принцип единства теории и практики*, которые взаимодополняя друг друга создают инновационный продукт в сфере познания;

- *принцип объективности*, которая состоит в учете всех факторов, характеризующих то или иное явление;

- *принцип конкретности*, которая указывает на существенные стороны и закономерности объективных процессов и конкретные подходы к их оценке;

- *принцип развития*, который состоит в формировании научного знания с отображением разногласий, количественных и качественных изменений объекта познания;

- *принцип закономерности*, которая требует обусловленности явлений с учетом связей и отношений между ними.

Существуют разные уровни методологического анализа, в частности:

- *динамичный уровень* — мировоззренческая интерпретация результатов науки, анализ общих форм и методов научного мышления, его категориального подхода;

- *статический уровень* — принципы, подходы, формы исследования, которые носят общенаучный характер;

- *аналитико-синтетический уровень* — конкретная научная методология как совокупность методов и принципов исследования, которые применяются в той или иной области науки;

- *предметный уровень* — дисциплинарная методология как совокупность методов и принципов исследования, которые используются в той или иной научной дисциплине, конкретной области наук или на стыке наук, где сама научная дисциплина выступает основной формой организации научного знания;

- *междисциплинарный уровень* — методология междисциплинарного комплексного исследования, которое соответственно логике научного поиска и является сферой взаимодействия разных наук, когда получение знания о предмете исследования возможно лишь во взаимодействии разных подсистем с учетом комплексного знания о предмете исследования.

Основным элементом научного познания наряду с методологией является логика научного исследования, под которой понимают

определенный путь в научном поиске. Научное исследование требует логической последовательности определенных этапов, основу которых составляет рациональное мышление как отображение закономерностей реальной действительности, которая отвечает таким требованиям, как конкретность, последовательность, обоснованность.

Логика — наука о законах, приемах правильного построения мысли, направленной на познание объективной действительности, которая решает следующие основные задачи:

- достижение истинности знания;
- построение структуры умственного процесса;
- применение верных методов познания и т.п.

С помощью логики строится процесс мышления, в котором можно выделить такие типы: теоретическое, интуитивное, практическое, эмпирическое.

Теоретическому мышлению соответствует такой способ образования понятий, который состоит в выделении из предметов мышления системы их обобщенных и существенных свойств и отношений, из которых «дедуктивно», на основании определённых принципов и правил, можно вывести более частные свойства этих предметов.

Интуитивное мышление характеризуется тем, что в нем отсутствуют четко определенные этапы. Оно основывается обычно на свернутом восприятии всей проблемы сразу. Человек в этом случае достигает ответа, который может быть правильным или ошибочным, мало или вовсе не осознавая тот процесс, посредством которого он получил этот ответ. Как правило, интуитивное мышление основывается на знакомстве с основными знаниями в данной области и с их структурой, и это позволяет ему осуществляться в виде скачков, быстрых переходов, с пропуском отдельных звеньев. Поэтому выводы интуитивного мышления нуждаются в проверке аналитическими средствами.

Практическое мышление характеризуется тем, что оно опирается на представления о свойствах и отношениях объекта изучения, о его состояниях и «компонентах», выработанные в личном опыте, в практической, научной или учебной работе, а также на «здравый смысл».

Эмпирическое мышление состоит в выделении в предметах мышления общих для них произвольных или наглядных признаков, что приводит к «понятиям-емкостям» по Р. Арнхейму, «комплексам или

синкретам» по Л. С. Выготскому, к «эмпирическим понятиям» по В. В. Давыдову. Такие понятия несут в своем содержании логически не организованный и бессистемный (не целостный) набор признаков изучаемых предметов и наглядных представлений о них.

1.2. Методы научного исследования

Общеметодологические и философские принципы научного познания влияют на методы конкретно-научного познания, поэтому научный метод должен избираться в соответствии с областью, в которой происходит научный поиск. Таким образом, в зависимости от степени сложности исследования изменяются и методы его решения, виды эксперимента, приемы и средства.

Методика — это система исследовательского процесса, которая применяется для сбора фактического материала, его обработки и получения необходимых результатов.

Метод — это подход (прием, средство) теоретического исследования или практического воплощения явления (процесса).

Методы, которые применяются в научном исследовании, зависят не только от самого предмета, но и от уровня исследования: *эмпирического* или *теоретического*.

Для *эмпирического* уровня исследования характерны следующие методы: наблюдение, эксперимент, описание, статистика и т.п.

Для *теоретического* уровня исследования используются методы анализа, синтеза, индукции, дедукции, аналогии и т.п.

Таким образом, исследователь должен избрать среди разнообразия методов современной науки именно такие исследовательские приемы или их совокупность, которые наиболее полно и позволят эффективно решить поставленную задачу.

Исследователь должен четко различать такие понятия как «научный метод» и «метод науки».

К *научному методу* выдвигают следующие требования:

- *детерминированность метода*, т.е. обусловленность закономерностями как объекта, так и познавательной деятельности;
- *направленность метода на цель исследования*, т.е. соответствие всех компонентов метода цели исследования;
- *результативность и надежность метода (валидность метода)*, т.е. наличие результата с высокой степенью достоверности;
- *эффективность* как условие достижения цели с минимальными усилиями и максимальным результатом;

- *экономичность* как способность достижения конкретных результатов по возможности без дополнительных усилий;
- *доступность* в понимании и применении.

Наука имеет большое количество разнообразных методов, в частности общенаучных, теоретических, экспериментальных, конкретных, которые входят в систему научной деятельности и в совокупности образуют класс научных методов. Их единство и взаимосвязь характеризуют специфичность, целостность познавательной деятельности в науке. Для эффективности научного исследования целесообразно использовать не один метод, а комплекс методов. На рис. 1.1 приведена классификация методов научного исследования по уровням методологического анализа. Структура научной методологии приведена на рис. 1.2.



Рисунок 1.1 — Классификация методов научного исследования по уровням методологического анализа

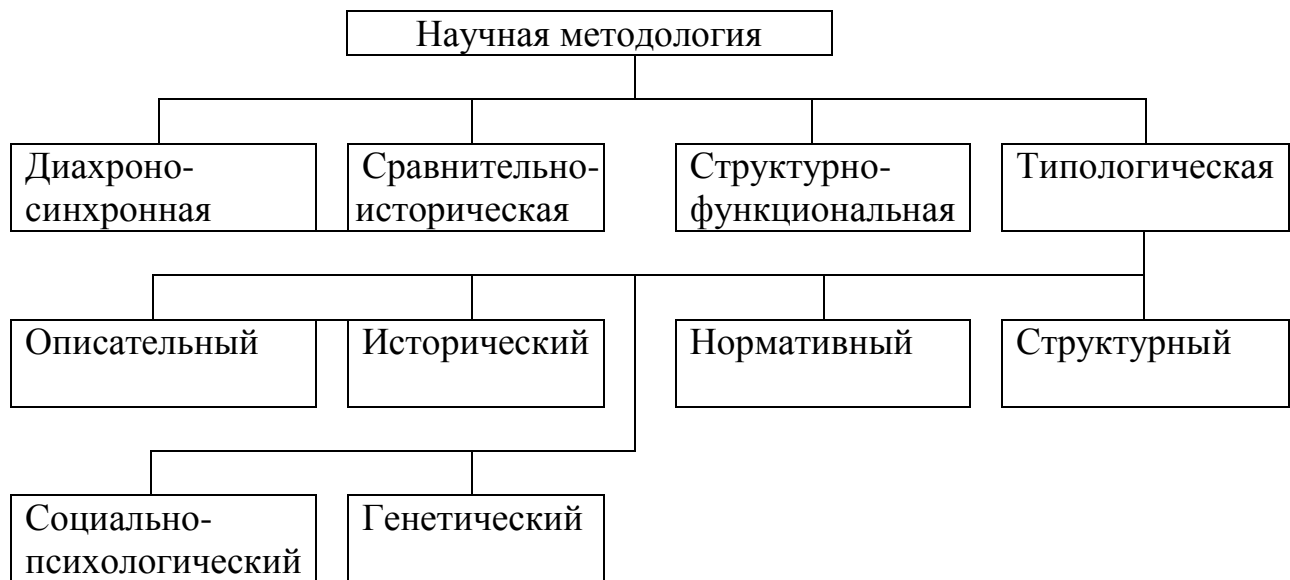


Рисунок 1.2 — Структура научной методологии

Разновидности методов научного познания условно делят на такие уровни:

- - *эмпирический*, который включает наблюдение, сравнение, измерение, анкетирование, собеседование, тест и т.п.
- - *экспериментально-теоретический*, предусматривающий использование таких методов, как эксперимент, индукция-дедукция, моделирование, гипотетический, исторический, логический методы, абстрагирование, идеализация, аксиоматика, обобщение и др.;
- - *метатеоретический*, включающий диалектический метод и метод системного анализа.

Метод науки — организация познавательного процесса в структуре научной и познавательной деятельности, которая предусматривает конкретный научный поиск:

- формулирование проблемы;
- построение гипотезы;
- эмпирическая, теоретическая и экспериментальная проверка гипотезы;
- выводы и прогноз дальнейших разработок.

Методологические знания в научном поиске выполняют следующие функции:

- мировоззренческую;
- познавательную (или исследовательскую);
- рефлексивную.

Сформированность методологической подготовки и способность к овладению научным поиском имеет следующие критерии оценки:

- качество знаний по предмету (полнота, глубина, систематичность, системность, оперативность, гибкость, обобщенность, конкретность, четкость);

- действующие мотивы научного поиска (стойкие познавательные интересы, установки, ценности, семейные традиции);

- навыки самостоятельного приобретения знаний, умений и навыков в разных формах самообразования (слушание, наблюдение, эксперимент и др.);

- умение организации собственной познавательной деятельности (саморегулирование, самоконтроль);

- умение выполнять операции умственной деятельности, в частности анализировать, сравнивать, выделять существенное, синтезировать, доказывать (устанавливать) причинно-следственные связи, обнаруживать способность к обобщению, доказательству, построению гипотезы и др.;

- полнота самооценки и критической оценки.

Системно-структурный исследовательский прием получил общенаучное значение и включает в себя:

- рассмотрение любых объектов как сложных образований, которые имеют определенную структуру и являются компонентами более общих систем;

- познание структуры объекта;

- выявление законов структурных отношений и внешних связей, их формулирование не только в качественном, но и в количественном виде.

Знание методологии в научном поиске позволяет упорядочить полученные результаты, раскрыть возможности поиска для решения проблемы, развить способность к ведению дискуссий и сформировать интеллектуальные способности личности.

Научный поиск имеет несколько уровней, среди которых выделяют:

- информационный (проблемно-поисковый) — выявление и осознание информации об имеющихся знаниях;

- критическая оценка — определение уровня проработанности выбранной проблемы;

- аналитико-синтетический — углубление в тематику исследования и обобщение полученных сведений;

- научно-исследовательский — теоретическая и экспериментальная проработка выбранной проблематики;

- прогностический — обобщающий с определением перспектив дальнейшего изучения выбранной проблематики.

Во время научного исследования должна быть определена программа научного поиска. В программе принято отображать:

- исследуемое явление;
- показатели и критерии его исследования;
- используемые методы;
- порядок применения тех или других методов как составных общей методики исследования.

Определенная совокупность методов индивидуальна для каждого исследования. При избрании той или иной совокупности учитывается большое количество факторов, прежде всего предмет, цель и задачи исследования.

Методика исследования, не считаясь с индивидуальностью исследователя при выборе подхода к решению конкретной задачи, имеет постоянную структуру, основными компонентами которой являются:

- *теоретико-методологическая часть*, на основе которой строится методика исследования;

- *историко-теоретическая часть*, предусматривающая исследование явлений, процессов с учетом связей и взаимозависимостей между ними;

- *практическая часть*, предполагающая обобщение результатов исследования как логическое завершение научного поиска и их (результатов) аргументация.

Все методы можно объединить в единую группу с общим названием «методы познавательной деятельности», что указывает на активный процесс в планировании и проведении исследовательской работы.

Исследовательские приемы — это инструменты, с помощью которых решаются те или другие проблемы, приоткрываются закономерные связи изучаемых явлений. От правильного выбора метода зависит успешность исследуемого явления. Методика должна отвечать конкретным задачам исследования и четко отображать специфику изучаемых явлений, а не механически заимствовать методы из других наук. Для результативного решения поставленной

проблематики целесообразно использовать конкретную методику, которая отвечает избранной тематике исследования.

Таким образом, классификация методов по характеру познавательной деятельности может быть представлена следующей схемой (рис. 1.3).

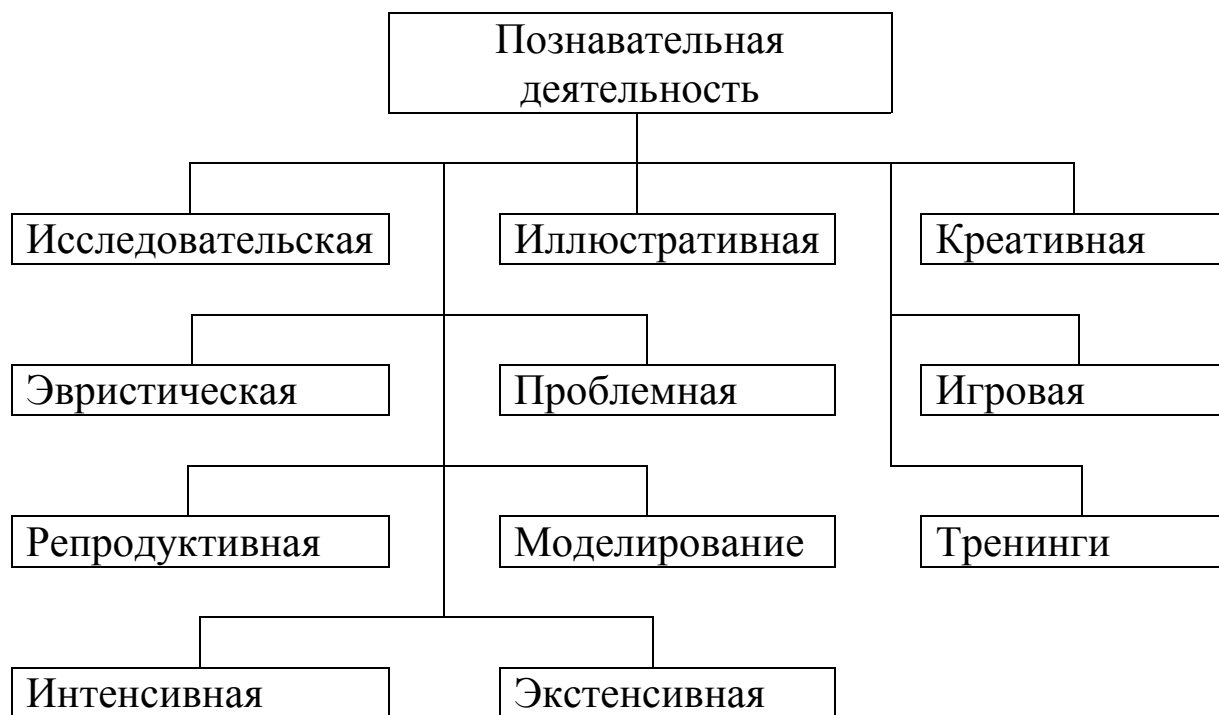


Рисунок 1.3. — Классификация методов науки по характеру познавательной деятельности

Классификация методов науки по способам организации исследований приведена на рис. 1.4.

Комплексные исследовательские приемы раскрывают структурно-функциональные связи сложного целостного объекта.

Метод экспертных оценок предполагает получение прогностической информации на основе выявления и обработки мыслей группы экспертов.

Метод комиссии заключается в том, что на базе совокупности личных мыслей экспертов избираются наиболее объективные и обоснованные.

Метод «мозгового штурма» — это творческая генерация новых идей (группа экспертов), их анализ, оценка (группа аналитиков) и выбор наиболее рациональных.



Рисунок 1.4 — Классификация методов науки по способам организации исследований

Метод эвристического прогнозирования характеризуется четким теоретическим обоснованием, базирующимся на компетентности экспертов и алгоритмах обработки полученной информации (метод скользящих средних, метод экспоненциального сглаживания).

Метод обобщения предполагает изучение независимых характеристик, их анализ и синтез, в ходе которых отбрасывается все несущественное.

Методы качественной обработки эмпирических данных состоят в использовании разных приемов классификации, дифференциации, категоризации на основе заданных критериев.

Методы количественной обработки выражают в числовых характеристиках разные стороны явлений и связь между ними.

Эмпирические методы исследования — это способы получения научных фактов во время наблюдения, диагностирования, эксперимента, праксиметрических способов и др.

Прогностические методы — это система требований и правил, которые направляют познавательную деятельность исследователя на установление объективной истины.

Информационный метод разрешает быстро и эффективно получать информацию из монографических изданий, статей, разных научных источников относительно избранной проблематики.

Метод морфологического анализа предполагает построение таблицы, в которой перечисляются все основные элементы, составляющие объект, и указывается, возможно, большее число известных вариантов реализации этих элементов. Комбинируя варианты реализации элементов объекта, можно получить самые неожиданные новые решения. Основной идеей является упорядочение процесса выдвижения и рассмотрения различных вариантов решения задачи. Расчет строится на том, что в поле зрения могут попасть варианты, которые ранее не рассматривались.

Теоретические исследовательские приемы обнаруживают связи (зависимости) между изучаемыми явлениями.

Теоретические методы научного исследования полностью совпадают с характеристиками мышления индивидуума и, как следствие, зависят от них. Индукция, дедукция, анализ, синтез, абстрагирование, конкретизация, экстраполяция и сравнение являются методами мышления. Основные теоретические методы научного исследования представлены в табл. 1.1.

Таблица 1.1 — Характеристика методов научного исследования

Метод научного исследования	Краткое описание метода
1	2
Индукция	форма научного познания, логика которого разворачивается от конкретного к общему
Дедукция	форма научного познания, логика которого разворачивается от общего к конкретному
Анализ	метод научного познания, который заключается в мысленном или реальном расчленении целого (объекта, свойства, процесса или отношения между объектами) на составные части
Синтез	метод научного познания, который оказывает содействие восстановлению целостности явления в разнообразии его проявлений

Продолжение таблицы 1.1

1	2
Обобщение	форма научного познания, заключающаяся в мысленном переходе от частного к общему в определенной модели исследуемого процесса, что обычно соответствует и переходу на более высокую ступень абстракции
Абстрагирование	метод научного познания, который заключается в мысленном выделении конкретных признаков и свойств объекта (предмета, свойства, процесса). Благодаря абстрагированию возможным становится выделение общих или наиболее важных признаков и свойств исследуемого объекта или явления
Конкретизация	движение от абстрактного к конкретному с целью выделения функциональных связей между составляющими изучаемого явления
Экстраполяция	проводится на основе статистики количественных характеристик объекта; направлена на выявление закономерностей развития изучаемого объекта (предмета, свойства, процесса) в будущем
Моделирование	способ исследования модели объекта познания, который базируется на основе отвлеченно-логического мышления в соответствии с принципами наглядности и объективности
Сравнение	метод количественного или качественного сопоставления исследуемых явлений и установление их сходства, отличия, преимуществ и недостатков
Классификация	упорядочение изучаемых объектов (предметов, свойств, процессов), по определенными критериями (признакам)

Рассмотрим подробнее лишь некоторые из вышеприведенных методов.

Термин *дедукция* характеризуется метод мышления (познания мира), при котором частное положение логическим путем выводится из общего по правилам логики; цепь умозаключений (рассуждений), звенья которой (высказывания) связаны отношением логического следования. Началом (посылками) дедукции являются аксиомы, постулаты или просто гипотезы, имеющие характер общих

утверждений («общее»), а концом — следствия из посылок, теоремы («частное»). Если посылки дедукции истинны, то истинными должны быть и ее следствия. Дедукция — основное средство доказательства. Впервые теория дедукции была разработана еще Аристотелем и со временем приобрела усовершенствование с развитием логики как науки. Дедуктивные суждения истинны в том случае, когда все его составляющие части — истинны. В отличие от индукции в дедуктивном суждении невозможно получить неверный вывод, имея истинные первичные утверждения.

С помощью метода дедукции расширяются возможности собственно мыслительного процесса, в котором можно выделить два основных уровня:

- *на первом уровне* — доказательство рассматривается как суждение, с помощью которого истинность одного устанавливается на основе истинности другого;

- *на втором уровне* — доказательство имеет форму, которая подвергается описанию, благодаря чему становится понятным анализ доказательства, выявление его структуры, использованных в нем правил вывода, запись в логической форме, т.е. его формализация.

В исследовательской практике применяют содержательное доказательство, представленное в виде обычных логических конструкций, уровень научности которых отвечает индивидуальному потенциалу исследователя.

Индукция — это метод научного познания, в соответствии с которым общее положение выводится логическим путем из единичных суждений. Индукция как операция обобщения бывает полной или частичной. Полная индукция довольно затруднительна, поскольку требует учета, изучения каждого элемента, входящего в определенное множество, в один класс (порядок) явлений. Например, при социологических опросах невозможно узнать, что думают о тех или иных проблемах миллионы людей. Выделяют поэтому только сравнительно небольшие группы классов, являющихся типичными по основным показателям (пол, возраст, доходы, религиозная принадлежность и т.п.) по отношению к основному множеству. На примерном учете мнений этих групп и делают обобщения, совершают операцию частичной индукции.

Моделирование — метод научного познания, которое состоит в том, что для исследования модели объекта познания используется отвлеченно-логическое мышление на основе принципов наглядности и

объективности. Под моделью понимают объект, который заменяет собой оригинал в процессе исследования, результаты которого распространяют на оригинал.

Моделирование является важным методом научного изучения, которое разрешает ускорить процесс исследования и этим сократить срок внедрения новых результатов.

Среди методов научного исследования особенно выделяется *аргументация* — сугубо логический процесс, зависящий от индивидуально-психологических особенностей, кругозора и культурного уровня исследователя. Суть аргументации заключается в том, что мы стремимся доказать истинность значимого для нас суждения. Аргументация достигнет цели лишь в том случае, когда исследователь придерживается правил доказательства и, в частности, правил построения тезиса, которые заключаются в следующем:

- тезис формулируется четко, кратко и правильно, при этом не допустима двоякость мысли;
- тезис должен оставаться неизменным, т.е. доказывать одно, конкретное положение; в случае если это правило не выполняется, то мысль не будет доказана.

Таким образом, на протяжении всего процесса нельзя отступать от первоначального формулирования тезиса.

Достаточно часто случаются ошибки, среди которых следует выделить такие:

- выдвижение другого тезиса, связанного с первым, но по сути являющимся другим утверждением;
- замена основного тезиса подобным, но по сути другим;
- частичное видоизменение основного тезиса или устранение определенных его составляющих, которые делают его недоказуемым.

Аргументация убедительна, когда она отвечает следующим требованиям:

- аргументы — лишь те положения, истинность которых доказана, и они выполняют роль фундамента, на котором строится вся процедура доказательства;
- аргументы должны быть доказаны независимо от тезиса, который выдвигается, т.е. автономно, в ином случае сам аргумент нуждается в доказательстве;
- аргументы не могут сами себе противоречить, поэтому должны быть самодостаточными.

Аргументация базируется на доказательствах и убежденности. *Доказательство* — это обоснование истинности любого тезиса, достоверность которого доказана. Любое доказательство, по определению, аргументировано, но не любая аргументация является доказательством. Таким образом, аргументация — это недоказанное доказательство, цель которого высказать собственную точку зрения на проблему.

По структуре аргументация и доказательство идентичны, поскольку схема их построения одна и та же. Разница состоит лишь в степени доказательности, поскольку доказательство — операция обоснования истинности утверждений с помощью фактов и других истинных связанных с ним суждений. Новый результат может быть признан лишь при условиях его доказанности. В широком понимании под термином «доказательство» понимают любой способ, который позволяет довести истинность суждения, поэтому его задачей является исчерпывающая обоснованность истинности тезиса. Таким образом, доказательство — это логический процесс, который разрешает установить истинность суждения и включает такие составляющие:

- тезис (суждение, истинность которого необходимо доказать);
- аргументы;
- демонстрация (способ доказательства).

Тезис — положение, истинность или ошибочность которого должна быть доказана. В качестве тезиса может выступать общее положение (обобщение) или высказывание.

Аргументы (основания) — исходные теоретические положения или фактические данные, истинность которых установлена раньше и является бесспорной. В состав аргументов могут входить факты; определения; аксиомы и т.п.

Демонстрация предполагает определенную последовательность умозаключений, представляющую собой цепочку аргументов, приводимых ради подтверждения или опровержения тезиса. Нарушение законов логического мышления приводит к досадным ошибкам, среди которых известнейшими являются *софизмы* — фальсификация и сознательная дезинформация с целью подтверждения ошибочного тезиса.

Софизм — это неверное, ошибочное доказательство, которое выдается за правильный подход, основанный на внешней схожести явлений, подмене понятий, сознательном неверном выборе исходных положений. Само название происходит от имени мудреца Древней

Греции Софокла, который придумывал упражнения для тренировки умственных способностей своих учеников (эти упражнения и стали называться софизмами), цель которых состояла в сознательном нарушении законов и правил логики. Со временем в Древней Греции возникла софистика — искусство умозаключений, в основу которых положена подмена одних понятий другими, доказательство «истинности» ошибочной мысли, своеобразная языковая «виртуозность», игра словами, оторванная от содержания понятия. Как следствие, софистами звали тех, кто отстаивал свои «убеждения» непозволительными способами, приемами, не заботясь об их истинности.

1.3. Эмпирические методы научного исследования

Эмпирические исследовательские приемы являются определяющими в исследовательском процессе. Они обеспечивают накопление, фиксирование и обобщение исходного исследовательского материала. Полученные с помощью этих методов данные являются основой для дальнейшего теоретического осмысления познавательных процессов и создают единую целостность научного познания мира.

Рассмотрим более подробно основные эмпирические приемы.

Наблюдение — это описательный исследовательский метод, заключающийся в целенаправленном и организованном восприятии и регистрации поведения изучаемого объекта или процесса.

В зависимости от продолжительности выделяют наблюдение:

- долговременное;
- кратковременное;
- непрерывное;
- дискретное (неоднократно повторяемое через определенный промежуток времени).

Эксперимент — метод исследования определённого явления или объекта в управляемых условиях. Данный прием исследования отличается от наблюдения активным взаимодействием с изучаемым объектом. Целью является выявление прежде неизвестных свойств (качеств) объекта (процесса) или проверка правильности теоретических положений, которая формируется определенной поисковой идеей и имеет четко определенную цель. Эксперимент невозможен без теоретических положений, которые он или подтверждает, или опровергает, поэтому является одним из важнейших путей развития современной науки.

Эксперимент может быть следующих видов:

- *констатирующий*, в процессе которого констатируется определенная взаимосвязь между факторами влияния на объект эксперимента и результатом этого влияния;
- *контролирующий*, который предполагает контроль результатов влияния на объект исследования и эффективности этого влияния;
- *лабораторный*, который проводится в лабораторных условиях с применением специального оборудования и имеет длительное действие, которое позволяет создать искусственные условия для многократного подтверждения полученных результатов;
- *естественный*, в ходе проведения, которого объект исследования не подозревает о своем участии в эксперименте.

Любое *экспериментальное исследование* проходит ряд этапов, среди которых выделяют: констатирующий; формирующий; корректирующий; контролирующий этапы.

Эксперимент как научный метод необходим для специального изучения отдельных вопросов с участием объектов или субъектов, подлежащих эксперименту. Его реализация предусматривает создание специальных условий и групп на основе определенных параметров и ограничений, вводимых гипотезой.

Необходимо различать:

- эксперименты, которые проверяют верность гипотезы или теории эмпирически;
- эксперименты поискового плана, в ходе которых происходит отбор необходимой эмпирической информации для уточнения предложенного.

Для проведения любого эксперимента необходимо:

- разработать гипотезу, которая подлежит проверке;
- обеспечить условия для экспериментальной проверки гипотезы;
- разработать методику фиксирования результатов эксперимента.

Во время подготовки самого эксперимента исследователь должен учитывать временные, материальные, физические и интеллектуальные затраты. Для этого ему необходимо:

- разработать план целенаправленного наблюдения за объектом;
- определить границы, в которых будет проходить эксперимент;
- создать необходимые условия с учетом повторяемости ситуаций, изменения влияния характера и условий эксперимента на объект исследования;

- проводить систематическое наблюдение с целью изучения и описания изучаемого объекта (явления);
- проанализировать результаты эксперимента.

Результативность эксперимента зависит от правильности избранной методики и учета предыдущего опыта в исследовании той или иной проблемы.

На основе полученных результатов эксперимента можно сделать выводы об их верности или ошибочности, разработать теоретические положения, практические рекомендации и воплотить в практику результаты исследования.

Любое исследование начинается с «осознания непонятности», т.е. возникновения исследовательской проблемы. При разрешении проблемы особое внимание следует обратить на эвристические и креативные методы познавательной деятельности.

Эвристика – это наука, которая возникла на стыке нескольких наук, в частности, философии и кибернетики. С точки зрения психологии познавательных процессов, эвристика – это наука, которая изучает творческое мышление. Философия считает эвристическими те суждения, которые оказывают содействие новым открытиям.

Эвристическая деятельность (или процессы), хотя и включает в себя умственные операции как важные компоненты, но вместе с тем имеет специфику, благодаря чему ее следует рассматривать как разновидность мышления, которое создает новую систему действий или открывает неизвестные прежде закономерности явлений, объектов науки.

Под эвристическим методом понимают такой способ решения задач, который или ограничивает выбор вариантов решения, или суживает их к минимальному количеству. Соответственно этому, эвристический метод можно понимать и как деятельность, которая приводит к решению сложной, нестандартной задачи, и как специфические приемы, которые исследователь выработал во время решения тех или иных задач, и сознательно переносит приобретенные приемы на близкие по каким-либо критериям задачи. Таким образом, эвристические приемы, как готовые схемы, являются объектом эвристической логики и могут быть представлены в виде определенной логической схемы. Именно эвристика способна сделать сам процесс обучения интересным и результативным.

Одним из основных методов, с помощью которого можно изучить структуру творческого мыслительного процесса, является обращение к

собственному опыту в решении задач если не похожих, то аналогичных по сложности или целям.

Некоторые ученые даже стремились выделить определенные схемы, с помощью которых можно осуществить собственное открытие, в частности:

- понимание постановки вопроса;
- составление плана решения этого вопроса и его реализация;
- изучение полученного результата, его правильности.

При этом исследователь должен ставить ряд вопросов, среди которых важнейшими будут следующие:

- в чем заключается суть проблемы?
- возможно ли ее решить традиционными методами?
- не встречалась ли такая проблематика или ее аналог раньше?
- если да, то можно ли воспользоваться уже известными способами решения подобной проблемы ради достижения результата?
- какова вероятность получения результата и достоверность его правильности в условиях применения уже предварительно приобретенного опыта?

Итак, главным, но не единственным, в структуре мыслительного процесса принципом эвристической деятельности является использование уже приобретенного (собственного) опыта, который способен привести к формированию приемов и привычек, их структурированию в определенную систему. Систематизация действий в таком случае понимается не как схематизация, а как четко продуманная логическая схема поиска (в том числе и научного), благодаря чему молодой исследователь способен не только руководствоваться известными приемами решения сложных вопросов, а собственным, приобретенным во время такого творческого поиска, опытом, который лишает его стандартного мышления, готовых клише и учит творчески мыслить, мыслить креативно.

Эвристический метод в том и заключается, что определенная проблема решается с помощью вопросов, стоящих перед исследователем, решение которых и приводит к самостоятельным выводам, где шаг за шагом «приоткрывается» решение сложной проблемы.

Следует отличать креативный продукт от креативного процесса. Продукт творческого мышления можно оценивать по его оригинальности и значению, а креативный процесс — по способности к синтезу, воспроизведению отдельных составляющих, по

дивергентности мышления. Именно эти особенности креативности и являются общими как для науки, так и для искусства.

Креативность определяется интегральным показателем, который характеризуется объединением интеллектуальных и мотивационных факторов, процессуальных и личностных компонентов мышления. Познавательная сфера креативности характеризуется наличием широких категорий, синтетичностью в восприятии окружающего мира. Именно творческие личности при решении сложных задач избирают комплексные, сложные пути.

Как основные характеристики творческой личности, чаще всего, выделяют:

- *оригинальность* — способность предложить собственный, непривычный способ решения сложных задач;
- *интеграцию* — способность одновременно учитывать, или объединять несколько противоположных условий, принципов;
- *чувствительность* — способность реагировать на изменения происходящие вокруг исследуемой проблемы.

Дж. П. Гилфорд выделил следующие характеристики творческой личности.

Беглость мышления. Мышление человека, наделенного такой способностью, протекает без видимых усилий. Эту способность можно категоризировать следующим образом:

- беглость на уровне изолированного слова, когда человек легко отыскивает слова, содержащие ту или иную букву или сочетания букв;
- беглость ассоциирования предполагает, что человек с легкостью подбирает синонимы к заданному слову;
- беглость речи характеризуется тем, что человек пишет гладкими, отшлифованными фразами в рамках заданной темы;
- идеомоторная беглость — это способность самопроизвольно продуцировать идеи, решения (например, требуется назвать предметы, которые одновременно обладают признаками твердости, белизны и съедобности).

Гибкость мышления. Человек с такой способностью легко усваивает новые подходы. Этот показатель творческого мышления распадается на два, более специфических:

- спонтанная гибкость: способность выдавать несколько идей, имеющих прикладное значение. Это качество проявляется в заданиях следующего типа: указать как можно больше способов использования обиходного предмета, например кирпича;

• адаптивная гибкость: способность выходить за рамки, преодолевать инерционность мышления, подниматься на более высокий уровень анализа условий задачи и находить решение.

