

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Петрушенко Ю.М.

(підпис) (прізвище та ініціали)

_____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»

на тему «**МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ, ЯК**

ОБ'ЄКТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»

Здобувача вищої освіти 4 курсу

(номер курсу)

групи МЕ-91а

(шифр групи)

(підпис)

М.А. Голубенко

(ініціали, прізвище)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Керівник ст. викладач, к.е.н.

(посада, науковий ступінь)

(підпис)

А.С.Воронцова

(ініціали, прізвище)

Суми – 2023 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

(спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»)

здобувачу 4 курсу, групи МЕ-91а

(номер курсу) (шифр групи)

Голубенко Марині Андріївні
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: «Міжнародний досвід розвитку товарних знаків, як об'єкту інтелектуальної власності»

затверджена наказом по університету від «11» травня 2023 року №0484-VI

2. Термін подання здобувачем закінченої роботи «06» червня 2023.

3. Мета кваліфікаційної роботи: визначення особливостей міжнародного досвіду розвитку товарних знаків як об'єктів інтелектуальної власності та перспектив їх розвитку в Україні.

4. Об'єкт дослідження: тенденції розвитку та застосування товарних знаків у міжнародному контексті як об'єктів інтелектуальної власності.

5. Предмет дослідження: товарні знаки як об'єкти інтелектуальної власності.

6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах міжнародних актів та документів, що регулюють права інтелектуальної власності, офіційних веб-сайтів міжнародних організацій та національних органів з інтелектуальної власності, нормативно-правової бази України, вітчизняної та зарубіжної наукової та науково-періодичної літератури з питань товарних знаків, інтелектуальної власності та захисту прав.

7. Орієнтовний план кваліфікаційної бакалаврської роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

Розділ 1: Теоретичні основи товарних знаків як об'єктів інтелектуальної власності – 05.05.2023 р.

У розділі 1: розглянуто економічну сутність товарних знаків та інтелектуальної власності, досліджено етапи та методи оцінки прав інтелектуальної власності відповідно до міжнародного досвіду, окреслено особливості захисту об'єктів інтелектуальної власності.

Розділ 2: Міжнародний досвід розвитку відомих товарних знаків у світі – 23.05.2023 р.

У розділі 2 проведено аналіз основних тенденцій розвитку товарних знаків у світі та охарактеризовано міжнародний досвід створення та захисту товарних знаків компанії «Самсунг» та «Макдональдс».

Розділ 3 Напрями оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні – 01.06.2023 р.

У розділі 3 проаналізовано актуальні проблеми розвитку інтелектуальної власності в Україні та запропоновано напрями її оптимізації

8. Консультації щодо роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Воронцова А.С., старший викладач кафедри МЕВ	05.04.2023 р.	05.04.2023 р.
2	Воронцова А.С., старший викладач кафедри МЕВ	24.04 2023 р.	24.04 2023 р.
3	Воронцова А.С., старший викладач кафедри МЕВ	06.05.2023 р.	06.05.2023 р.

9. Дата видачі завдання: «05» квітня 2023 року

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему

«МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ, ЯК ОБ'ЄКТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»

здобувача Голубенко Марини Андріївни

Основний зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи викладено на 35 сторінках, зокрема список використаних джерел із 39 найменувань, який розміщено на 4 сторінках. Робота містить 4 таблиці, 2 рисунки, а також 2 додатки, розміщених на 2 сторінках.

Технологічний прогрес і глобалізація суттєво змінюють економічну ландшафт та спосіб ведення бізнесу. Конкуренція між компаніями стає все більш жорсткою, і відмінність в якості продуктів та послуг є вирішальною. Товарні марки виступають ефективним засобом відрізнення на ринку і позиціонування бренду, дозволяючи компаніям зайняти конкурентну перевагу. У зв'язку з цим, значення товарних марок у структурі світового ринку інтелектуальної власності зростає, що посилює актуальність обраної теми.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає у визначенні особливостей міжнародного досвіду розвитку товарних знаків як об'єктів інтелектуальної власності та перспектив їх розвитку в Україні.

Мета роботи реалізується шляхом виконання наступних завдань:

- дослідити сутність товарних знаків та інтелектуальної власності;
- розглянути етапи та методи оцінки прав інтелектуальної власності відповідно до міжнародного досвіду;
- систематизувати особливості захисту об'єктів інтелектуальної власності.
- проаналізувати основні тенденції розвитку товарних знаків у світі;
- вивчити міжнародний досвід створення та захисту товарних знаків компанії «Самсунг» та «Макдональдс»;
- оцінити актуальні проблеми розвитку інтелектуальної власності в Україні;

– сформувати напрями оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні.

У процесі дослідження були використані відповідні методи дослідження економічних процесів, серед яких аналіз та синтез, систематизація та узагальнення (для вивчення теоретичних аспектів розвитку та оцінки товарних знаків та інтелектуальної власності), метод кількісного аналізу, графічний та табличний методи (при аналізі основних тенденцій розвитку світового ринку товарних марок), історичний метод (для дослідження історії розвитку компаній «Самсунг» та «Макдональдс» та їхнього торгового знаку), методи індукції та дедукції, наукового абстрагування (при оцінці існуючих проблем та формуванні напрямів оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні).

Отримані результати кваліфікаційної бакалаврської роботи:

1. Розвиток інтелектуальної власності в будь-якій країні стимулює конкуренцію, створює попит на інновації, сприяє комерціалізації технологій і забезпечує повну безпеку для власності та розвитку малого бізнесу. У таких умовах особливе значення займає об'єкт торгової марки, який має бути достатньо унікальним і відрізнятися від конкурентів.

2. Оцінка інтелектуальної власності допомагає визначити її вартість і скласти уявлення про майбутні прибутки, і впливає на фінансові рішення та майбутні стратегії. Методи оцінки інтелектуальної власності є необхідними інструментами для ефективного управління інтелектуальною власністю, прийняття фінансових рішень та захисту прав інтелектуальної власності.

3. Для сприяння інноваціям та економічному розвитку, захисту прав винахідників та споживачів, а також захисту знань і культурної спадщини достатньо важливим є захист інтелектуальної власності. Завдяки захисту торгових марок компанії можуть розвинути ідентифікацію свого бренду, виділитися на ринку та отримати користь від свого доброго імені та репутації.

4. Основні тенденції розвитку товарних знаків у світі включають такі аспекти як глобалізація та інтернаціоналізація, цифрові технології, захист від подібних товарних знаків, розширення категорій товарів і послуг. Ці тенденції

впливають на розвиток товарних знаків у світі, і компанії намагаються пристосуватися до змін, щоб зберегти свою конкурентну перевагу та створити сильний образ бренду.

5. Аналіз досвіду відомих міжнародних компаній, таких як «Самсунг» та «Макдональдс», показує успішний розвиток і захист своїх товарних знаків на світовому ринку. Це допомагає компаніям зберегти свою унікальність і конкурентні переваги в міжнародному масштабі, встановити правовий захист інтелектуальної власності.

6. Розвиток інтелектуальної власності в Україні є критично важливим задля можливості стимулювання інновацій та економічного зростання. Особливу увагу слід приділити вдосконаленню законодавчої бази та юридичних практик у сфері інтелектуальної власності, щоб забезпечити ефективний захист прав власників і стимулювати творчість та інновації.

7. Розвиток прав інтелектуальної власності в Україні – це не лише питання правового регулювання. Це також включає розвиток культури інтелектуальної власності, розуміння її важливості для економічного та соціального прогресу країни. У перспективі Україна має потенціал стати лідером у сфері інтелектуальної власності в регіоні, якщо продовжуватиме активні дії у напрямку створення та захисту інтелектуальної власності, співпрацюватиме з міжнародними партнерами та інвестуватиме в освіту та науку.

Результати апробації основних положень кваліфікаційної бакалаврської роботи розглядали на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Міжнародні економічні відносини та сталий розвиток» (19 травня 2023 року, м. Суми, Україна).

Ключові слова: ТОВАРНІ ЗНАКИ, ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ, ТОРГОВА МАРКА, УКРАЇНА, ЗАХИСТ ПРАВ.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2023 рік

Рік захисту роботи – 2023 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	10
1.1 Економічна сутність товарних знаків та інтелектуальної власності.....	10
1.2 Етапи та методи оцінки прав інтелектуальної власності: міжнародний досвід.....	13
1.3 Особливості захисту об'єктів інтелектуальної власності.....	16
2 МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВІДОМИХ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ У СВІТІ	20
2.1 Основні тенденції розвитку товарних знаків у світі.....	20
2.2 Міжнародний досвід створення та захисту товарних знаків компанії «Самсунг» та «Макдональдс».....	24
3 НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ.....	28
3.1 Актуальні проблеми розвитку інтелектуальної власності в Україні	28
3.2 Напрями оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні.....	30
ВИСНОВКИ.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35
ДОДАТКИ.....	39

ВСТУП

У сучасному світі, який характеризується постійним технологічним прогресом і глобалізацією, об'єкти інтелектуальної власності (далі – ІВ), зокрема товарні марки, відіграють важливу роль в економіці країн. Вони стають потужним інструментом для відрізнення продуктів і послуг, позиціонування брендів і встановлення конкурентної переваги. Зростання значення товарних марок у структурі світового ринку об'єктів ІВ вимагає глибокого дослідження та аналізу цього явища.

