**Введение.**

Торговля интеллектуальной собственностью и лицензиями на ее использование становится все более прибыльным видом деятельности в рамках международных торговых отношений. Получение прибыли от интеллектуальной собственности может осуществляться двумя способами. Первый способ заключается в том, что владелец данной собственности самостоятельно преобразует неосязаемую интеллектуальную собственность в осязаемый продукт, который он в состоянии производить и продавать сам. Второй способ состоит в том, что владелец интеллектуальной собственности предоставляет лицензию кому-то другому, кто будет производить и распространять готовый продукт, производя определенные платежи, обычно роялти.

Существуют как минимум девять экономических причин, по которым фирма может предпочесть лицензирование своей интеллектуальной собственности.

* Во-первых, с помощью лицензирования лицензиар получает дополнительные ресурсы в виде тех, что имеются в наличии у лицензиата. Предоставляя лицензиату право продвигать и распространять свою продукцию, лицензиар получает возможность проникнуть на те рынки, которые раньше были для него закрыты.
* Во-вторых, лицензирование расширяет географию рынков. Большинство продуктов экспортирующихся за границу требуют определенной адаптации: ярлыки и инструкции должны быть переведены; товары, возможно, потребуется модифицировать для их соответствия местным законам и стандартам; маркетинговая политика будет отличаться.
* В-третьих, лицензирование расширяет товарные возможности рынков. Фирма может иметь ресурсы для использования своей интеллектуальной собственности в рамках только одного продукта, в то время как эта интеллектуальная собственность может быть применима по отношению к другим товарам и услугам. Например, продюсеры фильмов и телевизионных шоу не всегда обладают ресурсами необходимыми для производства и распространения видеокассет и DVD. В таком случае, они предоставят их интеллектуальную собственность, авторское право, фирме, которая выполнит производство копий и распространит видеокассеты и DVD.
* В-четвертых, если фирме не хватает финансовых ресурсов или персонала для быстрого проникновения на рынок, продажа лицензии существенно ускоряет процесс.
* В-пятых, некоторые товары продаются лучше, если они продаются вместе или для использования с другим продуктом. Например, программное обеспечение продается лучше вместе с “железом”, чем в качестве отдельного товара.
* В-шестых, компания может предоставить лицензию по запросу фирмы, оперирующей в неконкурентной сфере. Лицензирование с этой целью возможно лишь в том случае, если лицензиар не заинтересован в использовании интеллектуальной собственности в неконкурентной области. Например, фирма разработчик программного обеспечения для серверов и рабочих станций может предоставить лицензию производителю программного обеспечения для персональных компьютеров.
* В-седьмых, лицензирование – один из способов для фирмы получить технологии, за которые в другом случае ей пришлось бы заплатить. Лицензиар, как правило, имеет право получать информацию об улучшениях, внесенных лицензиатом в интеллектуальную собственность. Перекрестное лицензирование также является эффективным методом технологического обмена. Оно заключается в том, что две конкурирующие фирмы с различными научными и технологическими преимуществами могут по договоренности пользоваться разработками друг друга. Перекрестное лицензирование дает тот же эффект, что и совместное предприятие, но без необходимости координации совместных операций.
* В случае, когда наряду с другой интеллектуальной собственностью, объектом лицензии выступает торговая марка, то, если лицензиат соблюдает стандарты качества и успешно осуществляет продажи, лицензиар получает дополнительные преимущества: известность среди потребителей, хорошую репутацию и т. п.
* И, наконец, лицензирование позволяет фирме осуществлять определенный контроль над собственными инновациями и над направлением, в котором развивается отрасль в целом.

**1. Особенности организации международной лицензионной торговли.**

Лицензия определяется в словаре, как "официальный документ, дающий разрешение заниматься определенной деятельностью". Это, конечно, звучит просто, однако, сам процесс приобретения и выдачи лицензии крайне сложен и может вылиться в получение преимуществ всеми сторонами, участвующими в договоре, или же в судебные разбирательства, направленные на выяснение того, что было не прописано или недостаточно правильно объяснено в соглашении, подписанном всеми сторонами.

Первоначальные усилия по лицензированию не должны предприниматься без помощи экспертов в данной области и юристов. Не существует стандартного лицензионного соглашения, которое может быть использовано в качестве шаблона. Переговоры о передаче лицензии и оформление соответствующих документов должны производиться в соответствии с особенностями каждой конкретной деловой ситуации и с учетом определенной технологии. Лицензирование - это контрактная форма деловых взаимоотношений между лицензиаром, который разрешает использовать принадлежащий ему патент, торговую марку, авторское право или какую-либо другую форму интеллектуальной собственности за компенсацию, и лицензиатом.

**2. Основные виды лицензий.**

Несмотря на то, что лицензионные соглашения, как правило, имеют свои специфические особенности в каждом конкретном случае, существует устоявшаяся и широко применяемая в международной торговле классификация видов лицензий.

*Простая лицензия*

При продаже простой лицензии лицензиар предоставляет разрешение лицензиату использовать в течение определенного срока права на объект лицензии, внося на счет лицензиара оговоренные платежи. При этом продавец простой лицензии оставляет за собой право использовать непосредственно объект лицензии самостоятельно и продавать схожие лицензии третьим лицам. Продажа подобного вида лицензий характерна в сфере массового производства. В таком случае, продукция, выпускаемая по лицензии под одной торговой маркой на разных предприятиях, нередко находящихся в одном регионе, пользуется таким спросом, что не возникает столкновения интересов между лицензиатами.