Оригинальность. У человека возникают неординарные, нетривиальные идеи. Примером может служить отдаленное ассоциирование, когда человек проводит аналогии, сближает элементы, далеко отстоящие друг от друга по смыслу (в логическом плане) или в пространственно-временном отношении.

Зоркость, “нюх” на проблемы. Человеку дано определять “узкие” места, в более крупном масштабе — то, что сдерживает поступательное развитие общества, объективно оценивать, насколько успешной оказалась избранная стратегия.

Находчивость, реактивность ума, остроумие. Эти качества несколько труднее оценить объективно, чем прочие, однако значительного разброса экспертных оценок, как правило, не наблюдается. В быту в подобных случаях мы говорим о способности “разить не в бровь, а в глаз”. Это тоже одна из граней ума, которому в большей степени присущи житейская наблюдательность, парадоксальность мышления, а не глубина и мощь интеллектуальной способности.

Переформулирование, введение в новый “формат”. Эта характеристика творческой личности предполагает отказ от старых схем, привычных способов, когда хорошо знакомое превращается в хорошо известное.

Данный параметр творческого подхода перекликается со спонтанной гибкостью (изобретательностью). В его основе тот же прием отстранения, составляющий сущность так называемого синтетического метода (синектики), когда незнакомое делается знакомым, а привычное — чуждым.

Например, на вопрос: “Какие из приводимого ряда предметов лучше всего использовать для изготовления иголки (карандаш, редиска, туфля, рыба, гвоздика)?” — дается ответ: «Рыба (можно использовать кости)».

Способность к достраиванию, восполнению на основе некоей стимулирующей информации, когда человек легко восстанавливает недостающие звенья, детали, при условии, что ему известен общий принцип, идея или замысел. Например, человек восстанавливает алгоритм решения задачи, которая формулируется предельно обобщенно, или по двум линиям достраивает более сложную фигуру.

Принципиальное допущение известной неопределенности, нестрогости проявляется как готовность не настаивать на абсолютности выводов, отказаться от слишком жестких концептуальных схем и классификационных рамок. Некоторые творческие индивидуальности превыше всего ценят риск и непредсказуемость результата.

Стремление к конвергентному мышлению. Мыслительная деятельность направлена на отыскание единственного правильного ответа. В данном случае правильнее говорить не о левополушарном мышлении, которое виновно в “зашоренности”, а о способности концентрировать внимание на деталях, когда это необходимо.

Способность к дивергентному мышлению, ничем не ограниченному, когда единственного правильного ответа не существует. За этой характеристикой закреплён статус имманентного (внутренне присущего) признака творческого мышления. Именно на данную способность опираются психометрические методы измерения творческих способностей.

Желание не быть похожим, осознанный вызов традиции — признак лидера в сфере идей. Дерзость в мыслях и умение подчинять других своей воле — это не одно и то же. Интеллектуальным лидерам свойственна острая неприязнь ко всему, в чем воплощён дух официального авторитета: от объективных научных законов, принципов до конкретных носителей “зла” — институционализированной, иерархической системы.

Высокая самодисциплина, которая предполагает проявление сознательности в ориентации на творческое решение проблемы. Но даже самодисциплина подкрепляется интересом, увлечённостью (в таких случаях говорят: “с головой ушел в работу”).

Стремление к совершенству. Чем крупнее преодолеваемое препятствие, тем выше поднимается “планка” возможного. Желание быть первым, достичь совершенства — важная составляющая творческого подхода к решению проблемы.

Готовность идти на риск в решении самых трудных задач с неподдающимся прогнозированию результатом. Зачастую это противопоставление своих взглядов общепринятым, традиционным подходам, здравому смыслу.

Чаще всего исследователь пользуется так называемым конвергентным типом мышлением, под которым понимается поиск конкретных ответов на конкретные вопросы.

Именно конвергентная продукция нуждается в аналитическом типе мышления, которое необходимо в тех случаях, когда проблема определена. Дивергентный результат нуждается в более открытом типе мышления и генерации новых информационных объектов.

В укрупненном виде среди критериев творческого мышления можно выделить следующие:

- *скорость*, которая характеризуется легкостью и быстротой творческого мышления и определяется общим числом ответов на поставленную задачу;
- *гибкость*, определяющаяся способностью к быстрому переключению на другие уровни мышления и определяется умением классифицировать разные ответы на поставленный вопрос;
- *оригинальность*, характеризующаяся своеобразностью творческого мышления, непривычностью подходов к поставленной проблеме, нестандартностью структуры ответов;
- *логичность*, которая определяется выбором адекватного решения, которое отвечает поставленной цели.

Важным моментом в технологии научно-исследовательской деятельности является разработка общего пути исследования проблематики, т.е. логики, стратегии поиска. Владение методами оценки результатов от чувственно-конкретного до абстрактного позволит правильно построить логику исследования и осуществить его на высоком научном уровне.

1.4. Категориальный аппарат научного исследования

Категориальный аппарат научного исследования составляет существенную основу научного поиска, без знания которого творческий процесс невозможен.

Под *концепцией исследования* понимается система взаимосвязанных научных положений, которые использует исследователь для достижения результата. Концепция может основываться на общепринятых теориях определенной научной школы, а может быть авторской и раскрывать собственные теоретические соображения исследователя. И в первом, и во втором случае изложенные положения являются рядом понятий, а не искусственным набором отдельных утверждений. Соблюдение этого требования отображает концептуальное содержание исследования.

Тема исследования отображает проблему в ее характерных особенностях и, таким образом, очерчивает границы исследования,

конкретизируя основной замысел и создавая предпосылки успеха работы в целом.

Объект научного исследования — это совокупность связей, отношений и качеств исследуемого явления или общая сфера поиска, который находится в поле зрения исследователя.

Предмет исследования более конкретизирован по сравнению с объектом и включает в себя аспект избранной проблематики, которая подлежит непосредственному изучению в данной работе, устанавливая границы научного поиска в объекте.

Между объектом и предметом в научном исследовании существует взаимозависимость, как между целым и его составляющими, где целое осознается как объект, а его часть — как предмет. Поскольку один и тот самый объект может исследоваться в нескольких аспектах, то их выделение и составляет предмет исследования.

Цель исследования формулируется коротко и точно, конкретизируясь в *задачах исследования*, и в содержательном отношении выражает то основное, что должен сделать исследователь. Цель и непосредственные задачи научного исследования находятся во взаимозависимости, которая состоит в нахождении тех явлений и законов, на основе которых они функционируют.

Научная проблема является результатом глубокого изучения практики и научной литературы, характеризует реальное движение познавательного процесса и фиксирует его разногласия на определенном этапе развития науки. Особое внимание необходимо обратить на то, что в подавляющем большинстве случаев именно проблемы, возникающие в практической деятельности порождают «состояние непонятности» и активизируют научный поиск с последующей экономической пользой обществу. Продать теорию или разработку, к которым общество не готово, очень сложно (например, прецедент, когда Наполеону предложили купить права на производство парохода, а император не усмотрел целесообразности в корабле, движущемся силой пара, и отказал изобретателю). В научном исследовании необходимо отделять проблему как «поле» поиска, базовые знания и средства их практической реализации и внедрения.

Обоснование актуальности проблемы предусматривает ответ на вопрос: «Для кого и насколько важной является данная проблема на современном этапе». Для этого необходимо освещение нескольких позиций, в частности ссылки на документы, в которых определяются

социальные заказы, практические нужды, характеризующиеся недостаточностью тех или иных знаний, которые нуждаются в решении.

Гипотеза выдвигается в случае существования проблемы. *Гипотеза* — обоснованное предположение о возможных средствах решения определенной проблемы. Лишь при условиях изучения характерных особенностей исследуемых явлений можно высказать гипотетическое положение, которое требует дальнейшей проверки.

Ценность гипотезы определяется нестандартностью, несоответствием известным знаниям. В зависимости от того, что хочет доказать автор, отбираются и обобщаются эмпирические факты, очерчиваются пути их изучения и дополнения, определяются ход и методы поисковой работы. Гипотеза не возникает в сознании исследователя спонтанно, она является результатом общего культурного уровня исследователя, глубокого осознания теоретических работ и опыта практической деятельности в той или иной области науки.

Гипотеза организует процесс исследования, определяет его логику и результат. Процесс развития гипотезы проходит в несколько этапов (рис. 1.5).

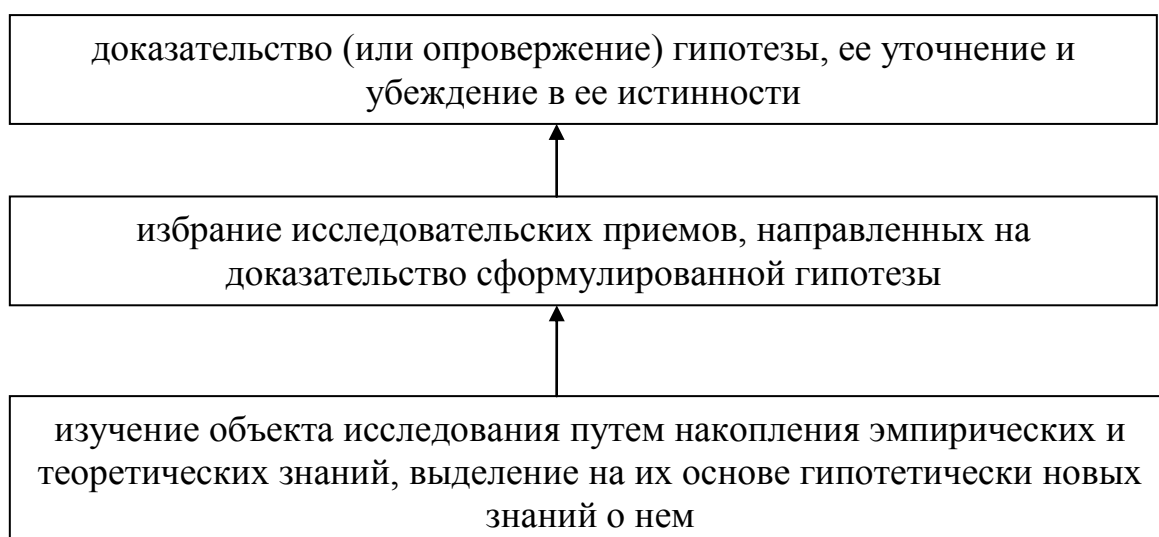


Рисунок 1.5 — Последовательность развития гипотезы

Гипотеза должна отвечать таким требованиям, как:

- обоснованность;
- соответствие научным знаниям;
- четкость и конкретность.

Основным способом проверки гипотезы является практика, которая подтверждает или опровергает гипотетические суждения. Во время исследования иногда выдвигают несколько гипотез, одна из которых окажется верным предположением.

Гипотезы, которые в ходе исследования оказываются ошибочными, также полезны с точки зрения накопления опыта исследователя, который в дальнейшем будет более внимательным.

Существует два типа гипотез:

- *теоретические (объяснительные) гипотезы*, в основу которых положены научные закономерности, методологические положения, логические суждения, аргументированные прогнозы, фундаментальные знания. Объяснительные гипотезы раскрывают взаимосвязи между составляющими исследуемого явления и выясняют причины, в результате которых это происходит;

- *эмпирические (описательные) гипотезы* основываются на результатах предыдущего практического опыта. Описательные гипотезы освещают причины и возможные результаты деятельности, но не раскрывают закономерности, которые их вызвали.

Гипотезу нельзя строить, исходя из очевидных истин, поскольку она всегда предусматривает поиск нового в теории и практике науки.

К *основным функциям* гипотезы в научных работах относят:

- очерчивание круга задач;
- систематизацию составляющих научного аппарата исследования и этапов его проведения;
- прогнозирование результатов научного поиска;
- установление связи между уже известными и новыми фактами, полученными в процессе эксперимента.

Реальное осуществление этих функций возможно только лишь при условиях, что гипотеза отвечает следующим *требованиям*:

- подверглась экспериментальной проверке;
- сформулирована просто и ясно;
- сформулирована однозначно;
- включает теоретическое объяснение выдвинутого предположения.

Каждая гипотеза должна быть аргументирована, что превращает ее из предположения в достоверное знание. Для этого разрабатывается методика исследования, которая должна быть адекватной избранному предмету, цели и задачам научного поиска. Гипотеза выступает как

форма развития знания, как форма творческого поиска, как способ решения разногласий. Механизм творчества реализуется через функцию гипотезы. Содержание и решение проблемы состоит в построении гипотетического её решения и проверке. Теория гипотез целиком включается в теорию творчества.

В процессе познания важным является момент, когда без выдвижения гипотезы дальнейшие действия невозможны. Таким моментом является проблемная ситуация и ее обострение к максимальному разногласию. Во время выдвижения гипотезы поиск ведется по многим направлениям, но на основе идентичных фактов, правил, законов и принципов.

Гипотезы рождаются из *идеи* — основной мысли, которая лежит в основе теоретической системы, ее логического построения и плана функционирования. Идея включает формулирование цели и способа ее достижения. Идея возникает на основе существующего разногласия и направлена на его решение. Идея дает возможность организовать научную деятельность, сделать ее целенаправленной и сформировать идеальный образ объекта, процесса. Основное направление идеи — активизация и организация знаний для достижения необходимого результата. Идея — это основа синтеза знаний. Этап рождения идеи является кульминацией творческого процесса.

Идея, или принцип решения проблемы, рождается в виде гипотезы как основной формы творческого мышления, которое в отличие от формальной логики является категорией диалектической логики, и может быть направлена на решение разногласий.

Если выдвигается ряд гипотез, которые по-разному объясняют одни и те же самые факты, то они называются *версии*. Отклонение одной из версий создает условия для рождения более обоснованной. После того как одна из гипотез находит подтверждение в практической деятельности, а другие гипотезы — отклонены, дальнейшее выдвижение версий невозможно, дискуссии прекращаются и творческий поиск по данной проблематике завершается.

Творчество как вид деятельности предусматривает всегда качественный, ранее не существовавший, результат, и характеризуется неповторимостью и оригинальностью как по характеру, так и по полученным результатам.

Результат творческой деятельности можно охарактеризовать как принципиально новый, не имеющий аналогов в прошлом, или

качественно новый, т.е. результат творческой деятельности, которому предшествовало существование аналогичного предмета.

Выделяют следующие этапы творческого процесса:

- сознательная деятельность как предпосылка новой идеи;
- период вызревания мысли, работа на уровне подсознания, пассива (поиск вдохновения);
- переход подсознательного в сознание как этап активизации мыслительного процесса, во время которого происходит формулирование гипотетической мысли, замысла или идеи;
- работа на осознание идеи, ее оформление и переход от интуитивного решения в логические конструкции.

Решение творческой задачи проходит в несколько этапов:

- этап интуитивного решения проблемы;
- этап логического анализа.

Этапы творческого процесса отображают структурно-уровневую природу механизма творчества.

В зависимости от уровня разногласий, заложенных в творческих задачах, можно говорить об их спектре, в частности:

- задачи, которые решаются с помощью известных способов и приемов;
- задачи, которые решаются на уровне достоверности, вероятности, гипотетичности.

Таким образом, под творческой задачей следует понимать необходимость сознательного поиска, который отвечает способам достижения четкой цели. В тех случаях, когда творческая задача не решается, есть смысл обратить внимание на вспомогательную творческую задачу, которая по аналогии близка к исходной и уже получила решение, опираясь на результат которого можно решить основную задачу. Творческая задача является эквивалентной в случае, если решение одного является результатом решения другого.

Довольно важными характеристиками научного исследования является новизна полученного знания и его значение для науки и практики.

Научная новизна — это понятие, которое связывает субъективные и объективные моменты, выражающие отношение исследователя к результату. Формулирование научной новизны предусматривает определение уровня, весомости среди научных фактов и значимости как типа нового знания, концепции, методики, рекомендаций, которые раньше не имели аналогов в науке и практике.

Новизна в научном исследовании выполняет разные функции:

- конкретизирующую;
- дополняющую;
- преобразующую.

Основой обоснования научной и практической новизны в исследовательских работах выступает недостаточная изученность избранной проблематики, ее неразработанность в практике.

Теоретическая значимость является центральной характеристикой научного исследования в ракурсе перспективности, доказательности, концептуальности полученных результатов.

Практическая значимость характеризуется реальными сдвигами в практической деятельности (например, экономический или технологический эффект), достигнутыми благодаря внедрению результатов исследования.

Совокупность всех этапов исследования, в результате которых находится решение, определяется как цикл научно-творческого процесса и может быть названа *технологией научного поиска*.

1.5. Особенности технологического прогнозирования

Одним из методов научно-исследовательской работы выступает технологическое прогнозирование.

Технологическое прогнозирование — это вероятностная оценка с относительно высоким уровнем достоверности будущего перемещения технологий и определения необходимых направлений перемещения, которая определяет характер и размах фундаментальных исследований. Технологическое прогнозирование является наиболее эффективным из доступных средств преодоления «разрыва» в степени развитости стран для поддержания непрерывного быстрого роста, расширяя возможности инженерных разработок, связанных с эксплуатацией и обслуживанием технологий.

Прогнозирование структурных сдвигов в промышленности и изменений характера отраслей в результате технологических нововведений (прежде всего в прогрессивных областях, где технология приближается к своим последним пределам) является одной из главных задач при долгосрочном технологическом прогнозировании на национальном и международном уровнях.

Проблемы, для решения которых может применяться технологическое прогнозирование, можно сгруппировать в такие направления:

1. настоящее и будущее состояние предмета;
2. будущая программа: очередность, рекомендации и т. д.;
3. основные вопросы и вопросы, на которые не были получены ответы;
4. способы решения и уровни понимания проблемы;
5. новые средства и методы;
6. представленные возможности реализации проектов;
7. влияние на концепции в других областях науки;
8. влияние на методы в других областях науки;
9. воздействие на технологию применения и т. д.;
10. отношение к экономике и к обороне;
11. возможности и проблемы для промышленности и науки;
12. потребности в работниках на следующие пять лет;
13. прогнозы численности работников на пять и на десять лет;
14. попытка оценить какую-либо область науки, например: океанографию, которая быстро переходит от уровня фундаментальных исследований к уровню прикладных разработок.

Различают следующие *принципы* технологического прогнозирования:

1. Национальный технологический прогноз должен учитывать долгосрочные тренды мирового развития и глобальный прогноз мировой динамики.

2. Устойчивое развитие необходимо для обеспечения следующих поколений стартовыми условиями, сравнимыми с теми, которые имеет нынешнее поколение.

3. Технологии следует рассматривать как инструмент для решения задач уникальной и самодостаточной цивилизации. Рассматривать технологическое развитие страны следует в контексте желаемого и реализуемого цивилизационного сценария.

4. Соотнесение технологического развития со стратегическими целями, сценариями развития и технологическими программами других цивилизаций.

5. В прогнозе технологического развития необходимо выделить и приоритетно поддерживать несколько ключевых направлений, которые будут определять уровень и динамику остальных направлений и отраслей.

6. Ориентация на результат, а не на регулирование процесса. Технологическое развитие предполагает решение конкретных задач (освоение конкретных видов продукции, овладение долей мирового

рынка и т.д.). Ориентируясь именно на эти задачи, и следует формировать стратегию развития.

7. Проектируя механизмы технологического развития, необходимо обеспечить замкнутую цепь: достижение цели должно обеспечивать улучшение положения каждого звена, обеспечившего получение результата.

8. Прогноз и планирование технологического развития должны опираться на научные реалистические оценки необходимых для этого ресурсов в настоящее время и в обозримой перспективе.

9. Эффективное технологическое развитие предполагает существование восприимчивой к нововведениям научно-технологической среды и определенную поддержку многих альтернативных направлений, одно из которых в ходе развития может стать на определенное время ключевым. *Основной экономический эффект обычно получают не создатели новой технологии, не отрасли, для которых она создавалась, а другие секторы экономики, сумевшие найти новое (необычное, на первый взгляд) направление использования новшества.*

10. Технологическое развитие будет возможно, если сформируется субъект, заинтересованный в форсированном развитии сектора высоких технологий и способный обеспечить условия для такого развития (внутренний спрос).

Выделяют два основных *вида* технологического прогнозирования: поисковое и нормативное.

Поисковое – начинается с имеющейся в данный момент базы знаний и ориентировано на будущее, в то время как при нормативном первоначально оценивают будущие цели, потребности, желания, миссии и т. п., а затем идут в обратном направлении — к настоящему. Перед этими двумя видами прогнозирования ставится задача нарисовать динамическую картину процесса перемещения технологии.

Методы технологического прогнозирования дают возможность оценить большое количество и сложную структуру входящей информации и облегчают систематическую оценку альтернатив.

Если практическое применение прогнозирования необходимо разумным образом связать с планированием в корпорациях, то следует использовать множество подходов и комбинировать их в зависимости от задачи прогнозирования. Для законченного практического применения следует использовать методы, относящиеся как к поисковому, так и нормативному направлениям прогностического

образа мышления. Простые методы прогнозирования, такие, как экстраполяция тенденций или написание сценариев, можно использовать для получения информации, которая затем будет структурно организована с помощью других методов, а переработана для целей планирования совсем иными способами.

Подходы к прогнозированию классифицируют на основе получаемых с их помощью результатов: получение новой информации или стимулирование использования определенной информации. В соответствии с этим различают поисковые и нормативные методы.

Рассмотрим более подробно методы прогнозирования.

1. Методы поискового прогнозирования выполняют задачи выработки новой «информации» относительно будущих технологических систем и их качеств и моделируют различные результаты реализации технологических альтернатив в определенных условиях.

1.1. Выработку новой «информации» можно подразделить на экстраполяционное прогнозирование (куда приведет тенденция при допущении ее линейности или непредвиденной случайности?) и умозрительное прогнозирование (какова совокупность альтернатив?).

1.1.1. Методы экстраполяционного прогнозирования основываются главным образом на экстраполяции тенденций и их усовершенствовании. Из всех этих методов особенно интересен метод огибающих кривых.

1.1.2. Методы умозрительного прогнозирования достигли некоторой изощренности в области улучшения групповой согласованности интуитивных мнений, начиная от мозгового штурма и заканчивая методом «Дельфи», и в морфологическом анализе, с помощью которого систематически исследуются все комбинации при проведении качественных изменений основных параметров концепции (технологической или другой). Посредством данной группы методов выявляются возможности новых комбинаций.

1.2. Моделирование результатов реализации вариантов в различных системных ситуациях производится с помощью множества методов, включая кривые обучения, игры, анализ «затрат-выпуска», написание сценариев и анализ взаимной корреляции.

2. Методы нормативного прогнозирования выполняют задачи выработки новой «информации» относительно потребностей, желаний, ценностей, функциональных требований и структурных взаимосвязей и моделируют последствия постановки общих целей (политики),

стратегических целей и определенных оперативных целей в различных системных ситуациях.

2.1. Выработку новой информации можно подразделить на умозрительные методы (какие нормы и цели ввели бы мы в процесс планирования?) и структурные методы (каковы будущие взаимосвязи, подвергающиеся влиянию действий, которые мы можем совершить?).

2.1.1. Умозрительные методы прогнозирования в нормативном подходе опять-таки могут включать улучшение групповой согласованности мнений по методу «Дельфи».

2.1.2. Структурные методы прогнозирования имеют в качестве наиболее разработанного примера «дерево целей». Используются также более простые приложения теории решений, такие, как матрицы решений, а также сетевые методы в применении к достаточно легко достижимым целям.

2.2. Моделирование последствий постановки общих и конкретных целей для действий в настоящее время опять же включает использование таких очерченных выше структурных подходов, как «дерево целей» (в частности, его числового варианта), всех видов матриц или других простых процедур для ранжирования приоритетов и рационального распределения ресурсов, обычно основанного на исследовании операций и теории решений, динамического моделирования, изредка — теории игр и аспектов системного анализа.

Целью использования всех видов методов является направление структурной организации мышления путем моделирования общих последствий, вытекающих из взаимосвязей между заранее поставленными целями и признанными техническими или исследовательскими элементами.

В настоящее время всесторонне законченное технологическое прогнозирование должно исходить из сопоставления нормативного прогнозирования (нужды, желания) и поискового прогнозирования (возможности).

Поисковые методы могут быть подразделены на два класса, указывающие на их потенциальное применение:

- методы, с помощью которых возникает новая технологическая информация, охватывают следующие группы: экстраполяция тенденций изменения технических параметров и функциональных возможностей, «кривые обучения», экстраполяция контекстуального картографирования, морфологическое исследование, а также написание сценариев;

• методы, с помощью которых упорядочивается и перерабатывается имеющаяся технологическая информация, охватывают следующие группы: историческая аналогия, написание сценариев, синоптическая итерация, вероятностные методы преобразований, экономический анализ, операциональные модели, методы, имеющие дело с агрегированным уровнем.

Любой процесс законченного технологического прогнозирования должен включать один или более методов для производства новой технологической информации — другими словами, для выяснения природы и (или) некоторых существенных характеристик будущих технологий.

Поисковое и нормативное технологическое прогнозирование с учетом фактора времени могут привести либо к ускорению перемещения технологии, либо к возможному замедлению перемещения технологии после какого-то периода давления на технологические границы.

Следующие периоды времени, введенные в качестве широких категорий, определяют временные координаты вертикального перемещения технологии вплоть до уровня применения:

1. период времени, предшествующий открытию (фаза открытия);
2. период времени между открытием и технологической применимостью или изобретением (фаза творчества);
3. период времени между изобретением или наличием соответствующей технологической конфигурации и началом разработок в широких масштабах (фаза воплощения);
4. время разработки (фаза разработки);
5. циклы главных технологических нововведений в конкретной области;
6. циклы принятия потребителем (деловые циклы).

Циклы, приведенные под номерами 5 и 6, разумеется, тесно связаны друг с другом, хотя и не идентичны. Циклы принятия потребителем становятся фактором, «направляющим» разработки в таких технологических областях, для которых характерно широкое применение нормативного мышления, например космическая промышленность и производство вычислительной техники.

Недостатки технологического прогнозирования проявляются в следующем:

1. Отсутствие необходимого воображения или стремления;
2. Чрезмерная восторженность;

3. Недальновидность, не позволяющая предусмотреть бесперспективность отдельных научно-технических направлений, а также предвидеть появление новых конкурирующих направлений;
4. Неточность расчетов.

1.6. Основные виды научных исследований

Прежде всего, изложение материала научного исследования зависит от типа публикаций, разнообразие которых обусловлено разными целями упорядочения и фиксации содержания научной информации, необходимой для обеспечения обмена авторскими мыслями и их широкого распространения и использования. Каждый из источников имеет специфику изложения, соответствующий стиль, структуру и логику построения материала и объем.

На рис. 1.6 представлены основные виды научно-исследовательской продукции. Ниже охарактеризованы основные из них.



Рисунок 1.6 — Виды научно-исследовательской продукции

Монография — это наиболее полное и исчерпывающее освещение результатов научной работы, выполненной одним или несколькими авторами, и представляет итог основательного, как правило, многолетнего исследования, которое завершается получением фундаментальных научных достижений, в дальнейшем используемых в последующих исследованиях. Объем монографии составляет от 3÷5 авторских листов и более (1 лист — 16 страниц; 1 страница ~ 1800 символов: 14 кегль шрифта, 60÷65 символов в строке (включая пробелы), 28÷30 строк).

Основной чертой, характерной для всех монографических исследований является сосредоточенность на изучении отдельного вопроса или проблемы.

В зависимости от направленности содержания, монографические исследования могут быть историческими, теоретическими, опытно-информативными и конструктивно-поисковыми.

Учебник — это издание, включающее в себя систематизированное изложение учебной дисциплины в соответствии с государственным стандартом учебной программы, который утвержден официальным органом с рекомендацией к использованию в учебных заведениях.

Учебное пособие — это издание, которое отвечает отдельным разделам программы учебной дисциплины, может частично дополнять учебник и рекомендуется для использования официальными учреждениями.

Научная статья должна отвечать следующей цели: оперативно представлять информацию о проведенной научной работе, полученных результатах и определении направления для дальнейшей разработки темы, актуальных проблем, которые нуждаются в своем решении.

Тезисы доклада представляют собой сжатое изложение основных положений научного исследования, публикация которого предусматривает предварительное ознакомление участников научного форума с его результатами.

Доклад — это письменное изложение устного выступления, отвечающее тексту тезисов.

Форма научной критики, отличающаяся аналитико-оценочным характером — это *рецензия*.

Аннотация представляет собой сжатую характеристику содержания научного труда, в которой изложены важнейшие выводы.

Научный отчет — это итог научно-исследовательской работы по выбранной проблеме, в котором изложена основная идея и очерчены пути ее реализации.

В процессе научного поиска формируются знания, навыки и умения, происходит всестороннее интеллектуальное развитие личности, устанавливаются связи между предметами и явлениями окружающего мира. Именно такой комплексный подход влияет на содержательное наполнение самого процесса исследовательской работы, позволяет моделировать процесс осмысления научной информации, управлять познавательной и поисковой деятельностью, содействовать развитию творческой личности.

1.7. Структура и содержание этапов исследовательской работы

Рассмотрим более подробно последовательность проведения исследовательской работы и охарактеризуем содержание каждого из этапов данного процесса. В самом общем виде структуру и содержание основных этапов исследовательской работы представим в виде схемы (рис. 1.7).

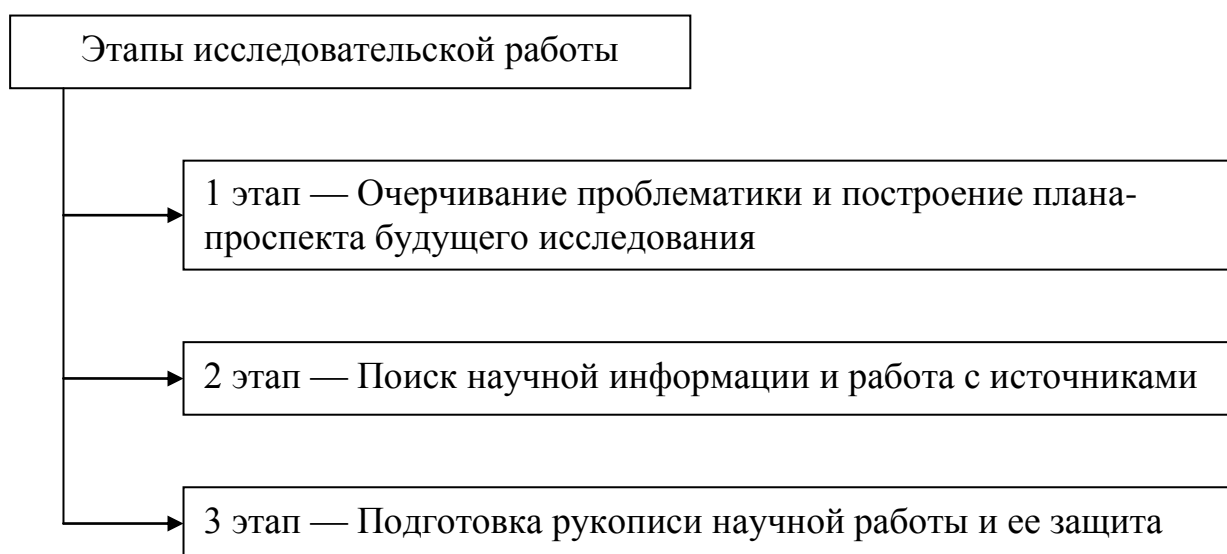


Рисунок 1.7 — Основные этапы исследовательской работы

1. Очерчивание проблематики и построение плана-перспекта будущего исследования.

Первый этап научно-исследовательской работы состоит в выборе сферы исследования, который обусловлен как объективными факторами (актуальностью, новизной, перспективностью), так и

субъективными (опытом, научным и профессиональным интересом исследователя, экономической целесообразностью и др.).

Существенную роль в выборе темы играет ознакомление с аналитическими статьями в специализированной периодике, беседы и консультации со специалистами-практиками, которые помогут очертить малоизученные или недостаточно разработанные вопросы.

Рабочий план будущего научного исследования разрабатывается при непосредственном участии научного руководителя. В основу плана может быть положена гипотеза, т.е. положение, основанное на интуиции или уже разработанной версии.

На первой стадии рабочий план лишь в общих чертах очерчивает характеристику предмета исследования. В дальнейшем он должен быть уточнен, но кардинальное направление научного поиска остается неизменным. Первый вариант рабочего плана может состоять из перечня главных задач, которые нуждаются в своем решении, но построенных в динамике его раскрытия по схеме:

ИСТОРИЯ - ТЕОРИЯ - ПРАКТИКА.

Следующим этапом является составление плана-конспекта, реферативного изложения материала, расположенного в логической последовательности, в соответствии с которым будет систематизирован весь обработанный фактический материал. Именно план-проспект будет основой для дальнейшей оценки научным руководителем соответствия работы ее целям, задачам исследования, построения и соотношения ее составляющих.

2. Поиск научной информации и работа с источниками

Под источниками научной информации следует понимать документы, которые предположительно содержат в себе научные факты. Документальные источники содержат основной объем, который используется в научной деятельности, и делятся на первичные и вторичные.

В первичных документах, как правило, находится научная информация, а во вторичных — результаты аналитической и логической обработки этой информации.

Документальные источники необходимо оценивать по полноте и достоверности представленной информации, наличию теоретических обобщений и критических проверок. Поскольку источники разнообразны как по структуре, так и по смыслу, необходимо четко их различать, уметь не только ими пользоваться, но правильно и быстро

находить необходимую информацию. Для этого следует четко представлять, где и как их можно найти.

