

групи SAMSUNG). Крім того учасникам дали змогу побувати в Національному музеї науки в м. Квачхон, в якому представлено передові розробки науково-технічного потенціалу Кореї, поєднані з політикою державної підтримки й наукових принципів, та які в цілому регулюють повсякденне життя і формують майбутнє нації. До його складу входять головний науковий центр, центр високих технологій, дитячий розважальний центр, центр природної історії та традиційний науковий центр. Поруч знаходяться планетарій, обсерваторія, відкрита виставкова площа, центр екосистеми та комах тощо. Більше 50% виставкових експонатів на Sciencetorium є інтерактивними, що дозволяє відвідувачам отримувати досвід безпосередньо, використовуючи власний розум та уяву. Музей є одним з провідних установ у своєму роді в усьому світі. І після перебування у цьому музеї виникає велике бажання ініціювати впровадження такої ідеї в Україні.

Крім того, однозначно корисним для нас буде висловлення ініціативи щодо проведення в Україні програм під егідою KOICA у сфері навчання викладачів з винахідництва (які нещодавно пройшли в Грузії та Казахстані). Вважаю, що ініціатива з боку України проведення даної програми дозволить підняти це питання у внутрішній державній політиці на значно більш чутний рівень. Крім того, доцільною є також ініціатива щодо можливості брати участь у програмах, присвячених трансферу технологій, розвитку інноваційних структур у Республіці Корея, що проводяться під егідою KOICA.

*Орлюк Олена Павлівна – д.ю.н., проф., член-кореспондент НАПрН України,
директор НДІ інтелектуальної власності НАПрН України*

О. В. Пічкур

ТЕРМІНОЛОГІЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Існуючий в Україні соціальний, правовий та фінансово-економічний стан національного інноваційного (інтелектуального) потенціалу, нажаль, є свідомим прямуюванням до економічної залежності від іноземних постачальників товарної продукції (дуже часто неліквідної у країнах, де її

вироблено). Передача іноземним компаніям унікальної вітчизняної науково-технологічної продукції на кабальних умовах за «примарну винагороду», яка не відповідає її дійсній вартості, неадекватна обсягу вкладеної у неї інтелектуальної праці, призводить до гальмування інноваційного розвитку галузей економіки, до знищення загону науковців-трудоарів та сприяє виникненню науковців-притосованців, що мають лише споживацькі нахили.

За таких умов інтелектуально розвинена Україна швидко перетвориться в колонію (або, у кращому випадку, в протекторат) фінансово сталих іноземних конкурентів. Цьому сприяє і байдужість органів державної влади до відтоку з країни унікальної вітчизняної інноваційної продукції, до втрати інтелектуальних пріоритетів в інноваційній сфері.

Тільки розвиток оплачуваних договірних правовідносини між творцями новачій та споживачами результатів їх розумової праці гарантуватимуть суспільну заінтересованість у використанні українських інтелектуальних інновацій, на які існує реальна потреба держави і суспільства, дозволить визначити дійсне місце творчої інтелігенції у суспільно-економічних відносінах, реальну вартість національного інноваційного продукту.

На превеликий жаль, в Україні не всі правильно оцінюють владу взаємообумовлених партнерами умов договорів про передачу майнових прав на використання інновацій, важливість забезпечення їх правової охорони не тільки в Україні, але й за її межами, безконтрольний доступ іноземних партнерів до конфіденційної інформації про інноваційний продукт до встановлення їх реальних намірів в науково-технологічному співробітництві.

Будь-який охоронний документ (патент або свідоцтво) на інтелектуальний продукт може принести великий прибуток, але не гарантує його одержання. Все залежить від кваліфікованої побудови програми інноваційного маркетингу, яка складається з таких ланок, як ефективна реклама інтелектуальних новачій, визначення можливих шляхів їх правового захисту, укладення цивільно-правових договорів із заінтересованими суб'єктами інноваційної діяльності на використання цих інновацій (що також можуть бути і конкурентами у виготовленні та реалізації інноваційної продукції), ефективного пошуку «вільного» їх споживача та вільного сегменту ринку щодо їх реалізації.