Питання теоретичної сутності та специфіки товарних знаків як об'єктів інтелектуальної власності розкривалися в численних дослідженнях зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких слід виділити роботи Семківа В. О., Шандри Р. С., Білоусової Н. О., Джуно В. В., Суслікова Л. М., Світличного О. П. тощо. Окрема частина наукового доробку присвячена питанням захисту інтелектуальної власності, серед якого доцільно виділити роботи науковців Ходеківського Є. І., Данильченка М. А., Луціва І. В. Незважаючи на це, питання пошуку шляхів підвищення оптимізації розвитку інтелектуальної власності у світі та зокрема в Україні. набуває особливої актуальності та потребує більш глибокого дослідження.

Об'єктом дослідження є тенденції розвитку та застосування товарних знаків у міжнародному контексті як об'єктів інтелектуальної власності.

Предметом дослідження є товарні знаки як об'єкти інтелектуальної власності.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення особливостей міжнародного досвіду розвитку товарних знаків як об'єктів інтелектуальної власності та перспектив їх розвитку в Україні.

Для досягнення мети в роботі поставлені наступні *завдання*:

– дослідити економічну сутність товарних знаків та інтелектуальної власності;

- розглянути етапи та методи оцінки прав інтелектуальної власності відповідно до міжнародного досвіду;
- систематизувати особливості захисту об’єктів інтелектуальної власності.
- проаналізувати основні тенденції розвитку товарних знаків у світі;
- вивчити міжнародний досвід створення та захисту товарних знаків компанії «Самсунг» та «Макдональдс»;
- оцінити проблеми розвитку інтелектуальної власності в Україні;
- сформуванати напрями оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні.

У процесі дослідження залежно від цілей і завдань були використані відповідні загальнонаукові та емпіричні *методи дослідження*, серед яких аналіз та синтез, систематизація та узагальнення (для вивчення теоретичних аспектів розвитку та оцінки товарних знаків та інтелектуальної власності), метод кількісного аналізу, графічний та табличний методи (при аналізі основних тенденцій розвитку світового ринку товарних марок), історичний метод (для дослідження історії розвитку компаній «Самсунг» та «Макдональдс» та їхнього торгового знаку), методи індукції та дедукції, наукового абстрагування (при оцінці існуючих проблем та формуванні напрямів оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні).

Інформаційну основу дослідження склали міжнародні акти та документи, що регулюють права інтелектуальної власності, офіційні веб-сайти міжнародних організацій та національних органів з інтелектуальної власності, нормативно-правова база України, вітчизняна та зарубіжна наукова та науково-періодична література з питань товарних знаків, інтелектуальної власності та захисту прав.

Практичне значення одержаних результатів полягає в апробації матеріалів дипломної роботи на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Міжнародні економічні відносини та сталий розвиток» (19 травня 2023 року, м. Суми, Україна).:

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

1.1 Економічна сутність товарних знаків та інтелектуальної власності

Інтелектуальна власність займає ключове місце в міжнародній економічній системі, серед яких товарні знаки є об'єктами ідентифікації, репутації та впізнаваності на міжнародному ринку товарів та послуг. Технологічний розвиток впливає на сферу ІВ, стимулює інновації та творчість, що призводить до зростання значення захисту інноваційних продуктів. Сучасний бізнес-простір вимагає конкретики, актуальність товарного знаку, як об'єкта ІВ – достатньо вагомих факторів для міжнародного економічного середовища, це перш за все довіра та вартість активу.

Значення інтелектуальної власності у економічному контексті несе ряд факторів впливу, такі як конкурентоспроможність, інновації, комерціалізація, ліцензування, трансфер технологій, захист інвестицій та стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу. Технологічні винаходи та новаторські ідеї є джерелом ІВ, унікальність та винахідливість є ключовими аспектами, які відрізняють продукти або послуги на економічному ринку. ІВ стимулює активний розвиток інновацій у всіх сферах та дослідженнях, що у свою чергу стимулює економічний потенціал [38].

Можливість комерціалізувати та отримати прибуток через ліцензування, продаж прав або співпраця на базі бізнес-партнерської угоди сприяють появі нових робочих місць та зростанню економічних показників. Розвиток міжнародного співробітництва через трансфер технологій та ліцензування дає можливість обмінюватися досвідом між компаніями різних країн, а також формує сприятливі умови покращення малого та середнього бізнес-середовища, нові робочі місця та можливості створення нових товарів чи послуг, шляхом залучення більшої кількості кадрів [9].

Термін «інтелектуальна власність» відноситься до правових та інституційних заходів, які захищають інтелектуальну працю особистості. ІВ включає різноманітні об'єкти, такі як літературні, музичні та художні твори, винаходи, товарні знаки, дизайни, програмне забезпечення та багато інших.

Основна мета ІВ полягає у захисті прав власників творчих та інноваційних продуктів, а також стимулюванні подальшого розвитку науки, технологій та культури. По суті, термін означає певний об'єкт, що виявляється у матеріальній формі та підлягає охороні законом. Ці «нематеріальні інтереси» можуть бути найціннішими бізнес-активами компанії, які можна купити, продати або отримати ліцензію для отримання прибутку. Традиційно визнаними формами ІВ є торгові марки (включаючи доменні імена, які функціонують як торгові марки), авторські права, патенти та комерційні таємниці [23].

Основні види ІВ в основному залежать від типу продукту, який потребує певної охорони. Авторське право захищає вираження оригінальних авторських творів, зафіксованих на матеріальному носії певної тривалості. До цієї категорії належать літературні, драматичні, музичні, художні, певні комп'ютерні програми, напівпровідникові маски; які були «зафіксовані» у матеріальному середовищі певної постійності. Поняття авторського права та порушення є складним і часто заплутаним. За відсутності законодавчого винятку, такого як «добросовісне використання», необхідно отримати письмовий дозвіл від творця оригінального авторського твору на відтворення твору автора [31].

За допомогою патентів відбувається захист технологій та винаходів, їх комерціалізація та можливість власників контролювати використання інноваційних ідей на певний період часу. Оригінальні дизайни включаючи форму, колір, конфігурацію чи певний орнамент, які можна захистити за промисловими зразками, типом власності, який зберігає унікальність продукту чи послуги.

За допомогою товарних знаків власники позначають свої товари чи послуги особливими логотипами чи значками, які відрізняють їх від конкурентів, таким чином захищаючи унікальне найменування.

Кожен з цих типів ІВ має свої особливості, правові принципи та процедури отримання охорони. Власники ІВ можуть користуватися правовими заходами для захисту своїх прав та комерціалізації своїх творчих та інноваційних продуктів.

Ідентифікація товарів чи послуг на ринку у сучасному бізнес-середовищі здійснюється за допомогою об'єктів товарних знаків, це може бути символ чи комбінація символів, яка допомагає збільшити впізнаваність та слугує чудовим елементом для маркетингу компанії. Найбільш поширені об'єкти товарних знаків систематизовані у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Типові об'єкти товарних знаків

Об'єкт товарного знаку	Приклади
1. Логотип	Схеми, емблеми, знаки, графічні символи
2. Словесні та звукові марки	Аудіо-сигнали, звукові ефекти або мелодії, слова, назви, слогани або фрази
3. Комбіновані марки	Комбінація графічного символу та словесного елементу, яка створює унікальну ідентифікаційну позначку
4. Упаковка товару або його унікальна форма	Оригінальна форма товару або дизайн упаковки, що слугують як визначальні ознаки товарної марки
5. Кольорові марки	Конкретний колір або комбінація кольорів

Джерело: [10].

У більшості випадків терміни «торгова марка» і «товарний знак» використовуються як синоніми і вказують на той самий об'єкт – символ або комбінацію символів, які використовуються для ідентифікації товарів або послуг. Проте, у деяких юрисдикціях може бути незначна різниця у використанні цих термінів. У деяких країнах, зокрема в США, термін «торгова марка» (trademark) використовується для позначення символу або знаку, що ідентифікує товари або послуги, надаючи їм унікальність і відрізняючи їх від аналогічних продуктів і послуг конкурентів. Термін «товарний знак» (service mark) використовується, зазвичай, для позначення символу або знаку, що ідентифікує послуги, надаючи їм відмінну характеристику. Наприклад, якщо підприємство надає певні послуги, такі як консультації чи обслуговування, то вони можуть бути захищені як товарний знак.