В основу обработки информации положен принцип централизованной обработки научных документов. Результатом этого являются следующие информационные издания:

- *реферативные журналы (РЖ)* — основные информационные издания, в которых публикуются аннотации, библиографические описания литературы;

- *бюллетени сигнальной информации (БСИ)* включают библиографическое описание литературы, выходящей по отдельным областям знаний, основная задача которой заключается в оперативном информировании о всех научных и технических новостях;

- *экспресс-информация*, которая включает в себя расширенные рефераты статей, описание изобретений и других публикаций, которые позволяют получить достаточно полное представление о первоисточнике, не обращаясь к нему;

- *аналитические обзоры* дают представление о тенденциях развития определенной области науки, техники, искусства;

- *реферативные обзоры* в целом предусматривают ту же самую цель, что и аналитические, но в отличие от них носят описательный характер;

- *библиографические карточки* содержат полное библиографическое описание источника информации.

В реферативных журналах помещены рефераты, которые являются аналитико-синтетическими переработками текста и несут главную информацию об объекте исследования. Реферативный журнал является наиболее популярным среди библиографических источников. В его структуре выделяют такие составляющие:

- библиографическое описание;
- реферативный текст;
- ссылки, примечания.

Существуют два способа передачи содержания оригинала, который подлежит реферированию: интерпретация и цитирование. Нередко оба способа используют при реферировании источника одновременно.

На заключительном этапе реферирования обращают внимание на стиль и язык написанного. Важнейшие мысли должны быть высказаны в начале реферата в не зависимости от их расположения в первоисточнике. Рефераты рассматриваются не как замена

первоисточника, а как содержательное изложение основных идей автора.

Каталоги и картотеки существуют в любой библиотеке в справочно-информационном отделе. Каталоги представляют собой систему накопления и сохранения данных о литературе, которая имеется в библиотеке. Картотека – это перечень всех материалов, выявленных по определенной тематике.

Существует три вида каталогов: азбучный, систематический и предметный.

Азбучный каталог, позволяет установить какие произведения определенного автора, известного исследователю, имеются в библиотеке.

В *систематическом каталоге* карточки сгруппированы в логическом порядке соответственно областям знаний, с помощью которых можно выяснить какие именно произведения имеются в библиотеке и подобрать необходимую литературу. Последовательность расположения карточек систематического каталога всегда отвечает определенной библиографической классификации.

Существует две универсальные системы классификации:

- универсальная десятичная классификация (УДК);
- библиотечно-библиографическая классификация (ББК).

В основу универсальной десятичной классификации положен принцип распределения, в соответствии с которым вся совокупность знаний и направлений научной деятельности условно разделена на десять разделов, каждый из которых делится на десять подразделов, которые также имеют распределение на десять дополнительных разделов, получивших собственный цифровой индекс. Эта система является основой библиографических и реферативных изданий для организации систематических каталогов научно-технических библиотек. УДК представляет собой международную систему классификации печатных произведений и документальных материалов, которая предоставляет возможность отображения новейших достижений науки и техники без любых существенных изменений в ее структуре.

УДК используется для организации как узкоспециализированных справочно-информационных фондов, так и многоотраслевых, и охватывает все области человеческих знаний. Ее разделы органически связаны между собой, и изменения одного раздела требуют изменений в других разделах. В основе структуры УДК лежит принцип

десятичных дробей. Для обозначения разделов применяются арабские цифры, понятные во всех странах, которые делают УДК общедоступной международной системой. Десятичный принцип структуры разрешает беспредельно расширять ее путем добавления новых цифровых обозначений к существующим, не изменяя системы в целом.

Индексы УДК построены таким образом, что каждая последующая цифра, которая присоединяется к индексу, не изменяет предыдущее значение, а лишь уточняет, определяя более конкретное понятие.

Таблицы УДК делятся на основные и вспомогательные. Кроме того, к УДК относят алфавитно-предметный указатель, методические указания ко многим разделам, а также знаки, с помощью которых осуществляется построение индекса.

Основная таблица содержит в себе понятия, специфические для определенных областей науки, техники, искусства и т.п.

Соответственно десятичной системе вся совокупность знания разделена на десять основных классов:

0. Общий отдел.

1. Философия. Психология.

2. Религия. Теология.

3. Общественные науки. Статистика. Политика. Экономика и т.п.

4. (свободный)

5. Математика и естественные науки.

6. Прикладные науки. Медицина. Техника.

7. Искусство. Декоративно-прикладное искусство. Игры. Спорт.

8. Язык. Языковедение. Художественная литература.

Литературоведение.

9. География. Биографии. История.

Как уже говорилось выше, каждый из этих классов делится на 10 разделов, каждый из которых в свою очередь делится на 10 подразделов. Для облегчения чтения и для лучшей наглядности после каждого третьего знака ставится точка.

Так, например, общий отдел имеет такие подразделы:

00 - Общие вопросы науки и культуры.

001.8 - Методология.

001.817 - Подготовка и оформление докладов и диссертаций.

001.89 - Организация научной и научно-исследовательской работы.

001.891 - Научные исследования. Исследовательские приемы.

УДК имеет большой набор разных знаков (символов), основное назначение которых состоит в фиксировании отношений между понятиями, отображенными в документах, и образовании правильного поискового образа, который обеспечивает полноту и точность поиска информации.

Знак присоединения + (плюс) означает наличие в документе двух и больше формальных особенностей и применяется для соединения как основных индексов, так и определителей.

Знак распространения / (прямой амперсant) предназначен для сокращения нотации (условных обозначений) при сохранении логичности деления и для обобщения ряда последовательных индексов, которые не имеют в таблице общего (родового) индекса. Применение знака распространения ведет к расширению значения индекса УДК.

В соответствии с библиотечно-биографической классификацией науки располагаются в определенной последовательности. Классификация начинается с общественных наук, а дальше науки располагаются в последовательности объектов, которые изучаются: природа, общество, мышление. Прикладные науки — технические, сельскохозяйственные, медицина и другие — помещены между общественными науками. Такой индекс распределения состоит из литер азбуки:

А - общественные науки;

Б - общие науки:

- физико-математические;
- химические;
- науки о Земле;
- биологические
- и прочие.

Кроме того, основные таблицы ББК отображают распределение целого на части: родовых понятий — по виду, структуры — по составу ее элементов, где индексы получают свое значение.

Организация систематического каталога.

Принятая в таком каталоге классификационная система реализуется с помощью карточек-разделителей, на которых пишутся индексы и названия отделов, рубрик от общих понятий к конкретным с учетом детализации того или иного раздела классификации.

На самом поле карточки-разделителя пишется перечень разделов, в которых раскрывается содержание данного индекса. Внутри каждой

рубрики карточки могут быть упорядочены по алфавиту (фамилии авторов) или по году издания книги.

В *предметном каталоге* библиографические записи расположены по алфавиту предметных рубрик. Такой каталог используется для подбора материалов по узкоспециализированным вопросам.

В предметном каталоге в едином месте сосредоточены материалы, которые в систематическом были бы разбросаны в разных местах.

Поскольку речь идет о системе, то правильнее говорить не о выборе, а о систематическом поиске научного источника, который предусматривает:

- ознакомление с книгой: автор, название, издательство, год издания, аннотация на издание, содержание, авторское предисловие, справочно-библиографический аппарат;
- анализ источника;
- реферирование, ведение карточек;
- тезисное изложение материала.

Важным источником структурирования информации является выделение словаря (или составление собственного) употребляемых сроков и ключевых слов как для поиска, так и для констатации факта.

Сегодня значительно упростился поиск научной информации за счет электронных каталогов, существующих в большинстве библиотек, в которых представлено:

- электронный алфавитно-предметный указатель;
- электронный систематический каталог авторефератов;
- электронный каталог статей (книг) и т.п.

Электронный каталог является быстрым и удобным средством поиска необходимой информации по данной проблематике, которая разрешит не только ознакомиться с ней, а и охватить в целом весь спектр существующих источников.

Исследователю во время написания своих научных работ сложно выделить необходимую информацию из большого количества источников в короткий срок. Существуют разные методики обработки источников, которые помогут выделить главное без глубокого погружения в его содержание, тем более в тех случаях, когда обработке подлежит большое количество литературы.

Необходимо сопоставить название источника с тематикой избранного исследования. В случае, если они созвучны, избрать тот раздел, который непосредственно раскрывает интересующую проблему.

Весомым является выбор аспекта исследования, поскольку начинающему исследователю сложно будет охватить проблему в целом. Важно ориентироваться на работы уже известных авторов, которые достаточно глубоко и основательно изучали проблему, имеют публикации, монографические исследования и собственный путь в науке. Именно такие работы часто становятся методологической базой научного исследования, поскольку в них четко определены изученные вопросы и обозначены перспективны дальнейшего пути исследования, выделены разные аспекты изучаемой проблемы и т.п.

Библиография источников предоставляет материал, в котором отображена позиция автора и информация об уже известных исследованиях по определенной проблеме.

Первое предложение абзаца, как правило, отображает содержание в целом, поэтому для понимания главной мысли достаточно прочитать начальное предложение. В случае, если мысль, высказанная в тексте, раскрывает суть избранной проблемы, необходимо ее законспектировать со ссылкой на источник и автора.

Во время обработки литературных источников необходимо составить библиографический указатель изданий, которые обработаны, что в будущем не только сохранит время в составлении библиографии собственного исследования, но и систематизирует исследовательскую работу.

3. Подготовка рукописи научной работы и её защита.

Рукопись научной работы представляет собой структурированное изложение результатов исследовательской деятельности.

Структура научно-исследовательской работы должна определяться целью и задачами исследования, логикой развертывания научного материала, методологией его структурирования. Обычно она включает в себя вступление, три раздела, общие выводы, список использованных источников, приложения.

Во *вступлении* необходимо обосновать выбор темы, которая определяется ее актуальностью, сформулировать круг вопросов, необходимых для ее решения, определить цель работы, указать объект и предмет исследования, методы анализа.

Таким образом, научный аппарат исследования имеет такой вид:

- Актуальность избранной тематики исследования.
- Степень разработки проблематики исследования.
- Объект и предмет исследования.

- Цель и задачи исследования, которые исследователем должны быть изложены лаконично, четко, в соответствии с предметом исследования.

- Теоретико-методологическая база работы, которую составляют фундаментальные исследования по определенной проблематике.

- Научная новизна исследования.

- Основные положения, которые выносятся на защиту.

- Научно-практическое значение исследования.

Основная часть проекта состоит, обычно, из трех разделов, которые имеют 2-3 подраздела.

Первый раздел носит общетеоретический характер, где, опираясь на работы отечественных и зарубежных исследователей, излагается суть избранной проблематики. Первый раздел является теоретической основой будущих разработок.

Второй раздел носит аналитический характер, в котором проводится глубокий анализ научной проблемы с использованием определенных исследовательских приемов.

Третий раздел раскрывает содержание экспериментальной части исследования с обоснованием полученных выводов.

В *выводах* формулируются основные результаты исследований, указываются личные разработки автора и дальнейшие направления исследования проблематики.

На защиту научной работы необходимо представить напечатанный текстовый материал исследования и доклад, который не превышает 8-15 страниц печатного текста.

Можно дать общие рекомендации относительно проведения защиты научного исследования. Эти советы сводятся к следующему:

- на вопрос комиссии по теме исследований необходимо отвечать по сути, максимально придерживаясь заданного вопроса;

- следует признать ошибки, которые указаны оппонентом, и стремиться дать полный аргументированный ответ.

Выделим наиболее типичные ошибки, встречающиеся во время защиты научной работы:

- тема (название) исследования не раскрывается в положениях, которые выносятся на защиту;

- положения формируются очень кратко, схематично, не раскрываются полно, не подтверждают научных идей исследователя;

- новизна и теоретическая значимость исследования либо не определены, либо сформулированы неправильно, не в соответствии с темой;

- не выдерживается научная терминология и, вместо общепринятых терминов, употребляется бытовая лексика;

- выводы, как по разделам, так и в целом, не передают содержания самих разделов, не дают возможности увидеть результат;

- список литературы включает в себя книги, которые не являются близкими по тематике научного исследования;

- наличие орфографических, стилистических и других ошибок и т.п.

Защита должна носить характер научной дискуссии и проходить с соблюдением принципиальности, научной этики.

Язык и стиль научного исследования

Важнейшее место в научной работе отведено языково-стилистической стороне, так как язык и стиль сложились под влиянием так называемой интерпретации текста языком науки, в которой выработались определенные традиции, правила, требования.

Наиболее объективным является формально-логическое изложение, которое находит свое воплощение в системе языковых оборотов. Научное изложение состоит из суждений, целью которых является доказательство истин, поэтому для научного текста характерна завершенность, содержательная целостность, логичность и лаконичность. Важнейшим средством выражения логической связи являются специальные функционально-синтаксические средства связи, которые указывают на последовательность развития мысли.

Следует использовать такие выражения, которые отображают причинно-следственные связи, как например:

- поэтому, соответственно чему;
- вследствие того, что;
- в связи с тем, что;
- кроме этого и т.д.

Прежде чем перейти к другой мысли, следует обратиться к таким выражениям:

- прежде чем указать на;
- следует рассмотреть;
- остановимся на и т.д.

Выводы следует начинать такими поворотами:

- таким образом;
- в завершение;
- вышеизложенное позволяет сделать такие выводы;
- обобщая, следует определить и т.д.

Именно такие «языковые клише» говорят о логичности мысли, предотвращают ошибочные повторы, помогают избегать выражений, которые не касаются научного исследования, направляют ход мысли, придерживаясь правил ведения научного поиска соответственно разделам исследования.

Фразеология научного изложения материала также специфична, так как она обязана выражать логическую связь между частями высказывания.

Поскольку научный язык характеризуется четкой последовательностью, где все компоненты тесно связаны друг с другом, то для текста научного исследования, которое нуждается в сложной аргументации и выявлении связей разных уровней, характерны предложения с четкими синтаксическими связями:

- между тем;
- вместо того, чтобы;
- в то время как;
- после того как;
- в результате;
- соответственно и т.д.

В научном тексте часто встречаются сложноподчиненные предложения, что объясняется конструкцией текста, в котором выражены условные связи, имеющие четкую схему и помогающие построить ход мысли.

Безличные предложения используются в научных текстах при описании фактов, явлений, процессов. Научному языку присущи и так называемые стилистические особенности.

Объективность изложения является основной стилевой чертой такого языка, что вытекает из специфики научного познания, стремления установить научную истину. Отсюда и наличие в тексте вставных конструкций, которые указывают на степень достоверности.

Благодаря таким фразам тот или иной факт можно представить как верный или как вероятный, или как тот, что является вероятный.

Обязательным требованием объективности изложения материала является источник, на который ссылается автор, и то кем высказана та или иная мысль. В тексте это условие реализуется в результате использования специальных вводных слов и словосочетаний, таких как:

- по таким данным;
- по мнению такого автора и др.

Именно такие постоянные конструкции помогают сконцентрировать мысль лишь на самом действии, оставляя без внимания личность исследователя. Таким образом, языковой стиль научного изложения материала является безличным монологом.

Другим правилом научного изложения материала является ясность, лаконичность, четкое содержание, не использование терминов-синонимов. Обзор литературы и выводы должны доказать, что избранная тема является малоизученной и нуждается в основательном исследовании. Материалы обзора должны быть систематизированы, что и определяет степень раскрытия тематики.

Для научного текста характерна содержательная лаконичность, завершенность логических связей, целостность и последовательность развития мысли. Определяющими характеристиками научного текста являются:

- целеустремленность;
- отсутствие эмоционально окрашенных элементов языка;
- наличие точных высказываний;
- наличие специальной терминологии, которая в лаконичной форме дает развернутые определения или содержательные дефиниции явлений, процессов, понятий.

Особенностью научного языка является отсутствие экспрессии, вследствие чего доминирующей формой оценки результатов исследования становится констатация фактов.

Научный язык характеризуется четкой логической последовательностью, где все части единого целого взаимообусловлены.

Широко используют пассивные конструкции, которые являются обусловленной необходимостью подчеркнуть объект действия. К таким конструкциям можно отнести:

- в данной статье рассмотрено...;
- выделены такие функции...;
- выяснены необходимые условия и т.п..

В научном языке преобладают сложные союзные предложения наподобие нижеприведенных:

- благодаря тому, что;
- между тем как;
- вместо того чтобы;
- вследствие того что;
- после того как;
- в то время как;
- от того что ...и т.д.

Другими условиями научного текста является доступность и понятность. Главным в оформлении научного текста должна стать понятность изложенного материала, с одной стороны, без популяризации и с другой — без лишней «научности».

2. Культура научного поиска

Исторически понятие «Культура научного поиска» (КНП) произошло от английского слова «research» (исследователь), которое этимологически восходит к французскому слову «rechercher», что значит «расследовать, разыскивать», обозначая тем самым и волевое методическое усилие, и бескорыстное свободное любопытство. Первым трактовку данного понятия дал в своем труде «Метафизика» Аристотель, который определил научный поиск как путь постижения ученым законов природы с целью, во-первых, удовлетворить собственное любопытство, изначально присущее человеку, и, во-вторых, сведения сложной картины природы к более простой. Аристотель утверждал, что результатами научного поиска должны быть постижение человеком окружающего мира и установление (или восстановление) гармонии отношений Человека со Вселенной. Р. Декарт установил понятие научного поиска как поиск решения реализации потребности превращения Хаоса в Космос (то есть упорядочение беспорядка).

Мы будем использовать следующее определение понятия КНП: создание полезного объекта, массива знаний или вида деятельности, которые представляют собой ценность в глазах общества или отдельного человека.

Исходя из этого определения, выделим три основных типа полезной научной деятельности (групп ученых), то есть научного поиска:

- *Исследования, приносящие практическую пользу.* Научные исследования создают объекты, которые способствуют укреплению государственной мощи или процветанию отдельных предприятий или же улучшают условия жизни человека (например, атомная бомба, реактивный самолет, антибиотики).

- *Исследования, приводящие к рождению полезных технических новшеств.* Научные работы стимулируют появление объектов, которые расширяют границы возможного и делают теоретически вероятное практически достижимым (например, дирижабли, космические корабли, некоторые технологические приспособления).

- *Теоретические исследования.* Полученные в их результате научные данные помогают человеку утолить жажду знаний и лучше понять свое место в окружающем мире (например, теория

расширяющейся Вселенной, теория эволюции, отказ от геоцентризма и антропоцентризма).

Основной проблемой современного научного поиска является то, что экономическая политика, направленная на поощрение исследований первой группы и опирающаяся только на критерий практической пользы, пытается ограничить научный поиск конкретными социальными потребностями.

Культура научного поиска включает в себя три категории: политику исследований, логику исследований и этику исследований.

Обобщающая картина КНП продемонстрирована на рисунке 2.1.

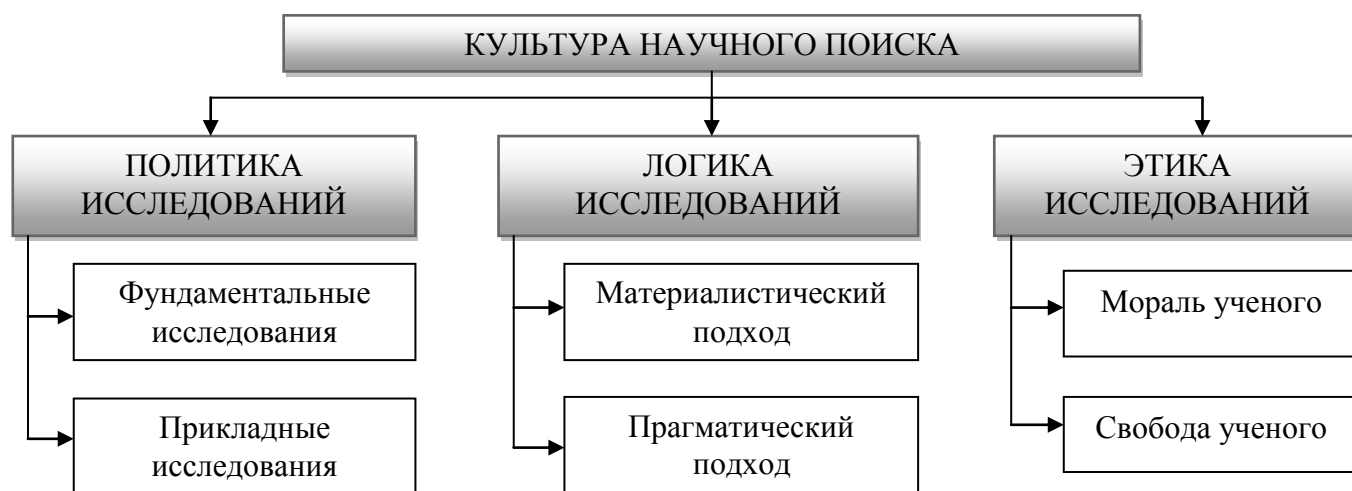


Рис. 2.1 – Категории культуры научного поиска

Категория №1: «Политика исследований»

В данной категории научного поиска выделяют два вида научных исследований – фундаментальные (так называемое «чистое» знание) и прикладные (достижение определенной практической цели), основные отличительные характеристики которых приведены в табл. 2.1.

Однако, невзирая на достаточно большое количество отличий, данные виды исследований взаимосвязаны и могут приводить к перекрестным результатам: результаты фундаментальных исследований могут получить совершенно неожиданное практическое применение и наоборот. Так, например, случилось в математике с теорией комплексных чисел, тензорным исчислением и теорией игр. Сходным образом прикладные исследования, хоть и реже, но могут приводить к открытиям фундаментального порядка: например, законы термодинамики были открыты в ходе эксперимента по повышению КПД паровой машины.

Таблица 2.1

Основные отличительные черты фундаментальных и прикладных научных исследований

Вид исследований Критерий	Фундаментальные	Прикладные
Цель	получение «чистого» знания	достижение определенной практической цели
Направленность	на достижение результата с возможностью корректировки вектора исследований	на заранее заданные результаты
Результативность	непредсказуема, часто не достигается	дают ожидаемый практический выход
Ценность результата	непредсказуема, оценивается после получения результата	определена и аргументирована
Финансирование и использование результатов	государство	частные структуры
Ограничения и барьеры	бюрократия и частая невозможность использования полученных результатов	ограниченность экономическими интересами

Исходя из вышеизложенного, обобщающая характеристика категории «политика научных исследований» выглядит следующим образом:

- непредсказуемость экспериментальных результатов;
- невозможность заранее спланировать использование результатов исследования;
- невозможность построения шкалы ценности определенных результатов исследований и отнесения их к определенному значению;
- сложность прогнозирования затрат на осуществление проекта (исследования);
- отсутствие гарантии результативности проекта даже при значительных капиталовложениях.

На современном историческом этапе политика научных исследований заключается в следующем:

- превалировании прикладных отраслей над фундаментальной наукой;
- руководстве принципом, при котором ценность научных результатов ставится в прямую зависимость от количества затраченных на проект денег и времени.

Категория №2: «Логика исследований»

Логика современных исследований сводится к следующему тезису: значимость научного исследования прямопропорциональна прибыли от результата, но обратнопропорциональна количеству затраченных на него времени и ресурсов. Такая логика приводит к выводу: больше всего ценится та информация, на получение которой при прочих равных условиях затрачено меньше ресурсов и времени.

Эту закономерность можно выразить при помощи формального уравнения (формула 2.1).

$$P_u = \frac{C_n \times ПЦ_n}{C_y \times З_y}, \quad (2.1)$$

где P_u — продуктивность исследований;

C_n — число патентов;

$ПЦ_n$ — продажная цена патента;

C_y — число ученых;

$З_y$ — зарплата ученого.

Логика исследований предполагает два вида подходов к научному поиску:

1. *Материалистический подход* — предполагает количественное измерение результативности исследований, то есть рассматривает знание как нечто, поддающееся точному измерению, превращая, тем самым, потребительскую стоимость информации в меновую стоимость. Негативная характеристика данного подхода заключается в невозможности сопоставления научных результатов в виду возможности исключительно качественной, а не количественной оценки знаний. Так, например, не может быть сопоставлена в стоимостном выражении важность открытия двойной спирали ДНК и изобретение вакцины против гепатита.

2. *Прагматический подход* — предусматривает следующее: единственным критерием истины служит ее практическая ценность, отсюда значимость предмета или явления определяется лишь суммой возможностей их практического применения и тем влиянием, которое они способны оказать на материальный мир. Данный подход предполагает прямое соотношение между истиной, доступностью результатов и пользой. Это, в свою очередь, заставляет считать, что истина содержится лишь в тех предметах и объектах, которым можно найти практическое применение. Негативной чертой данного подхода, согласно утверждению Нильса Бора, является ограничение научного поиска исключительно практическими задачами, избегая неотъемлемой от науки теоретической деятельности. Так, например, для прагматика изучение черных дыр в Космосе не представляет никакого интереса.

Исходя из вышесказанного, можно выделить еще одну проблему современного научного поиска: оба подхода (прагматический и материалистический) оставляют для научного поиска лишь один стимул – личный интерес или материальное вознаграждение. А это, в свою очередь, лишает науку ее познавательной функции и, как следствие, приводит к тому, что единственным критерием ценности информации становится ее практическая полезность.

Категория №3: «Этика исследований»

Свобода научного поиска является изначальным условием его результативности, поэтому ученому просто необходимо предоставить свободу в научном и моральном выборе. Именно этика научного поиска составляет значительный пласт в структуре его культуры.

Соотношение морали и свободы в научном поиске определяется следующими факторами, неотъемлемыми от научного знания:

- *Полезность.* Исследователь старается постичь природу, что приносит ему интеллектуальное удовлетворение и улучшает условия существования человечества.

- *Новизна.* Полученное знание может в значительной степени изменить существующую картину мира. В связи с этим с точки зрения главенствующей идеологии научная деятельность часто носит подрывной характер.

- *Точность.* Знание, полученное в ходе исследований, подвергается постоянной проверке и уточнениям. В новых областях науки этот процесс идет особенно бурно.

• *Осторожность.* Исследователь всегда должен учитывать возможность того, что полученные результаты могут быть использованы в целях, которые его самого не устраивают. Это означает, что ученый должен сознавать свою ответственность перед обществом и предусмотреть возможные последствия своих разработок.

• *Обмен.* Бескорыстный интерес со стороны общества и научные контакты, не ограниченные ни национальными, ни социальными барьерами, безусловно, способствуют плодотворной научной работе.

• *Поиски абсолюта.* Наука ориентируется одновременно на поиск как абсолютной истины, так и способа обеспечить процветание всего человечества, то есть на идеалы, которые концептуально противоречат друг другу, но которые, тем не менее, невзирая на принципиальную недостижимость, выступают как движущая сила научного процесса.

Таким образом, основными чертами современного ученого должны быть:

1. Чувство ответственности;
2. Готовность пожертвовать личными и научными интересами;
3. Адекватно взвешивать и выбирать между желанием узнать истину и потребностью заботиться о благе человечества.

Научный поиск предполагает определенную последовательность действий в общем виде представленную на рис. 2.2.

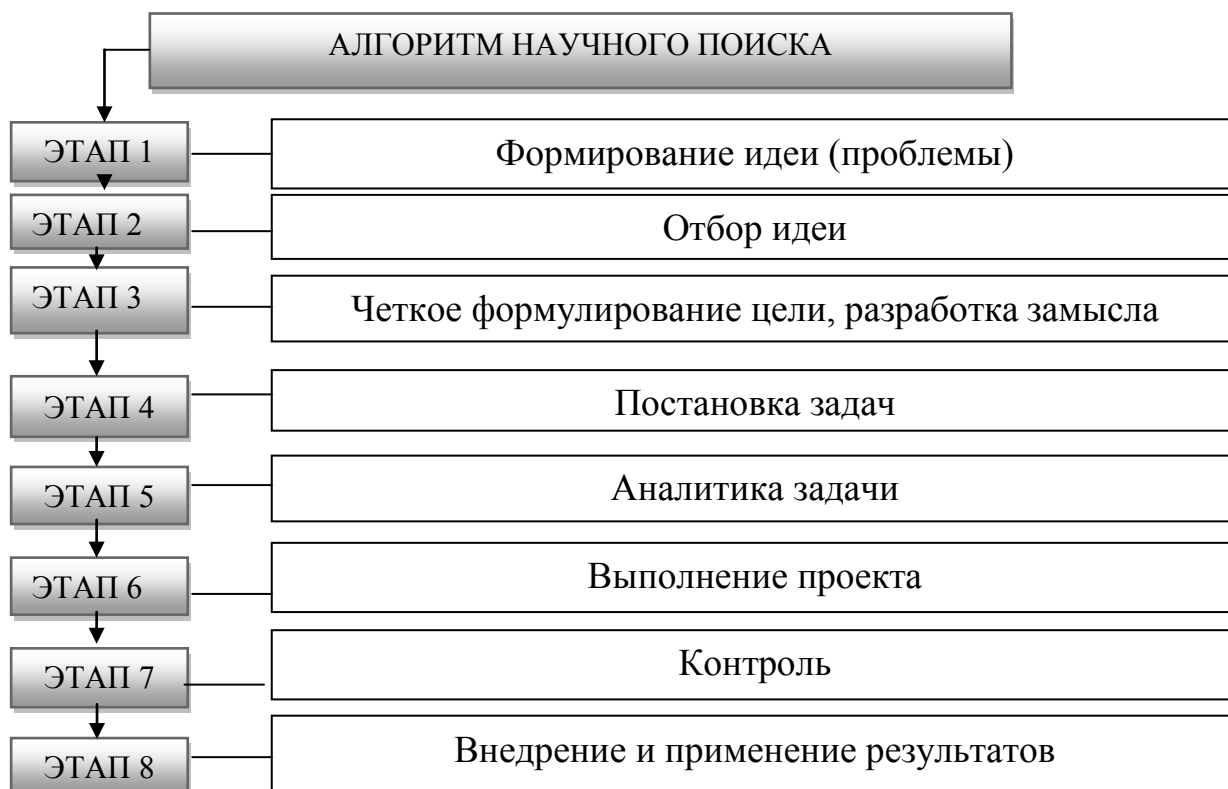


Рис. 2.2 – Алгоритм научного поиска

Охарактеризуем каждый из этапов более детально.

ЭТАП 1: *Формирование идеи (проблемы)*. Цель деятельности по формированию идей заключается в выработке как можно большего их числа. Данный этап зависит от того, кто является инициатором проекта:

1. Заказчик или потребитель, формулирующий проблему, в соответствии с которой ведется поиск ее решения, или излагает уже сформированную идею для проекта;

2. Сам ученый, который генерирует цель, а значит и идею проекта, в соответствии со своими научными предпочтениями или интересами;

3. Потребности социума, которые влекут за собой необходимость решения множества проблем (начиная от бытовых и заканчивая экологическими), а значит предоставляют широчайший плацдарм для разработки новых идей.

ЭТАП 2: *Отбор идеи*. Цель отбора – сократить число идей, сформулированных на предыдущем этапе. Это позволяет как можно раньше выявить и отсеять непригодные идеи. Отсевание может происходить на основании следующих критериев:

1. Стоимость осуществления (нерентабельность) проекта;

2. Невозможность осуществления (например, в связи с отсутствием соответствующей материально-технической базы);

3. Ответвление от заданного вектора проблематики и др.

ЭТАП 3: *Четкое формулирование цели, разработка замысла*. На данном этапе отобранные идеи превращаются в замыслы. Замысел товара — это проработанный вариант идеи, выраженный значимыми (количественными и качественными) понятиями.

ЭТАП 4: *Постановка задач*. Этот этап научного поиска предполагает постановку и обработку путей достижения цели (воплощения идеи) по следующей схеме:

1. Определение четкой конечной цели проекта;

2. Выяснение возможных унифицированных путей достижения цели;

3. Выявление, в случае существования стандартных решений, рациональности их применения;

4. Установление четких количественных показателей ресурсов, необходимых для достижения цели.

ЭТАП 5: *Аналитика задачи*, которая состоит в определении:

1. Идеального конечного результата, при этом следует ответить на вопрос: «Что желательно получить в самом идеальном случае?»;

2. Барьеров для получения идеального результата (ответ на вопрос: «В чем состоит помеха?»);

3. Причин возникновения помех;

4. Условий минимизации и устранения барьеров для получения идеального результата необходимо ответить на вопрос: «При каких условиях исчезнет помеха?»).

ЭТАП 6: Выполнение проекта. На данном этапе происходит решение поставленных задач, опираясь на:

1. Базовые (стандартные) пути решения, которые основываются на уже существующих знаниях (фундаментальных и прикладных) в данной отрасли;

2. Проецирование знаний, прецедентов и исследований ученых других областей науки и техники (ответ на вопрос: «Как решаются в других отраслях задачи, подобные данной?»);

3. «Прообразы» природы в результате изучения вопроса: «Как решаются в природе более или менее сходные задачи?»).

ЭТАП 7: Контроль. Целью данного этапа является определение соответствия конечного результата утвержденному желаемому, анализ и устранение ошибок.

ЭТАП 8: Внедрение и применение результатов научного поиска. Чем собственно и должны заниматься маркетинговые подразделения в научно исследовательских группах.

Таким образом, мы видим, что, с одной стороны, культура научного поиска как правильная технологическая последовательность действий, направленная на достижение цели, постоянно сталкивается с мировоззренческими аспектами личности исследователя, а с другой — существенно облегчает сам научный поиск, так как унифицирует подход к проблеме, структурируя и расставляя акценты над решаемыми в процессе научной деятельности поисковыми задачами.