Успішне вирішення зазначених проблем забезпечить збалансованість патентно-ліцензійних операцій та об'єктивність патентно-кон'юнктурних

досліджень, тобто оцінки патентної та ринкової ситуації щодо інноваційної продукції, виконаної досвідченими фахівцями. Саме таким є цивілізований шлях побудови ринкових відносин у сфері інноваційної діяльності. Іншого до цього часу не визначено.

Орієнтація на ринкові принципи взаємовідносин в інноваційній сфері, розмаїття форм власності, зближення з економікою європейських держав, оскільки кордон Європейського Союзу тісно наблизився до кордонів України, повинні будуватись на ідеології, що викликана зміною правових аспектів щодо результатів інноваційної діяльності, права на які мають охоронятися спеціальним законодавством. Норми цього законодавства повинні відповідати вимогам європейського законодавства, якщо Україна має намір набути в ЄС статусу повноправного інноваційного партнера.

Але слід розуміти, що європейські інвестори, що мають більші економічні важелі, великий досвід маркетингової роботи, особливо в інноваційній сфері, розвинений фаховий інститут патентних повірених (або, інакше кажучи, адвокатів з питань інтелектуальної власності), незаінтересовані у становленні та відродженні такого могутнього конкурента, як Україна, особливо в аграрному секторі та виробництві традиційних для нашої держави продуктів харчування, матеріалів та речовин.

За висновками іноземних фахівців-аналітиків, адаптивна спроможність держави за умов ліквідації власного інноваційного потенціалу дорівнює нулю, тобто навіть найперспективніші пропозиції іноземної науки, найновіші технологічні інновації не знайдуть належного тиражування та застосування на території такої держави, не принесуть очікуваної віддачі іноземним інвесторам (від латинського *investo* – наділяю), що здійснюють довготермінове вкладення капіталу у будь-яку інноваційну справу з метою одержання у подальшому прибутку. Виникає питання, навіщо надавати субсидії для стимулювання економіки держави, в якій знищено власний інноваційний потенціал і власне інноваційне виробництво, надавати інвестиції (грошові, майнові, інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності) для технологічного оновлення її підприємств? Така «технологічна інноваційна політика» в рамках «невідновлюваного виробництва» не гарантує повернення наданих кредитів, тому не варто очікувати одержання прибутку від вкладення інвестицій у переобладнання такого виробництва.

Знищити власне виробництво, поставивши його на межу банкрутства дуже легко, для відновлення будуть потрібні роки. Знищити доведений до розпачу фінансовими скрутами науковий, науково-технологічний та інноваційний потенціал України ще легше, позбавивши його можливості створювати та реалізовувати інноваційну продукцію. Наслідки від наведеного можуть бути ще більш лихими або навіть незворотніми.

Враховуючи викладене, на період генези національної інноваційної політики слід орієнтуватися на застосування класичних інноваційних постулатів.

Насамперед, потрібно внести чіткість у визначення дефініцій, які тісно пов'язані з інноваційною діяльністю, зокрема таких, як «інноваційний процес», «новація», «нововведення», які дуже часто застосовуються неправильно.

Терміни «нововведення» та «інноваційний процес» уперше були запроваджені Й. Шумпетером. У роботі «Теорія економічного розвитку» (1912 рік) він застосував термінологічне визначення «*нові комбінації*», тобто відновлення, що виходять за рамки рівня простого виробництва, під яким розумілися зміни в розвитку виробництва і ринку. Ним виділялося п'ять змін, а саме: використання нової техніки, нових технологічних процесів, нового ринкового забезпечення виробництва; упровадження продукції з новими властивостями; використання нової сировини; зміна в організації виробництва і його матеріально-технічного забезпечення; поява нових ринків збуту.