Отже, інтелектуальна власність має вагомий вплив на економічну діяльність: стимулює конкуренцію, створює попит на інновації, сприяє комерціалізації технологій, наданню повної безпеки для власника та розвитку малого і середнього бізнесу. Слід зазначити, що об'єкт товарного знаку повинен бути достатньо унікальним та мати значущу відмінність від того що мають конкуренти, щоб мати впізнаваність та асоціацію з конкретною компанією. Загалом, відмінності між термінами «торгова марка» і «товарний знак» можуть бути незначними і залежать від конкретної юрисдикції та її законодавства. У більшості випадків ці терміни використовуються взаємозамінно для позначення символів, що ідентифікують товари або послуги.

1.2 Етапи та методи оцінки прав інтелектуальної власності: міжнародний досвід

Процес визначення комерційної цінності інтелектуальної власності визначається за допомогою інтелектуальних активів, а саме: патентів, торгових марок, авторських прав, технологій та інших складових, і має велике значення для прийняття управлінських рішень стосовно цих об'єктів на різних етапах життєвого циклу (створення правової охорони, комерціалізації і захисту). Міжнародний досвід у галузі оцінки прав інтелектуальної власності є важливим джерелом знань та методологій для розвитку національних систем оцінки. Багато країн та міжнародних організацій працюють над розробкою стандартів та методів оцінки, які допомагають установити реальну вартість інтелектуальної власності, вирішувати спори та сприяти інноваційному розвитку.

Оцінка ІВ зазвичай відбувається в декілька етапів та залежить від методології та конкретних потреб оцінювання, що в цілому зводяться до визначення її вартості, потенціалу та ризиків, пов'язаних з її використанням. В основному до основних етапів належать:

1. Визначення мети оцінки, що передбачає формування конкретних цілей.
2. Вибір методології, що включає прикладні методи, порівняльний аналіз, дохідні або затратні методи.
3. Збір потрібних даних, накопичення відповідних показників про ІВ: патентна документація, ліцензійні договори, економічні звіти, аналітичні публікації, тощо.
3. Аналіз інформації, під час якого відбувається аналіз накопичених даних з певною методологією.
4. Підбиття підсумків, створення письмового звіту, який включає встановлену вартість, використану інформацію, вказану методологію оцінки, аналіз даних та подальшу стратегію розвитку ІВ.[16]

Вибір методу до оцінки відбувається залежно від конкретного поєднання об'єкта оцінки, мети оцінки й обраного до оцінки виду вартості. Під підходом до оцінки вартості розуміють загальний спосіб визначення вартості, в рамках якого використовується один чи більше методів оцінки. Національним стандартом України № 1 «Основні положення оцінки майна та немайнових прав» виділені 3 підходи до оцінки, які наведені в таблиці 1.2. Ці підходи співпадають з підходами, які рекомендовані міжнародними стандартами оцінки МСО1-МСО4, МСО-2000.

Якщо взяти до уваги досвід оцінки ІВ у різних країнах, то це все залежить від існуючого законодавства та правових норм. Основні аспекти, які мають вплив на різноманітні оцінки ІВ є наступні:

- законодавча та нормативна база (патентне право, торгові марки чи авторське право);
- економічні та соціальні фактори (наприклад, стан розвитку ринку, тобто попит на ІВ та її пропозиція, рівень конкуренції);
- юридичні фактори, зокрема судові прецеденти та рішення тощо.

Ці фактори спричиняють різноманітність підходів та методології оцінки ІВ в різних країнах. Оцінка інтелектуальної власності повинна враховувати специфіку кожної країни та відповідати відповідним законодавчим та стандартним вимогам.

Таблиця 1.2 – Методи оцінки інтелектуальної власності

Метод	Характеристика
Дохідний	Є найбільш часто використовуваним методом оцінки ІВ. Він оцінює актив ІВ на основі суми економічного доходу, який він, як очікується, принесе, скоригований до його поточної вартості. Цей метод найпростіший у використанні для активів ІВ з позитивними грошовими потоками, для тих, чий грошові потоки можна оцінити з певним ступенем надійності на майбутні періоди, і де можна використовувати проксі для ризику для отримання ставок дисконтування.
Ринковий або порівняльний	Ринковий метод заснований на порівнянні з фактичною ціною, сплаченою за передачу прав на подібний актив ІВ за порівнянних обставин. Цей метод має перевагу в тому, що він простий і заснований на ринковій інформації, тому він часто використовується для встановлення приблизних значень для використання при визначенні ставок роялті, податку та вихідних даних для методу доходу.
Витратний або метод затрат	Метод витрат встановлює вартість активу ІВ шляхом розрахунку вартості подібного (або точного) активу ІВ. Метод витрат особливо корисний, коли актив ІВ можна легко відтворити і коли економічні вигоди від активу не можуть бути точно визначені кількісно. Цей метод не враховує марні витрати, а також не враховує будь-які унікальні чи нові характеристики активу.
Дисконтування	Цей метод використовується для визначення сучасної вартості майбутніх потоків доходів, отриманих з використанням інтелектуального активу. Враховуються ризики та норму дисконту, щоб встановити вартість активу в сучасних умовах.

Джерело: [2].

Оцінка товарних знаків як об'єктів ІВ залежить від конкретних вимог, контексту та промислового сектору. Послідовність етапів оцінки товарних знаків наведена в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Етапи оцінки товарних знаків

Етап	Характеристика
Збір інформації	Пошук необхідних даних про товарний знак
Аналіз юридичної охорони	Перевірка правових норм
Ринковий аналіз	Визначення позиції товарного знаку, рівень конкуренції та вартість.
Оцінка фінансових показників	Аналіз фінансового розвитку, рівень затрат та доходів
Метод оцінки	Потрібно обрати конкретний метод, залежить від економічних обставин та ситуації
Формування звіту	Висновок оцінки вартості товарного знаку, зазвичай це грошовий еквівалент та подальша стратегія розвитку та вдосконалення.

Етапи оцінки ІВ важливі, тому що дозволяють власникам створити систему розвитку, сформувані напрями інвестиційної діяльності та надає можливість правильно варіювати ресурсами. Залучення нових інвестицій або отримання кредитування є важливим аспектом, адже інвестори та кредитори можуть оцінювати вартість, як один з факторів, що впливають на ризик та потенційні доходи. Звітність, оцінка активів та податкове планування будуть важливими факторами для бухгалтерського управління.

Оцінка допомагає встановити цінність та доходи, які пов'язані з інтелектуальною власністю, і впливає на прийняття фінансових рішень та подальших стратегій. Методи оцінки інтелектуальної власності є необхідним інструментом для ефективного управління інтелектуальними активами, прийняття фінансових рішень та захисту прав на інтелектуальну власність.

1.3 Особливості захисту об'єктів інтелектуальної власності

Захист інтелектуальної власності означає прийняття заходів для забезпечення правового визнання та захисту інтелектуальних прав на ідеї, винаходи, твори, товарні знаки та інші творчі результати. У більшості країн існують чотири основних типи ІВ, які можуть бути захищені законом: патенти, товарні знаки, авторські права та комерційна таємниця.

Патенти використовуються для захисту винахідницьких ідей або процесів – нових, корисних і неочевидних речей – патенти – це те, що найчастіше спадає на думку, коли думаєш про захист. Патенти також використовуються для захисту нових видів або штамів рослин. Як правило, інноваційні команди працюють над вирішенням загальної проблеми, з якою стикається їхня організація, галузь чи світ у цілому під час розробки своєї ідеї. Коли вони приходять до рішення або концепції, вони складають плани та збирають ресурси, необхідні для втілення їх у

реальність. Для більш точного опису кінцевого продукту або процесу можна створити прототипи або креслення [17].

Внутрішній процес перевірки часто відбувається з кожним винаходом. Команда інновацій складається з внутрішнього радника та комісії з розгляду винаходів із різних дисциплін. Рецензенти оцінюють, оцінюють, оцінюють, оцінюють і виділяють потенційні недоліки в підтверджуючих документах та описах винаходу, які потім усуває винахідник. Ці огляди можуть і часто відбуваються кілька разів для одного винаходу.

Якщо винахід вважається достатньо гідним для забезпечення патентного захисту, деякі організації готують власні тимчасові або нетимчасові патентні заявки. Під час підготовки заявки, а потім її подання до відповідного патентного відомства і розпочати стадію судового переслідування (назад і назад з державним патентним відомством) може бути внесено більше змін. Зазвичай цим процесом і пов'язаною діяльністю керує зовнішній адвокат [15].

Докетування - це процес, за допомогою якого створюються документи, які фіксують і підтверджують різні факти, події, явища або думки. Для цього використовуються різні методи, способи і засоби запису інформації на матеріальних носіях. Документи мають важливе значення для різних сфер суспільної діяльності, тому їх створення підпорядковується певним правилам і нормам. Докетування може мати різну форму, спосіб і систему в залежності від типу інформації, знакової системи і матеріального носія.