3. Защита прав интеллектуальной собственности

3.1. Общая характеристика системы охраны интеллектуальной собственности в Украине

Стремительное развитие информационных технологий превратило интеллектуальную собственность в один из наиболее ликвидных товаров. Этот ресурс способен как магнит притягивать к себе серьезные инвестиции, а широкое внедрение новых технологий и продвижение научных разработок в производство дает мощный толчок развитию внутренних отраслей промышленности. Да и сама по себе интеллектуальная собственность — весьма ценный источник доходов. В развитых странах это поняли давно, и теперь надежная правовая система защиты интеллектуальных активов позволяет США, Японии и странам Европы получать весомые экономические дивиденды.

Решение проблемы создания эффективной системы защиты интеллектуальной собственности в Украине сформирует прочный фундамент для инновационной модели развития страны, ее модернизации, повышения конкурентоспособности в мировой социально-экономической системе. А от этого, в свою очередь, зависят перспективы создания рабочих мест в новых отраслях, характерных для мировой экономики XXI столетия — экономики, базирующейся на знаниях.

Проблемы охраны интеллектуальной собственности сегодня вышли в мире на первый план и стали уже не просто юридическим или коммерческим вопросом. В результате интеллектуализации современной мировой экономики они все более становятся политической проблемой, связанной с экономической безопасностью и требуют стратегических подходов к их решению. Процессы интеллектуализации достигли чрезвычайно высокой интенсивности, немыслимой еще несколько десятилетий назад. Сейчас в мире действуют свыше 5 млн. патентов; ежегодно подается приблизительно 700 тыс. заявок на патентование; в 2005 г. доход от продажи лицензий на запатентованные объекты составил более 100 млрд. долл., что в десять раз больше, чем в 1990 г.

Необходимо учитывать, что в мире в целом уже сформировалась глобальная система регулирования охраны интеллектуальной собственности. Украина должна адаптироваться к ней, если намерена

развиваться как составная часть мирового хозяйства, а не как экономика, отделенная от мировых тенденций социально-экономического и технологического развития.

Интеллектуальный потенциал, сконцентрированный в Украине, может стать прочной основой возрождения отечественной экономики. За годы независимости Украины была создана национальная система защиты интеллектуальной собственности, сформирована необходимая нормативно-правовая база, заложены основы регулирования отношений в этой сфере: сегодня действующее законодательство Украины содержит основные положения, связанные с приобретением, осуществлением и защитой прав интеллектуальной собственности.

На сегодня система органов регулирования сферы охраны интеллектуальной собственности в Украине находится в завершающей фазе формирования и уже способна выполнять свои основные функции. Она регулируется более 40 законами и свыше 100 подзаконными актами. Кроме того, ведется работа по гармонизации украинского законодательства с международными нормами. Принятые в последнее время меры позволили учесть требования ТРИПС — соглашения ВТО о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности. Были внесены изменения в Уголовный и Таможенный кодексы Украины, Кодекс об административных правонарушениях, в законы «Об авторском праве и смежных правах» и «О распространении экземпляров аудиовизуальных произведений и фонограмм». Украина присоединилась к соглашениям Всемирной организации интеллектуальной собственности «Об авторском праве», «Об исполнениях и фонограммах», Международной конвенции об охране интересов исполнителей, производителей фонограмм и организаций вещания.

В соответствии с Законодательством Украины право интеллектуальной собственности включает неимущественные и имущественные права. Объем прав на объект интеллектуальной собственности определен Гражданским кодексом Украины и соответствующими законами.

Прежде чем говорить о защите права интеллектуальной собственности, такое право надо получить. И иметь документальное подтверждение своих прав (свидетельство, патент, лицензионный договор, договор передачи прав и т.д.).

Выделяют следующие формы защиты права интеллектуальной собственности:

- юрисдикционная, т.е. та, что обеспечивается с использованием госаппарата (уголовное и гражданское судопроизводство и производство по делам об административных нарушениях). Эта форма защиты права интеллектуальной собственности, особенно в суде, является наиболее эффективным инструментом защиты;

- неюрисдикционная, т.е. та, что охватывает собой действия граждан и организаций (в т.ч. через их представителей — патентных поверенных), осуществляемые ими самостоятельно, без обращения к госорганам. Это тоже достаточно эффективный способ решения определенных задач. Часто сами действия, предупреждающие нарушение или развитие нарушения права на объект интеллектуальной собственности (например, письменное предупреждение с изложением суммы убытков при продолжении нарушения), бывают достаточными для урегулирования ситуации.

Наибольшую результативность, исходя из практики, имеют юрисдикционные формы защиты прав: иски в суды, административная ответственность и уголовное преследование.

Согласно Гражданскому кодексу Украины (п.2 ст.16) различают такие способы защиты права интеллектуальной собственности:

- признание права (т.е. какого-то конкретного права интеллектуальной собственности; особенно актуально — в отношении авторских и смежных прав);

- признание договора недействительным (например, лицензионного договора);

- прекращение действия, которое нарушает право интеллектуальной собственности;

- восстановление положения, которое существовало до нарушения права интеллектуальной собственности;

- принудительное выполнение обязательств в натуре (например, выплата непременного лицензионного платежа за использование объекта интеллектуальной собственности);

- изменение правоотношений (например, изменение условий лицензионного договора на использование объекта интеллектуальной собственности);

- прекращение правоотношений (например, прекращение действия лицензионного договора на использование объекта интеллектуальной собственности);

- возмещение убытков и прочие способы возмещения имущественного вреда (например, возмещение убытков, причиненных нарушением права интеллектуальной собственности);
- возмещение морального (неимущественного) вреда;
- признание незаконными решений, действий или бездействия органа государственной власти (например, прекращение действия патента, выданного Госдепартаментом интеллектуальной собственности).

Защита имущественных прав является наиболее распространенной целью защиты права на объект интеллектуальной собственности.

Имущественные права на объект интеллектуальной собственности включают:

- право на использование объекта права интеллектуальной собственности;
- исключительное право разрешать использование объекта права интеллектуальной собственности;
- исключительное право препятствовать неправомерному использованию объекта права интеллектуальной собственности, в том числе запрещать такое использование;
- иные имущественные права интеллектуальной собственности, установленные законом.

Более подробно различные формы документального подтверждения прав интеллектуальной собственности будут рассмотрены дальше.

3.2. Объекты патентования

Одним из наиболее распространенных видов защиты прав интеллектуальной собственности является патентование.

Патент — это охраняемый документ, который гарантирует защиту исключительных прав его обладателя на конкретное техническое или дизайнерское решение. Технические решения охраняются патентами в качестве изобретений и полезных моделей, а дизайнерские — в качестве промышленных образцов.

Наличие патента дает его обладателю право запрещать практически любое несанкционированное использование его интеллектуальной собственности другими лицами. Право на легальное использование изобретений, полезных моделей и промышленных образцов может быть предоставлено другим лицам лишь при условии

выплаты вознаграждения патентообладателю (на основе лицензионного договора или договора уступки патента). Исключительные права дают патентообладателю возможность не только окупить затраты на создание нового решения, но и получать прибыль в течении длительного времени за счет единоличного контроля определенной рыночной ниши.

Право собственности по патенту в соответствии с украинским законодательством предусматривает:

- право на использование объекта интеллектуальной собственности в объеме прав согласно патенту;
- право разрешать использование объекта интеллектуальной собственности в объеме прав, предусмотренных патентом;
- право препятствовать неправомерному использованию этого объекта интеллектуальной собственности другими лицами;
- право запрещать другим лицам любое неправомерное использование объекта интеллектуальной собственности;
- возможность распоряжаться правами на объект интеллектуальной собственности по своему усмотрению, т.е. передавать права, выдавать лицензии, вносить в уставной фонд, использовать их в качестве залога по кредиту и т.д.

Для определения объекта для получения патента необходимо понять, что непосредственно будет заявляться для получения патента. Основные объекты патентования представлены на рис. 3.1.

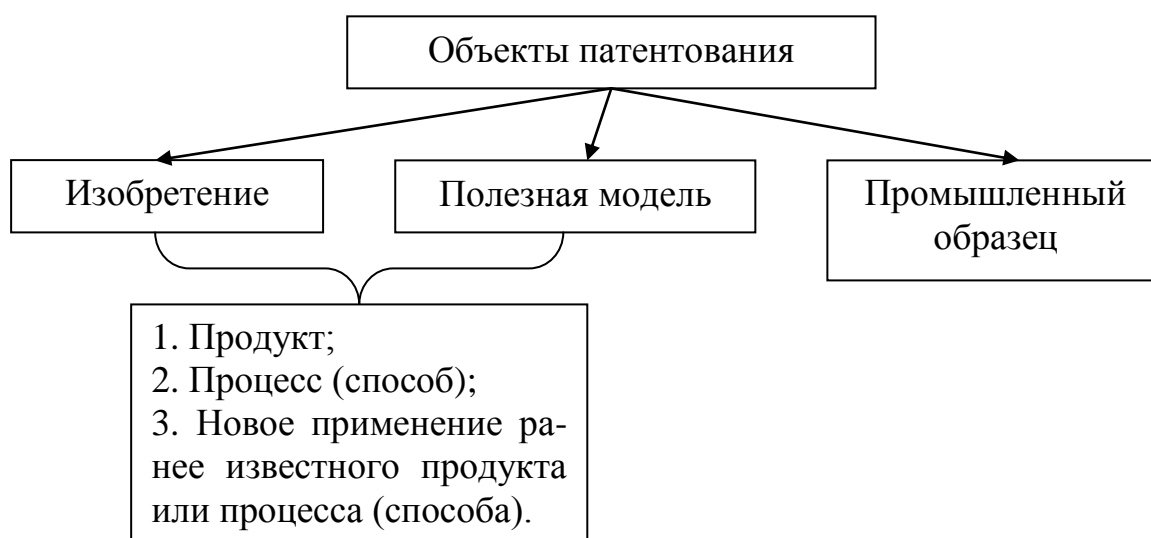


Рисунок 3.1 — Характеристика объектов патентования

Необходимо отметить, что если в одном патенте на изобретение может защищаться и продукт (например, устройство), и способ (или наоборот соответственно: способ и устройство для его осуществления), то патент на полезную модель может в себя включать или только продукт, или только способ.

Рассмотрим более подробно объекты патентования.

1. *Продуктом* может быть устройство; вещество; штамм микроорганизма, культура клеток растения или животного и т.п.

Устройства — это конструкции, машины, приборы, аппараты, оборудование, инструмент, тара, транспортные средства, детали машин и т.п. В последнее время к устройствам как объектам патентования все чаще относят и целостные технологические комплексы и линии, в т.ч. заводы.

Устройство как объект для получения патента должно обладать, в частности, следующими признаками:

- наличие конструктивного элемента (элементов);
- наличие связи между элементами;
- взаимное расположение элементов;
- форма выполнения элемента (элементов) или устройства в целом, в частности, геометрическая форма;
- форма выполнения связи между элементами;
- параметры и другие характеристики элемента (элементов) и их взаимосвязь;
- материал, из которого выполнен элемент (элементы) или устройство в целом;
- среда, выполняющая функцию элемента.

К веществам как объектам изобретения относятся:

- индивидуальные соединения, к которым также условно отнесены высокомолекулярные соединения и объекты генной инженерии (плазмиды, векторы, рекомбинантные молекулы нуклеиновых кислот и фрагменты нуклеиновых кислот);
- композиции (составы, смеси);
- продукты ядерного превращения.

К признакам, используемым для характеристики индивидуальных химических соединений, можно отнести:

- для низкомолекулярных соединений — качественный состав (атомы определенных элементов), количественный состав (число атомов каждого элемента), связь между атомами и взаимное их

расположение в молекуле, выраженное химической структурной формулой;

- для высокомолекулярных соединений — химический состав и структура одного звена макромолекулы, структура макромолекулы в целом (линейная, разветвленная), периодичность звеньев, молекулярная масса, молекулярно-массовое распределение, геометрия и стереометрия макромолекулы, ее концевые и боковые группы;

- для индивидуальных соединений с неустановленной структурой — физико-химические и иные характеристики (в том числе признаки способа получения), необходимые для отличия данного соединения от других;

- для индивидуальных соединений, относящихся к продуктам генной инженерии, это – нуклеотидная последовательность (в случае фрагментов нуклеиновых кислот) или физическая карта (в случае рекомбинантных нуклеиновых кислот и векторов), а также иные физико-химические характеристики, необходимые для отличия данного соединения от других.

Признаки, используемые для характеристики композиций:

- качественный состав (ингредиенты);
- количественный (содержание ингредиентов) состав;
- структура композиции;
- структура ингредиентов.

Для характеристики композиций неустановленного состава могут использоваться их физико-химические, физические и утилитарные показатели и признаки способа получения.

Признаки, используемые для характеристики веществ, полученных путем ядерного превращения:

- качественный состав (изотоп (изотопы) элемента), количественный состав (число протонов и нейтронов);
- основные ядерные характеристики: период полураспада, тип и энергия излучения (для радиоактивных изотопов).

Признаки, используемые для характеристики индивидуальных штаммов микроорганизмов, культур клеток растений и животных:

- происхождение (источник выделения, родословная);
- таксономическая характеристика;
- маркерные характеристики, стандартные условия выращивания, название и свойства полезного вещества, продуцируемого штаммом, уровень активности (продуктивности);

- вирулентность, антигенная структура (для штаммов микроорганизмов медицинского и ветеринарного назначения);
- принцип гибридизации (для штаммов гибридных микроорганизмов);
- иные характеристики, необходимые для отличия штамма микроорганизма от других.

Для характеристики индивидуальных штаммов культур клеток растений или животных дополнительно используются, в частности, следующие признаки:

- ростовые (кинетические) характеристики;
- характеристика культивирования в организме животного (для гибридов);
- способность к морфогенезу (для клеток растений);
- иные характеристики, позволяющие отличить культуру клеток от других.

В качестве признаков, используемых для характеристики консорциумов микроорганизмов, культур клеток растений и животных, дополнительно к перечисленным выше признакам могут использоваться, в частности, такие признаки, как фактор и условия адаптации и селекции, таксономический состав, число и доминирующие компоненты, заменяемость, тип и физиологические особенности консорциума в целом, а также иные характеристики, позволяющие отличить консорциум от других.

2. Процесс (способ) как объект для получения патента.

Способ — это процесс выполнения действий над материальным объектом с помощью материальных объектов; это действие или ряд взаимосвязанных действий (процесс).

Способ имеет наибольшее разнообразие в признаках, которые могут его характеризовать. Наряду с таким обязательным признаком, как наличие действия или действий, в характеристике способа могут участвовать вещества и устройства, над которыми или с помощью которых эти действия совершаются. Характерной особенностью способа в отличие от устройства является то, что в тех случаях, когда он представляет совокупность приемов, они соотнесены во времени.

К признакам, которые используются для характеристики способа, можно отнести:

- наличие действия или совокупности действий;
- порядок выполнения таких действий во времени (последовательно, одновременно, в различных сочетаниях и т.п.);

- условия осуществления действий;
- режим использования веществ (исходного сырья, реагентов, катализаторов и т.д.), устройств (приспособлений, инструментов, оборудования к т.д.), штаммов микроорганизмов, культур клеток растений и животных.

3. *Новое применение ранее известного продукта или процесса (способа).*

К применению известных ранее устройства, способа, вещества, штамма по новому назначению как объекту изобретения относится их использование с иной предназначенностью, чем предусмотренная ранее. К применению по новому назначению приравнивается первое применение ранее известных веществ (природных и искусственно полученных) для удовлетворения новой общественной потребности.

Рассмотрим основные отличия полезной модели от изобретения, поскольку в их качестве могут выступать одни и те же элементы (продукт, процесс (способ) или новое применение ранее известного продукта или процесса (способа)).

Отличие полезной модели от изобретения состоит в том, что:

- у полезной модели нет изобретательского уровня. Это означает, что полезной моделью может быть признан любой новый объект (новое устройство, новый способ или новое применение ранее известного устройства или способа). При этом в целом такое новое техническое решение объекта может быть вполне очевидным для специалиста в этой области знаний, но самое главное, чтобы это новое решение ранее не было нигде не описано и не применено практически;

- на полезную модель выдается декларационный патент. Фактически, наличие исключительных прав на изобретение подтверждает государство путем проведения квалификационной экспертизы заявки на получение патента на изобретение и принятия решения о выдаче такого патента. А при подаче заявки на получение патента на полезную модель — сам заявитель утверждает (декларирует) ее соответствие условиям патентоспособности;

- при рассмотрении заявки на получение патента на полезную модель не проводится квалификационная экспертиза;

- решение о выдаче патента на полезную модель принимается на основании результатов формальной экспертизы. Для получения патента на полезную модель экспертиза на соответствие требованиям новизны и промышленной применимости не проводится;

- срок действия патента на полезную модель вдвое меньше срока патента на изобретение и составляет 10 лет.

Объектом промышленного образца может быть форма, рисунок или расцветка (раскраска) или их сочетания, которые определяют внешний вид промышленного изделия и предназначены для удовлетворения эстетических и эргономических потребностей.

Не могут получить правовую охрану как промышленные образцы следующие объекты:

- объекты архитектуры (кроме малых архитектурных форм);
- промышленные, гидротехнические и другие стационарные сооружения;
- печатная продукция как таковая;
- объекты неустойчивой формы из жидких, газообразных, сыпучих или подобных им веществ и т.п.

Как промобразец можно патентовать:

1. Двухмерные объекты:

- варианты применения товарного знака на продукции (в этикетке, упаковке и таре);
- некоторые виды печатных изделий (этикетка, рекламный буклет, логотип газеты или журнала);
- рисунок декоративных обоев, тканей, рисунок ковра.

2. Трехмерные объекты:

- упаковку (коробки), бутылки; пакеты; ящики и т.п.;
- внешний вид приборов, механизмов, инструмента, оборудования;
- как изделие в целом, так и его часть (форма и окраска автомобиля, дизайнерское решение его руля или фары);

3. Многообъектные изделия:

- комплекты или наборы изделий, интерьер и т.п.

Наиболее распространенным объектом, который защищается и как промышленный образец, и как товарный знак (двойная регистрация), являются этикетки. Распространена двойная регистрация также для объемных объектов: бутылок, флаконов, упаковок и даже некоторых кондитерских, парфюмерных и фармацевтических изделий.

3.3. Патент Украины на промышленный образец

Отношения, которые возникают в связи с приобретением и осуществлением права собственности на промышленные образцы в

Украине регулируются Законом Украины «Об охране прав на промышленные образцы» с изменениями, внесенными Законом № 2188-III (2188-14) от 21.12.2000 г.

Промышленный образец — это результат творческой деятельности человека в области художественного конструирования.

Право собственности на промышленный образец заверяется патентом.

Патент является официальным охранным документом, который выдается от лица государства уполномоченным на это органом — Государственным департаментом интеллектуальной собственности Украины (далее — Госдепартамент).

Срок действия патента на промышленный образец составляет 10 лет от даты представления заявки в Государственное предприятие «Украинский институт промышленной собственности» (Укрпатент) и может быть продлен по ходатайству владельца, но не более чем на 5 лет.

Патент выдается под ответственность его владельца без гарантии действия патента.

Объем предоставляемой правовой охраны определяется совокупностью существенных признаков промышленного образца, изображенных на фотографиях изделия (его макета, рисунка).

Патент Украины на промышленный образец действует только на территории Украины.

Правовая охрана предоставляется промышленному образцу, который не противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали и отвечает условиям патентоспособности.

Условиями патентоспособности промышленного образца является новизна и промышленная пригодность.

Промышленный образец признается новым, если совокупность его существенных признаков не стала общедоступной в мире к дате представления заявки или, если заявлен приоритет, к дате ее приоритета.

Промышленный образец признается промышленно пригодным, если он может быть использован в промышленности или в другой сфере деятельности.

Право на получение патента имеет:

- автор;
- работодатель, если промышленный образец создан в результате выполнения служебных обязанностей или по поручению работодателя,

при условии, что трудовым договором (контрактом) не предусмотрено другое;

- правопреемник автора или работодателя.

Патент на промышленный образец предоставляет его владельцу исключительное право использовать промышленный образец по своему усмотрению, если такое использование не нарушает прав других владельцев патентов, и запрещать его использование всем другим лицам без его разрешения, за исключением случаев, когда такое использование не признается согласно Закону нарушением предоставляемых патентом прав.

Права, вытекающие из патента, действуют с момента публикации сведений о его выдаче при условии уплаты годового сбора за поддержание действия патента.

3.4. Патент Украины на изобретение (полезную модель)

Отношения, возникающие в связи с приобретением и осуществлением права собственности на изобретения и полезные модели в Украине, регулируются Законом Украины «Об охране прав на изобретения и полезные модели» от 15.12.1993 г. № 3687-ХІІ в редакции Закона № 1771-ІІІ от 01.06.2000 г. с изменениями, внесенными Законом № 2188-14 от 21.12.2000 г.

Согласно Закону изобретение (полезная модель) — это результат интеллектуальной деятельности человека в любой сфере технологии; это технологическое (техническое) решение, которое отвечает условиям патентоспособности (новизне, изобретательскому уровню и промышленной пригодности).

Секретное изобретение (секретная полезная модель) — это изобретение (полезная модель), которое содержит информацию, отнесенную согласно Закону Украины «О государственной тайне» к государственной тайне.

Служебное изобретение (полезная модель) — изобретение (полезная модель), созданное работником:

- в результате выполнения служебных обязанностей или поручения работодателя — лица, которое наняло работника по трудовому договору (контракту), — при условии, что трудовым договором (контрактом) не предусмотрено другое;

- с использованием опыта, производственных знаний, секретов производства и оборудования работодателя.

К служебным обязанностям относятся функциональные обязанности работника, зафиксированные в трудовых договорах (контрактах), должностных инструкциях и предусматривающие выполнение работ, которые могут привести к созданию изобретения (полезной модели).

Поручением работодателя является выданное работнику в письменной форме задание, которое имеет непосредственное отношение к специфике деятельности предприятия или деятельности работодателя и может привести к созданию изобретения (полезной модели).

Право на изобретение (полезную модель) охраняется государством и заверяется патентом.

Патент (патент на изобретение, декларационный патент на изобретение, декларационный патент на полезную модель, патент (декларационный патент) на секретное изобретение, декларационный патент на секретную полезную модель) – это охраняемый документ, который удостоверяет приоритет, авторство и право собственности на изобретение (полезную модель).

Патент (декларационный патент) Украины на изобретение (полезную модель, секретное изобретение (полезную модель)) действует только на территории Украины.

Срок действия патента Украины на изобретение составляет 20 лет от даты представления заявки.

Срок действия декларационного патента на изобретение составляет 6 лет от даты представления заявки.

Срок действия патента на изобретение, объектом которого является лечебное средство, средство защиты животных, средство защиты растений и т.п., использование которых требует разрешения соответствующего компетентного органа, может быть продлено по ходатайству владельца этого патента на срок, равный периоду между датой представления заявки и датой получения такого разрешения, но не более, чем на 5 лет.

Срок действия декларационного патента на полезную модель составляет 10 лет от даты представления заявки.

Срок действия патента (декларационного патента) на секретное изобретение и декларационного патента на секретную полезную модель равен сроку засекречивания изобретения (полезной модели), но не может быть больше определенного Законом срока действия охраны изобретения (полезной модели).

Действие патента может быть приостановлено досрочно в соответствии со ст. 32 Закона «Об охране прав на изобретения и полезные модели».

Правовая охрана предоставляется изобретению, которое не противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали и отвечает условиям патентоспособности, то есть если оно имеет изобретательский уровень, является новым и промышленно пригодным.

Право на получение патента имеет:

- изобретатель;
- работодатель (если изобретение является служебным);
- правопреемник изобретателя или работодателя.

Патент на изобретение предоставляет его владельцу исключительное право использовать изобретение по своему усмотрению, если такое использование не нарушает прав других владельцев патентов, и запрещать его использование всеми другими лицами без его разрешения, за исключением случаев, когда такое использование не признается согласно Закону нарушением прав, предоставленных патентом.

Исключительные права владельца патента (декларационного патента) на секретное изобретение ограничиваются Законом Украины «О государственной тайне» и соответствующими решениями Государственного эксперта по вопросам тайн.

Права, вытекающие из патента, действуют с момента публикации сведений о его выдаче.

Права, вытекающие из патента (декларационного патента) на секретное изобретение, действуют от даты внесения информации о нем в Государственный реестр патентов и декларационных патентов Украины на секретные изобретения.

Лицо, которое желает получить патент на изобретение и имеет на это право (заявитель), подает заявку на его выдачу в Государственное предприятие «Украинский институт промышленной собственности», осуществляющее прием, рассмотрение и проведение экспертизы заявок.

3.5. Свидетельство Украины на знак для товаров и услуг

Отношения, возникающие в связи с получением и осуществлением права собственности на знаки для товаров и услуг (далее — знак), в Украине регулируются Законом Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг» с изменениями и дополнениями,

внесенными Законами Украины от 16.06.1999 г. № 751-XIV, от 21.12.2000 г. № 2188 – III (далее – Закон).

Знак – это обозначение, в соответствии с которым товары и услуги одних лиц отличаются от однородных товаров и услуг – других лиц.

Право собственности на знак заверяется свидетельством. Свидетельство Украины на знак для товаров и услуг является официальным охранным документом, который выдается от лица государства уполномоченным на это органом — Государственным департаментом интеллектуальной собственности Украины.

Объем, предоставляемой правовой охраны, определяется приведенными в свидетельстве изображением знака и перечнем товаров и услуг.

Срок действия свидетельства составляет 10 лет от даты представления заявки и может быть продлен по ходатайству, представленному его владельцем в течение последнего года действия свидетельства, каждый раз на 10 лет. Количество продлений не ограничивается.

После прекращения действия свидетельства никто другой, кроме бывшего собственника, не имеет права на повторную регистрацию знака в течение трех лет после прекращения действия свидетельства.

Объектом знака могут быть словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации, выполненные в любом цвете или сочетании цветов.

Правовая охрана предоставляется знаку, который не противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали, и на который не распространяются основания для отказа в предоставлении правовой охраны.

Не могут получить правовую охрану обозначения, которые изображают:

- государственные гербы, флаги и эмблемы;
- официальные названия государств;
- эмблемы, сокращенные или полные наименования международных межправительственных организаций;
- официальные контрольные, гарантийные и пробирные клейма, печати;
- награды и другие отличия.

Такие обозначения могут быть включены в знак как элементы, которые не охраняются, если они не занимают доминирующего положения, и если на их использование как элементов знака есть

согласие соответствующего компетентного органа государства или их владельцев. В Украине таким компетентным органом является Межведомственная комиссия по согласованию вопросов правовой охраны знаков для товаров и услуг, образованная и утвержденная Постановлением Кабинета Министров Украины от 14.02.2001 г. № 151.

Также не могут получить правовую охрану обозначения, которые:

- не имеют различительной способности (например, изображение простой геометрической фигуры — окружности или квадрата);
- являются общеупотребительными для обозначения товаров и услуг определенного вида (например, изображение силуэта мужчины с буквой «М»);
- указывают на вид, качество, количество, свойства, назначение, ценность товаров и услуг, а также на место и время изготовления или реализации товаров или предоставления услуг;
- являются общеупотребительными символами и терминами (такие обозначения могут быть внесены в знак как элементы, которые не охраняются, если они не занимают доминирующего положения в изображении знака);
- являются обманчивыми или такими, что могут ввести в обман относительно товара, услуги или лица, которое производит товар или предоставляет услугу.

Не могут быть зарегистрированы как знаки обозначения, которые являются тождественными или похожими настолько, что их можно перепутать с:

- знаками, ранее зарегистрированными или заявленными на регистрацию в Украине на имя другого лица для однородных товаров и услуг;
- знаками других лиц, если эти знаки охраняются без регистрации на основании международных договоров, участником которых является Украина;
- фирменными наименованиями, известными в Украине и принадлежащими другим лицам;
- наименованиями мест происхождения товаров, кроме случаев, когда они включены как неохраноспособные элементы к знаку, которые регистрируются на имя лица, которое имеет право пользования такими наименованиями;
- сертификационными знаками, зарегистрированными в установленном порядке.

Согласно Закону не может быть зарегистрировано как знак такое обозначение, которое добросовестно использовалось до 01.01.1992 г. двумя и более юридическими лицами для обозначения однородных товаров.

Не регистрируются как знаки обозначения, которые воссоздают:

- промышленные образцы, права на которые принадлежат в Украине другим лицам;
- названия известных (хорошо узнаваемых) в Украине произведений науки, литературы и искусства или цитаты и персонажи из них, произведения искусства и их фрагменты без согласия владельцев авторского права или их правопреемников;
- фамилии, имена, псевдонимы и производные от них, портреты и факсимиле известных в Украине лиц без их согласия.

Право на получение свидетельства имеет любое лицо, объединение лиц или их правопреемники.

Свидетельство предоставляет его владельцу исключительное право пользоваться и распоряжаться знаком по своему усмотрению, равно как и запрещать другим лицам использовать зарегистрированный знак без его разрешения.

Права, которые вытекают из свидетельства, действуют от даты представления заявки.

Владелец свидетельства имеет право проставлять возле знака предупредительное маркирование, которое указывает на то, что этот знак зарегистрирован в Украине.

3.6. Требования к оформлению заявки на выдачу охранных документов

Для выдачи охранных документов (патента или свидетельства на знак для товаров и услуг) необходимо оформить материалы и представить заявку в Государственное предприятие «Украинский институт промышленной собственности».

Требования к составу, оформлению материалов и представлению заявки на прообразец определены «Правилами составления и представления заявки на промышленный образец», зарегистрированными в Министерстве юстиции Украины 06.03.2002 г. № 226/6514, и являются обязательными для заявителей.

Требования к составу и оформлению материалов заявки, представлению заявки на изобретение или полезную модель определены «Правилами составления и представления заявки на

изобретение и заявки на полезную модель», которые утверждены приказом Министерства образования и науки Украины от 22.02.2001 г. № 22 и зарегистрированы в Министерстве юстиции Украины № 173/5364 от 27.02.2001 г., и являются обязательными для заявителей. При наличии нескольких заявителей, один из них может быть назначен другими заявителями как общее доверенное лицо (общий представитель).

Требования к составу, оформлению материалов и представлению заявки на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг определены «Правилами составления, представления и рассмотрения заявки на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг», зарегистрированными в Министерстве юстиции Украины от 22.09.1997 г. № 416/2220.

Заявка — это совокупность документов, необходимых для выдачи патента на промышленный образец, на изобретение (полезную модель) или свидетельства на знак для товаров и услуг.

Заявка на выдачу промобразца должна касаться только одного промышленного образца и может содержать его варианты (требование единости).

Такая заявка составляется на украинском языке и должна содержать:

- заявление о выдаче патента;
- комплект фотографий с изображением изделия (его макета, рисунка), которые дают полное представление о внешнем виде изделия;
- описание промышленного образца;
- чертежи, схему, карту (если необходимо).

Форма заявки на выдачу промобразца приведена в Приложении к «Правилам составления и представления заявки на промышленный образец» (см. Приложение А.1). Кроме данной формы в приложении А приведены бланки всех официальных документов, связанных с правами собственности на промышленный образец.

Заявка на выдачу изобретения должна касаться одного или группы изобретений, связанных единым изобретательским замыслом (требование целостности изобретения). Заявка составляется на украинском языке и должна содержать:

- заявление о выдаче патента Украины на изобретение;
- описание изобретения;
- формулу изобретения;
- чертежи (если на них есть ссылки в описании);

- реферат.

Форма заявки на выдачу изобретения приведена в Приложении к «Правилам составления и представления заявки на изобретение и заявки на полезную модель» (Приложение Б.1). Кроме данной формы в приложении Б приведены бланки всех официальных документов, связанных с правами собственности на изобретение.

Заявка на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг должна касаться только одного знака. Она составляется на украинском языке и должна содержать:

- заявление о регистрации знака;
- изображение знака, который заявлен;
- перечень товаров и услуг, для которых заявитель просит зарегистрировать знак, сгруппированных в соответствии с Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (МКТУ).

Если заявитель просит охрану цвета или сочетания цветов как отличительного признака своего знака, то он должен:

- заявить об этом и указать в заявлении цвет или сочетание цветов;
- представить в заявке цветные изображения знака.

Форма заявки на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг приведена в Приложении к «Правилам составления, представления и рассмотрения заявки на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг» (Приложение В.1). Кроме данной формы в приложении В приведены бланки всех официальных документов, связанных с правами собственности на знаки для товаров и услуг.

Лицо, желающее получить патент или свидетельство на знак и имеющее на это право (заявитель), подает заявку на его выдачу в Укрпатент, которое принимает и осуществляет рассмотрение и проведение экспертизы заявок.

Заявку подают непосредственно в Укрпатент (ул. Глазунова, 1, г. Киев-42, 01601, Украина). При наличии нескольких заявителей, один из них может быть назначен другими заявителями как общее доверенное лицо (общий представитель).

По доверенности заявителя заявку может подать представитель по делам интеллектуальной собственности (патентный поверенный), зарегистрированный в соответствии с «Положением о представителе по делам интеллектуальной собственности (патентном поверенном)», утвержденным постановлением Кабинета Министров Украины № 545

от 10.08.1994 г. в редакции постановления Кабинета Министров Украины № 938 от 27.08.1997 г. с изменениями, внесенными постановлением Кабинета Министров Украины № 996 от 09.08.2001 г., или другое доверенное лицо.

Иностранцы и лица без гражданства, которые проживают или имеют постоянное местонахождение за пределами Украины, реализуют свои права, в частности, право на представление заявки, только через патентных поверенных, если другое не предусмотрено международными соглашениями.

Так, в соответствии с соглашениями о сотрудничестве в сфере охраны промышленной собственности между Правительством Украины и Правительствами Российской Федерации и Республики Беларусь, граждане и юридические лица, которые проживают или имеют постоянное местонахождение в этих государствах, имеют право подавать заявки непосредственно в Укрпатент.