Слід зазначити, що під поняттям «*нововведення*» дуже часто некоректно об'єднують «усе нове» – ідею, діяльність, речовий результат. Але поряд з цим поняттям в джерелах інформації досить широко застосовується також термін «*новація*», близький за фонетикою до англійського синонімічного поняття «*innovation*» – *інновація*. Відтінки його тлумачення, що зустрічаються на практиці, варто віднести до розходжень у розумінні цих понять, а не шукати розходження між змістовним навантаженням загальноновживаних термінів «нововведення», «новація» та «інновація». Останній термін застосовувати на практиці та у законотворчій діяльності навіть доцільніше, оскільки інше взаємопов'язане з ним поняття – «*інноваційний процес*» – у перекладній літературі не видозмінює свого первісного англійського звучання.

Дослідження всього інноваційного процесу, аж до комерційного використання науково-технологічної новації як об'єкта управління, є акту-

альним, оскільки і в теорії і на практиці сфера наукових, експериментальних досліджень, проектних, конструкторських та експериментально-випробних робіт, а також сфера реалізації науково-технологічних та інноваційних проектів розглядаються переважно як суміжні, не відособлені одна від однієї підсистеми управління. Тим часом ринкова економіка у розвинених державах пред'являє жорсткі вимоги до ефективності результатів фундаментальних і прикладних наукових досліджень з позицій комерційного успіху в сфері кінцевого їх споживання. Будь-яка технологія у своїй основі містить матеріальні носії у вигляді об'єктів техніки, нових матеріалів і речовин, хімічних і біологічних препаратів, пристроїв, механізмів, насіння нових видів рослин та відтворювальний матеріал нових видів тварин, а також нематеріальні активи у вигляді об'єктів права інтелектуальної власності. В умовах ринкової економіки кожний новий технологічний елемент, їх блоки і системи є інноваційним товаром, що може обернутися у відповідних організаційно-економічних структурах ринку. Отже, для того, щоб запровадити ту або іншу нову технологію, необхідно набути всю сукупність її матеріальних компонентів (складових технологій) і оживити її (тобто забезпечити реалізацію технології на практиці) кваліфікованою творчою працею людей. Звідси випливає, що однією з умов застосування нової технології є наявність реального ринкового середовища, яке може сприйняти нові пропозиції. Проте, новітні технології можуть виконати роль найважливішого чинника перетворення виробництва на якісно новій основі тільки тоді, коли в них будуть втілені найважливіші досягнення сучасної наукової думки. Водночас, ці досягнення повинні мати сукупність особливих властивостей: системність, необхідні перетворюючі властивості, екологічну безпеку, безвідходність, гарне стикування з існуючими техніко-технологічними системами, низьку енерго- та матеріалоемність тощо.

Основними завданнями в стратегічному управлінні сучасними інноваційними процесами створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності мають стати такі позиції:

- систематизація та аналіз використання інтелектуального інноваційного продукту;
- виявлення надлишкової та суспільнонеобхідної інноваційної продукції;
- визначення форм і методів її правової охорони та вартісної оцінки;
- визначення домінуючої інноваційної продукції;

- визначення найефективніших шляхів її правової охорони та забезпечення правильного застосування;
- комерціалізація відносин щодо передачі інноваційної продукції у використанні заінтересованим особам;
- вчинення ефективних дій щодо припинення порушень виключних майнових та особистих немайнових прав на інноваційний продукт.

Для правильного розуміння цивілізованих відносин у сфері інноваційної діяльності, варто виділити основні чинники, що визначають сучасну стратегію управління цими відносинами. Насамперед це маркетингова стратегія, визначення необхідних для суспільства обсягів виробництва інноваційних товарів, що містять різні об'єкти права інтелектуальної власності, наявності та ємності ринків збуту інноваційної продукції (існуючого і потенційного), наявності або відсутності конкурентів, галузі діяльності суб'єкта господарювання, пов'язанного із створенням та використанням цієї продукції.