Для отримання патенту потрібно подати заявку до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері інтелектуальної власності, і пройти експертизу, яка перевіряє відповідність об'єкта умовам патентоздатності. Після схвалення патенту він реєструється, публікується і видається його власнику. Патент має обмежений термін дії, який залежить від типу об'єкта і може бути продовжений за умови сплати річного збору. Патент може бути припинений або визнаний недійсним у разі порушення законодавства або виявлення недостовірності інформації у заявці.

Витрати на патент складаються з різних складових, таких як заробітна плата працівникам, які беруть участь у розробці об'єкта промислової власності, податки та збори, що нараховуються на заробітну плату, інші витрати, пов'язані з розробкою об'єкта промислової власності та оплата послуг патентного повіреного. Розміри податків, мита і зборів встановлюються законодавством і залежать від типу об'єкта промислової власності, терміну дії патенту, кількості заявників та інших факторів.

Торгова марка - це позначення, яке дозволяє вирізнити товари або послуги одного суб'єкта господарювання від товарів або послуг інших суб'єктів. Торгова марка захищає комерційне ім'я, логотип, слоган, емблему, кольорове оформлення або інші елементи, які придатні для графічного зображення. Для отримання права на торгову марку потрібно подати заявку до Укрпатенту і пройти процедуру експертизи. Право на торгову марку діє 10 років і може бути продовжене необмежену кількість разів за умови сплати збору.

Торговельними марками часто називають активи, які характеризують або інакше вказують на джерело основних продуктів або послуг, які надає компанія, наприклад, левиний гуркот MGM, помаранчева кольорова комбінація Home Depot, логотип Intel Inside і т.д. [25].

Заявка на торговельну марку - це документ, який подається до Укрпатенту для реєстрації позначення як торгової марки. Заявка на торговельну марку повинна містити таку інформацію як дані про заявника (прізвище, ім'я, по батькові або назва юридичної особи, адреса), зображення позначення, перелік товарів або послуг, для яких клеймиться охорона, клас (-и) МКТП (Міжнародна класифікація товарних знаків) та документи, що підтверджують претензію на пріоритет (якщо є) або документи, що підтверджують право на подання заявки (якщо заявник не є автором позначення).

Авторське право - це одна з галузей права інтелектуальної власності, яка надає авторам творів оригінального характеру виключне право на їх використання і розповсюдження. Авторське право стосується не самої ідеї, а лише її форми вираження у матеріальному носії. Авторським правом захищаються такі види

творів як літературні твори, як-от книги, статті, поезія, музичні твори, художні твори, скульптури, графіка, фільми, серіали, анімація, комп'ютерні програми та бази даних і драматичні та хореографічні твори. Авторське право виникає автоматично з моменту створення твору і не потребує реєстрації. Авторське право складається з двох компонент: майнових прав, які дають автору можливість отримувати дохід від свого твору шляхом його продажу, ліцензування або передачі іншим особам та особистих немайнових прав, які дають автору можливість контролювати способи використання свого твору і забезпечують його моральний інтерес до твору. Авторське право діє обмежений час (зазвичай протягом життя автора плюс 70 років після його смерті) і знаходиться у сфері загального користування після закінчення цього терміну.

Комерційна таємниця - це вид інформації, яка має такі ознаки: — вона не є відомою і легкодоступною для широкого кола людей, які займаються схожою сферою діяльності; — вона має економічну вартість для її власника або користувача; — вона підлягає захисту від розголошення за допомогою різних заходів, які приймає особа, яка законно володіє цією інформацією. Комерційною таємницею може бути будь-яка інформація технічного, організаційного, комерційного або іншого характеру, якщо вона не належить до загальновідомих фактів або не попадає під обов'язкове оприлюднення за законом.

Стаття 420 Цивільного кодексу України стверджує, що комерційна таємниця належить до об'єктів інтелектуальної власності. Отже, право власності на комерційну таємницю належить особі, яка законно визнала інформацію як таку, якщо інше не визначено угодою [13].

Загалом, захист інтелектуальної власності є важливим для стимулювання інновацій, економічного розвитку, захисту прав творців і винахідників, захисту споживачів та збереження знань і культурної спадщини. Захист товарного знаку дозволяє підприємству будувати ідентичність бренду, відрізнитися на ринку та отримувати вигоди від свого доброго імені та репутації. Він також допомагає запобігати плагіату, незаконному використанню та підробці товарів або послуг, що може негативно вплинути на довіру споживачів.

2 МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВІДОМИХ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ У СВІТІ

2.1 Основні тенденції розвитку товарних знаків у світі

У сучасному світі, де бізнес-середовище швидко змінюється, товарні знаки стають все більш важливим елементом успішного ведення бізнесу на міжнародному ринку. Вони не лише слугують ідентифікацією продуктів та послуг, але й визначають їх бренд, створюють впізнаваність та встановлюють емоційний зв'язок зі споживачами.

У той час як раніше товарні знаки більше використовували для ідентифікації товарів, зараз же збільшується ринок брендингу послуг. Цьому сприяє і зростання сектору електронної комерції, що сприяє збільшенню товарних знаків для онлайн-бізнесу, власники якого орієнтуються на створення унікальності бренду в електронному середовищі, для привернення уваги та гарної конкуренції на цифровому ринку.

Окрім того достатньо важливим є вплив маркетингу, фактори формування та популяризації бренду стають важливими чинниками при розвитку бізнес стратегії. У цьому контексті товарні знаки використовуються для ідентифікації певного персонального бренду та налагодження співпраці з компаніями у рамках рекламних кампаній. Інновації та новий погляд на світ дизайну товарних знаків, включаючи абстрактні погляди, нові кольорові бачення, оригінальні малюнки тощо. Все більше уваги споживачі звертають на оформлення та сучасність товарного знаку, тому ця світова тенденція допомагає бути бізнесу більш конкурентоспроможним та клієнтоорієнтованим.

Розробка технологій штучного інтелекту і комп'ютерного зору дозволяє автоматизувати процес розпізнавання товарних знаків на зображеннях. Це допомагає виявляти порушення та контролювати використання знаків у реальному часі.

Хоча товарні знаки можуть бути важливими для візуального ідентифікування продукту або послуги, інші об'єкти інтелектуальної власності, такі як патенти, авторські права, промислові зразки та комерційне ноу-хау, також відіграють важливу роль у захисті і комерціалізації інтелектуальної власності. Кожен з цих об'єктів може бути у власності, ліцензованим, проданим або використовуватись як засіб для отримання комерційної вигоди. Можемо спостерігати аналітику у таблиці 2.1, де показане співвідношення товарних знаків та інших об'єктів інтелектуальної власності, такі як промисловий знак, патенти, корисна модель. З таблиці видно, що найбільші показники у розвитку на товарний знак і з кожним роком кількість тільки збільшується.

Таблиця 2.1 – Співвідношення товарних знаків та інших об'єктів інтелектуальної власності за 2016 – 2021 рр., од.

Тип	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Промисловий знак	1,286,200	1,277,300	1,343,800	1,361,000	1,387,800	1,515,200
Патенти	3,125,000	3,169,00	3,332,600	3,232,800	3,281,900	3,401,100
Товарні марки	9,775,600	12,380,100	14,308,600	15,128,100	17,193,800	18,145,100
Корисна модель	1,553,560	1,761,410	2,146,120	2,341,120	3,000,100	2,942,490

Джерело [7].

Загалом, товарні знаки продовжують еволюціонувати, відображаючи зміни в економіці, технологіях та споживацьких уподобаннях. За даними статистичної бази даних Statista [7] у 2021 році на реєстрацію товарного знаку було подано 13,9 мільйонів заяв. У порівнянні з минулим роком це на 4 % більше, останні десять років спостерігається лише зростання. Навіть пандемія не завдала великих втрат для зменшення розвитку ІВ у світі. Останні роки заявок на товарні знаки було у чотири рази більше ніж у 2007 році (рис. 2.1).

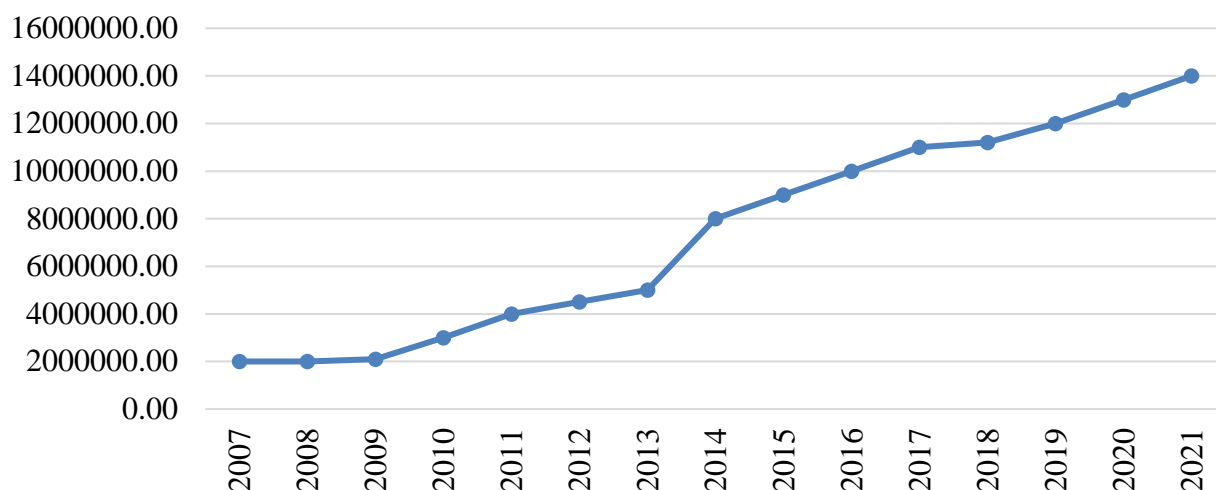


Рисунок 2.1 – Динаміка подання заявок на реєстрацію товарних знаків за 2007 – 2021 рр., од.