Если в состав заявителей входит физическое лицо, которое проживает на территории Украины, или юридическое лицо, которое имеет постоянное местонахождение на территории Украины, то заявка может быть представлена без привлечения патентного поверенного при условии указания адреса для переписки в Украине.

К заявке прилагают документ, который подтверждает уплату сбора за представление заявки. Таким документом является копия платежного поручения на перечисление сбора с отметкой учреждения банка или квитанция (форма № 042005). Сроки и порядок уплаты сбора за представления заявки, а также их размеры указаны в положении «Об утверждении Порядка уплаты сборов за действия, связанные с охраной прав на объекты интеллектуальной собственности», утвержденном Постановлением Кабинета Министров Украины от 23.12.2004 г. № 1716.

Документ об уплате сбора должен поступить вместе с заявкой или в течение двух месяцев от даты представления заявки. Срок подачи документа об уплате сбора за представление заявки может быть продлен, но не более чем на 6 месяцев. Ходатайство о продлении пропущенного срока вместе с документом об уплате сбора за продление срока должно поступить в Укрпатент не позднее, чем через 6 месяцев после истечения срока.

Если заявитель согласно действующему законодательству Украины имеет льготы в уплате сбора за действия, связанные с охраной прав на объекты интеллектуальной собственности, то к заявке

прилагают ходатайство о предоставлении льготы и заверенную копию документа, который подтверждает право на льготу. Копию подают в каждой заявке.

Если заявку подают через патентного поверенного или другое доверенное лицо, то к заявке необходимо прилагать выданную заявителем доверенность (копию доверенности), которая удостоверяет его (ее) полномочия.

Если заявка подается в соответствии с Парижской конвенцией об охране промышленной собственности и заявитель желает воспользоваться правом конвенционного приоритета, то он должен приложить к заявке следующие документы: заявление о приоритете со ссылкой на дату представления и номер предыдущей заявки, поданной в соответствующий орган государства-участника Парижской конвенции; копию предыдущей заявки, удостоверенную указанным органом. Эти документы должны быть представлены в Укрпатент вместе с материалами заявки или не позднее установленного законодательством срока.

Если заявитель желает воспользоваться правом приоритета промышленного образца или знака, использованного в экспонате, который был показан на официальных или официально признанных международных выставках, проведенных на территории государства-участника Парижской конвенции об охране промышленной собственности, то к заявке он должен приложить документ, подтверждающий показ указанного промышленного образца или экспоната (товара), маркированного указанным знаком, на выставках.

Порядок проведения экспертизы заявок на промышленные образцы определен «Правилами проведения экспертизы заявки на промышленный образец», зарегистрированными в Министерстве юстиции Украины 24.07.1995 г. № 232/768.

По заявке на промышленный образец после установления даты ее представления проводится формальная экспертиза, во время которой соответствие промышленного образца условиям патентоспособности, а именно новизне и промышленной пригодности, не устанавливается.

На основании решения о выдаче патента на промышленный образец и при наличии документа об уплате государственной пошлины за выдачу патента осуществляется публикация сведений о выдаче патента в официальном бюллетене Госдепартамента «Промышленная собственность».

Одновременно с публикацией осуществляется государственная регистрация патента на промышленный образец.

Госдепартаментом осуществляется выдача патента в месячный срок после государственной регистрации патента.

Порядок рассмотрения заявки на изобретение определяется «Правилами рассмотрения заявки на изобретение и заявки на полезную модель».

Патент Украины на изобретение выдается по результатам квалификационной экспертизы заявки на изобретение, которая устанавливает соответствие изобретения условиям патентоспособности (новизне, изобретательскому уровню, промышленной пригодности).

Изобретение признается новым, если оно не является частью уровня техники. Объекты, которые являются частью уровня техники, для определения новизны изобретения должны учитываться лишь отдельно. Уровень техники включает все сведения, которые стали общедоступными в мире к дате представления заявки или, если заявлен приоритет, к дате ее приоритета.

Уровень техники включает также содержание любой заявки на выдачу в Украине патента (в том числе международной заявки, в которой указана Украина) в той редакции, в которой эта заявка была подана сначала, при условии, что дата ее представления (а если заявлен приоритет, то дата приоритета) предшествует дате представления заявки или, если заявлен приоритет, дате ее приоритета и что она была опубликована на эту дату или после этой даты.

Изобретение имеет изобретательский уровень, если для специалиста он не является очевидным, то есть не вытекает явным образом из уровня техники.

Изобретение (полезная модель) признается промышленно пригодным, если его можно использовать в промышленности или в другой сфере деятельности.

На основании решения о выдаче патента и при наличии документа об уплате государственной пошлины за его выдачу осуществляется государственная регистрация патента и публикация сведений о его выдаче в официальном бюллетене Госдепартамента. Выдача патента проводится в месячный срок после его государственной регистрации.

Порядок рассмотрения заявки на знак для товаров и услуг определен «Правилами составления, представления и рассмотрения заявки на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг».

После установления даты представления заявки на знак для товаров и услуг и проведения формальной экспертизы проводится квалификационная экспертиза заявки, во время которой проверяется соответствие заявленного обозначения условиям предоставления правовой охраны.

На основании решения о регистрации знака и при наличии документа об уплате госпошлины за выдачу свидетельства осуществляется публикация сведений о выдаче свидетельства в официальном бюллетене Госдепартамента «Промышленная собственность». Одновременно с публикацией осуществляется государственная регистрация знака. Выдача свидетельства осуществляется Госдепартаментом в месячный срок после государственной регистрации знака.

3.7. Международная регистрация промышленных образцов, изобретений (полезных моделей), знаков

Любое лицо имеет право запатентовать промышленный образец в иностранных государствах.

Для представления заявки на получение охранного документа на промышленный образец в орган иностранного государства заявитель обязан подать заявку в Укрпатент. Одновременно ему необходимо уведомить Госдепартамент о намерениях осуществить такое патентование.

Основным нормативным документом, определяющим порядок представления сообщения в Госдепартамент о намерениях осуществить патентование в иностранных государствах, является «Инструкция о рассмотрении заявки о намерениях осуществить патентование промышленного образца в иностранных государствах», зарегистрированная в Министерстве юстиции Украины 01.06.1995 г. № 163/699.

В случае отсутствия запрета в течение трех месяцев с момента поступления этого сообщения в Госдепартамент заявка на получение патента на промышленный образец может быть представлена в орган иностранного государства. При необходимости Госдепартамент может разрешить патентование промышленного образца в иностранных государствах ранее указанного срока.

Согласно Закону Украины «Об охране прав на изобретения и полезные модели» любое лицо имеет право запатентовать изобретение (полезную модель) в иностранных государствах.

Для представления заявки на получение охранного документа на изобретение (полезную модель) в Ведомство иностранного государства, заявитель обязан подать заявку в Укрпатент. Одновременно ему необходимо сообщить в Государственный департамент интеллектуальной собственности Украины о намерениях осуществить такое патентование.

Основным нормативным документом, который определяет порядок представления сведений в Госдепартамент о намерениях осуществить патентование в иностранных государствах, является «Инструкция о рассмотрении заявки о намерениях совершить патентование изобретения (полезной модели) в иностранных государствах», зарегистрированная в Минюсте Украины 01.06.1995 г. № 163/700.

Для этого в Госдепартамент присылается заявка, в которой отмечаются: заявитель в Украине; государства патентования; процедура патентования; заявитель в иностранных государствах; цель патентования; наличие документа о передаче права на патентование изобретения (полезной модели) в иностранных государствах.

К заявке прилагают:

- материалы заявки на изобретение (полезную модель) в объеме, представленном в Укрпатент;
- документ, который удостоверяет представление заявки на изобретение (полезную модель) в Укрпатент (расписка о принятии заявки, решение об установлении даты представления заявки, сообщение о возможности проведения экспертизы по сути);
- экспертный вывод о возможности опубликования материалов относительно изобретения (полезной модели) в печати и других средствах массовой информации согласно «Положению о порядке подготовки материалов, предназначенных для открытого опубликования», утвержденного постановлением Кабинета Министров Украины от 21.07.1992 г. № 419;
- документ, который удостоверяет полномочие доверенного лица или правопреемство.

В случае отсутствия запрета в течении трех месяцев от даты поступления этого сообщения в Госдепартамент заявка на получение патента на изобретение (полезную модель) может быть представлена в орган иностранного государства. В необходимых случаях Госдепартамент может разрешить патентование изобретение (полезную модель) в иностранных государствах ранее указанного срока.

Если национальный заявитель представит заявку на выдачу патента на изобретение (полезную модель) в Ведомство иностранного государства без получения разрешения на это Госдепартамента, то патент Украины на это же изобретение (полезную модель) может быть признан в судебном порядке недействительным.

Охрану знака для товаров и услуг в других странах можно получить двумя способами.

Во-первых, подать заявку в Ведомство страны, в которой заявитель желает получить охрану в соответствии с законом и правилами, которые регламентируют регистрацию знака в стране представления.

Во-вторых, зарегистрировать знак в иностранных государствах в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков и Протоколом к данному соглашению. В этом случае заявка с указанием перечня стран, в которых заявитель желает получить охрану, подается через Укрпатент. Порядок представления заявки на международную регистрацию знака в соответствии с Мадридским соглашением определен в «Правилах составления, представления и рассмотрения заявки на выдачу свидетельства на знак для товаров и услуг».

4. Коммерциализация результатов научной деятельности

4.1. Основы коммерциализации продукции

Большинство новаторов считают, что коммерциализация предполагает возможность быстрого представления товара на рынке, обеспечение конкурентоспособности продукции наравне с основными игроками рынка или замещение продукции конкурентов собственной на выбранных сегментах рынка. В действительности главной целью новаторов должна быть попытка использования идеи, новой технологии или нового инновационного продукта шире, продуманней, эффективней и на более глобальном уровне, чем действующие конкуренты отрасли.

Коммерциализация – это деятельность, направленная на получение прибыли от научно-технических разработок, процесс введения нового продукта на рынок. Фактический запуск нового продукта – заключительная стадия новой разработки изделия и события, при котором должно быть потрачено большинство денег для рекламирования, стимулирования сбыта и других маркетинговых ходов.

Коммерциализацию следует четко отличать от маркетинга:

1. В то время как маркетинг отвечает на вопрос *как* делать, задача процесса коммерциализации состоит в формировании ответа на вопрос *что* делать.

2. Процесс коммерциализации предполагает выявление одновременно нескольких способов использования инновационной идеи – объекты маркетинга имеют единое определенное направление.

3. Объект маркетинга демонстрируют аудитории, которая является конечным покупателем в то время, как объект коммерциализации представляют кругу потенциальных инвесторов с целью последующей работы над завершением проекта.

4. В маркетинге продукция имеет четко определенное конечное применение; коммерциализация же предлагает поиск наиболее экономически выгодных путей использования.

5. В маркетинге конкуренцию составляют товары (услуги) со сходными характеристиками, при коммерциализации конкурентами выступают технологии и научные идеи в разных стадиях разработки, иногда – имеющие разные области исследования и применения.

6. Маркетинг предполагает использование уникальной позиции продажи товара в определенное время; коммерциализация – любой позиции в любое оптимальное время.

7. Время использования продукции в маркетинге определяется наличием спроса; при коммерциализации – зависит от ресурсов, необходимых для реализации проекта и степени завершенности инновационных проектов.

8. Прибыль от маркетинговых действий достигается после продажи продукции и зависит от эффективности организации продаж, политики ценообразования и состояния рынка; в процессе коммерциализации прибыль определяется сроком эксплуатации технологий.

В настоящее время выделяют такие виды коммерциализации:

1. Проведение НИОКР по заказу производственных компаний. В данном случае ученые и/или научные коллективы получают дополнительный доход, продавая свои компетенции, знания; превращая их в форму, полезную для заказчика (помогающую ему решить возникшие проблемы/трудности).

2. Проведение новых научных исследований, финансируемых за счет государственных или международных программ/фондов в приоритетных для них областях. Особенностью такого рода проектов является то, что заказчиком НИОКР является не конкретное предприятие, а государство (общество), которое предполагает получить от этих исследований пользу. Эта польза может выражаться как в занятии страной лидирующих позиций в какой-то научной области, так и в достижении конкурентных преимуществ для национальной экономики. Как и в первом случае - дополнительный доход, получаемый научной организацией/коллективом, связан с выполнением заказного научного исследования.

3. Создание новых высокотехнологичных компаний (бизнесов). Это наиболее распространенная форма «проекта по коммерциализации». Заключается она в том, что для производства продукта, основанного на использовании результатов НИОКР, создается новая компания. Отличительной особенностью таких проектов является их рискованность, связанная, прежде всего, с природой инновационных продуктов.

4. Продажа лицензии (прав на использование результатов НИОКР). В этом случае научная организация сможет получать плату за эксплуатацию третьими лицами (компаниями) знаний/технологий,

которые она разработала и является их собственником (юридически право собственности должно быть защищено, например патентом).

Процесс коммерциализации имеет три ключевых аспекта:

1. Коммерциализация подразумевает необходимость выявления наиболее прибыльных идей для продвижения на рынке.

2. Коммерциализация – это процесс, который осуществляется по определенным стадиям, на каждой из которых определяются цели и методы их достижения;

3. Необходимо привлекать как инвесторов, так и потенциальных клиентов на ранних стадиях представления товара на рынке.

Коммерциализация дает следующие положительные результаты:

1. возрастающие объемы специализации научных исследовательских центров;

2. коммерциализация предлагает способ управления процессом создания технологии во времени;

3. коммерциализация помогает получить прибыль от представления нововведения на рынке за счет координации действий научных центров и определения оптимальных временных интервалов создания и внедрения технологий;

4. коммерциализация помогает использовать информацию о состоянии потребностей рынка для усовершенствования продукта и определения наиболее прибыльного способа его использования.

Коммерциализация предусматривает четко выраженную двустороннюю связь между наукой, производством и рынком (рисунок 4.1):

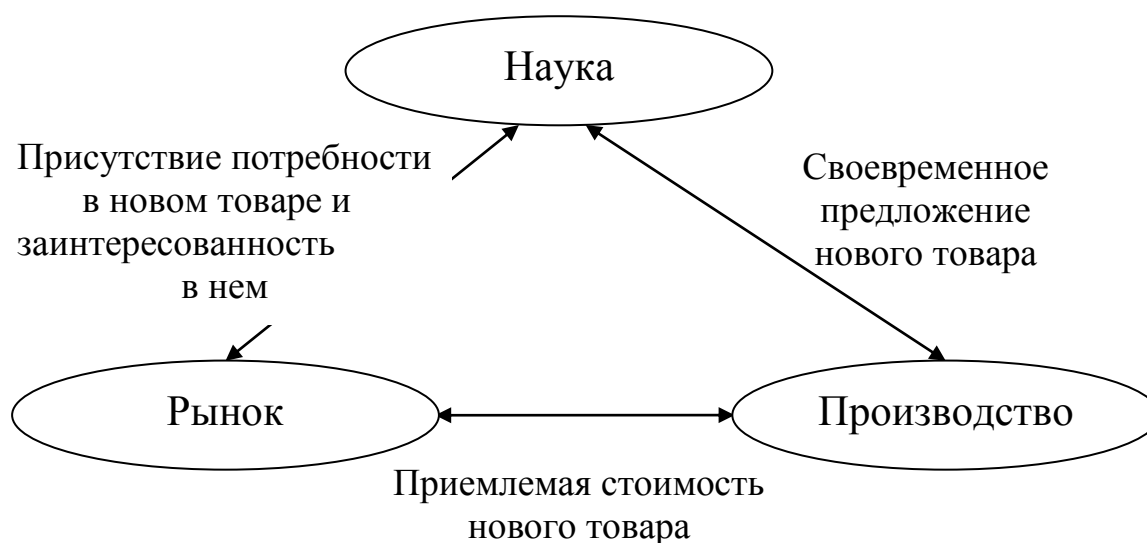


Рисунок 4.1 – Схема коммерциализации

Таким образом, коммерциализация – это динамический процесс, который включает в себя 5 стадий:

1. идея (научные предложения и открытия);
2. инкубационный период (лабораторные испытания и создание опытных образцов);
3. демонстрация (разработка продукта и поиск альтернативных способов использования);
4. продвижение (маркетинговые исследования и запуск продукта на рынок);
5. поддержка (разработка мер по поддержанию высокого уровня спроса на технологию на протяжении длительного периода времени).

В контексте коммерциализации технологий В. Джолли связь между данными стадиями определяет в качестве subprocessов (рис. 4.2):



Рисунок 4.2 – Процесс коммерциализации

Между каждой из стадий существует связь, которая обеспечивает действенность механизма коммерциализации и включает цели, преследуемые наукой, продавцом и конечными потребителями на этапах входа, выхода и создании альянсов и кооперации на многофункциональном и многоисследовательском сегментах.

Данные связи проявляются лишь в процессе коммерциализации, что вызвано следующими закономерностями технологического развития:

1. новая технология появляется не одна, а в связке с другими;
2. каждый набор технологий состоит из ряда взаимодополняющих технологий;
3. каждая базовая технология является ядром многих прикладных технологий;
4. прикладные технологии используются для модернизации существующих производств;
5. исследовательские усилия направлены на создание и внедрение энергосберегающих технологий;
6. тенденция свертывания энергоемких и быстрое развитие высокотехнологических областей;
7. рост роли постоянного обновления производства;
8. снижение роли экономии на изменении масштабов производства и рост роли способности компаний к разработке, внедрению и быстрому обновлению товаров.

Финансирование коммерциализации на каждой стадии осуществляется разными группами организаций: на первой стадии – правительством, венчурными инвесторами и собственными средствами предприятия; на второй и третьей – правительством и венчурными инвесторами; на четвертой – банками и другими организациями, которые выдают ссуды и кредиты (страховые и пенсионные фонды); на пятой – банками, потенциальными партнерами, конкурентами и потенциальными покупателями.

Предметом коммерциализации может быть:

1. продажа готовой продукции, в которую включены идеи, принципы, процессы, способные обеспечить покупателю новое качество при использовании данного товара;
2. технологический обмен в виде прямых инвестиций с целью открытия новых рынков и увеличения объема прибыли;
3. продажа прав собственности на запатентованную и незапатентованную технологию использования продукции.

В отличие от маркетинговой стратегии продвижения, коммерциализация новой технологии может быть успешной при успешном выполнении каждого этапа; нарушение на одном из этапов ведет к краху всего проекта.

Процесс коммерциализации включает ответы на следующие вопросы:

Когда? Компания должна выбрать время введения. Не следует выпускать новый продукт на рынок, отказываясь от традиционно выпускаемых продуктов, если новый продукт может быть более усовершенствован и доработан. При снижении экономической эффективности представление рынку нового продукта должно быть отложено.

Где? Компания должна решить, где внедрять продукцию. Это может быть в единственном местоположении, одной или нескольких областях, на региональном, государственном или международном рынке. Это решение будет зависеть от ресурсов компании, производственных мощностей и операционных целей и стратегий. Малые и средние компании обычно начинают деятельность в определенных городах или областях, в то время как большие компании выходят на государственный или международный рынок сразу.

Выход на международный рынок на ранних стадиях осуществляется ТНК, так как они имеют необходимый объем финансовых средств и используют международные системы распределения (например, Procter and Gamble). Другие транснациональные корпорации используют стратегию «ведущей страны»: представление нового продукта постепенно в определенных странах/областях (например, Colgate-Palmolive).

Кому? Компания должна решить, кто их первичные целевые потребители. Фокусирование на определенных сегментах рынка поможет эффективно сконцентрировать распределение товара по формирующимся на последних этапах коммерциализации каналам сбыта.

Первичная целевая группа потребителей будет идентифицирована ранним исследованием и испытательным нахождением рынка сбыта. Первичная группа потребителей должна состоять из новаторов, что обеспечит принятие другими покупателями на рынке данного товара в течение периода роста.

Как? Компания выбирает план действий относительно выведения товара на рынок осуществляя вышеупомянутые решения. Это должно

развить жизнеспособный маркетинг-микс и создать соответствующий маркетинговый бюджет.

Способы коммерциализации:

1. патенты;
2. лицензионные договора;
3. франчайзинг;
4. получение ноу-хау;
5. трансферт технологий;
6. передача прав объектов интеллектуальной собственности;
7. создание инновационных структур: технополисов, технопарков, научных и исследовательских парков, инновационных центров, бизнес-парков и центров трансферта технологий.

Причины неудач в процессе коммерциализации:

1. отсутствие связи технологического новшества с существующими возможностями рынка;
2. отсутствие подтверждения важности новшества со стороны экспертов;
3. недостаточный инкубационный период технологического нововведения, необходимый для определения его максимальной граничной полезности и стоимости;
4. мобилизация недостаточного количества ресурсов для демонстрации технологий;
5. неудачный выбор способов продвижения товара;
6. неудачное представление использования технологии определенным образом, т.е. ее истинное предназначение;
7. непреодоление скептического отношения целевой аудитории потребителей к новшеству;
8. неверный расчет стоимости нововведения после его представления на рынке.

4.2. Формирование стратегии коммерциализации

Среда коммерциализации – это микроэкономические и стратегические условия, с которыми сталкивается фирма в процессе трансформации идеи в продукт – определяет наиболее эффективную стратегию коммерциализации, процесс представления инновации на рынке. Основным элементом стратегии коммерциализации является взаимосвязь с другими участниками рынка: наличие конкурентной борьбы либо сотрудничество.

При этом перед разработчиками стратегии коммерциализации стоит выбор между проведением коммерциализации самостоятельно либо в кооперации с другими участниками рынка в сфере использования промышленных образцов, ноу-хау и видов деятельности, которые подлежат лицензированию и патентованию. В первом случае фирма самостоятельно осуществляет весь процесс доставки идеи в виде конечного продукта потребителю. Альтернатива – стратегическая кооперация с уже существующими компаниями в области использования лицензий, создание альянсов и партнерств в случае, если потенциальные партнеры уже интегрированы в систему представления товара на рынке. Таким образом, стратегия коммерциализации является ключевым аспектом представления товара на рынке и требует взвешенного тщательного анализа среды коммерциализации, взвешивая все преимущества и затраты от альтернативы с целью максимизации прибыли.

Следует оценивать относительные издержки и прибыль от самостоятельной коммерциализации. При этом анализируется наличие возможности владения, использования и контроля над необходимыми знаниями, для чего фирме необходимо владеть соответствующим производственным оборудованием для изготовления конечной продукции и системой дистрибуции, что в большинстве случаев является затратным в большей степени, чем использование имеющегося канала распределения, находящегося во владении других участников рынка.

Вторым важным аспектом в среде коммерциализации является степень контроля знаний, необходимых для влияния на рынок. При отсутствии эффективной системы защиты интеллектуальной собственности, новаторы сталкиваются с потенциальной угрозой конфискации прав владения, информации, знаний и технологий со стороны лидеров рынка, которые, копируя технологии, могут самостоятельно вести коммерциализацию с использованием имеющихся у них производственных мощностей и каналов сбыта. Особой угрозе подвергаются новаторы, объединяющиеся в стратегические альянсы и партнерства с лидерами рынка: заключение договора о кооперации требует детализированного раскрытия всей конфиденциальной технической информации. В таком случае новатору следует обратиться к «дью дилидженс» («due diligence»). Это процедура формирования объективного представления об объекте инвестирования, включающая в себя инвестиционные риски,

независимую оценку объекта инвестирования и множество других факторов. В первую очередь «Due Diligence» направлен на всестороннюю проверку законности и коммерческой привлекательности планируемой сделки или инвестиционного проекта. Полнота информации, предоставляемой при данном виде проверки, позволяет инвесторам или деловым партнерам более глубоко оценить все преимущества и недостатки сотрудничества.

Оценка выгод и обязательств предполагаемой сделки проводится путем анализа всех аспектов прошлого, настоящего и прогнозируемого будущего приобретаемого бизнеса и выявления любых возможных рисков.

Цель процедуры Due Diligence - избежать или максимально снизить существующие предпринимательские риски (экономические, правовые, налоговые, политические, маркетинговые), в частности:

- риск приобретения предприятия (пакета акций) по завышенной стоимости;
- риск неисполнения обязательств предприятием-должником;
- риск утраты имущества, денег;
- риск причинения вреда (убытков), в т.ч. нематериальным активам, например, деловой репутации;
- риск инициирования судебных тяжб и их неблагоприятных последствий;
- риск наложения ареста на имущество или применения иных обеспечительных мер;
- риск признания сделки недействительной;
- риск наложения взыскания на имущество, ценные бумаги (акции);
- риск привлечения к налоговой, административной или уголовной ответственности;
- риск возникновения корпоративных конфликтов (захват, поглощение, судебные тяжбы);
- риск утраты интеллектуальной собственности (товарного знака, промышленного образца, изобретения, ноу-хау, коммерческой идеи, бизнес-плана и т.д.);
- политические риски и риск потери административных ресурсов (изменение законодательства, смена должностного лица, от которых зависел успех или стабильность соответствующего проекта, уголовное преследование);

- риск недобросовестных действий конкурентов (сговор с контрагентами, инициирование «заказных» налоговых, оперативных проверок, ценовая политика, лоббирование интересов и т.д.);

- риск неполучения или потери соответствующих разрешений, лицензий, согласований и т.д., от которых зависит проект, сделка и т.д.

В то же время самым эффективным способом избежать конфискацию предмета коммерциализации в большинстве случаев является законодательно защищенная интеллектуальная собственность – патенты, лицензии и др.

Большинство ученых утверждает, что наиболее эффективной стратегией коммерциализации является стратегия кооперации с посредническими фирмами, действующими в сфере коммерциализации. Данная стратегия применима для фирм-новичков, не имеющих собственных финансовых ресурсов для осуществления всех этапов коммерциализации самостоятельно. При этом сотрудничество может осуществляться несколькими способами: путем формирования стратегических альянсов, продажей технологий либо лицензированием инноваций с последующей продажей лицензии. Кооперация должна осуществляться исключительно при условии получения большей выгоды нежели в случае самостоятельной коммерциализации, что достижимо при соблюдении следующих трех условий:

- фирма владеет высокой степенью защиты объектов интеллектуальной собственности;

- фирма имеет низкие транзакционные издержки;

- конкуренция в отрасли требует непомерно высоких первоначальных затрат.

Итак, первое условие: высокая степень защиты объектов интеллектуальной собственности.

Стратегия коммерциализации новатора зависит, прежде всего, от угрозы экспроприации (конфискации) технологии, лежащей в основе выпуска продукции. Усиление защиты прав интеллектуальной собственности несет такие преимущества:

1. Рост стоимости инновации при ведении переговорного процесса.

2. В случае неудачного завершения переговоров объект коммерциализации защищен законодательно от конкурирующих фирм.

Не удивительно, что новаторы, имея хотя бы один патент, имеют больше шансов осваивать стратегию сотрудничества. Рис. 4.3 демонстрирует, что новые компании отраслей народного хозяйства,

обладающие патентами, имеют большее количество коопераций по совместной коммерциализации продукции, и соответственно, большие объемы дохода.

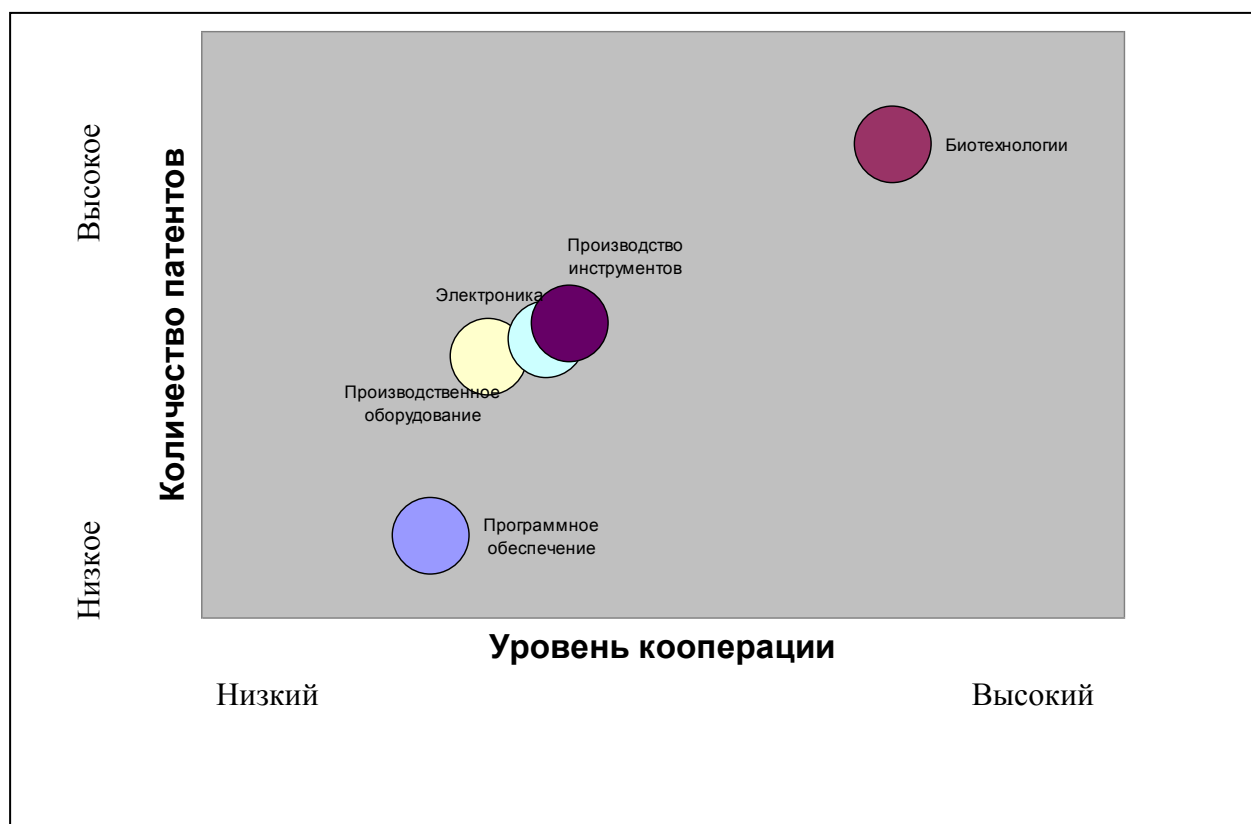


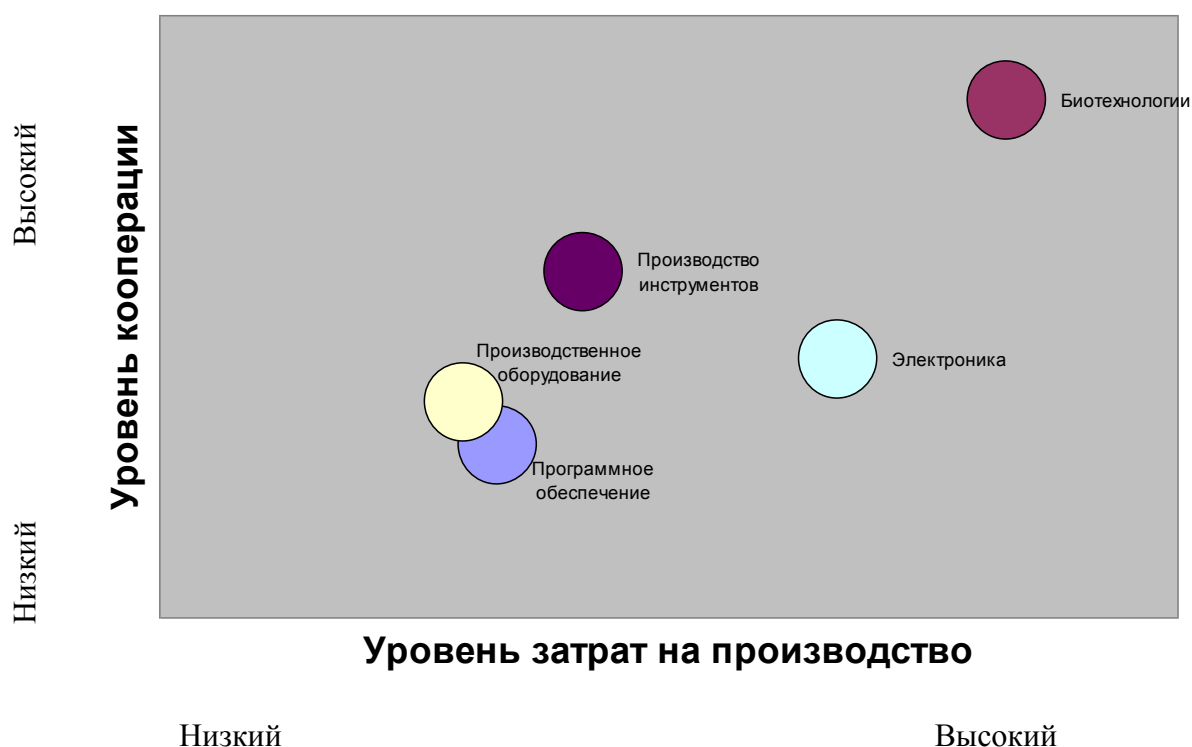
Рисунок 4.3 – Связь между защитой авторских прав и кооперацией

Действия новатора просты: если Вы владеете патентом, стратегический альянс поможет Вам добиться большей отдачи от вложенных инвестиций нежели стратегия самостоятельной коммерциализации.