Слід розуміти, що результати інтелектуальної діяльності як інноваційний продукт, що має нематеріальний характер, виступають носіями інформації, нових знань, визначених суб'єктом інноваційної діяльності. Це нові рішення технічних завдань (винаходи, корисні моделі, промислові зразки) або відомості про продуцента (знак для товарів і послуг, фірмове найменування), про місце виробництва або походження товару (географічне зазначення місця походження товару) тощо. Сама по собі інформація про інноваційний продукт має нематеріальний характер і лише будучи втіленою в об'єктивовану форму, у технічну документацію, текст, графічний знак, символ тощо може бути включена в науково-технологічний або комерційний господарський оборот вже як інноваційна продукція, що має споживну вартість, реального споживача та спрямована на задоволення реально існуючих потреб.

Слід правильно застосовувати такі поняття, як:

- *інноваційна продукція* (від латинського *productio, produco* – виробляю), тобто сукупність результатів інтелектуальної діяльності, цілеспрямовано одержаних за певний період часу, щодо яких чітко визначені їх реальна ринкова вартість, реальні сфери застосування та реальні споживачі;
- *інноваційний продукт* (від латинського *productus* – вироблений) – результат певної людської розумової праці;
- *інноваційний товар* – результат розумової та виробничої діяльності, що задовольняє певну потребу держави і суспільства та вироблений

із застосуванням певної інноваційної продукції та призначений для обміну на ринку через купівлю – продаж.

Саме тому, що відбувається плутанина у зазначених дефініціях при формуванні відповідного законодавства, й виникли критичні зауваження до законопроекту з питань регулювання діяльності у сфері трансферу технологій.

Інноваційному (тобто інтелектуальному) продукту притаманні певні особливі властивості, насамперед його невідчужуваність і невідтворюваність. Наприклад, інноваційний продукт є так само відчужуваним, як і будь-які речові продукти праці. У той же час у разі реалізації знакової інформації про цей продукт його відчуженості не відбувається: і виробник, і споживач мають один і той же інноваційний продукт. Інформація про нього нібито переходить з індивідуального користування в суспільне. Реалізувавши свою ідею, автор дійсно залишає всю передану у користування інформацію у своїй пам'яті. Інформація залишається і у продавця, і у покупця. Проте суспільне функціонування цього інноваційного продукту, як і будь-якого іншого, забезпечується заздалегідь обумовленими сторонами правилами. Порушення цих правил веде до втрати економічних переваг, що мали місце у разі їх придбання, тобто, хоча автор інноваційного продукту має при собі цю інформацію, у разі її «повного» продажу разом з усіма правами щодо її використання не має можливості повторно реалізувати цю інформацію. Право, таким чином, виступає як засіб відчуження зазначеного продукту. Невідчужений цей продукт лише в тому разі, коли автор використовує його для створення інших ідей, тобто у разі відтворення інформації, а саме відчужуваної форми інноваційного продукту (але тільки за умови передачі всіх без винятку прав на нього). Інновації проходять повний цикл становлення до конкретного, нерідко адекватного, продукту і з успіхом реалізуються не тільки на внутрішньому, але і на зовнішньому ринках. Питання не стільки в невідтворюваності ідей як таких, скільки в економічній доцільності їх відтворюваності. Це, зокрема, впливає з тверджень, що повторно заявляти винахід марно, що знання, приміром, законів збереження енергії, законів механіки, оптики всіма веде до втрати цими законами комерційної цінності. Подібні твердження дещо перебільшують ситуацію. В усьому світі існує ціла система виробництва повторних винаходів із застосуванням відомих теоретичних обґрунтувань. Дійсно, виготовлення будь-якого виду інноваційної інформації потребує значних