Джерело: [8].

Для аналітики визначення кількості ІВ у світі, слідкують за часткою поданих заяв на реєстрацію товарного знаку за рік. Наприклад, Китай у 2021 році створив 11,5 % річного збільшення глобальних заявок на товарні знаки, але лідером стала Великобританія з часткою 18,1 % загального річного приросту. Потім Бразилія - 10,1 %, Туреччина – 7,4%, Індія - 6,7%. Якщо взяти показник США у 2021 році, то лише 3,1 % від загального приросту [8].

У порівнянні з 2020 роком збільшився рівень реєстрації товарних знаків, було зафіксований ріст з 12 % до 32 %. Розглянувши детальніше показник Великобританії, можна зробити висновок, що це зумовлено великим попитом з-за кордону. До 2021 року власники іноземних торгових марок могли поширити захист своїх знаків на Великобританію через EUIPO. Оскільки Сполучене Королівство більше не є членом Європейського Союзу (ЄС), власники, які бажають отримати захист товарних знаків у Сполученому Королівстві, тепер повинні подавати заявки або безпосередньо в офісі Об'єднаного Королівства, або через Мадридську систему, яку адмініструє ВОІВ, вказавши Сполучене Королівство [8].

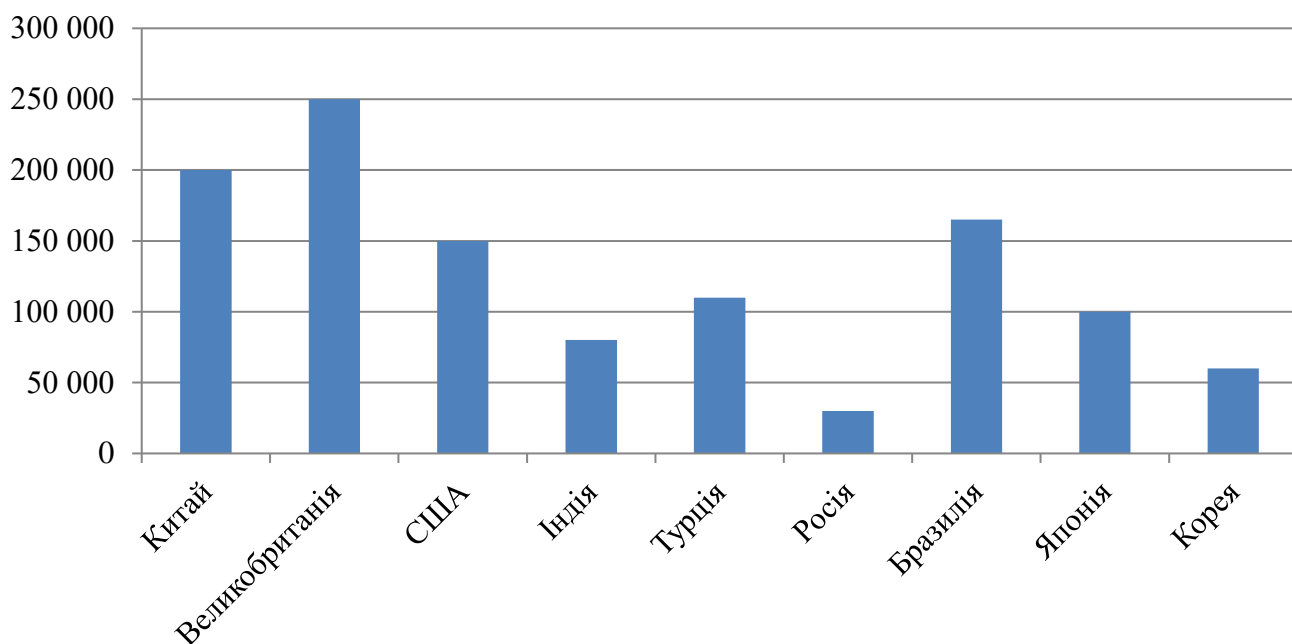


Рисунок 2.2 – Подання заявок на торговельний знак у 2021 році

Джерело: [8]

Зниження рівня зареєстрованих заявок на отримання товарного знаку, спостерігалось у 2021 році в Японії (- 13,5 %) і російської федерації (- 0,6 %), ніж у попередньому році. Розглянувши показники 20 найкращих офісів (Додаток Б, рис. Б.1), дев'ять офісів були із низьким або середнім рівнем доходу. Інші офіси, розташовані в окремих країнах із низьким і середнім рівнем доходу, а саме в Україні (71 234) у Таїланді (68 103), на Філіппінах (64 946) і в Колумбії (55 606) було подано відносно багато заявок на торгові марки. У більшості відомств заявки на торгові марки подають переважно резиденти, які шукають захисту в межах своєї внутрішньої юрисдикції. Понад 20 кращих офісів 15 мали більший річний приріст кількості поданих заявок від нерезидентів, ніж від резидентів [8].

Отже, збільшення інтересу до створення товарного знаку у міжнародній економіці спостерігається з кількох причин, а саме через забезпечення юридичного захисту, брендової вартості, розширення діяльності на міжнародному ринку торгівлі, захисту від конкуренції.

Глобальні тенденції щодо зміни в технологіях та економіці впливають на збільшення кількості товарних знаків. Перш за все вагому роль відіграє

технологічний прогрес, а саме утворення інновацій, шалений потік нових технологій та ідей потребують захисту та юридичного затвердження. Наступне, глобалізація та міжнародна торгівля вимагають відстоювання своїх інтересів та уникнення порушень на міжнародній арені серед інших конкурентів. Свідомість та зацікавленість у інноваційності та впізнаваності товарів та послуг від споживачів, розвиток у законодавстві та врахування нових викликів та потреб, глобальна конкуренція на міжнародному ринку торгівлі товарами та послугами також сприяють збільшенню кількості товарних знаків. Ці аспекти показують, що тенденції в економіці, технологіях та суспільстві мають суттєвий вплив на розвиток ІВ. Розуміння цих тенденцій допомагає компаніям адаптуватися до нових викликів та зберігати свою конкурентну перевагу.

2.2 Міжнародний досвід створення та захисту товарних знаків компанії «Самсунг» та «Макдональдс»

У сучасному світі брендінг та створення сильного товарного знаку є важливими аспектами успіху бізнесу. Дослідження міжнародного досвіду створення та розвитку товарних знаків дозволяє як торговельні знаки функціонують у різних країнах і які вимоги до їх реєстрації та захисту. У цьому дослідженні розглянуто міжнародний досвід створення та розвитку товарних знаків компаній «Самсунг» та «Макдональдс». Обидва бренди успішно побудували свою репутацію і статус лідерів у своїх галузях завдяки вдалому брендінгу та ефективному використанню своїх товарних знаків.

«Самсунг» (Samsung) – відомий у всьому світі конгломерат, що з'явився у Південній Кореї близько 80 років тому. Дана компанія виробляє та реалізує високотехнологічні компоненти, побутову техніку, телекомунікаційне обладнання та аудіо- та відеопристрої. Логотип "Самсунг" є одним з найвідоміших та впізнаваних брендових символів у світі.

Історія логотипу компанії "Самсунг" починається в 30-х роках ХХ століття, коли корейський підприємець Лі Бен Чхоль вирішує налагодити виробництво рисового борошна [21]. Завдяки активному розвитку постачання харчових товарів з'являється можливість офіційної реєстрації торгової марки Samsung Trading Company. Це перший крок у становленні бренду.

Перший товарний знак компанії (Додаток А, рис. А.1) з'явився у 1938 році. Назва «samsung» перекладається як «три зірки», тому на емблему бренду було вирішено нанести ці зображення. А тло у вигляді локшини було обрано, виходячи з концепції бізнесу. Але цей варіант логотипу компанії "Самсунг" досить швидко став неактуальним через розширення асортименту товарів компанії.