Второе условие: низкие транзакционные затраты. В то время, как защита прав интеллектуальной собственности усиливает эффективность кооперации, растут транзакционные издержки при проведении переговоров. В этом случае уместным является участие третьей стороны – инвестора, к примеру, венчурного капиталиста, который поможет снизить транзакционные издержки используя имеющиеся контакты с потенциальными партнерами и опыт корпоративного управления, что помогает избежать барьеров при недостатке опыта управляющего инновационным проектом. Третья сторона также способствует поднятию уровня кредитоспособности новатора, выступая гарантом при банковском кредитовании.

Третье условие: высокие затраты производства. При вхождении в отрасль компания может столкнуться с проблемой отсутствия необходимых ресурсов для производства готовой продукции. К примеру, затраты, необходимые для деятельности предприятия в сфере программного обеспечения, относительно низкие по причине наличия узкой инфраструктуры, требуемой для поддержки продукции. В то же время биотехнологии противопоставлены программному обеспечению из-за необходимости развития каналов распространения продукции, маркетинговых стратегий, экспертизы продукции и прочих затрат (рис. 4.4).

Рисунок 4.4 – Соотношение затрат на производство и уровня



кооперации

При этом стратегия коммерциализации должна находиться во взаимодействии с двумя ключевыми измерениями среды коммерциализации – уровень защиты прав интеллектуальной собственности и наличие стартового капитала (табл. 4.1)

Объединение воздействия защиты прав интеллектуальной собственности и наличие стартового капитала предполагают понимание того, как фирма могла бы применить стратегию коммерциализации:

Таблица 4.1 – Структура стратегии коммерциализации

		Наличие стартового капитала в отрасли у фирм, поддерживающих новаторов	
		Нет	Да
Защита объектов интеллектуальной собственности	Нет	Стратегия преимущества нападающего	Стратегия торговли идеями, основанная на репутации
	Да	Стратегия соревнования	Стратегия фабрики идей

Стратегия преимущества нападающего

Рассмотрите среду, где для эффективной коммерциализации требуется слабая защита интеллектуальной собственности, сосуществующая с низким уровнем необходимого для данной сферы деятельности стартового капитала (верхний левый сектор табл. 4.1). Ключевым параметром стратегии является игровая площадка «уровня» между новичками и установленными лидерами рынка. В то время как конкурентоспособная коммерциализация не требует инвестиций (новая фирма не делает акцент на управлении активами), новой технологии можно легко подражать как только лидер рынка признает возникающую угрозу.

В этой среде технологическое лидерство является, вероятно, мимолетным, и соревнование, вероятно, будет интенсивным. Развитие новой технологии предполагает непрерывные возможности подрвать существующее лидерство рынка; однако, слабая защита объектов интеллектуальной собственности приводит к тому, что большинству новаторов достается малая часть прибыли от созданного ими новшества.

Данная среда даже меньше способствует сотрудничеству. Сам факт обеспечения ценности технологии ослабляет внимание текущего лидера рынка к положению новатора, сокращению его преимущества или к сотрудничеству или соревнованию. В этой среде, эффективная стратегия коммерциализации требует напряженной интеграции между исследованием и коммерциализацией. Длительное лидерство на рынке зависит от длительного технологического лидерства; перспектива, которую подрывает потенциал для новаторов, чтобы эксплуатировать

“компетентность, которая заманивает в ловушку” существующих игроков рынка. Действенное преимущество трудно обеспечить, так как лидерство определенной фирмы выдвигает вызов объединению потенциальных новаторов.

Стратегия фабрики идей

Теперь рассмотрим среду, где изобретение препятствует эффективному развитию конкурентоспособности фирм, присутствующих на рынке за счет высокой степени защиты прав интеллектуальной собственности и наличия стартового капитала в необходимом объеме (нижний правый сектор табл. 4.1). Мало того, что новатор должен получить инвестиции для того, чтобы стать конкурентоспособным, переговоры с лидером рынка не должны подрывать его основное преимущество. Эффективная стратегия коммерциализации здесь приводит к появлению “фабрики идей” – технологические лидеры, сосредотачивающиеся на исследовании и проводящие коммерциализацию через укрепление кооперации, акцентируют все внимание на удержании достигнутого уровня.

Ключевой вопрос заключается не в самой стратегии заключения контракта, а в ответе на вопросы когда и как? Обеспечение рыночной власти может быть достигнуто несколькими путями. Во-первых, ценность, предлагаемая технологией, должна быть ясно сообщена и продемонстрирована (когда степень защиты объектов интеллектуальной собственности слаба, раскрытие подрывает рыночную власть). Во-вторых, до возможной степени, новатор принимает участие в ценовой войне за новшество между несколькими ключевыми фирмами. В идеальном случае фабрика идей «продает с аукциона» технологии лицу, предлагающему самую высокую цену.

Стратегия торговли идеями, основанная на репутации

В процессе формирования данной стратегии (верхний правый сектор табл. 4.1) рыночные условия диктуют необходимость в акценте на формировании «рынка идей»: оптимальная стратегия коммерциализации в среде, где невозможно обеспечить высокую степень защиты новшества, где имитация и копирование подрывают конкурентоспособность и прибыльность идеи, должна формироваться исходя из того, что активы предприятия могут обеспечить потенциал торговли идеями. Слабая система защиты объектов интеллектуальной собственности соблазняет действующие на рынке фирмы воровать новшества.

Ключом к формированию стратегии является репутация. В данном случае прибыль от коммерциализации можно получить лишь заручившись поддержкой у фирмы, готовой к кооперации с целью продвижения товара на рынке, которая зарекомендовала себя как надежный и стабильный партнер. Вместо того, чтобы просчитывать все возможности выгоды от сделки в каждом отдельном случае с высокой степенью риска, лидер, предлагающий «справедливую» оплату новаторам, и обладающий проверенной репутацией, является самым привлекательным потенциальным партнером для дальнейшей разработки новых идей и технологий технологии.

Стратегия соревнования

В случае, когда новатор обладает высокой степенью защиты прав интеллектуальной собственности и ограничен в финансовых возможностях (нижний левый сектор табл. 4.1), и другим фирмам сложно имитировать продукцию, конкурентное взаимодействие будет тонким за счет потенциальных угроз со стороны лидеров рынка, которые имеют возможность вложить дополнительные средства в собственные разработки с целью производства либо аналога новшества либо товара, который заменит новшество. В целом, данная среда является благоприятной для новатора так как имитация является практически невозможной либо трудно осуществимой. В этой среде новаторы оказываются перед огромными возможностями. Однако, это важно, даже крайне важно отметить, что такой благоприятная среда – исключение, а не норма.

Но в контексте разработки данной стратегии основной акцент должен быть направлен на поиск потенциальных источников финансирования в будущем – венчурных инвесторов либо организаций, способствующих коммерциализации: маленькая, ориентируемая на исследования фирма, редко может приобретать права на интеллектуальную собственность и на технологии. Потенциал для соревнования при независимом входе на рынок обеспечат лишь государственные либо частные компании-партнеры.

4.3 Создание новой компании

Создание новой компании стало важным методом коммерциализации технологий, разработанных в исследовательских учреждениях. Хотя создание новой компании, возможно, не является наиболее эффективным способом выхода на рынок всех новых технологий, для тех, кто занимается экономическим развитием,

создание новой, успешной, высоко технологичной компании рассматривается как способ создания высокооплачиваемых рабочих мест. Многие страны стараются конкретно поддерживать эту тенденцию путем создания «деловых инкубаторов» и научных парков в целях создания структуры поддержки.

Тенденция по созданию новых компаний на научной основе началась в Соединенных Штатах Америки в результате вклада, который университетский сектор внес в национальную оборону в ходе Второй Мировой войны. Этот опыт подчеркнул необходимость прочных партнерских связей и контактов между промышленностью, академическими кругами и правительственными исследовательскими учреждениями. Значение университетских исследований как инструмента роста экономики за счет увеличения массива знаний, которые могут использоваться промышленностью при поддержке правительства, было впервые признано в США Ванневаром Бушем – советником президента Рузвельта по научной политике в 1940-х гг. История создания Силиконовой долины и ее успех стали легендарными.

В настоящее время с США осуществляется значительная деятельность по созданию новых фирм. По данным обзора Ассоциации университетских менеджеров в области технологии, в 2002 финансовом году было создано около 450 новых компаний для использования технологий на основе научных открытий, сделанных в 214 университетах. Около 4 320 компаний было создано начиная с 1980 г., из которых 2 741 все еще продолжают свою деятельность. Интересно отметить, что 83% компаний, созданных в 2002 г., базировались в том же штате, что и соответствующий университет. Сто тридцать одно исследовательское учреждение сообщило о создании, по крайней мере, одной компании, в то время как два исследовательских учреждения сообщили о создании 23 компаний. Из 4 509 лицензий около 68% были выданы новым или существующим малым компаниям, штат которых насчитывает менее 500 человек. 91% лицензий, выданных новым компаниям, являлись исключительными по сравнению с 45% лицензий, выданных существующим малым компаниям, и 38% лицензий, выданных существующим крупным компаниям. Аналогичным образом в Соединенном Королевстве последний доклад об университетах Соединенного Королевства показывает, что доходы за счет выдачи лицензий за последние годы снизились, возможно, в силу того, что

государственные органы настоятельно требуют создания новых компаний.

Условия, которые содействуют успеху новых технологических компаний

Имеется ряд перспектив, которые можно учитывать при рассмотрении вопроса о том, является ли создание новой компании наилучшим методом коммерциализации конкретной технологии. Однако, не подлежит сомнению, что с точки зрения успешного выхода на рынок нового продукта метод создания новой компании чреват более высоким риском по сравнению с традиционной выдачей лицензии существующей компании. В общем плане, обстоятельства, которые благоприятствуют созданию новой компании для разработки продуктов и их выхода на рынок, — это те же обстоятельства, при которых «предложение на рынок» не может быть достигнуто путем выдачи лицензии на технологию существующей компании. С другой стороны, при наличии такого лицензионного соглашения новая компания, скорее всего, не сможет генерировать аналогичную ценность для владельца технологии или добиться такого же успеха в эффективном продвижении продукта на рынок, как это осуществляется в соответствии с лицензионным соглашением.

Существующая компания, которая уже обладает необходимой инфраструктурой, в частности каналами сбыта на рынке, производственными мощностями и коммерческим менеджментом, знанием сектора и отлаженной сетью контактов, во многих случаях, скорее всего, представляет более низкую степень риска. Однако, если новая технология обладает подрывающим характером и/или если она далека от рынка, как это имеет место в случае технологий, разработанных в ходе научных исследований в университетах, тогда путь создания «новой компании» может быть единственной реалистичной альтернативой. Кроме того, политические приоритеты, связанные с созданием новых рабочих мест и локальным экономическим развитием, являются дополнительными рычагами и аргументами в пользу создания «новой компании».

Создание новых компаний на основе исследовательских учреждений может иметь преимущество в виде этапа существования «виртуальной» компании. Этот этап может продолжаться долго в контексте постепенного отделения компании от университета. И действительно, имеются компании, которые существуют только в университетах без каких-либо четко очерченных границ.

«Виртуальный» этап может быть полезным при подготовке компании к самостоятельному существованию и в наше сложное время, когда трудно найти венчурный капитал для конкретных технологических секторов, может позволить новым технологиям приблизиться к рынку без тяжелого бремени организационно-правового оформления своего существования. В Соединенном Королевстве хорошим примером является финансирование производства семян («Scottish Enterprise Proof of Concept Fund»); виртуальная модель является условием финансирования. Однако, в должное время компании должны начать автономное существование и стать юридическими лицами («корпорациями»), по праву осуществляющими собственную деятельность.

Исходя из опыта, следующие факторы оказывают решающее влияние на успех или неудачу:

Технология. Технология, которая обеспечивает значительное, но постепенное улучшение по сравнению с существующей категорией продуктов (в отличие от стартовой технологии) скорее всего может быть эффективно передана по лицензии существующей компании. Существующие продукты имеют существующие рынки с существующими каналами сбыта и покупателями, с которыми рискованно начинать конкуренцию. С другой стороны, стартовые технологии — это технологии, позволяющие производить широкий ассортимент продуктов, по возможности, предназначенных для различных рынков. Очень часто наилучшим способом сбыта таких продуктов и обеспечения полного использования технологии является создание новой компании. Это может или не может затрагивать рынки непосредственно, в зависимости от предельных издержек и преимуществ, возникающих в связи с каждым из них. Часто стартовые технологии привлекают инвесторов, поскольку диапазон потенциальных рынков, которые можно развивать, обеспечивает большую безопасность на вложенные средства в тех случаях, когда первоначальная заявка отклоняется. Кроме того, шанс получения больших прибылей является более реальным, чем это имеет место в случае технологии изготовления одного продукта.

Развитие рынка. Существующий рынок (который, по определению, является продажей продуктов конкретного типа конкретной группе покупателей) скорее всего будет обслуживаться рядом конкурентов с постоянным потребительским спросом и налаженными каналами сбыта. В такой ситуации наиболее коротким

путем для выхода на рынок является обычная лицензия. Напротив, если рынок является новым, лицензионного пути может не быть, или он повлечет за собой для потенциального лицензиата более высокие предельные издержки. В этой ситуации предполагается также получение более высоких прибылей с инвестиций, что, в конечном счете, делает лицензию более привлекательной. Все эти факторы означают, что создание новой компании может быть лучшим вариантом в финансовом плане, при условии, что на продукт потенциально существует спрос на рынке.

Продукт, система или компонент? Если предполагаемый продукт является полной системой, то теоретически для выхода продукта на рынок будет возможно постепенное отделение или создание новой фирмы, поскольку такая фирма может быть решением для конечного пользования. Если предполагаемый продукт является одним из компонентов большой системы, то его необходимо направить через уже существующие компании в данной отрасли, которые включают его в полную систему, если только по каким-либо другим причинам технология не может быть передана по лицензии существующим компаниям для этой цели или замены существующей технологии (В таком случае хорошим вариантом может быть выдача лицензии или разработка с целью выдачи лицензии).

Наличие менеджмента. Разработка технологии в значительной степени зависит от привлечения способного менеджмента. Хороший маркетинг технологии (презентация ее в контексте бесспорных преимуществ в виде продукта) позволит использовать технологические активы для увеличения ресурсов менеджмента за счет рынка. И напротив, если окажется трудно привлечь к предложению способный менеджмент, то это может происходить, потому что не выполнены другие условия создания компании. Выбор в пользу лицензирования эффективно ассимилирует менеджмент существующих компаний в процесс сбыта нового продукта на рынке.

Концентрация рынка. Основная ценность концентрированного рынка состоит в ограниченном числе покупателей. Достоинство широкого рынка заключается в большом количестве покупателей. Гораздо легче найти доступ к ограниченному числу крупных покупателей, чем найти и организовать продажу множеству мелких

покупателей. Использование существующих каналов сбыта через дистрибьюторские соглашения даже при наличии оригинального нового продукта или значительного потенциала компании может быть единственным экономичным путем решения проблемы.

Сложность задачи сбыта. Поскольку задача сбыта является сложной, как это имеет место в случае концептуально нового продукта, когда этот вид продукта неизвестен покупателю и его преимущества не доказаны на деле, только его создатели имеют возможность в достаточной мере описать его свойства и работать с новыми покупателями в целях доказательства его полезности. При этих обстоятельствах наилучшим решением будет работа через способного специалиста в области маркетинга, которому необходимо предоставить адекватный механизм обучения с тем, чтобы он осуществлял правильную презентацию продукта.

Наличие инвестиций. На протяжении всего процесса продвижения товара, начиная от разработки технологии до сбыта на рынке, с учетом больших затрат и рисков может не хватать инвестиций для осуществления всего проекта в целом. Лицензирование или разработка в целях лицензирования может быть единственным способом получения инвестиций. В случае целесообразности необходимо представить также другие факторы, благоприятствующие лицензированию. Классическим примером такого подхода является разработка лекарства и процесс его маркетинга, когда стоимость клинических испытаний может превышать 100 млн. долл., а интенсивность расходования средств – 90%.

Сложность поставки. Если процесс поставки продукта или оказания услуги является очень сложным, он может потребовать работы слаженной команды и подробных знаний о технологии, лежащей в основе изготовления продукта. Новые компании, намеревающиеся использовать новейшие технологические достижения, вступают в область, которая требует сотрудничества. В сложной цепи выхода на рынок существует ряд различных процессов, в которых базовая прямая цепь проходит через идентификацию цели, дизайн или синтез вещества и его проверку, а затем разработку непосредственно продукта и его выход на рынок.

Взаимосвязь различных навыков и спецификаций, означает, что создание стартовой компании, которая может разрабатывать и сбывать на рынке свои собственные продукты, имеет очень мало шансов на успех. Кроме того, темпы научного прогресса во всем мире затрудняют даже само слежение за последними открытиями, а толкование возможных последствий, которые такие открытия будут иметь на существующие проекты, или оценка новых возможностей еще более затруднено. Открытие последовательности генома человека раскрыло такое множество целей в связи с потенциальными болезнями, которые не под силу даже самой крупной фармацевтической компании. Совокупность этих обстоятельств заставляет делать все больший упор на сотрудничество. Сотрудничество является стратегией крупных компаний в целях расширения своего портфеля проектов, а для малых компаний – стратегией получения ресурсов, необходимых для разработки своих продуктов. Способность к сотрудничеству и обеспечение доступа к ресурсам других компаний само по себе уже является конкурентоспособностью, из чего следует, что новые компании должны планировать свою стратегию в контексте возможности идентификации потенциальных партнеров на ранних этапах своего становления. Это предполагает открытость и готовность работать с другими компаниями в целях выявления проектов, в реализации которых они могут сотрудничать, но одновременно следует развивать высокий профессионализм в управлении надлежаще оформленными аспектами, которые охраняют их коммерческие интересы. Это включает охрану коммерческой информации и материалов в соответствии с соглашениями о нераскрытии информации и передаче материалов и, прежде всего, охрану принадлежащей им интеллектуальной собственности путем подачи заявок на выдачу патента и ведения соответствующих дел в суде.

Хотя имеется много примеров достижения значительного успеха при создании конкретных стартовых компаний на основе научно-исследовательских учреждений и влияния таких компаний на рост местной экономики, одним из которых может служить Силиконовая долина, Калифорния и Route 128 на Восточном побережье США. Выбор «пути выхода на рынок» для новых технологий представляет собой совокупность сложнейших решений, которые университеты и научно-

исследовательские учреждения не могут решать самостоятельно. После создания новые компании сталкиваются с рядом проблем в плане достижения устойчивого роста и принесения доходов своим акционерам. Сама по себе технология не является достаточной для достижения этой цели. Более важным здесь является хорошее управление, наличие знаний о движущих силах рынка и надежная поддержка на начальных этапах. Однако, для тех, кому удастся достичь успеха, выгоды для основателей, учреждений и местной экономики могут быть очень значительными. Единственным способом для выхода некоторых технологий на рынок является создание компаний. Однако, необходимо дальнейшее исследование с целью установления является ли для экономического равновесия оптимальным создание новой компании или выдача лицензии существующим компаниям.

5. Особенности презентации инновационного проекта

Возможность выступить перед потенциальными клиентами является бесценным шансом добиться успеха. Проведение презентации перед клиентами может принести не только выгоды, но и потери, поэтому относиться к презентации следует максимально серьёзно.

Вашими потенциальными партнерами и инвесторами могут быть:

- фонды поддержки предпринимательства (предоставление льготных кредитов);
- бизнес-инкубаторы, бизнес-центры (предоставление льготных кредитов и услуг);
- международные фонды, проекты, программы (предоставление кредитов и грантов);
- государственный, региональный или местный бюджет (финансирование);
- инвестиционные фонды (финансирование);
- коммерческие банки (кредиты);
- фирмы-производители продукции (вложение собственных средств);
- лизинговые компании (предоставление оборудования в лизинг);
- страховые компании (страхование рисков);
- социальные фонды (финансирование);
- фонд занятости (прямое, безвозвратное финансирование создания рабочих мест для слаботзащищенных и льготное – для остальных категорий населения).

Где найти партнера, инвестора:

- прежде всего, среди своих старых партнеров или по их рекомендациям;
- компьютерные базы данных (адреса, дайджесты);
- информация в прессе и других средствах массовой информации (рекламны объявления потенциальных партнеров);
- адресные книги и справочники;
- посещение выставок, конференций, презентаций;
- привлечение внимания к себе с помощью рекламы;
- Интернет.

5.1. Вопросы, которые следует задавать в процессе подготовки презентации проекта

Что самое важное для инвестора?

Ваши личные и деловые качества, личные, деловые и профессиональные качества членов Вашей команды, которые являются важнейшим гарантом успеха реализации проекта.

В чем главная задача презентации?

Убедить инвестора в том, что Вы и Ваша команда способны добиться успеха, что достижение успеха жизненно важно для Вас, что Вы полны энергии и энтузиазма, но при этом трезво оцениваете обстановку.

Какие ключевые вопросы обычно рассматриваются при первой встрече?

Фирма, ее история, положение и юридический статус, продукция и услуги; рынок сбыта и конкуренты, маркетинговая стратегия; команда, которая будет реализовывать проект; партнеры; необходимый для Вас размер инвестиций, цели и график их расходования; привлекательность для инвестора, эффективность, риски и гарантии; условия предоставления инвестиций и их возврата.

Как готовиться к презентации?

- собрать максимум информации о потенциальном инвесторе;
- поставить себя на его место, попытаться предугадать его вопросы и продумать необходимую информацию и Ваши ответы;
- предусмотреть меры, чтобы вызвать его интерес и презентацию превратить в диалог (а не в Ваш монолог);
- заранее выслать материалы (бизнес-план и др.) для предварительного ознакомления;
- приготовить копии материалов для передачи непосредственно на встрече.

Как готовиться к встрече?

Ваша одежда должна соответствовать одежде инвестора (например, при обращении в банк - одеться строго, костюм с галстуком). Предусмотрите с Вашей стороны все возможное, чтобы встреча произошла в согласованное время.

Готовы ли вы к презентации (контрольные вопросы)?

Знаете ли Вы интересы и желания потенциального инвестора, его приоритеты? Приготовили ли Вы «изюминку» данному конкретному

инвестору? Предусмотрели ли Вы меры, которые позволят собеседнику запомнить Вас?

Как вести себя на презентации?

Быть уверенным в хорошей подготовке к встрече. Начните с теплой улыбки и крепкого рукопожатия.

Настройте себя на то, что Вы не проситель, а партнер, который приглашает собеседника участвовать во взаимовыгодном деле.

Ведите встречу в форме диалога, а не монолога. Старайтесь, чтобы собеседник смотрел вам в глаза.

Предъявите в удачный момент что-то вещественное (образец продукции, фотографию, патент).

Употребляйте утвердительные выражения.

Ведите себя уверенно, избегайте неопределенностей.

Подключайте к разговору членов Вашей команды.

Сделайте так, чтобы встреча запомнилась собеседнику.

Заинтересуйте партнера сутью проекта.

Разговор о цене ведите только после проявления интереса к проекту.

В общем случае, если Вы считаете, что какой-то вопрос достоин рассмотрения, его необходимо включить в программу презентации.

Как повысить эффективность презентации?

Существует множество способов повышения эффективности презентации.

Приведем некоторые из них.

Всегда следует заранее посылать копию проекта потенциальной аудитории, чтобы она имела возможность прочесть его до начала встречи. Тогда у вас будет больше шансов привлечь внимание на презентации.

Будьте предупредительны, профессиональны, вежливы, однако не теряйте зря времени. Вероятнее всего, Вы знаете из своего собственного опыта, что первое впечатление может иметь непропорционально большое влияние. Если Вы производите впечатление умного и делового человека, ведете себя с окружающими уважительно и непринужденно, то, вероятнее всего, заслужите положительное отношение к себе. Если Вы небрежно одеты, плохо подготовлены, невосприимчивы и равнодушны, то кредиторы отнесутся к Вам с предубеждением.

Постарайтесь установить хорошие взаимоотношения с потенциальными партнерами:

- будьте уверены в себе, зная, что вы хорошо подготовились к презентации;
- проявляйте энтузиазм в отношении своей продукции (услуг);
- смотрите в глаза своим потенциальным партнерам, но следите, чтобы это не превратилось в пристальное разглядывание;
- избегайте неопределенных и отрицательных высказываний, не переминайтесь с ноги на ногу, если вам задали вопрос, касающийся вашего бизнеса;
- старайтесь смотреть на вещи с точки зрения ваших партнеров, внимательно слушайте их вопросы и не перебивайте;
- используйте для презентации наглядный материал. Если у вас есть возможность, захватите с собой образцы своей продукции. Если вы по каким-то причинам не можете этого сделать либо ваш бизнес относится к сфере услуг, возьмите фотографии.

Постарайтесь добиться того, чтобы будущие партнеры посмотрели образцы или фотографии, если это вообще возможно. Это сразу вызовет более серьезное отношение к вашим словам. Однако не забудьте убрать наглядные пособия, уже выполнившие свою задачу, так как они могут отвлекать внимание слушателей.

Все наглядные материалы должны быть выполнены профессионально и аккуратно. Используйте также диаграммы, таблицы или графики, но помните, что во время презентации Вы должны стараться установить диалог, а не читать лекцию - Вы должны лично руководить презентацией. Если Вы заинтересованы в получении крупной суммы, скажем свыше 100 000 долл. США, то, возможно, Вы должны привлечь к участию в презентации кого-то из членов Вашей команды. Но и в этом случае презентацию должны вести Вы. Акцентируйте внимание слушателей на вопросах рынка Вашей продукции и компетентности Вашей команды.

В качестве лидера Вы должны продемонстрировать полное понимание проблемы. Помните, что главная задача презентации заключается в том, чтобы заставить аудиторию поверить в Вас и в Вашу команду.

Что нужно сделать задолго до презентации?

Сесть и спокойно обдумать цели привлечения инвестора, причем лучше написать это на бумаге.

Сформулировать требования к Вашему потенциальному инвестору, каким он должен быть в идеале.

Провести поиск и анализ возможных инвесторов, собрать о них всю доступную информацию, она может очень сильно пригодиться при выборе инвестора.

Написать все «за» и «против» привлечения каждого конкретного инвестора.

Что следует делать накануне проведения презентации?

Подготовить раздаточные материалы, таблицы, графики и диаграммы, которые обеспечат наглядность информации о проекте.

Договориться со всеми людьми, которые даже только теоретически могут Вам понадобиться на презентации о их обязательном присутствии или нахождении в пределах досягаемости.

Попробовать продумать возможные мотивы инвестора и как лучше построить беседу в русле интересов инвестора.

Обдумать возможные вопросы инвестора и подготовить ответы и убедительные аргументы в свою пользу.

Что нужно сделать перед самой презентацией?

Вспомнить цели привлечения инвестора и почему Вы остановили свой выбор именно на этом конкретном инвесторе, какие преимущества Вы можете получить при его согласии на финансирование проекта.

5.2. Основные этапы создания и проведения презентации

Прежде, чем приступить к созданию презентации, следует четко представлять (понимать), что Вы собираетесь донести до аудитории, что Вы собираетесь аудитории рассказать. Поэтому необходимо просмотреть как можно больше литературы по данной теме, составить список материалов и иллюстраций, которые Вам необходимы.

Вам необходимо знать, кто будет Вашими слушателями. Тогда Вы сможете настроиться на аудиторию и тем самым обеспечить необходимую презентации атмосферу. Это является важным шагом к успеху.

В презентации не должно быть ничего лишнего. Каждый слайд должен представлять собой звено, логически связанное с темой повествования, и работать на общую идею презентации.

Не перегружайте слайды лишними деталями (не увлекайтесь анимацией). Анимацию следует использовать только с целью привлечения внимания аудитории к основным, ключевым моментам слайда. Не забывайте, что звуковые и визуальные эффекты не должны отвлекать внимание от основной (важной) информации.

Основные этапы создания презентации должны включать в себя следующее:

Этап 1. Начало работы

Выбор темы, постановка цели и задач презентации.

Этап 2. Определение содержания и дизайна презентации

Составление плана будущей презентации. Желательно, чтобы план был подробным. Необходимо на бумаге нарисовать структуру презентации, схематическое изображение слайдов и представить, какой текст, рисунки, фотографии или другие материалы будут включены в тот или другой слайд. Составление списка рисунков, фотографий, звуковых файлов, видеороликов (если они необходимы), которые будут размещены в презентации.

Определение текстовой части презентации.

Определение условий демонстрации. От этого будет зависеть объем текстовой информации, располагаемой на слайдах, и, как говорилось выше, размер шрифта и вид навигации.

Определение количества слайдов в Вашей презентации.

Определение примерного дизайна слайдов. Цветовая гамма фонов слайдов, формат заголовков (желательно, чтобы во всех слайдах был выдержан один формат и соблюден единый стиль).

Этап 3. Порядок создания презентации

Ввод и редактирование текста. Создаются текстовые слайды, на каждом слайде вводится только текстовая информация. После ввода текста необходимо определиться с его расположением на каждом слайде, продумать его форматирование: определить размер, цвет шрифта, заголовков и основного текста. При подборе цвета текста следует помнить, что текст должен быть читабельным: фон слайдов не должен ухудшать восприимчивости текста. Не используйте редкие виды шрифтов, их может не быть на других компьютерах, с помощью которых презентация будет демонстрироваться в других аудиториях. Определите, не перегружены ли слайды текстом, возможно, придется часть текста включить в устный доклад. Если презентация демонстрируется без сопровождения докладчика, необходимо продумать содержание текста так, чтобы он не потерял смысл и был доступен для понимания.

Не забывайте об орфографии.

Графики, диаграммы, таблицы. Если Вы планируете разместить в презентации графики и диаграммы, то продумайте их расположение, определите, читаются ли надписи, не перегружайте один слайд

несколькими графиками или диаграммами – информация будет хуже восприниматься. Такое же правило относится к таблицам. Текст в таблицах должен быть хорошо виден, для наглядности в таблицах можно применять слабую (по цвету) заливку ячеек.

Изображения, рисунки, фон. Очень важным является фон слайдов, он создает определенное настроение у аудитории и должен соответствовать теме презентации. Серьезные презентации не должны быть пестрыми, содержать яркие, «ядовитые» цвета и менять цветовую гамму от слайда к слайду. Если презентация состоит из нескольких больших тем, каждая тема может иметь свою цветовую гамму, но не сильно отличаться от общей цветовой гаммы презентации. Не делайте фон слишком пестрым, это отвлекает аудиторию и затрудняет чтение текста.

Размещенные в презентации графические объекты должны быть, в первую очередь, оптимизированными, четкими и с хорошим разрешением. Графические объекты не следует располагать в середине текста.

Следующий шаг в создании презентации – вставка анимации. С помощью анимационных эффектов можно существенно улучшить восприятие презентации и обратить внимание аудитории на наиболее важные моменты, отраженные на слайдах или в самой презентации. Необходимость и тип анимации должен быть логически увязан со структурой доклада, зритель должен быть готов увидеть объекты, расположенные на слайде в определенном месте, а не бегать глазами по слайду. Можно использовать указку или указатель мышки для подсказки зрителям в поиске того, о чем Вы уже начали говорить. Делайте небольшие паузы между слайдами, чтобы аудитория успела усвоить то, что Вы им рассказали. Выступление должно быть энергичным, но не оглушать слушателей.

Звуковое сопровождение. Если Вы решили вставить в свою презентацию звуковое сопровождение, будьте предельно аккуратны. Музыка не должна заглушать докладчика, раздражать слух, иметь резкие переходы, а также усыплять слушателей. Звуковое сопровождение должно органично вписываться в тему Вашей презентации. Если Вы не уверены в необходимости или выборе звукового сопровождения презентации, лучше от него отказаться.

Этап 4. Доводка презентации. Доводка презентации заключается в неоднократном просмотре своей презентации, определении временных интервалов, необходимых аудитории для просмотра каждого слайда, и

времени их смены. Помните, что слайд должен быть на экране столько времени, чтобы аудитория могла рассмотреть, запомнить, осознать его содержимое. Между тем большой интервал между сменами слайдов снижает интерес. Возможно, при окончательном просмотре Вам придется поменять местами некоторые слайды для создания более логичной структуры презентации или внести в нее другие коррективы.

Презентация должна заканчиваться итоговым слайдом, на котором следует поместить основные выводы доклада в концентрированном виде.

Ориентиром для проведения презентации является принятое у специалистов по тренингу разделение ее на четыре этапа.

Первый – получить доверие.

Второй – вызвать интерес.

Третий – спровоцировать желание использовать, потребность узнать в деталях.

Четвертый – создать основу для принятия положительного решения.

Изначально люди настроены в лучшем случае равнодушно. Уровень цинизма, нигилизма и отрицания настолько высок, что сформировать позитивное отношение крайне сложно. А без предварительной подготовки и знания определенных приемов – совершенно невозможно.

Настройка контактов. В первую очередь, следует учитывать, каким образом люди воспринимают Вас. Существует так называемая «лестница восприятия», состоящая из нескольких уровней. На первом этапе Вас принимают как личность, просто человека. Затем – как профессионала, носителя продукта. И, наконец, как часть компании, далее – системы, государства, общества, мира. Самая распространенная ошибка презентаций – в первую очередь представлять продукт, перескакивая важнейшую человеческую стадию. Прежде всего необходимо понравиться, настроить контакт, после чего следует начинать презентацию, где требуются невербальные, иррациональные методы. По статистике только 10% присутствующих на презентации воспринимают то, что Вы говорите. Остальным 90% важнее, как Вы говорите. Однако именно этот факт упускают из виду, будучи уверенными, что всем присутствующим интересно именно содержание. Между тем в основе успеха презентации лежит симпатия и качественный контакт с людьми.