витрат один раз. Тиражування і поширення її коштують у багато разів дешевше. Але відносно першої групи товарів, що містять інноваційний продукт, це цілком не правильно. Наприклад, об'єкти атомної енергетики, атомна зброя, створювалася і створюється самостійно силами науково-виробничих підрозділів у різних країнах у більшості випадків аналогічними шляхами. Ідентичні ідеї приходять у голову різним людям і в різних місцях. Вони проходять повний цикл становлення до конкретного, нерідко адекватного продукту і з успіхом реалізуються не тільки на внутрішньому, але і на зовнішньому ринку. До речі, може бути і інша ситуація, наприклад, можливе застосування зубної пасти як загально відомої речовини у вигляді абразивного матеріалу для шліфування ювелірних виробів, що є її використанням за новим призначенням. Питання не стільки в невідтворюваності ідей як таких, скільки в економічній доцільності їх відтворення. З усіх видів іноваційних продуктів невідтворюваною є тільки людська свідомість. Вона завжди індивідуальна, унікальна. Інші об'єкти інтелектуального виробництва в більшості випадків піддаються досить легко копіюванню і тиражуванню. Що стосується результатів інтелектуальної діяльності, то їх відтворення просто економічно доцільне і необхідне через те, що суспільна цінність інноваційної образної інформації, втіленої в інноваційний продукт її автором, не збільшується внаслідок появи великої кількості її копій. А її поширення необхідне для максимального забезпечення потреби у них держави і суспільства.

З наведеного випливає ще одна досить важлива особливість інноваційного продукту. Її можна назвати «ефектом суспільної цінності, що змінюється з часом», який полягає у тому, що цінність «речового» продукту цілком опредмечується в його матеріальній сутності, вона невідокремлюється від нього, і споживання цієї цінності означає зміну в її фізичному існуванні, зменшенні цінності. У той же час суспільна цінність інноваційних продуктів в процесі їх споживання великим числом споживачів не тільки не знижується, а, як правило, із поширенням інформації про них, зростає, у той час як їх фізична сутність абсолютно не змінюється.

Результати інноваційної діяльності, як і інші продукти людської праці, мають ознаки їх вартісної оцінки. Проблема визначення вартості інноваційного продукту дотепер не має однозначного рішення, оскільки цей продукт як продукт інтелекту подано ідеальною субстанцією, а не

його матеріальним втіленням, то і витрати праці на створення ідеальної субстанції не можуть бути визначені в ній самій. Вартість (ціна) інноваційної продукції, що містить результати інтелектуальної праці, не може бути визначена у рамках трудової теорії вартості, тому що в ній не може опредмечуватися праця, пов'язана зі створенням такої продукції. Практично загальноновизнаною стала думка, що споживна вартість інноваційної продукції – це спроможність приносити додатковий прибуток завдяки втіленим у неї новим знанням про те, як більш ефективно задовольнити запити споживачів. Тільки нові технологічні та організаційні рішення, які вміщують інноваційний продукт, дозволяють випустити якісно новий товар для гарантованого споживання. Освоєння нового невідомого раніше інноваційного продукту справа ризикована. Світова практика свідчить, що лише 15–20 відсотків технологічних рішень та результатів наукових досліджень, які є предметом винаходу, втілюються в товар, що приносить комерційний успіх. Окремо узятий результат інноваційної діяльності різними шляхами може обмінюватися невизначену кількість разів до його повного морального старіння і зносу. Один і той же предмет речової власності, ту саму кількість грошей, робочої сили можна обміняти лише один раз. Реалізація суспільного продукту в інноваційній економіці на протигагу класичній міновій – лише перефраз реалізації іноваційного продукту. Так, наприклад, складання і продаж сучасної комп'ютерної, аудіо-, відеотехніки країнами Південно-Східної Азії – це кінцева реалізація тих інтелектуальних кредитів, що вони одержують від США, Японії, економічно розвинених країн Європи – постачальників інноваційної продукції. Фактична ціна товару, виготовленого в результаті застосування такої продукції, визначається, зокрема, бажанням та можливістю споживача цього товару заплатити за нього певну суму. Володілець інноваційного продукту, втіленого в зпазначений товар, намагається закласти у методику визначення його ціни будь-які критерії, пов'язані з витратами на його створення та забезпеченням захисту прав на нього. Тільки у процесі визначення умов договорів на передачу у користування такої інноваційної продукції вирішується питання розміру справедливої ринкової ціни за неї, критеріями для визначення ціни на яку можуть бути витрати на її створення, обумовлена сторонами ціна її придбання, її балансова вартість, прибутковість, економічний ефект, ціна аналогічної продукції, ринкова оцінка, капіталізація прибутку тощо.