За час свого існування логотип "Самсунг" кілька разів змінювався (Додаток А, рис. А.2) [6]. Цьому передували різні події, у тому числі повна зміна специфіки бізнесу. У 60-ті роки бренд став займатися реалізацією страховок та продажем нерухомості, що значно вплинуло на зовнішній вигляд майбутнього логотипу Samsung. У 1993 році компанії "Самсунг" стає сучасною глобальною корпорацією, через що виникає потреба у кардинальних змінах емблеми бренду. І з цього року їх логотип більше не містить зображення трьох зірок. Їх замінило найменування компанії, поміщене до центру еліпса. Фігура пофарбована в синій колір, який одночасно символізує небо та воду. А літери назви, що стосуються меж еліпсу, уособлюють зв'язок бренду з усім світом. Цей дизайн логотипу існував аж до 2015 року і був широко впізнаваним серед аудиторії різних країн. Проте зміни торкнулися його.

Вже майже 5 років компанія "Самсунг" використовує новий фірмовий знак. Його дизайн став простіше, втративши іконку у вигляді еліпса та змінивши колір напису [21]. В даний час лого "Самсунг" складається лише з найменування, виконаного синім кольором. Такий ребрендинг дозволив отримати сучасніший логотип, зберігши при цьому впізнаваність компанії.

Наступним прикладом є історія захисту торгового знаку компанії «Макдональдс» («McDonald's»), який є одним із найбільших і найвідоміших

компаній у глобальній сфері швидкого харчування, досвід захисту цієї компанії свого торгового знаку на міжнародному ринку є достатньо корисним.

Компанія «Макдональдс» є одним з найвідоміших брендів у світі, який має понад 39 000 ресторанів у різних країнах. Для успішного ведення свого бізнесу компанія активно створює та захищає свої товарні знаки на різних ринках. Особливо це стосується знаку «Mc», який є префіксом для багатьох продуктів та послуг компанії.

Проте не всюди компанія «Макдональдс» може легко використовувати та захищати свої права на знак «Mc». У деяких країнах вона стикається з конкурентами, які намагаються скористатися її популярністю та репутацією, або з недосконалою законодавчою базою.

Наприклад, у 2019 році компанія «Макдональдс» втратила свої права на знак «Big Mac» у Європейському Союзі через скаргу ірландської мережі ресторанів «Supermac's», яка звинуватила американську компанію у «буллінгу» за допомогою товарних знаків. Європейське Управління Інтелектуальної Власності визнало, що компанія «Макдональдс» не використовувала знак «Big Mac» у відповідності до законодавства ЄС. Компанія «Макдональдс» оскаржила це рішення.

У 2019 році також суд Сингапуру визнав, що компанія «Макдональдс» не має права на префікс «Mc» або «Mac» у цьому країні, оскільки вони не пов'язані з її типом бізнесу. Суд вирішив на користь маленької компанії Future Enterprises Private Ltd., яка подала заявку на реєстрацію товарних знаків «Mac Chocolate», «Mac Tea» та «Mac Noodle» для своїх продуктів. [32]

З іншого боку, у 2022 році компанія «Макдональдс» подала заявку на реєстрацію товарного знаку для віртуального ресторану, який буде працювати у метаверсум - віртуальному світі, який розвиває компанія Meta, материнська компанія Facebook. Це свідчить про те, що компанія «Макдональдс» намагається бути на крок попереду своїх конкурентів та адаптуватися до нових технологій. Таким чином, компанія «Макдональдс» має багатий та різноманітний досвід створення та захисту своїх товарних знаків у різних куточках світу. Це дозволяє їй

підтримувати свою високу якість продуктів та послуг, а також свою лояльність споживачів.

Підсумовуючи варто відмітити, що логотип компанії "Самсунг" є символом якості, інновацій та технологічного прогресу. Він продемонстрував еволюцію бренду протягом багатьох років і зберігає свою популярність і впізнаваність в сучасному світі. Натомість компанія «Макдональдс» захищає свою брендову ідентичність, бо це має значний вплив на їх успішну конкурентоспроможність на ринку. Приклади таких відомих компаній демонструють успішний розвиток та захист їхніх товарних знаків на світовому ринку. Розглянувши міжнародний досвід двох відомих компаній, можна сказати, що захист торгового знаку допомагає компанії зберегти свою унікальність, конкурентну перевагу та встановити захист правової інтелектуальної власності в міжнародному контексті.

3 НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

3.1 Актуальні проблеми розвитку інтелектуальної власності в Україні

Інтелектуальна власність відіграє ключову роль у сучасному економічному розвитку, сприяючи інноваціям, технологічному прогресу та конкурентоспроможності. Україна має великий потенціал у даній сфері, але для його ефективного використання та розвитку необхідна оптимізація.

Інтелектуальна власність в Україні охороняється законодавством, яке включає низку нормативно-правових актів. До них належать Закон України «Про авторське право і суміжні права» та Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Додатково, існують інші законодавчі та методичні акти, що регулюють окремі більш часткові аспекти розвитку ІВ, такі як патентне право, права на топології інтегральних мікросхем, права на сорти рослин тощо.

Україна також є учасником міжнародних договорів та конвенцій, які регулюють охорону права ІВ, такі як Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІС), Бернська конвенція, Паризька конвенція та інші. Це дозволяє українським авторам та власникам ІВ користуватися захистом своїх прав на міжнародному рівні [12] та дає можливість звертатися до міжнародних органів для захисту своїх прав, якщо вони порушені за межами країни.

Державне управління ІВ в Україні здійснюється через відповідні органи, в тому числі Центральне телевізійне і радіомовлення України, Державну службу інтелектуальної власності, а також через систему судів. Вони всі грають важливу роль в процесі визначення, захисту і забезпечення прав на ІВ.

На науковому та освітньому рівнях, університети і наукові установи України активно сприяють створенню і використанню ІВ. Вони організують навчальні курси та семінари, спрямовані на підвищення обізнаності населення, та проводять дослідження в цій області.

Водночас, українська промисловість і бізнес також стають все більш активними у створенні та використанні ІВ. Компанії і стартапи змушені конкурувати не тільки на внутрішньому, але і на міжнародному ринку, вони поступово розуміють важливість ІВ як стратегічного активу.

Однак, не зважаючи на існуючі механізми захисту, ІВ в Україні стикається з певними проблемами. Для подальшого розвитку ІВ необхідно зробити кроки в напрямку підвищення свідомості, поліпшення законодавства та ефективності системи захисту, а також забезпечити ефективне виконання правових норм [24]. Найбільш нагальними проблемами, що гальмують розвиток даного сектору в Україні є наступні.

1. Недосконалість законодавства

Хоча Україна є учасницею більшості ключових міжнародних договорів, що регулюють ІВ, національне законодавство в цій сфері залишається неповним та неадекватним. Зокрема, українське законодавство не враховує сучасні тенденції розвитку технологій та цифрових комунікацій, що ставить під загрозу права власників ІВ. Наприклад, в Україні не вистачає законодавчої бази для захисту від цифрового піратства, що підкопує інтереси авторів і виробників медіаконтенту.

2. Відсутність поваги до інтелектуальної власності

Зневажливе ставлення до прав ІВ також є серйозною проблемою. Це виявляється, наприклад, у масовому порушенні авторських прав через незаконне копіювання та розповсюдження контенту в інтернеті. Такі дії знижують стимул для творчості та інновацій, оскільки автори і винахідники не можуть отримувати достатній прибуток від своєї роботи.

3. Недостатня фінансова підтримка

Фінансова підтримка для розвитку і комерціалізації ІВ в Україні також є недостатньою. Це призводить до того, що багато інноваційних проєктів не можуть розвиватися або змушені шукати підтримку за кордоном. Наприклад, багато українських стартапів змушені звертатися до іноземних інвесторів або переносити свою діяльність за кордон, оскільки не можуть отримати необхідне фінансування в Україні.

4. Посилення боротьби з піратством

Для зниження рівня порушення прав на ІВ важливо підвищити ефективність боротьби з піратством, включаючи цифрове. Це може включати посилення контролю над розповсюдженням контенту в інтернеті і збільшення відповідальності за порушення.

5. Освіта та просвітництво

Важливим елементом розв'язання проблеми є робота з громадськістю. Необхідно проводити просвітницьку роботу, пояснювати важливість захисту ІВ, а також показувати переваги законного використання контенту.

Всі ці заходи потребують спільних зусиль від держави, бізнесу, освітніх установ та громадськості, але вони можуть стати важливим кроком на шляху до створення ефективної системи захисту ІВ в Україні.

Отже, проблеми розвитку інтелектуальної власності в Україні є суттєвими та потребують вирішення для можливостей стимулювання інновацій та економічного зростання. Це вимагає вдосконалення законодавчої бази та покращення юридичної практики в області інтелектуальної власності, щоб забезпечити ефективний захист прав власників та стимулювати творчість та інновації.