Аудитория складывает субъективное мнение в течении первых пяти минут презентации. Для успеха следует привлечь внимание голосом – интонация, тембр, темп, громкость. И взглядом. Главное для ведущего можно обозначить заковыристым термином «конгруэнтность» – соответствие внешнего вида и внутреннего содержания. По опыту, в ходе хорошей презентации в зале 40% настроены дружелюбно, 40% – негативно, и 20% – равнодушно. Идеальная презентация – это более чем 2/3 настроенных позитивно.

Переход к продукту возможен только в интерактивной форме. Хороший вариант «вопрос–ответ». Можно задавать вопросы самому себе и самому же отвечать на них, важно создать у аудитории ощущение диалога и вовлеченности в ваши рассуждения. Есть так называемое правило «три «да», которое заключается в построении таких вопросов-ответов, по ходу которых люди внутренне соглашаются с тем, что Вы говорите. Даже если это тривиальное утверждение. Главное, что в результате люди присоединяются к Вам, и в этот момент Вы начинаете раскрывать сам продукт. Теперь за Вами идут, – и важно поддержать это невидимое движение аудитории.

Забросить якорь. Аудитории интересны только человеческие ценности презентуемого продукта. Простое перечисление характеристик, иллюстрируемое слайдами в PowerPoint, не привлекает внимания. В любом случае, презентация не должна длиться более 20 минут. Через 15–20 минут нужно донести уже все самое главное, и если не закончить презентацию, то перейти на иные формы: активнее подключить анимацию, видеоролики и другие визуальные объекты, переходить от сути к развлекательной части презентации.

В целом, рекомендации можно свести к трем основным моментам: интерактивные образы, юмор и ориентация на человека, то есть использование рукотворных образов наряду с чертежами и схемами. Рисунки, эскизы, ролики прекрасно дополняют картину. Не стоит думать о своей аудитории слишком сложно. Иногда полезно представить, что перед Вами не специалисты, а неосведомленные слушатели, которым стоит объяснять материал предельно просто и образно. Тогда возникают неожиданно сильные и запоминающиеся характеристики. Простое чтение текста – запрещено.

Во время презентации следует постоянно поддерживать внимание аудитории. Психологи называют это якорями. Ими могут быть шутки (юмор приветствуется и уже легализован современной бизнес-

культурой), анимация, приглашение «на подиум» других персонажей или неожиданные повороты в сценарии.

Визуальные презентационные материалы – отличные помощники. Однако не стоит игнорировать и другие каналы информации: забрасывая во время презентации якоря – картинки, звуки, пробы, – важно в равной степени учитывать все категории людей.

5.3. Основные ошибки при проведении презентации

Ниже приведены восемь основных ошибок, которые допускают многие выступающие:

1. В презентации отсутствует единое идейное наполнение. Перед тем, как составлять презентацию, сформулируйте на листочке: какие именно идеи (их не должно быть больше трех) Вы хотели бы донести до своих слушателей. Составляя каждый слайд, проверяйте себя – насколько он работает на донесение этих идей до аудитории. Идеи, сформулированные в первом пункте, должны быть интересны и значимы для аудитории. Участников интересуют знания, аналитика и свежие данные.

2. Недостаточная степень подготовленности к выступлению. Вы должны знать абсолютно все об информации, которую намереваетесь предоставить. Напишите на бумаге основные моменты Ваших мыслей. Репетируйте своё выступление до тех пор, пока вся Ваша речь не будет выглядеть естественной. Если возможно, разузнайте как можно больше о психологическом портрете людей или человека, перед которым Вам придется выступать. Зная контингент аудитории, будет проще подобрать тон выступления.

3. Невнимательность. Порой в процессе презентации проекта волнение настолько велико, что при ведении презентации практически не слышно, что говорит публика. Вследствие чего некоторые заданные вопросы остаются без ответа, что может создать у слушателей впечатление, что их не уважают или по крайней мере не оказывают им должного внимания. Каждая минута - это деньги, никто не хочет сидеть и тратить время на бесконечной, чересчур долгой презентации. Поэтому держите весь ход презентации под вашим контролем.

4. Говорить о себе. Когда Вы высказываете собственное мнение или же даете собственную оценку, Вы создаете некоторую степень доверия ваших слушателей к Вам и к тому, что Вы говорите. Можно высказывать собственное мнение и давать оценку тому, что Вы говорите в своей речи, но чересчур углубляться в это тоже не следует.

5. Следует ценить время слушателей. Аудитория жертвует своим временем для того, чтобы послушать Вас, следовательно, Вы обязаны ценить время, которое Вам предоставили. От Вас ожидают рационального использования времени, которое Вам предоставили. Более того, сложность вызывает удерживание внимания аудитории на протяжении долгого промежутка времени. Слишком долгая презентация создаст у слушателей-покупателей впечатление, что Вы пытаетесь продать безнадёжный товар.

6. Слишком детализированная информация. Это ошибку совершают практически все выступающие. Следует понимать, что существует определенный объем информации, которые слушатели могут запомнить. Переизбыток потока информации лишь введет в заблуждение и отобьет интерес ко всему тому, что Вы говорите. Лучше недосказать определенную информацию для того, чтобы возникло желание узнать это.

7. Нежелание посвятить аудиторию в структуру презентации. Как правило, мало кто из докладчиков заботится о том, чтобы посвятить аудиторию в план своего выступления. Перед началом выступления следует познакомить аудиторию с планом доклада, чтобы слушателям было проще следить за мыслью и примерно представлять общее содержание.

8. Не предоставление аудитории важной информации по теме слайда или сообщения в целом. К примеру, на слайде приведен график без указания единиц измерения и источника информации, использованной для его построения. То есть информации не хватает для того, чтобы она вызывала доверие.

Отдельное внимание уделите психологии. Переговоры в значительной степени основываются на использовании знаний психологии. Важно не дать другой стороне узнать, на что Вы были бы готовы согласиться или что нет шансов, что Вы получите больше, чем они предлагают. Так что у Вас должно быть достаточно бесстрастное лицо в ходе процесса переговоров. Однако не забывайте, что Вы работаете с покупателями, и Вы не хотите портить отношения с ними в дальнейшем. Вполне возможно быть настойчивым и ни в чем не уступить, но по-прежнему сохранять улыбку. Такое поведение может внушить другой стороне ошибочное ощущение безопасности. Поэтому сопротивляйтесь стремлению выказать им свое раздражение или чувство разочарования.

Не забывайте, что на презентации проекта следует:

1. Четко объяснить с убедительной аргументацией, почему у Вас возникла потребность в реализации данного проекта и в чем эти преимущества для Вас.

2. Рассказать инвестору о том, почему Вы остановили свой выбор именно на нем.

3. Аргументировано изложить экономическую выгодность его участия в проекте и возможные преимущества, которые он может при этом получить.

Ведите себя с достоинством, никакой лести, подобострастия, агрессии и главное - страха и неуверенности. Не перебивайте собеседника, старайтесь избегать споров и будьте доброжелательны.

Люди склонны заканчивать переговоры или с чувством, что они «выиграли», или с чувством, что они «проиграли», большинство людей сопротивляются заключению сделки до тех пор, пока они не сочтут, что для них ее заключение является «победой». Используйте это в своих интересах - пусть другая сторона считает, что она выиграла. Вам это не важно - вы знаете, что вы получили то, что вы хотели. Но пусть они думают, что они провели сложную сделку и получили от Вас больше, чем Вы рассчитывали предложить.

Если Вам отказывают, постарайтесь понять мотивы отказа. В большинстве случаев, подобные переговоры завершаются отказом, это абсолютно нормально, но к этому надо быть психологически готовым. Дело в том, что у каждого инвестора всегда может быть несколько, или даже много альтернативных возможностей для инвестирования, из которых он выберет самый выгодный для себя проект на текущий момент.

Обязательно поблагодарите, если Вам дали какой-то совет.

ЛИТЕРАТУРА

Литература по разделу 1

1. Баранов Г.В. Проблемы научного метода / Под ред. В.Н.Борисова. – Саратов, 1990. –256с.
2. Бируля А.И. Методы научной работы. – Харьков, 1982. – 192с.
3. Білуха М. Т. Методологія наукових досліджень: Підручник для бакалаврів, магістрантів і асп. екон. спец. вищ. навч. закл. освіти. — К. : АБУ, 2002. — 480с. : рис. — ISBN 5-11-004670-0.
4. Білуха М.Т. Основи наукових досліджень. – К.: Вища школа, 1997. – 216с.
5. Диалектика процесса познания. / Под ред. М.Н. Алексеева. – М.: Наука, 1985. – 316с.
6. Кузнецов И.Н. Научные исследования. Методика проведения и оформление – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 460 с.
7. Лудченко А.А., Лудченко Я.А., Прима Т.А. Основы научных исследований: Учеб. пособие/ Под ред. А.А.Лудченко. – К.: Знание, КОО, 2000. – 114с.
8. Лукашевич В.К. Научный метод: структура, обоснование, развитие/ Научн. ред. А.Н. Есуков. – Минск: Навука і тэхніка, 1991. – 246с.
9. Майданов А.С. Искусство открытия. Методология и логика научного творчества. - М. Репро 1993г. - 175с..
10. Мальцев П.М., Ємельянова Н.А. Основы научных исследований. – К.: Вища школа, 1982. – 212с.
11. Новожилов, Э. Д. Научное исследование (логика, методология, эксперимент): монография / Э. Д. Новожилов. — М.: Физматлит , 2005 (Люберцы (Моск. обл.): ПИК ВИНТИ. — 363 с.
12. П'ятницька-Позднякова І.С. Основи наукових досліджень у вищій школі: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 116с.
13. Усачева И.В., Ильясова И.И. Методика поиска научной литературы, чтения и составления обзора по теме исследования. - М.: Изд-во МГУ, 1980. - 37 с.

Литература по разделу 2

1. Альтшуллер Г. С. Внимание: алгоритм изобретения! Официальный сайт Альтшуллера Г. С. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://www.altshuller.ru/triz/triz022.asp>

2. Аристотель. Политика. Метафизика. Аналитика: пер. с древнегреч. — М.: ЭКСМО, 2008. — 959 с.

3. Декарт Р. Сочинения / Я.А. Слинин (вступ. сл.). — СПб.: Наука, 2006. — 648 с.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Официальная страница портала свободной библиотеки «Библиотекарь» [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://bibliotekar.ru/biznes-42/77.htm>

5. Лавьель С., Д'Ари Р. Новый дух науки. Официальная страница журнала «Химическая наука и образование в России» [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://www.chem.msu.su/rus/welcome.html>

Литература по разделу 3

1. Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» N 3769-ХІІ (3769-12) від 23.12.93 г.

2. Про державну систему депонування штамів мікроорганізмів. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=705%2D94%2D%EF&p=1113302200186125>

3. Порядок надання Кабінетом Міністрів України дозволу на використання запатентованого винаходу (корисної моделі) чи зареєстрованої топографії інтегральної мікросхеми [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=444%2D98%2D%EF&p=1112102994004535>

4. Про порядок виплати винагороди авторам винаходів і промислових зразків, що охороняються чинними на території України свідоцтвами СРСР [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2292-99-%C3%AF&print=1>

5. Порядок сплати зборів за дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1716%2D2004%2D%EF&p=1178262961702826>

6. Правила складання і подання заявки на винахід та заявки на корисну модель [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0173-01&print=1>

7. Правила розгляду заявки на винахід та заявки на корисну модель [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0364%2D02&p=1112102994004535>

8. Положення про Державний реєстр патентів України на винаходи [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0379-01&print=1>

9. Положення про Державний реєстр патентів України на корисні моделі [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0558-01&print=1>

10. Положення про Державний реєстр патентів і деклараційних патентів України на секретні винаходи [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0965-01&print=1>

11. Положення про Державний реєстр деклараційних патентів України на секретні корисні моделі [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0964-01&print=1>

12. Інструкція про порядок продовження строку дії патенту на винахід, об'єктом якого є засіб, використання якого потребує дозволу компетентного органу [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0453-02&print=1>

13. Інструкція про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель) та видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі) [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0644-01&print=1>

14. Інструкція про офіційну публікацію заяви про готовність надання будь-якій особі дозволу на використання запатентованого винаходу (корисної моделі) та клопотання про її відкликання [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0643-01&print=1>

15. Інструкція про порядок видачі патенту України на винахід, що охороняється авторським свідоцтвом СРСР [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0757%2D05&p=1178262961702826>

16. Інструкція про видачу патентів України на секретні винаходи, які охороняються авторськими свідоцтвами СРСР на секретні винаходи [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0308%2D02&p=1099311677881964>

17. Інструкція про порядок ознайомлення будь-якої особи з матеріалами заявки на об'єкт права інтелектуальної власності

[Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0494%2D05&p=1178262961702826>

18. Договір про патентну кооперацію [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=895_001&print=1

19. Будапештський договір про міжнародне визнання депонування мікроорганізмів з метою патентної процедури [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_039&print=1

20. Договір про патентне право (дод. Інструкція до договору про патентне право) [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=895_002&print=1

21. Паризька конвенція про охорону промислової власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_123&p=1112102994004535

22. Угода про взаємне забезпечення збереження міждержавних секретів в галузі правової охорони винаходів [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=997_514&print=1

23. Роз'яснення щодо поділу заявки на винахід та заявки на корисну модель [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://sdip.gov.ua/t/docman/binary/Nakaz_d_139.doc

24. Про охорону прав на промислові зразки [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3688-12&p=1227171106056773>

25. Про порядок виплати винагороди авторам винаходів і промислових зразків, що охороняються чинними на території України свідоцтвами СРСР [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=473%2D94%2D%EF&p=1111484531044157>

26. Порядок сплати зборів за дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1716%2D2004%2D%EF&p=1104834154869809>

27. Правила складання та подання заявки на промисловий зразок [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0226-02&print=1>

28. Правила розгляду заявки на промисловий зразок [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0313-02&print=1>

29. Положення про Державний реєстр патентів України на промислові зразки [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0378-01&print=1>

30. Інструкція про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на промисловий зразок та видачу ліцензії на використання промислового зразка [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0716-01&print=1>

31. Інструкція про офіційну публікацію заяви про надання будь-якій особі дозволу на використання запатентованого промислового зразка та клопотання про її відкликання [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0717%2D01&p=1112102994004535>

32. Інструкція про порядок ознайомлення будь-якої особи з матеріалами заявки на об'єкт права інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0271%2D95&p=1112102994004535>

33. Гаазька угода про міжнародну реєстрацію промислових зразків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://www.wipo.int/about-wipo/ru/index.html?wipo_content_frame=/ru/about-wipo/gib.htm

34. Паризька конвенція про охорону промислової власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_123&p=1112102994004535

35. Гаазький акт Гаазької угоди про міжнародну реєстрацію промислових зразків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_132&p=1112102994004535

36. Женевський акт Гаазької угоди про міжнародну реєстрацію промислових зразків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_601&p=1112102994004535

37. Інструкція до Женевського акта Гаазької угоди про міжнародну реєстрацію промислових зразків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_865&p=1112102994004535

38. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3689-12&p=1227171106056773>

39. Порядок сплати зборів за дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1716%2D2004%2D%EF&p=1178262961702826>

40. Правила складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0276-95&print=1>

41. Положення про Комісію щодо погодження питань про внесення позначення, що містить офіційну назву держави "Україна", до знака для товарів і послуг [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0931%2D03&p=1111410261307734>

42. Положення про Державний реєстр свідоцтв України на знаки для товарів і послуг [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0064-02&print=1>

43. Правила погодження питань про внесення позначення, що містять офіційну назву держави "Україна", до знака для товарів і послуг [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0334%2D04&p=1111410261307734>

44. Інструкція про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака для товарів і послуг [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0718%2D01&p=1112102994004535>

45. Інструкція про порядок ознайомлення будь-якої особи з матеріалами заявки на об'єкт права інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0494%2D05&p=1178262961702826>

46. Порядок визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державного департаменту інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0471%2D05&p=1178262961702826>

47. Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_134&print=1

48. Договір про закони щодо товарних знаків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_102&print=1

49. Найробський договір про охорону Олімпійського символу [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_995&print=1

50. Протокол до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_583&print=1

51. Ніщцька угода про Міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_066&print=1

52. Паризька конвенція про охорону промислової власності [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_123&p=1112102994004535

53. Угода про заходи щодо попередження та припинення використання неправдивих товарних знаків та географічних зазначень [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=997_225&print=1

Литература по разделу 4

1. Постепенное отделение и создание новых фирм: Коммерциализация компаниями активов ИС, созданных в ходе университетских исследований. [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://www.wipo.int/sme/ru/documents/spin-outs.html>

2. Teece D.J. (1986) Profiting from technological innovation. *Research Policy* 15(6): 285-305. [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://jstor.org>

3. Technology Commercialization Strategy in a Dynamic Context: Complementary Assets, Hybrid Contracts, and Experiential Learning Simon Wakeman [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <https://www.esmt.org/fm/294/ESMT-08-008.pdf>

4. Segal I., Whinston M.D. (2007) Antitrust in Innovative Industries. *American Economic Review* 97(5): 1703-1730. [Електронний ресурс] / Спосіб доступу: <http://jstor.org>

5. Pisano G.P. (1991) The governance of innovation: Vertical integration and collaborative arrangements in the biotechnology industry. *Research*

Policy 20(3): 237-249. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

6. Mintzberg H., Lampel J., Quinn J. B., Ghoshal S. "The Strategy Process. Concepts Contexts Cases" [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com.ua>

7. Lancaster, G. and Massingham, L. (1999): Essentials of Marketing; Third Edition McGraw-Hill; London [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com>

8. Kotler, P. et al. (1996): Principles of Marketing; Fourth European Edition Prentice Hall; Harlow (UK) [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com>

9. Jolly, Vijay K. (1997) Commercializing New. Technologies: Getting from Mind to Market. Boston: Harvard Business School Press. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com>

10. Jobber, D. (2001): Principles & Practice of Marketing; Third Edition McGraw-Hill; London [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com>

11. Hsu, D. (2000) "Do Venture Capitalists Affect Commercialization Strategies at Startups?" MIT Sloan School of Management [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

12. Hellman, S. Stern (Eds.), Entrepreneurship: Strategy and Structure. NBER: Cambridge, MA. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

13. Gans, J.S., Hsu D., Stern S. (2000), "When Does Start-Up Innovation Spur the Gale of Creative Destruction?" Working Paper, No.7851, NBER [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

14. Gans, J.S. and Stern S. (2001) "The Product Market and the Market for Ideas: Commercialization Strategies for Technology Entrepreneurs," Working Paper, Melbourne Business School [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

15. Gans J.S., Stern S. Managing Ideas: Commercialization Strategies for Biotechnology [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://insight.kellogg.northwestern.edu/>

16. Gans J.S., Stern S. (2003) The product market and the market for "ideas": commercialization strategies for technology entrepreneurs. Research Policy 32(2): 333. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

17. Gans J.S., Hsu DH, Stern S. (2002) When Does Start-Up Innovation Spur the Gale of Creative Destruction? RAND Journal of Economics 33(4): 571. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

18. Gans J.S. (2007) Start-Up Commercialization Strategy and Innovative Dynamics. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>
19. Dibb, S. et al. (2001): Marketing – Concepts and Strategies; Fourth European Edition Houghton Mifflin; Boston [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com>
20. Compete or Cooperate? Choosing the right commercialization strategy as a technology start-up Based on the Research of Joshua S. Gans, David H. Hsu And Scott Stern [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://insight.kellogg.northwestern.edu/>
21. Clemens, F. et al. (2003): Xelibri: A Siemens Mobile Adventure; case study of WHU School of Management, Vallendar, Germany; distributed by ECCH Collection, England and USA [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://books.google.com>
22. Aghion P, Tirole J. (1994) The Management of Innovation. The Quarterly Journal of Economics 109(4): 1185-1209. [Электронный ресурс] / Способ доступа: <http://jstor.org>

Литература по разделу 5

1. Бендер П.У. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe](http://AppData/Local/Application/Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe) Секреты успешных презентаций / Пер. с англ. Е. А. Бакушева. — Минск: Попурри, 2005. — 240 с.
2. Берд П. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe](http://AppData/Local/Application/Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe) Продай себя: тактика совершенствования вашего имиджа. — Минск: Амалфея, 1996. — 207с.
3. Вайссман Дж. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe](http://AppData/Local/Application/Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe) Мастерство презентаций. — М.: Вершина, 2004. — 284 с.
4. Данилова О.В. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe](http://AppData/Local/Application/Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe) Успешная презентация бизнес-проекта. — М.: Эксмо, 2008. — 288 с.
5. Джей Э. Эффективная презентация. — Минск: Амалфея, 1996. — 207 с.
6. Джеймс Т., Шепард Д. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe](http://AppData/Local/Application/Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe) Мастерство презентации. Совершенствование коммуникативных навыков с помощью НЛП. — М.: Фаир, 2008. — 240 с.
7. Ковальчук Г.О. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe](http://AppData/Local/Application/Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r_71/cgiirbis_64.exe) Активізація навчання в економічній освіті: навч. посібн. — К.: КНЕУ, 1999. — 127 с.

8. Коддлер И. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Успешная презентация. — М.: Олма-Пресс Инвест, 2003. — 62 с.
9. Марс А. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Мастер презентации. — М.: HIPPO PUBLISHING LTD, 2006. — 256 с.
10. Мэндел С. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Навыки эффективной презентации. — СПб: Изд. Дом «Нева», 2003. — 89 с.
11. Нельке К. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Проведение презентаций. — М.: Омега-Л, 2005. — 144 с. — Пер. с нем.
12. Ребрик С. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Бизнес-презентация: подготовка и проведение: 100 рекомендаций. — М.: ЭКСМО, 2006. — 120 с.
13. Ребрик С. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Презентация: 10 уроков. — М.: ЭКСМО, 2004. — 200 с.
14. Ротондо Дж., Ротондо М. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Презентация бизнес-проектов: краткое руководство для менеджера. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 232 с. — Пер. с англ.
15. Соловьев Э.Я. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Современный этикет. Деловой протокол. — М.: Осъ-89, 1998. — 176 с.
16. Старостіна А.О. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Маркетингові дослідження: практичний аспект. — К.-М.-СПб.: Видавничий дім «Вільямс», 1998. — 262с.
17. Сэмпсон Э. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Бизнес-презентация. Творческие идеи для блестящего выступления. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 201 с.
18. Сэмпсон Э. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Бизнес-презентация. Творческие идеи для блестящего выступления / Перевод с англ., 2-е изд. — М.: Деловая культура, 2006. — 202 с.
19. Фэйлла Д. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) 45-секундная презентация, или уроки на салфетках. — М.: Фаир-Пресс, 2004. — 144 с.

20. Шметткамп М. [../AppData/Local/Application Data/Microsoft/Word/cgi-bin/irbis64r 71/cgiirbis 64.exe](#) Искусство презентаций: ускоренный курс. — М.: Дело и Сервис, 2005. — 160 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А.1

Додаток

до пункту 6.1 Правил складання та подання заявки на промисловий зразок, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 18.02.2002 № 110

Номер заявки, визначений заявником			Дата подання		
(22) Дата подання заявки		Пріоритет	(51) МКПЗ		(21) Номер заявки
ЗАЯВА про видачу патенту України на промисловий зразок		МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ Державний департамент інтелектуальної власності Державне підприємство «Український інститут промислової власності» вул. Глазунова, 1, м. Київ-42, 01601			
<input type="checkbox"/> Подаючи нижчезазначені документи, прошу (просимо) видати патент України на промисловий зразок					
(71) Заявник(и)					Код за ЄДРПОУ (для українських заявників)
(зазначається ім'я або повне найменування заявника(ів), його (їх) місце проживання або місцезнаходження та код держави згідно із стандартом ВОІВ ST.3. Дані про місце проживання авторів - заявників наводяться за кодом (72))					
Прощу (просимо) встановити пріоритет <input type="checkbox"/> заявки за датою <input type="checkbox"/> подання попередньої заявки в державі - учасниці Паризької конвенції (навести дані за кодами (31), (32), (33)) <input type="checkbox"/> відкриття виставки (навести дані за кодом (23))				Посилання на інші юридично пов'язані заявки та зареєстровані охоронні документи: <input type="checkbox"/> подання до Держдепартаменту попередньої заявки, з якої виділено цю заявку (навести дані за кодом (62)) <input type="checkbox"/> подання до Держдепартаменту заявки або реєстрації промислового зразка, який є варіантом цього зразка (навести дані за кодом (66))	
(31) Номер попередньої заявки	(32) Дата подання попередньої заявки	(33) Код держави подання попередньої заявки згідно із стандартом ВОІВ ST. 3	(23) Дата відкриття виставки	(62) Номер та дата подання до Держдепартаменту попередньої заявки, з якої виділено цю заявку	(66) Дата та номер реєстрації промислового зразка, який є варіантом цього зразка
(54) Назва промислового зразка					

Продолжение приложения А.1

(98) Адреса для листування			
Телефон	Телеграф	Факс	
(74) Ім'я та реєстраційний номер представника у справах інтелектуальної власності або ім'я іншої довіреної особи			
Перелік документів, що додаються	Кількість арк.	Кількість прим.	Підстави щодо виникнення права на подання заявки й одержання патенту (без подання документів), якщо заявником(ами) не є автор(и):
<input type="checkbox"/> опис промислового зразка		1	<input type="checkbox"/> є документ про передачу прав автором(ами) або роботодавцем(ями) правонаступнику(ам) <input type="checkbox"/> є документ про право спадкування
<input type="checkbox"/> комплект зображень виробу		2	
<input type="checkbox"/> креслення, схеми, карти		1	
<input type="checkbox"/> документ про сплату збору за подання заявки		1	
<input type="checkbox"/> документ, який підтверджує наявність підстав для зменшення збору або звільнення від сплати збору		1	
<input type="checkbox"/> документ про участь у виставці		1	
<input type="checkbox"/> копія попередньої заявки, яка підтверджує право на пріоритет		1	
<input type="checkbox"/> переклад заявки на українську мову		2	
<input type="checkbox"/> документ, який підтверджує повноваження довіреної особи (довіреність)			
<input type="checkbox"/> інші документи:			
(72) Автор(и) Автори-заявники (повне ім'я)	Місце проживання та код держави згідно із стандартом ВОІВ СТ. 3 (для іноземних осіб - тільки код держави)		Підпис(и) автора(ів) - заявника(ів)
Я (ми) _____ (повне ім'я)			
Прощу (просимо) не згадувати мене (нас) як автора(ів) при публікації відомостей про патент.			
Підпис (и) автора(ів) _____			
Підпис(и) заявника(ів) _____			
Дата підпису М. П.	Якщо заявником є юридична особа, то підпис особи, що має на це повноваження, із зазначенням посади скріплюється печаткою. Якщо всі автори виступають заявниками, то їх підписи наводяться за кодом (72)		

Примітка. Потрібно позначити значком «X».

Приложение А.2

Додаток 1

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на промисловий зразок та видачу ліцензії на використання промислового зразка

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власник(и) патенту(ів) (правонаступник):

(повне ім'я фізичної особи)

або повне офіційне

найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру патентів України на промислові зразки відомості про передачу права власності на промисловий зразок

(назва промислового зразка)

від власника патенту

(повне ім'я фізичної особи)

або повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження

[місце проживання] та адреса для листування)

до _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування юридичної особи,

якій передається право власності на промисловий зразок,

місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про передачу права власності на промисловий зразок.

Підпис власника патенту (правонаступника)

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение А.3

Додаток 2

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на промисловий зразок та видачу ліцензії на використання промислового зразка
Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власники патенту(ів):

_____ (повні імена фізичних осіб

_____ або повні офіційні

_____ найменування юридичних осіб)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру патентів України на промислові зразки відомості про передачу права власності на промисловий зразок

_____ (назва промислового зразка)

від співвласника(ів) патенту

_____ (повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження

_____ [місце проживання] та адреса для листування)

до співвласника(ів) _____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи, якій передається право власності на промисловий зразок,

_____ місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про передачу права власності на промисловий зразок.

Підпис власника патенту, який передає право

_____ (Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение А.4

Додаток 3

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на промисловий зразок та видачу ліцензії на використання промислового зразка

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар (ліцензіат):

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру патентів України на промислові зразки відомості про видачу ліцензії на використання промислового зразка:

_____ (назва промислового зразка)

ліцензіаром

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування юридичної особи,

_____ місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

ліцензіату

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування юридичної особи, якій надається дозвіл

_____ на використання промислового зразка, місцезнаходження [місце проживання])

_____ (вид ліцензії)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про видачу ліцензії на використання промислового зразка.

Підпис ліцензіара (ліцензіата)

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение А.5

Додаток 7

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на промисловий зразок та видачу ліцензії на використання промислового зразка

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної

_____ особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Заява

Просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести зміни у відомості про видачу ліцензії на використання промислового зразка, внесені до Державного реєстру патентів України на промислові зразки на підставі рішення за № ____ від «__» _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № ____ від «__» _____ р.,

ліцензіаром _____
(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

ліцензіату _____
(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

Додатки:

Перелік змін на ____ арк. в 1 прим.

Документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар

(підпис)

(Ініціали,
прізвище)

Ліцензіат

(підпис)

(Ініціали,
прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Дата _____

Приложение А.6

Додаток 9

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на промисловий зразок та видачу ліцензії на використання промислового зразка

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи)

Ліцензіат _____
повне ім'я фізичної

_____ особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Заява

У зв'язку з достроковим припиненням за взаємною згодою сторін дії ліцензійного договору між ліцензіаром

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

та ліцензіатом _____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

відомості про який внесені до Державного реєстру патентів України промислові зразки на підставі рішення за № _____ від "_____" _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від "_____" _____ р.,

просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести відомості про дострокове припинення дії ліцензійного договору до реєстру.

Додається документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар

(Ініціали,
прізвище)

Ліцензіат

(Ініціали,
прізвище)

_____ (підпис)

_____ (підпис)

М. П. (для юридичної особи)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Дата _____

Приложение А.7

Додаток 1

до пункту 2.1 Інструкції про офіційну публікацію заяви про надання будь-якій особі дозволу на використання запатентованого промислового зразка та клопотання про її відкликання

Державний департамент інтелектуальної власності

вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власник(и) патенту:

(повне ім'я фізичної особи

або повне офіційне найменування

юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент № _____

Пріоритет від _____

Дата

публікації _____

Номер

офіційного бюлетеня _____

Заява

Я (ми), _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ ,
юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

власник патенту України № _____ на промисловий зразок

_____ ,
(назва промислового зразка)

не маючи зобов'язань перед іншими особами щодо використання вищевказаного промислового зразка, прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» заяву про надання будь-якій особі дозволу на використання промислового зразка за зазначеним патентом на умовах, визначених законодавством.

Підпис власника патенту

М. П. (для юридичної особи)

(Ініціали і прізвище)

Дата _____

Приложение А.8

Додаток 2

до пункту 2.1 Інструкції про офіційну публікацію заяви про надання будь-якій особі дозволу на використання запатентованого промислового зразка та клопотання про її відкликання

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власник(и) патенту:

(повне ім'я фізичної особи

або повне офіційне найменування

юридичної особи)

Адреса для листування щодо клопотання

тел. _____

Патент № _____

Пріоритет від _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Клопотання

Я (ми), _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ ,

юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

власник патенту України № _____ на промисловий зразок

_____ ,

(назва промислового зразка)

прошу відкликати заяву про надання будь-якій особі дозволу на використання промислового зразка, реєстраційний № _____ від «__» _____ року, опубліковану в офіційному бюлетені «Промислова власність» № ____, ____ року.

Підпис власника патенту

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение Б.1

Додаток 1

до пункту 5.1 Правил складання і подання заявки на винахід та заявки на корисну модель, затверджених наказом Міністерства науки і освіти України від 22.01.2001 № 22

Порядковий номер заявки, визначений заявником		Дата одержання		
(22) Дата подання заявки	Пріоритет	(51) МПК	ЕВ	(21) Номер заявки
(86)	Реєстраційний номер та дата подання міжнародної заявки, установлені відомством-одержувачем			
(87)	Номер і дата міжнародної публікації міжнародної заявки			
ЗАЯВА		МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ		
про видачу патенту України		Державне підприємство "Український інститут промислової власності" вул. Глазунова, 1, м. Київ-42, 01601		
Подаючи нижчезазначені документи, прошу (просимо) видати:				
<input type="checkbox"/> патент України на винахід				
<input type="checkbox"/> позицію виключено				
<input type="checkbox"/> патент України на корисну модель				
(71) Заявник(и)			Код за ЄДРПОУ (для українських заявників)	
(азначається повне ім'я або найменування заявника(ів), його (їх) місце проживання або місцезнаходження та код держави згідно із стандартом VOIB ST.3. Дані про місце проживання винахідників-заявників наводяться за кодом (72)				
Прощу (просимо) встановити пріоритет заявки _____ пунктів формули винаходу за заявкою N _____ за датою:				
<input type="checkbox"/> подання попередньої заявки в державі - учасниці Паризької конвенції (навести дані за кодами (31), (32), (33)				
<input type="checkbox"/> подання до Установи попередньої заявки, з якої виділено цю заявку (навести дані за кодом (62)				
<input type="checkbox"/> подання до Установи попередньої заявки (навести дані за кодом (66)				
(31) Номер попередньої заявки	(32) Дата подання попередньої заявки	(33) Код держави подання попередньої заявки згідно із стандартом VOIB ST.3	(62) Номер та дата подання до Установи попередньої заявки, з якої виділено цю заявку	(66) Номер та дата подання до Установи попередньої заявки
(54) Назва винаходу (корисної моделі)				
(98) Адреса для листування				
Телефон		Телеграф		Факс
(74) Повне ім'я та реєстраційний номер представника у справах інтелектуальної власності або повне ім'я іншої довіреної особи				

Прощу (просимо) прискорити публікацію заявки

Продолжение приложения Б.1

Перелік документів, що додаються	Кількість арк.	Кількість прим.	
<input type="checkbox"/> опис винаходу		3	Підстави щодо виникнення права на подання заявки й одержання патенту (без подання документів), якщо винахідник(и) не є заявником(ами): <input type="checkbox"/> є документ про передачу прав винахідником(ами) або роботодавцем(ями) правонаступнику(ам) <input type="checkbox"/> є документ про право спадкування
<input type="checkbox"/> формула винаходу		3	
<input type="checkbox"/> креслення та інші ілюстративні матеріали		3	
<input type="checkbox"/> реферат		3	
<input type="checkbox"/> документ про сплату збору за подання заявки		1	
<input type="checkbox"/> документ, який підтверджує наявність підстав для зменшення збору або звільнення від сплати збору		1	
<input type="checkbox"/> документ про депонування штаму		1	
<input type="checkbox"/> копія попередньої заявки, яка підтверджує право на пріоритет		1	
<input type="checkbox"/> переклад заявки українською мовою		3	
<input type="checkbox"/> документ, який підтверджує повноваження довіреної особи (довіреність)			
<input type="checkbox"/> інші документи:			
<input type="checkbox"/> міжнародний звіт про пошук			
(72) Винахідник(и) Винахідник(и)-заявник(и) (повне ім'я)	Місце проживання та код держави згідно із стандартом ВОІВ ST. 3 (для іноземних осіб - тільки код держави)		Підпис(и) винахідника(ів)- заявника(ів)
Я (ми) _____ (повне ім'я) _____			
прошу (просимо) не згадувати мене (нас) як винахідника(ів) при публікації відомостей стосовно заявки на видачу патенту Підпис(и) винахідника(ів)			
Підпис(и) заявника(ів) _____			
Дата підпису	Якщо заявником є юридична особа, то підпис особи, що має на це повноваження, із зазначенням посади скріплюється печаткою. Якщо всі винахідники виступають заявниками, то їх підписи наводяться за кодом (72).		
М. П.			