В оціночній діяльності щодо такого продукту як нематеріального акти- ву варто враховувати міжнародні та європейські стандарти оцінки, прийня- ті у 2000 році і пізніше, зокрема МСО-2000 та ЄСО-2000, що, порівняно з колишніми їх публікаціями, містять істотні зміни, в основному пов'язані із змінами та доповненнями, що внесені до Міжнародних стандартів фінан- сової звітності (МСФЗ), які, своєю чергою, погоджені з Міжнародною ор- ганізацією, що поєднує Комісії з цінних паперів (МОКЦП), тобто стосують- ся і деякої стандартизації інвестиційної та інноваційної діяльності.

Українські нормативні документи, що стосуються сфери оціночної діяльності, при їх детальному аналізі виявляються більшою чи меншою мірою не відповідними європейським та міжнародним стандартам.

Насамперед мають існувати соціальні, політичні та економічні ас- пекти, що у змозі забезпечити загальноприйняті процедури оцінки май- нових прав на інноваційний продукт та примусити суспільство дотри- муватись цих прав. По-друге, інтелектуалізація економіки, заснована на знаннях, характеризується гігантським зростанням вартості прав інте- лектуальної власності. У зв'язку з цим з'явилося таке більш широке поняття, як інтелектуальний капітал, що враховує широке коло індиві- дуальних і колективних носіїв знань і умінь. У бухгалтерському обліку інтелектуальні складові майнових прав на інноваційний продукт після спеціальної процедури визнання їх економічної ефективності, одержують статус нематеріальних активів. При цьому враховується, що результати інтелектуальної діяльності (нематеріальні активи) не мають цінності у відриві від оцінки організації, якій належать права на результати, що оцінюються. Під поняттям «організація» міжнародні стандарти оцінки розуміють фірму, локалізований бізнес, але не виробниче підприємство як таке, оскільки вартість підприємства в Україні фактично ототожню- ється з вартістю нерухомості.

Запровадження міжнародних форм фінансової звітності дозволять не тільки констатувати стан конкретного суб'єкта господарювання, але й на підставі вартісної оцінки його інноваційної продукції прогнозувати його економічне зростання.

Нематеріальні інноваційні активи фактично є складним продуктом, який неможливо розглядати тільки з бухгалтерських або навіть еконо- мічних позицій, за ними існують певні носії технологій, які можуть або забезпечити достатки будь-якої фірми, або призвести її в результаті не- прудуманих дій до краху.

Для визначення правових аспектів щодо інноваційної продукції під час її постановки на облік та експертної оцінки необхідно здійснити такі роботи:

- провести інвентаризацію та ідентифікацію об'єктів права інтелектуальної власності, яка полягає у перевірці наявності договорів на їх створення, а також на передачу майнових прав на них, їх аналіз (тобто встановлення чи відповідає об'єкт, що аналізується, формулі і/або опису об'єкта інтелектуальної власності згідно з охоронним документом на нього, встановлення строку його морального та фізичного старіння, амортизації та зносу тощо, встановлення факту його використання у виробничій або комерційній діяльності;