3.2 Напрями оптимізації розвитку інтелектуальної власності в Україні

Розвиток інтелектуальної власності в Україні є важливою частиною поступового переходу країни до інноваційної економіки. Це процес, що включає створення і захист прав на винаходи, товарні знаки, промислові зразки, авторські права і суміжні права, а також технологічні переваги. Право на ІВ заохочує науковців, винахідників і творців до розвитку нових ідей, що, у свою чергу, стимулює економічне зростання і соціальний розвиток. В умовах глобалізації

інформаційного суспільства, захист авторського права вимагає використання новітніх заходів охорони, які повинні йти в ногу з розвитком суспільства.[35]

Щоб дотримуватися стандартів Європейського Союзу та світових тенденцій, Україна поступово модернізує свій законодавчий корпус в області ІВ. Це включає в себе не тільки внесення змін до існуючого законодавства, але і прийняття нових законодавчих актів, спрямованих на захист прав власників.

У контексті глобалізації і цифровізації, важливість ІВ в Україні стає ще виразнішою. Доступ до міжнародного ринку через Інтернет вимагає від українських компаній належного захисту своїх інтелектуальних прав. Тому розвиток ефективного законодавства про ІВ та його впровадження стає ключовим фактором економічного зростання.

Ще одним важливим аспектом є вдосконалення системи видачі патентів і реєстрації товарних знаків. Більш ефективна система, що була б швидкою і прозорою, могла б сприяти захисту прав на ІВ і стимулювати інвестиції в Україні. Значну роль відіграє розуміння суспільством важливості ІВ. Необхідно проводити більше інформаційних кампаній, освітніх програм та семінарів для підвищення обізнаності у цій сфері.

В умовах сучасного світу, розвиток ІВ в Україні є не лише важливим, але й необхідним елементом. Це може сприяти не лише економічному зростанню, але й культурному розвитку, покращенню репутації країни на міжнародній арені, і зміцненню її позицій у глобальному інноваційному просторі.

Поглиблення міжнародного співробітництва в області ІВ також є важливим для України. Членство в різних міжнародних організаціях та участь у глобальних ініціативах може допомогти Україні вивчити найкращі практики, адаптувати їх до вітчизняних умов та зміцнити її позиції на міжнародному рівні.

Безумовно, важливим є залучення приватного сектору в процес розвитку ІВ. Компанії мають активно співпрацювати з урядом і науково-освітніми установами, щоб створити ефективний механізм захисту і використання інтелектуальної власності.

Підсумовуючи варто підкреслити, що розвиток ІВ в Україні не є лише питанням правового регулювання. Це також включає в себе розвиток культури ІВ, розуміння її важливості для економічного і соціального прогресу країни. У подальшому перспективі, Україна має потенціал стати лідером в області інтелектуальної власності в регіоні, якщо продовжити проводити активні дії у напрямку створення і захисту інтелектуальної власності, співпрацювати з міжнародними партнерами і інвестувати в освіту та науку.

ВИСНОВКИ

На основі отриманих результатів можна зробити наступні висновки:

Товарні знаки виступають як важливий елемент інтелектуальної власності і мають велике значення для бізнесу. Вони дозволяють підприємствам відрізнитися від конкурентів, створюючи унікальний образ і позиціонуючись на ринку. Економічна сутність товарних знаків полягає у створенні конкурентної переваги, збільшенні вартості бренду та залученні споживачів. Вони є важливим ресурсом, який може сприяти розвитку підприємств і підвищенню їхньої конкурентоспроможності.

Методи оцінки прав інтелектуальної власності дозволяють визначити вартість товарних знаків та ефективно управляти ними. Це важливий етап при прийнятті рішень щодо інтелектуальної власності та її комерціалізації. Це включає в себе планування і реалізацію маркетингових кампаній, ліцензування та франчайзинг, а також захист від порушень прав. Оцінка і управління товарними знаками є необхідними інструментами для досягнення успіху на ринку і збереження конкурентних переваг.

Захист інтелектуальної власності є актуальною проблемою, особливо в умовах швидкого технологічного розвитку та глобалізації. Необхідно створити ефективну систему правового захисту, щоб запобігти порушенню прав та незаконному використанню товарних марок. Зростає значення цифрового середовища та онлайн-присутності, що вимагає підприємствам адаптуватися до нових трендів і забезпечувати захист своїх товарних знаків в цьому середовищі. Крім того, зміни у споживчих перевагах і технологічний прогрес впливають на способи позиціонування і розвитку брендів. Підприємства повинні бути готові до адаптації та інновацій, щоб успішно конкурувати на міжнародному ринку.

Розвиток товарних марок у світі характеризується динамічними тенденціями, такими як глобалізація ринків, зміни споживчих переваг та технологічний прогрес. Захист і ефективне управління інтелектуальною власністю

є важливими аспектами розвитку сучасного господарства, і їх вдосконалення сприятиме зміцненню позицій країни як інноваційного лідера на міжнародному ринку.

Приклади відомих компаній, таких як «Самсунг» та «Макдональдс», демонструють успішний розвиток та захист їхніх товарних знаків на світовому ринку. Вони є прикладами того, як ефективний розвиток і захист товарних знаків можуть сприяти створенню міцного бренду та успішному позиціонуванню на світовому ринку. Ці компанії вкладають значні зусилля в розвиток інноваційних продуктів і послуг, а також в рекламу та маркетингові заходи, що дозволяє їм зберігати лідерство в своїх галузях та забезпечувати вірність споживачів.

В Україні проблематика розвитку інтелектуальної власності потребує уваги та вирішення. Недостатня свідомість про важливість захисту прав інтелектуальної власності, відсутність ефективних механізмів контролю та недостатня законодавча база є факторами, що ускладнюють розвиток інтелектуального потенціалу країни.

На підставі проведеного дослідження рекомендується здійснювати кроки щодо підвищення свідомості бізнес-середовища та суспільства про важливість захисту інтелектуальної власності і ролі товарних знаків у структурі світового ринку об'єктів інтелектуальної власності, стимулювати співпрацю та обмін досвідом науковців, практиків та фахівців з інтелектуальної власності. Важливими кроками є реформування законодавчої бази у сфері інтелектуальної власності в Україні, шляхом усунення прогалин та впровадження ефективних механізмів контролю і захисту прав, сприяння розвитку національної системи оцінки товарних знаків інтелектуальної власності, що відповідає міжнародним стандартам, що дозволить визначити об'єктивну вартість товарних знаків та раціонально управляти ними.

Результати дослідження сприятимуть підвищенню ефективності використання товарних знаків, зміцненню конкурентних переваг підприємств та покращенню захисту прав інтелектуальної власності як на національному, так і на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Castaldi С. Торговельну марку чи не торговельну марку: випадок креативні та культурні індустрії. Політика досліджень. 2018. №47(3), р. 606-616.
2. Flikkema M.J., Castaldi С., de Man А.Р. Торгова марка пов'язаність з інноваційними продуктами та послугами: підхід до стратегії брендингу. Політика досліджень. 2019. №48, р. 1340-1353.
3. Greenhalgh С., Rogers М. Торгові марки та ефективність у послуги та виробничі фірми: докази конкуренції. Шумпетер через інновації. Australian Economic Review. 2012. №45(1). Рр. 50–76.
4. McDonald's: история создания и успеха МакДональдс. LinDeal: веб-сайт. URL: <https://lindeal.com/business/mcdonalds-istoriya-uspekha-kompanii> (дата звернення: 20.05.2023).
5. McDonalds: історія і еволюція відомого логотипу. Hillel blog: веб-сайт. URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/mcdonalds-istoriia-i-evoliutsiia-vidomoho-lohotypu> (дата звернення: 01.06.2023).
6. Samsung: история создания и эволюция «звездного» бренда: веб-сайт. URL: <https://welovebrands.com.ua/brandomania/samsung/> (дата звернення: 01.06.2023).
7. Statics 2022 <https://www3.wipo.int/ipstats/keysearch.htm?keyId=201> (дата звернення: 01.06.2023).
8. World Intellectual Property Indicators 2022: веб-сайт. URL: <https://tind.wipo.int/record/47082#record-files-collapse-header> (дата звернення: 01.06.2023).
9. Аксютіна А.В., Нестерцова-Собакарь О.В., Тропін В.В. та ін. Інтелектуальна власність: навч. посібник / За заг ред канд. юрид. наук, доц. НестерцовоїСобакарь О.В. Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2017. 45 с.

10. Види об'єктів інтелектуальної власності Незалежна судова експертиза та оцінка: веб-сайт. URL: <https://sudexpert.vn.ua/ua/a415492-vidi-obyektiv-intelektualnoyi.html> (дата звернення: 01.06.2023).

11. ВОІВ. Світовий звіт про інтелектуальну власність 2013: Бренди — Репутація та імідж на світовому ринку. веб-сайт. URL: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=384&plang=EN> (дата звернення: 01.06.2023).

12. Гейц В.М. (2015). Інноваційна Україна 2020: національна доповідь. НАН України. 2015.

13. Дахно, І. І., Алієва-Барановська, В. М., Комарова, А. О. Київ: Центр учбової літератури: Інтелектуальна власність, 2018.

14. Джунь, В. В. Право інтелектуальної власності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: ДП Видавничий дім «Персонал», 2017.

