

**ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

Студ. Клименко О.І.

Наук. керівник доц. Кулак Н.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Актуальність теми пов'язана із широким колом правовідносин, які регулюються нормативно - правовою базою, що регламентує маркетингову діяльність вітчизняних підприємств. Метою дослідження є аналіз законодавства, яке покликано створити умови для формування в Україні чесної конкуренції в сфері підприємництва та захистити об'єкти інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність є важливим інструментом створення іміджу будь-якого бізнесу, та однією з умов формування захищеного бізнесу. Підприємці витрачають певні кошти для просування свого товару на ринку збуту, тому наявність захищеного правовими засобами товарного знаку, певних видів послуг, або винайденого ексклюзивного товару є запорукою отримання стабільного прибутку, що неможливо в умовах відсутності захисту від підробок та плагіату.

Відносини інтелектуальної власності в Україні регулюються рядом законів: «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» (1992 р.); «Про Антимонопольний комітет України» (1992 р.), «Про захист від недобросовісної конкуренції» (1996 р.), Закон України «Про авторське право і суміжні права»; Закон України «Про видавничу справу»; Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»; Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; Закон України «Про електронний цифровий підпис»; Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»; Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах»; Закон України «Про інформаційні агентства»; Закон України «Про інформацію»; Закон України «Про науково-технічну інформацію»; Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі»; Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів»; Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» та ряд інших.

В ході аналізу вищезазначених нормативних актів автором з'ясовано, що в законодавстві наявні прогалини, що створює умови за яких відбувається порушення прав інтелектуальної власності. Ці недоліки негативно впливають на ринок інтелектуальної власності, тому вітчизняний законодавець має вирішити наступні проблемні питання:

- неправомірне використання товарного знаку, фірмового імені, копіювання товарів іншого підприємця;
- розповсюдження неправдивих відомостей, що можуть зашкодити діловій репутації або майновим інтересам іншого підприємця;
- використання, отримання і розголошення комерційної таємниці та конфіденційної інформації іншого підприємця;
- виробництво і розповсюдження контрафактної продукції;
- проблеми забезпечення надійної та ефективної охорони та захисту прав інтелектуальної власності, відсутність дієвих механізмів захисту від піратства та поширення контрафактної продукції ( у 2002 р. міжнародний альянс захисту інтелектуальної власності відніс Україну до однієї з найнебезпечніших країн-піратів).

Таким чином врегулювання вищезазначених питань удосконалить систему захисту ринку інтелектуальної власності, забезпечить фінансову стабільність економіки, спричинить розвиток сфери страхування інтелектуальної власності, покращить інвестиційний клімат, що підвищить імідж та статок українських підприємців та покращить політичні позиції України в цілому.