- проаналізувати чинність охоронних документів на об'єкти права інтелектуальної власності, який передбачає встановлення статусу, виду та режимності охоронних документів, строку їх дії, строку (своєчасності) сплати мита за підтримку їх чинності, території, на яку розповсюджуються права на них, визначення патентної чистоти та технологічного рівня цих об'єктів (відповідно до вимог ДСТУ 3575–97 «Патентні дослідження» та ДСТУ 3574–97 «Патентний формуляр»);

- проаналізувати документи, що засвідчують право на використання об'єкта права інтелектуальної власності, який полягає у визначенні правонаступництва організації на подані заявки та охоронні документи на цей об'єкт, перевірці правильності укладення договорів про набуття або про часткову чи повну передачу прав на нього, наявності та встановлення виду укладених договорів, правильності їх укладення, наявності відповідних рішень, нормативних та законодавчих актів, що спростовують чинність прав на цей об'єкт;

- у разі потреби провести експертизу договорів про передачу майнових прав на об'єкти права інтелектуальної власності, заснованих документів, до яких входять як частка статутного фонду нематеріальні активи у вигляді прав на ці об'єкти тощо;

- проаналізувати документи бухгалтерської звітності, який полягає у перевірці правильності обліку нематеріальних активів у вигляді прав на зазначені об'єкти та звітності щодо нього, здійснення витрат, пов'язаних із забезпеченням правової охорони цих об'єктів, перерахуванням коштів за використання цих об'єктів тощо;

- проаналізувати фактичну вартість об'єктів права інтелектуальної власності, що передбачає встановлення порядку та методик розрахунків та нормативних документів, які використані під час здійснення оцінки

цієї вартості, порівняння фактичної вартості об'єктів з вартістю аналогічної продукції, що склалась на ринку, перевірка правильності оцінки частки або всіх майнових прав;

– проаналізувати виконання умов договорів на передачу майнових прав на зазначені об'єкти;

– визначити, у разі необхідності, правильність встановлення адміністративних, цивільних та кримінальних порушень щодо прав на зазначені об'єкти, порядок подання позовів та розгляду справ про порушення права інтелектуальної власності.

Перелічені роботи потрібно розпочинати з аналізу існуючої нормативно-правової бази з питань бухгалтерського обліку об'єктів права інтелектуальної власності. Інвентаризацію нематеріальних активів здійснюють згідно із статтею 10 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. На підставі зазначеного закону наказами Міністерства фінансів України від 11.08.1994 р. № 69 та від 30.10.1998 р. № 90 затверджені інструкції з інвентаризації основних засобів та нематеріальних активів, інших товарно-матеріальних цінностей, а також наказом Державного казначейства України від 17.07.2000 р. № 64 – інструкція щодо основних засобів та інших необоротних активів.

З викладеного можна зробити висновок, що інноваційна діяльність є вкладенням інтелектуальних інвестицій у створення і використання нових технологій та їх складових частин, виробництво та реалізації інноваційних товарів. Тобто така діяльність фактично є різновидом інвестиційної діяльності. Враховуючи наведене, термін «інновація» можна вважати скороченим вираженням «інтелектуальна інвестиція у новацію (або нововведення)», тому що дійсно реальним вкладом в інноваційний продукт є результат роботи мозку, інтелектуальні витрати на його створення шляхом застосування унікальних індивідуальних теоретичних і практичних фахових знань певного субекта інтелектуальної діяльності, хоча на практиці частіше застосовується первісне тлумачення поняття «інновація» у розумінні «нововведення».

Узагальнюючи викладене однозначно можна стверджувати, що у будь-якому разі результатом інноваційної діяльності виступатиме продукт роботи людського мозку, тобто інтелектуальний продукт.

*Пічкур Олександр Валентинович – провідний науковий співробітник,
НДІ інтелектуальної власності НАПрН України*