15. Дюндін В. Д. Інтелектуальна власність як головна складова інтелектуального потенціалу суспільства. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_45 (дата звернення: 01.06.2023).

16. Шевченко Л. С., Гриценко О. А., Камінська Т. М. та ін. Економіка інтелектуальної власності: науково-методичні матеріали для підготовки докторантів, аспірантів і магістрів за напрямом «Інтелектуальна власність» / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х.: Право, 2015.

17. Інтелектуальна власність – останній шанс на вихід із кризи. Газета Верховної Ради України «Голос України»: веб-сайт. URL: <http://www.golos.com.ua/article/340678>

18. Інтелектуальна власність й авторське право: як жити за правилами. Будуй своє: веб-сайт. URL: <https://buduysvoe.com/publications/intelektualna-vlasnist-y-avtorske-pravo-yak-zhyty-za-pravylamy> (дата звернення: 01.06.2023).

19. Білоусова Н. О., Гаврушкевич Н. В., Данильченко М. А. та ін. Інтелектуальна власність та патентознавство: підручник / за ред. проф. П. М. Цибульова та доц. А. С. Ромашко. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021.

20. Іванюк О. В., Литвинчук І. Л. Інтелектуальна власність: навчально-наочний посібник / О. В. Іванюк, І. Л. Литвинчук. – Житомир: В. Б. Котвицький, 2014.

21. Інтелектуальна власність: юридична форма – економічний зміст. Всеукраїнське професійне юридичне видання «Юридична Газета online»: веб-сайт. URL: <https://yur-gazeta.com/interview/intelektualna-vlasnist-yuridichna-forma--ekonomichniy-zmist.html> (дата звернення: 01.06.2023).

22. Історія логотипу Samsung: розвиток та еволюція бренду: веб-сайт. URL: <https://turbologo.ru/blog/samsung-logo/> (дата звернення: 01.06.2023).

23. Луців І.В., Скляр Р. А., Шанайда В.В. Інтелектуальна власність. (частина 1). Система охорони інтелектуальної власності: навчальний посібник / Луців І.В., Скляр Р. А., Шанайда В.В. – Тернопіль: Вид-во ТНТУ імені Івана Пулюя, 2015.

24. Матвійчук В. К. Актуальні проблеми права інтелектуальної власності: навчальний посібник. Національна академія управління, 2014.

25. Мікульонок І. О. Інтелектуальна власність [Електронний ресурс]: навч. посібник / І. О. Мікульонок. – 3-тє вид., переробл. і допов. – К. : НТУУ «КПІ», 2012.

26. Насіров С. (2019) Значення товарних знаків: Дослідження торгової марки. (захист) життєвий цикл у фармацевтичній промисловості США. : веб-сайт. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3326972 (дата звернення: 01.06.2023).

27. Попова Л. М., Хромов А. В., Шуба І. В. Інтелектуальна власність: підручник. Харків, 2021, с. 262 с.

28. Приклади окремих об'єктів інтелектуальної власності ПАТЕНТБЮРО: веб-сайт. URL: http://www.patent.net.ua/intellectus/patentbureau_news/Selective_standards/2008/ua.html (дата звернення: 01.06.2023).

29. Рамелло, Що в знаку? Законодавство щодо товарних знаків та економіка теорія: журнал економічних оглядів. Велика Британія, 2006. 547–565 с.

30. Світличний О. П. Право інтелектуальної власності: підручник. Україна, 2016.
31. Семків В. О., Шандра Р. С. Інтелектуальна власність : підручник для студентів неюридичних факультетів. Львів, 2015.
32. Уроки глобальних битв за торгові марки McDonald's – Forbes : веб-сайт. URL: <https://www.forbes.com/sites/mahmoodkhan1/2019/02/02/lessons-from-mcdonalds-global-trademark-battles/>. (дата звернення: 01.06.2023).
33. Суббарам Н.Р. Що кожен повинен знати про патенти? : Pharma Books Syndicate. 2003.
34. Сусліков Л.М., Студеняк І.П. Створення об'єктів інтелектуальної власності: навч. посіб. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2020.
35. Ходаківський Є. І., Якобчук В. П., Литвинчук І. Л. Інтелектуальна власність: економіко-правові аспекти : навч. посіб. Центр учбової літератури, 2014.
36. Ходаківський, Є. І. Інтелектуальна власність: економіко-правові аспекти: навч. посіб. Вид 3-є , переробл. і допов., 2017.
37. Холл Б.Х., Хелмерс К., Роджерс М. Вибір між формальним та неформальною інтелектуальною власністю: журнал економічної літератури. 2014. 375 с.
38. Що таке інтелектуальна власність? : веб-сайт. URL: <https://smarttender.biz/terminy/view/intelektualna-vlasnist/> (дата звернення: 01.06.2023).
39. Як захистити інтелектуальну власність: веб-сайт. URL: <https://firstlegal.com.ua/yak-zahistiti-intelektualnu-vlasnist/> (дата звернення: 01.06.2023).

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А



Рисунок А.1 – Перший логотип компанії Samsung

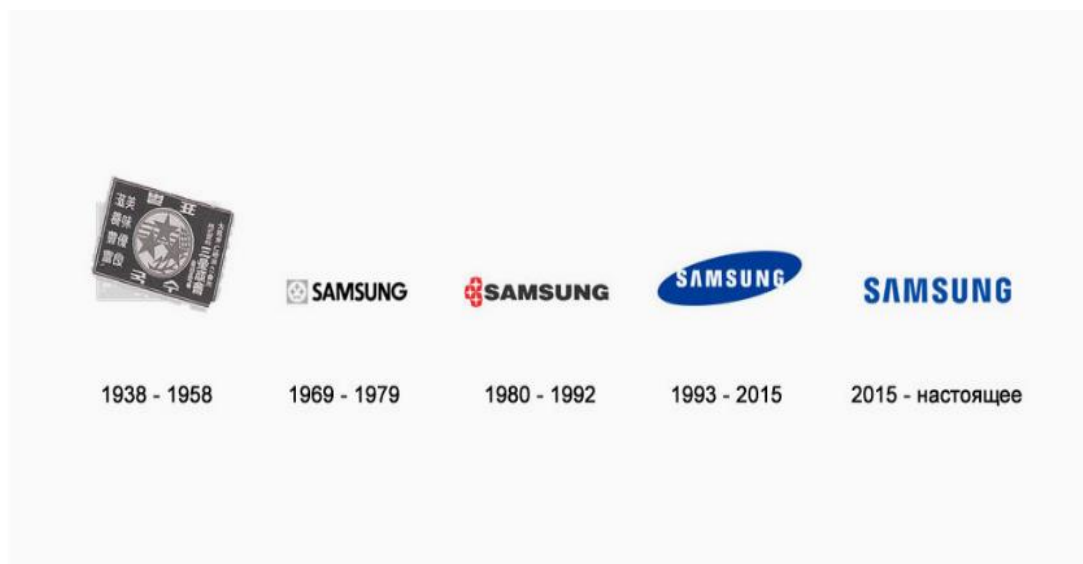


Рисунок А.2 – Зміни логотипу Samsung

ДОДАТОК Б

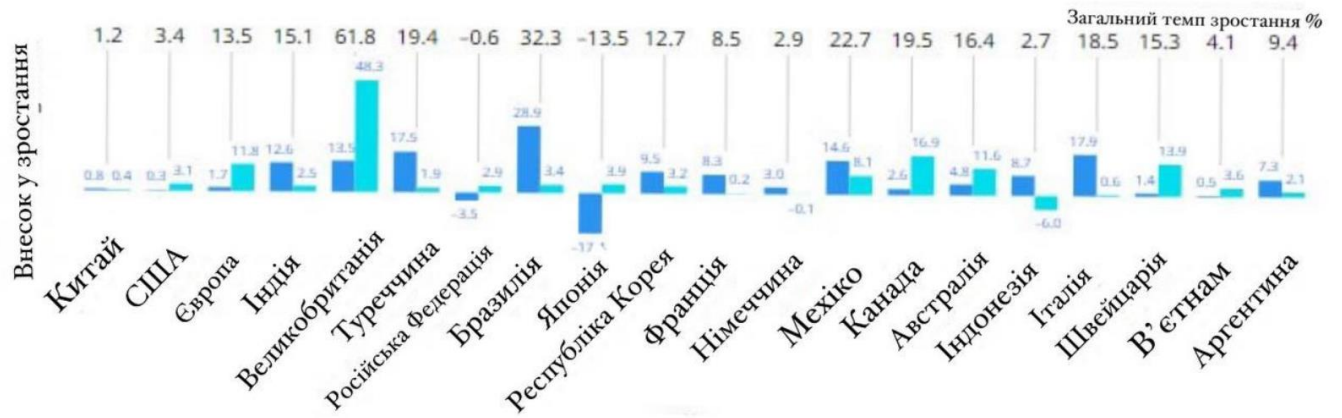


Рисунок Б.1 – Показники 20 найкращих офісів

Джерело: [8].