Примітка. Потрібно позначити значком "X".

Приложение Б.2

Додаток 3

до пункту 18.2 Правил складання і подання заявки на винахід та заявки на корисну модель, затверджених наказом Міністерства науки і освіти України від 22.01.2001 № 22

Порядковий номер заявки, визначений заявником		Дата одержання		
(22) Дата подання заявки	Пріоритет	(51) МПК	ЕВ	(21) Номер заявки
ЗАЯВА про видачу патенту України		МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ Державне підприємство "Український інститут промислової власності" вул. Глазунова, 1, м. Київ-42, 01601		
Подаючи нижчезазначені документи, прошу (просимо) видати:				
<input type="checkbox"/> патент України на секретний винахід <input type="checkbox"/> позицію виключено <input type="checkbox"/> патент України на секретну корисну модель				
(71) Заявник(и)				Код за ЄДРПОУ
<p>(зазначається повне ім'я або найменування заявника(ів), його (їх) місце проживання або місцезнаходження. Дані про місце проживання винахідників-заявників наводяться за кодом (72)</p>				
Пропшу (просимо) встановити пріоритет заявки _____ пунктів формули винаходу за заявкою N _____ за датою:				
<input type="checkbox"/> подання до Установи попередньої заявки, з якої виділено цю заявку (навести дані за кодом (62)) <input type="checkbox"/> подання до Установи попередньої заявки (навести дані за кодом (66))				
(62) Номер та дата подання до Установи попередньої заявки, з якої виділено дану заявку				
(66) Номер та дата подання до Установи попередньої заявки				
(54) Назва секретного винаходу (секретної корисної моделі)				
(98) Адреса для листування				
Телефон	Телеграф	Факс		

Продолжение приложения Б.2

Перелік документів, що додаються	Кількість арк.	Кількість прим.	
<input type="checkbox"/> опис винаходу		2	Підстави щодо виникнення права на подання заявки і одержання патенту (без подання документів), якщо винахідник(и) не є заявником(ами): <input type="checkbox"/> є документ про передачу прав винахідником(ами) або роботодавцем(ями) правонаступнику(ам) <input type="checkbox"/> є документ про право спадкування
<input type="checkbox"/> формула винаходу		2	
<input type="checkbox"/> креслення та інші ілюстративні матеріали		2	
<input type="checkbox"/> документ про сплату збору за подання заявки		1	
<input type="checkbox"/> документ, який підтверджує наявність підстав для зменшення збору або звільнення від сплати збору		1	
<input type="checkbox"/> документ про депонування штаму		1	
<input type="checkbox"/> переклад заявки українською мовою		2	
<input type="checkbox"/> документ, який підтверджує повноваження довіреної особи (довіреність)			
<input type="checkbox"/> інші документи:			
(72) Винахідник(и) Винахідник(и)-заявник(и) (повне ім'я)			Підпис(и) Винахідника(ів)- заявника(ів)
		Місце проживання	
Підпис(и) заявника(ів) _____			
Дата підпису М. П.	Якщо заявником є юридична особа, то підпис особи, що має на це повноваження, із зазначенням посади скріплюється печаткою. Якщо всі винахідники виступають заявниками, то їх підписи наводяться за кодом 72.		

Примітка. Потрібно позначити значком "X".

Приложение Б.3

Додаток 1

до пункту 4 Інструкції про видачу патентів України на секретні винаходи, які охороняються авторськими свідоцтвами СРСР на секретні винаходи, затвердженої наказом Міністерства освіти і науки України від 11.03.2002 № 184

Гриф обмеження доступу

Клопотання
про видачу патенту України на секретний винахід, який охороняється авторським свідоцтвом СРСР на секретний винахід

Я (ми), _____,
(повне ім'я автора (ів))

разом з _____
(повне найменування заявника (ів))

прошу (просимо) видати патент України на секретний винахід, що охороняється авторським свідоцтвом СРСР на секретний винахід N _____

(назва секретного винаходу)

за заявкою N _____ від _____

на ім'я _____
(повне ім'я фізичної особи та/або повне найменування

юридичної особи, на ім'я якої видається патент, її (їх) місце

проживання або місцезнаходження)

Адреса для листування

Повідомляю (повідомляємо), що факту анулювання авторського свідоцтва СРСР в Держреєстрі винаходів СРСР не було.

Автор (автори) _____
(підпис) (Ініціали, прізвище)

Заявник (заявники) _____
(підпис) (посада) (Ініціали, прізвище)

М. п.

Приложение Б.4

Додаток
до пункту 2.1 Інструкції про порядок видачі патенту
України на винахід, що охороняється авторським
свідоцтвом СРСР, затвердженої наказом Міністерства
освіти і науки України від 29.06.2005 № 387

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ
Державне підприємство
"Український інститут
промислової власності"
01601, м. Київ-42,
вул. Глазунова, 1

КЛОПОТАННЯ
про видачу патенту України на винахід,
що охороняється авторським свідоцтвом СРСР

Я (ми), _____,
(ім'я винахідника (ів))
разом з _____
(ім'я (найменування) заявника (ів))
прошу (просимо) видати патент України на винахід, що охороняється
авторським свідоцтвом СРСР N _____
_____ (назва винаходу)
за заявкою N _____ від _____
на ім'я _____
(ім'я (найменування) особи (осіб),
якій видається патент, її (їх) місце
проживання (місцезнаходження)

Адреса для листування: _____.

Повідомляю (повідомляємо), що факту анулювання авторського
свідоцтва СРСР в Державному реєстрі винаходів СРСР не було.

Винахідник (винахідники) _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Заявник (заявники) _____
(підпис) (посада) (ініціали, прізвище)

М. п.

Приложение Б.5

Додаток 1

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель) та видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі)

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власник(и) патенту(ів) (правонаступник):

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру патентів України на винаходи (Державного реєстру патентів України на корисні моделі) відомості про передачу права власності на винахід (корисну модель)

від власника патенту

до _____

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель).

Підпис власника патенту (правонаступника)

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение Б.6

Додаток 2

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель) та видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі)

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власники патенту(ів):

_____ (повні імена фізичних осіб)

_____ або повні офіційні найменування

_____ юридичних осіб)

Адреса для листування щодо заяви

_____ тел. _____

Патент(и) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру патентів України на винаходи (Державного реєстру патентів України на корисні моделі) відомості про передачу права власності на винахід (корисну модель)

_____ (назва винаходу [корисної моделі])

від співвласника(ів) патенту

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження

_____ [місце проживання] та адреса для листування)

до співвласника(ів)

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи, якій передається право власності на винахід

_____ [корисну модель], місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель).

Підпис власника патенту, який передає право

(Ініціали і прізвище)

_____ М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение Б.7

Додаток 3

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель) та видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі)

Державний департамент інтелектуальної власності

вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар (ліцензіат):

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру патентів України на винаходи (Державного реєстру патентів України на корисні моделі) відомості про видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі):

_____ (назва винаходу [корисної моделі])

власником патенту (виключної ліцензії)

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування юридичної особи,

_____ місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування) ліцензіату

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування юридичної особи,

_____ якій надається дозвіл на використання винаходу [корисної моделі],

_____ місцезнаходження [місце проживання])

_____ (вид ліцензії)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі).

Підпис ліцензіара (ліцензіата)

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение Б.8

Додаток 7

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель) та видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі)

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Заява

Просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести зміни у відомості про видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі), внесені до Державного реєстру патентів України на винаходи (Державного реєстру патентів України на корисні моделі) на підставі рішення за № _____ від "____" _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від "____" _____ р.,

ліцензіаром _____
(повне ім'я фізичної особи або повне

_____ офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

ліцензіату _____
(повне ім'я фізичної особи або повне

_____ офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

Додатки:

Перелік змін на ___ арк. в 1 прим.

Документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар _____ (Ініціали, прізвище) Ліцензіат _____ (Ініціали, прізвище)

(підпис)

(підпис)

(підпис)

М. П. (для юридичної особи)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Дата _____

Приложение Б.9

Додаток 9

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на винахід (корисну модель) та видачу ліцензії на використання винаходу (корисної моделі)

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент(и) № _____

Заява

У зв'язку з достроковим припиненням за взаємною згодою сторін дії ліцензійного договору між ліцензіаром

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

та ліцензіатом _____

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

відомості про який внесені до Державного реєстру патентів України на винаходи (Державного реєстру патентів України на корисні моделі) на підставі рішення за № _____ від "_____" _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від "_____" _____ р.,

просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести відомості про дострокове припинення дії ліцензійного договору до реєстру.

Додається документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар _____ (Ініціали, Ліцензіат _____ (Ініціали,
(підпис) прізвище) (підпис) прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Дата _____

Приложение Б.10

Додаток 1

до пункту 2.1 Інструкції про офіційну публікацію
заяви про готовність надання будь-якій особі
дозволу на використання запатентованого винаходу
(корисної моделі) та клопотання про її відкликання
Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680
Власник(и) патенту:

(повне ім'я фізичної особи

або повне офіційне найменування

юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Патент № _____

Пріоритет від _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Я (ми), _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

власник патенту України № _____ на винахід (корисну модель)

(назва винаходу [корисної моделі])

не маючи зобов'язань відносно інших осіб щодо використання вищевказаного винаходу (корисної моделі), прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» заяву про готовність надання будь-якій особі дозволу на використання винаходу (корисної моделі) за зазначеним патентом на умовах, визначених законодавством.

**Підпис власника
патенту**

_____ (Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение Б.11

Додаток 2

до пункту 2.1 Інструкції про офіційну публікацію
заяви про готовність надання будь-якій особі
дозволу на використання запатентованого
винаходу (корисної моделі) та клопотання про її
відкликання

Державний департамент інтелектуальної
власності

вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власник(и) патенту:

(повне ім'я фізичної особи

або повне офіційне найменування

юридичної особи)

Адреса для листування щодо клопотання

тел. _____

Патент № _____

Пріоритет від _____

Дата публікації _____

Номер
офіційного бюлетеня

Клопотання

Я (ми), _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання] адреса для листування)

власник патенту України № _____ на винахід (корисну модель)

(назва винаходу [корисної моделі])

прошу відкликати заяву про готовність надання будь-якій особі дозволу на
використання винаходу (корисної моделі), реєстраційний № _____ від «___»
_____ року, опубліковану в офіційному бюлетені «Промислова
власність» № _____, _____ року.

Підпис власника патенту

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение В.1

Додаток

до Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Держпатенту України від 28.07.1995 № 116 (в редакції наказу Держпатенту № 72 від 20.08.1997)

[220] Дата подання заявки	[210] Номер заявки
[511] МКТП	[531] Індеси Міжнародної класифікації зображальних елементів знака
<p>Заява Про реєстрацію знака для товарів і послуг в Україні</p> <p>МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ</p> <p>Державне підприємство «Український інститут промислової власності» вул. Глазунова, 1, м. Київ-42, 01601</p> <p>Подаючи вказані нижче документи, прошу (просимо) зареєструвати зазначене в заявці позначення як знак для товарів і послуг на ім'я заявника(ів)</p>	
[731] Заявник(и):	<p>Код за ЄДРПО У (для заявників – юридичних осіб України)</p>
<p>(зазначається повне ім'я або повне найменування заявника(ів), його(їх) повна поштова адреса та код держави згідно зі стандартом VOIB ST.3)</p>	
<p>Проху (просимо) встановити пріоритет знака за датою:</p> <p><input type="checkbox"/> подання попередньої(їх) заявки(ок) у державі-учасниці Паризької конвенції (навести дані під кодами 310, 320, 330)</p> <p><input type="checkbox"/> відкриття виставки (навести дані під кодом 230)</p>	
[310] Номер попередньої заявки	[320] Дата подання попередньої заявки
	[230] Дата відкриття виставки
[330] Код держави подання заявки згідно зі стандартом VOIB ST.3	
[750] Адреса для листування, повне ім'я або найменування адресата	
Телефон:	Факс:
Електронна адреса: (E-mail)	
[740] Прізвище та реєстраційний номер представника у справах інтелектуальної власності	
Телефон:	Факс:
Електронна адреса: (E-mail)	

Продолжение приложения В.1

[540] Зображення знака [541] <input type="checkbox"/> в зображенні використані стандартні символи [546] <input type="checkbox"/> в зображенні використані нестандартні символи		
[591] Зазначення кольору (кольорової гама) знака:		
[511] Перелік товарів та (або), які класифіковані згідно з Міжнародною класифікацією товарів і послуг		
Якщо опис знака чи перелік товарів і/або послуг не вміщуються у відведеній графі, то вони повністю наводяться на окремому аркуші як додаток до заяви та підписуються заявником		
Перелік документів, що додаються:	Кількість аркушів	Кількість примірників
<input type="checkbox"/> документ про сплату збору за подання заявки		1
<input type="checkbox"/> комплект фотокопій		5...10
<input type="checkbox"/> переклад на українську мову додаткових матеріалів		1
<input type="checkbox"/> документ, який засвідчує повноваження довіреної особи (довіреність)		1
<input type="checkbox"/> перелік товарів і/або послуг, для яких просять охорону знака		1
<input type="checkbox"/> документ про участь у виставці		1
<input type="checkbox"/> опис знака		1
<input type="checkbox"/> інший документ (вказати)		1
Додаткові відомості (необхідне зазначити) [390] Реєстрація(ії) в країні походження [554] <input type="checkbox"/> Об'ємний знак [551] <input type="checkbox"/> Колективний знак [646] Номери і дати інших заявок, які пов'язані з цією у правовому відношенні [646] Номери і дати інших заявок, пов'язаних з даною у правовому відношенні		
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;"> М.П. _____ (Підпис заявника або представника) </div> <div style="text-align: center;"> _____ (Прізвище, ініціали) </div> <div style="text-align: center;"> _____ (Дата підпису) </div> </div>		

Приложение В.2

Додаток 1

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Сторона договору: _____
(повне ім'я фізичної

особи або повне офіційне

найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Свідоцтво(а) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг відомості про передачу права власності на знак для:

(перелік товарів і/або послуг, указаних у свідоцтві [або їх частина],

із зазначенням класів МКТП)

від власника свідоцтва

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

до _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

найменування юридичної особи, якій передається право власності

на знак, місцезнаходження [місце проживання] та адреса для листування)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про передачу права власності на знак.

Підпис сторони договору, яка подала заяву

(Ініціали і прізвище)

М.П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение В.3

Додаток 2

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Власники свідоцтв(а):

_____ (повні імена фізичних осіб)

_____ або повні офіційні

_____ найменування юридичних осіб)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Свідоцтво(а) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг відомості про передачу права власності на знак для:

_____ (перелік товарів і/або послуг, указаних у свідоцтві,

_____ із зазначенням класів МКТП)

від співвласника(ів) свідоцтва

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

до співвласника(ів) _____

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи, якій передається право власності

_____ на знак, місцезнаходження [місце проживання])

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про передачу права власності на знак.

Підпис власника свідоцтва, який передає право:

(Ініціали і прізвище)

_____ М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение В.4

Додаток 3

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680
Ліцензіар (ліцензіат):

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Свідоцтво(а) № _____

Дата пріоритету _____

Дата публікації _____

Номер офіційного бюлетеня _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг відомості про видачу ліцензії на використання знака для:

_____ (перелік товарів і/або послуг, указаних у свідоцтві [або їх частина],

_____ із зазначенням класів МКТП)

власником свідоцтва (виключної ліцензії)

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

ліцензіату

_____ (повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування юридичної особи, якій надається

_____ дозвіл на використання знака, місцезнаходження [місце проживання])

_____ (вид ліцензії)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про видачу ліцензії на використання знака.

Підпис ліцензіара (ліцензіата)

(Ініціали і прізвище)

_____ **М. П.** (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение В.5

Додаток 11

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680
Ліцензіар (ліцензіат):

_____ (повне ім'я фізичної особи)

_____ або повне офіційне

_____ найменування юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Міжнародна реєстрація знака № _____

Заява

Прошу опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести до Реєстру ліцензійних договорів про використання міжнародного знака відомості про видачу ліцензії на використання міжнародного знака для:

_____ (перелік товарів і/або послуг, для яких зареєстровано міжнародний знак

_____ [або їх частина], із зазначенням класів МКТП)
власником міжнародної реєстрації знака (виключної ліцензії)

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])
ліцензіату

_____ (повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування юридичної особи, якій надається

_____ місцезнаходження [місце проживання])

дозвіл на використання міжнародного знака

_____ (вид ліцензії)

Додатки:

Договір або витяг з договору на _____ арк. у 3 прим.

Документ про сплату збору за опублікування відомостей про видачу ліцензії на використання знака.

Підпис ліцензіара (ліцензіата)

(Ініціали і прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Приложение В.6

Додаток 7

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Свідоцтво(а) № _____

Заява

Просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести зміни у відомості про видачу ліцензії на використання знака, внесені до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг на підставі рішення за № _____ від «__» _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від «__» _____ р.,

ліцензіаром _____
(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

ліцензіату _____
(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

Додатки:

Перелік змін на ___ арк. в 1 прим.

Документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар _____
(підпис)

(Ініціали,
прізвище)

Ліцензіат _____
(підпис)

(Ініціали,
прізвище)

Дата _____

Дата _____

Приложение В.7

Додаток 13

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг

Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Міжнародна реєстрація знака № _____

Заява

Просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести зміни у відомості про видачу ліцензії на використання міжнародного знака, внесені до Реєстру ліцензійних договорів про використання міжнародного знака на підставі рішення за № _____ від «__» _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від «__» _____ р.,

ліцензіаром _____
(повне ім'я фізичної особи або

_____ повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])
ліцензіату _____

(повне ім'я фізичної особи або

_____ повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

Додатки:

Перелік змін на ___ арк. в 1 прим.

Документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар _____
(підпис)

(Ініціали,
прізвище)

Ліцензіат _____
(підпис)

(Ініціали,
прізвище)

М. П. (для юридичної особи)

М. П. (для юридичної особи)

Дата _____

Дата _____

Приложение В.8

Додаток 9

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг
Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи)

_____ (повне офіційне найменування
юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної особи)

_____ (повне офіційне найменування
юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Свідоцтво(а) № _____

Заява

У зв'язку з достроковим припиненням за взаємною згодою сторін дії ліцензійного договору

між ліцензіаром _____
(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

та ліцензіатом _____

(повне ім'я фізичної особи або повне офіційне найменування

_____ ,
юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

відомості про який внесені до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг на підставі рішення за № _____ від «__» _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від «__» _____ р., просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести відомості про дострокове припинення дії ліцензійного договору до реєстру.

Додається документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар _____
(підпис)

М. П. (для юридичної особи)

(Ініціали,
прізвище)

Ліцензіат _____
(підпис)

М. П. (для юридичної особи)

(Ініціали,
прізвище)

Дата _____

Дата _____

Приложение В.9

Додаток 15

до пункту 2.2 Інструкції про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстру відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг
Державний департамент інтелектуальної власності
вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП, 03680

Ліцензіар _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Ліцензіат _____
(повне ім'я фізичної особи

_____ або повне офіційне найменування

_____ юридичної особи)

Адреса для листування щодо заяви

тел. _____

Міжнародна реєстрація знака № _____

Заява

У зв'язку з достроковим припиненням за взаємною згодою сторін дії ліцензійного договору між ліцензіаром

_____ (повне ім'я фізичної особи або

_____ повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання]) та ліцензіатом _____

_____ (повне ім'я фізичної особи або

_____ повне офіційне найменування юридичної особи, місцезнаходження [місце проживання])

відомості про який внесені до Реєстру ліцензійних договорів про використання міжнародного знака на підставі рішення за № _____ від «__» _____ р. та опубліковані в офіційному бюлетені «Промислова власність» № _____ від «__» _____ р., просимо опублікувати в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внести відомості про дострокове припинення дії ліцензійного договору до реєстру.

Додається документ, що підтверджує сплату збору за опублікування змін.

Ліцензіар _____
(підпис)
М. П. (для юридичної особи)

(Ініціали,
прізвище)

Ліцензіат _____
(підпис)
М. П. (для юридичної особи)

(Ініціали,
прізвище)

Дата _____

Дата _____

Защита прав интеллектуальной собственности: трудности международного патентования

Некоторые могут сказать, что Вы не нуждаетесь в такой защите. Типичный пример — Coca-Cola. Этот безалкогольный напиток был изобретен в 1886 г. и никогда не защищался патентом, только торговой маркой (для названия Coca-Cola) и промышленным дизайном (для этого проекта была создана специальная бутылка, которая, как предполагают, была в форме женщины, носящей длинное облегающее платье).

Процесс изготовления напитка Coca-Cola является секретным и известен только двумя людям в мире. Им не позволяют находиться вместе с тем, чтобы избежать возможности умереть в результате несчастного случая одновременно. В течение всех лет существования компании тайна процесса изготовления напитка Coca-Cola хорошо охраняется, и до сих пор никто не в состоянии произвести напиток точно с тем же вкусом. Вы все знаете, что у Pepsi Cola, ее самого большого конкурента, вкус отличный.

Но большинство изобретений может быть легко скопировано. Подумайте о шариковой ручке, например, которая была изобретена господином Биро, аргентинцем венгерского происхождения, запатентованной в 1943 г. Патент может защитить изобретение только в стране, где патент предоставили. Факт, что Вы должны получить патент в каждой стране, в которой Вы хотите видеть свое изобретение, вызывает наибольшие трудности для изобретателей, которые хотят коммерциализировать их изобретение во всем мире. Существуют три основные трудности патентования:

1. Затраты являются препятствием для большинства изобретателей. Существуют официальные платежи, которые требуют администрации каждой страны. Присутствуют также судебные издержки, так же как и платы за перевод. В целом, изобретатель должен оплатить защиту своего изобретения суммой в 70 000 – 100 000 долл. США только за то, чтобы получить патенты в 5 - 10 важных странах. Речь идет не об оплате, связанной с обслуживанием защиты в течении срока защиты, которая составляет приблизительно 20 лет.

2. Система патентования также очень сложна. Процедуры, формальности и платежи меняются от одной страны к другой. Сначала Вы должны обратиться в своей стране к эксперту, который будет

Вашим агентом. И когда Вы решаетесь защитить Ваше изобретение в зарубежных странах, зачастую необходим перевод документов на языки каждой из стран, в которой Вы желаете представить изобретение. Это означает, что Вам требуется оплатить перевод. Во многих зарубежных странах Вы не можете использовать своего собственного агента: только агент в каждой из зарубежных стран может представлять Вас. В США, к тому же, зачастую необходимо лично ездить в Вашингтон, чтобы ответить на вопросы, выдвинутые патентным ревизором. Все эти процедуры — время и потребление энергии, которое может затронуть Ваши нервы, не говоря о Ваших финансовых возможностях.

3. У изобретателя очень немного времени между подачей документов на регистрацию изобретения в стране проживания и в зарубежных странах. Если он использует традиционный способ, согласно Парижскому Соглашению, для того, чтобы зарегистрировать иностранные заявления на патентирование, у него есть 12 месяцев. Сегодня существует другой способ: Патентное Соглашение Сотрудничества. Если изобретатель использует эту международную систему заявления о патентировании, у него есть 30 месяцев прежде, чем зарегистрировать в каждой из стран, в которых он стремится получить патент.

Использование международных программ, включая программы Евросоюза, для продвижения проектов коммерциализации

Международные программы в области научного и делового сотрудничества в инновационной сфере способствуют взаимодействию международной политической, научной и деловой общественности с образовательными учреждениями, научно-исследовательскими институтами и инновационными компаниями. Эти программы оказывают информационную, консультационную и финансовую поддержку научной, образовательной, управленческой и инновационно –предпринимательской деятельности на территории СНГ:

- 7-я Рамочная Программа Евросоюза (FP7) (www.cordis.lu/fp7) призвана стимулировать деятельность в области научных исследований и инноваций и направлена, прежде всего, на формирование Единого научного пространства (ЕНП) Европы, своего рода научно-исследовательской составляющей общего рынка ЕС, и также на дальнейшее развитие европейской экономики и создание общества, основанного на знаниях.

- Программы коммерциализации Международного Научно-Технического Центра www.istc.ru

- ЭВРИКА – Европейская программа научно-технического сотрудничества в области высоких технологий и инновации - www.eureka.be/home.do

- Американский фонд гражданских исследований и развития (АФГИР/CRDF).

- Фонд «Новая Евразия» – www.neweurasia.ru

- Фонд «Научный потенциал» – www.hcfoundation.ru.

- Association of European Science and Technology Transfer Professionals (ASTP) – www.astp.net

- European Association of Research Managers & Administrators (EARMA) – www.earma.org

- CORDIS (Community Research and Development Information System) – www.cordis.lu

- Европейско-Азиатская Ассоциации Менеджеров по Трансферу Технологий – www.eattm.net

Стратегия продвижения российской технологии на американском рынке

По опыту многих компаний, долгое время занимавшихся коммерциализацией технологий, выйти с уровня российского НИР или даже, имея результаты НИОКР, на крупносерийное производство через крупную зарубежную компания, в частности, американскую, например, мирового уровня, фирму маловероятно. Если это и произойдёт, то российская сторона, разработавшая технологию, получит от этого только небольшую компенсацию потраченных на НИОКР средств.

Рассмотрим пример коммерциализации российской технологии в США. Эффективный путь состоит из следующих этапов:

(1) Необходимо «упаковать» инновационную технологию, но самостоятельно не патентовать ее в США, так как стратегические инвесторы или партнеры могут потребовать совместного патентования.

(2) Провести поиск стратегического партнера и договориться с ним о создании совместного предприятия в США.

(3) Передать российскую интеллектуальную собственность в форме know-how в качестве вклада в уставной капитал в совместную американскую фирму.

(4) Эта вновь созданная американская фирма должна за счет ресурсов американских партнеров – так называемый первый раунд финансирования – обеспечить надёжное патентование разработки в США.

(5) После получения патента американская компания должна подготовить презентацию образцов (прототипов), предварительный маркетинг, чтобы оценить реальный объём рынка.

(6) Далее, с учётом результатов этого первого этапа должен быть подготовлен бизнес план, включая финансирование ОКР для доведения разработки до уровня требований американского рынка.

(7) Затем должен быть организован второй раунд финансирования, сумма которого может достигать нескольких миллионов долларов для разработки рыночного образца, выпуска опытной партии и подготовки рынка.

(8) Лишь после этого будет целесообразно готовить крупносерийное промышленное производство. Для того, чтобы собрать денежные средства (это может быть несколько десятков миллионов

долларов) на это, американская фирма может пойти на публичное размещение акций на фондовом рынке – Initial Public Offering. Такое размещения является очень затратной процедурой и может стоить до нескольких сотен тысяч долларов США.

(9) При получении финансирования серийное производство, по разработанной в процессе ОКР технологии и испытанной в ходе исследований в США технической документации, целесообразно организовать на российском предприятии. Это позволит сэкономить издержки, использовать опыт российских специалистов и имеющиеся мощности российской промышленности.

Коммерциализация мобильного телефона. Поиск нестандартных решений

Когда немецкая компания Siemens в 2003 году представила свою новую модную модель мобильного телефона Xelibri, главный акцент стратегии запуска Xelibri делался на становлении продукта на рынке как модной марки. Руководители проекта Xelibri организовали презентацию в качестве “вечеринки по случаю дня рождения Xelibri” на Лондонской неделе Высокой Моды, на которую были приглашены знаменитости, ведущие редакторы и журналисты наиболее известных журналов моды. Это событие, совпавшее с другими событиями недели Высокой Моды и высоко финансируемыми PR-кампаниями, привлекло огромное внимания СМИ, включая поддержку идеи наиболее весомыми лидерами модной индустрии, создавая эффективный бренд и обеспечивая узнаваемость продукта.

Рекламная кампания формировалась с целью обеспечения осведомленности о торговой марке с использованием созданных ранее инструментов коммуникации, а телевидение и реклама в кино служили утверждением на рынке модного имиджа Xelibri. Будучи позиционированным как модный аксессуар, рынки премиум - класса таких универмагов, как Selfridges в Великобритании и Peek & Cloppenburg в Германии, которые не продавали прежде мобильные телефоны, использовались как первичный канал распределения для этой новой линии телефонов.

Коммерциализация космических технологий: роль космоса в повседневной жизни. Опыт NASA

Национальное управление США по авиации и исследованию космического пространства NASA, принадлежащее федеральному правительству США, помимо космических исследований, занимается коммерциализацией продукции, то есть помогает использовать разработки космической промышленности на Земле через имеющиеся в наличии каналы трансфера технологий, с помощью сотрудничества с университетами и функционирующими бизнес-центрами, которые являются источником финансирования идей, потенциально выгодных для представления их на рынке.

Как известно, космические программы США являются широко бюджетными, что вызывает ряд вопросов относительно целесообразности распределения средств между космосом и «земными нуждами». Ответом NASA является демонстрация космических технологий, широко используемых в повседневной жизни. Сейчас невозможно представить сферу жизни, которую бы не затронули изменения, связанные с использованием космических разработок:

Липучки на кроссовках, используемые всеми спортивными фирмами, являются прототипом разработанных деталей костюмов космонавтов; детекторы дыма изначально использовались на космических аппаратах; затемненных пластмассовые линзы для очков были разработкой NASA с использованием поликарбоната, который не требует дополнительной защиты против царапин в силу формирования жесткости состава пластмассы, что улучшает качество самих очков. Множество разработок нашли свое применение в сфере медицины, первым примером чего является разработка ходунков и других подобных индивидуальных средств передвижения при нарушениях опорно-двигательного аппарата. Коммерциализация затронула компьютерные технологии, защиту окружающей среды, здравоохранение и многие виды промышленного производства.

Недавним примером коммерциализации NASA являются исследования сил, влияющих на космонавта в открытом космосе, и формирование защитной экипировки, способствующей оптимизации самочувствия космонавта и его способность передвигаться с учетом давления и трения в космическом пространстве.

Данная разработка заинтересовала спортивную компанию Speedo вследствие схожих условий воздействия сил на тела, находящиеся в воде и в открытом космосе. Результатом совместных работ стал представленный на земном рынке плавательный костюм LZR Racer, который уменьшает трение воды на 24% больше, чем предыдущая разработка специалистов компании Speedo, а компрессия костюма помогает спортсменам тратить меньше энергии для поддержания сил, что, по мнению экспертов, улучшает результат на 5%.

Данная разработка принесла очередную прибыль. В марте 2008 года спортсмен, используя плавательный костюм разработки NASA и Speedo, побил 13 мировых рекордов по плаванию.

Помимо того, NASA активно сотрудничает со многими университетами США в сфере коммерциализации, предлагая наиболее одаренным выпускникам ВУЗов проходить стажировку в центрах коммерциализации NASA, занимаясь поиском способа использования ряда технологий и продуктов в повседневной жизни.

Таким образом, технология, созданная для внеземной жизни, влияет на экономический рост стран, жизнедеятельность населения, научно-технический прогресс, затрагивающий все сферы общественной жизни и оптимизирует адаптацию человечества к более комфортным условиям проживания.

Наукове видання

*Олексій Анатолійович Джусов
Олександр Петрович Крупський
Олена Василівна Приз
Юлія Михайлівна Стасюк*

**МЕНЕДЖМЕНТ НАУКОВОГО ПОШУКУ:
СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Відповідальний редактор

Технічний редактор

Сдано до друку 23.09.09. Підписано до друку 30.09.09.
Формат 60x84 1/16. Спосіб печати – ризограф.
Умов.друк.арк. 10,6. Наклад 500 экз.

Видавництво «ДНУ»
Свідоцтво про внесення до Держреєстру
м.Дніпропетровськ

ДЛЯ ЗАМЕТОК