*Исключительная лицензия*

Продажа исключительных лицензий является наиболее распространенной формой лицензирования в международной торговле. При продаже исключительной лицензии лицензиар предоставляет лицензиату исключительное право использовать объект лицензии в течение сроков и в рамках территории, оговоренных в договоре.

Популярность этого вида лицензии основана на том, что лицензиат не рискует столкнуться с другим лицензиатом, оперирующем в том или ином регионе, что избавляет его от нежелательной конкуренции. Лицензиар, в свою очередь, не теряет возможности продавать лицензии и использовать интеллектуальную собственность в других регионах.

Территория, на которой действует исключительная лицензия, может сильно различаться, в зависимости от условий соглашения. Это может быть город, штат, страна и даже континент.

*Полная лицензия*

При продаже полной лицензии лицензиар полностью лишается прав на самостоятельное использование объекта лицензии и на продажу лицензии третьим лицам на срок, предусмотренный в соглашении. Продажа такого вида лицензий практикуется небольшими фирмами.

**3. Требования к лицензиату.**

Не смотря на многочисленные преимущества международного лицензирования, оно вне сомнения связано с определенным риском, как для лицензиара, так и для лицензиата. Основной риск для продавца лицензии заключается в том, что партнер, с которым было заключено соглашение, может не выполнить свои обязанности или будет выполнять их плохо. В связи с этим, фирма, которая продает лицензию, проводит ряд исследований. Потенциальные рынки тщательно изучаются с точки зрения их объемов, оцениваются преимущества и недостатки лицензирования в данных условиях, составляется реестр действующих фирм, оценивается их доля на рынках и т. д. Компания не сможет заключить выгодное лицензионное соглашение без соответствующих исследований, проведенных надежной организацией или непосредственно сотрудниками фирмы. Во многих случаях, лицензиар предварительно проводит консультации с юристами, специализирующимися в области интеллектуальной собственности и другими фирмами или лицами, знатоками в этой области. Многие и многие факторы учитываются при выборе лицензиата.

Если раньше непосредственно продажа лицензии являлась основной целью разработчика продукта или технологии, где роли были четко разграничены: лицензиар занимается разработкой идеи или прототипа продукции, а лицензиат организовывает коммерческое производство и продвижение товара, то сейчас подход к этой проблеме изменился. "В современном мире фирмы рассматривают лицензионное соглашение не как завершение транзакции, а как начало новых отношений". Такой подход позволяет фирмам использовать лицензиата в качестве дополнительного ресурса. Лицензиар все чаще стремиться позиционировать себя как члена команды лицензиата, поэтому выбор партнера очень важен.

В последнее время, лицензиар старается предоставить условия лицензиату, при которых он сможет внести определенные улучшения в продукт. Наряду с этим, продавец лицензии впоследствии направляет усилия на разработку таких идеи и продуктов, которые будут соответствовать требованиям клиентов лицензиата. То есть, современные фирмы стремятся сделать лицензиата зависимым от их услуг, не ущемляя ни в коем случае его прав. Лицензиар, работающий в сегодняшних условиях, пытается вместе с продажей лицензии осуществить поддержку лицензиата, так как осознает то, что заключение лицензионного соглашения не конец, а начало совместной деятельности.

**4. Формирование стоимости лицензии.**

Заключение лицензионного соглашения, как уже было отмечено ранее, сложный и неоднозначный процесс. Лицензиат несет определенные риски и поэтому стремиться обезопасить себя от покупки нестоящей лицензии. В связи с этим современные продавцы лицензий, стараются предоставить покупателю всю необходимую информацию и убедить его в надежности приобретения. Лицензиар ставит перед собой определенные задачи по повышению стоимости лицензии, с тем, чтобы в процессе переговоров с покупателями извлечь максимальную выгоду.

Лоренс Юделл (Lawrence Udell), сотрудник американской компании ThinkUSA™, которая осуществляет экономическую и юридическую поддержку фирм при заключении лицензионных соглашений, выделил восемь этапов формирования стоимости лицензии:

1. Сформулирована "сырая" идея или технология. Стоимость потенциальной лицензии минимальна или равна нулю.
2. Подана заявка на оформление патента в национальное патентное бюро.
3. Создан прототип или другой способ демонстрации идеи или технологии.
4. Поданы заявки в патентные бюро других стран.
5. Получен национальный патент. Стоимость потенциальной лицензии достигла среднего уровня.
6. Идея или изобретение коммерчески раскручено, внедрено в практику и получило признание специалистов. Стоимость потенциальной лицензии увеличилась.
7. Получены патенты за границей. Приобретением лицензии заинтересовалась крупная, уважаемая фирма. Стоимость лицензии достигла высокого уровня.
8. Появилась возможность продажи дополнительных лицензий на торговую марку и т. п. Первоначальная идея или технология приобрела очень высокую стоимость.

Как известно, стоимость чего-либо во многом определяется желанием кого-либо заплатить за это. "Истинная стоимость способной к лицензированию технологии, идеи, патента и т. п. основана на восприятии ценности приобретения лицензиатом". Если покупатель лицензии осознает, как именно она впишется в его бизнес, какой принесет доход, как вырастет объем продаж, то заключение лицензионного соглашения принесет ощутимую выгоду и лицензиату и продавцу лицензии.

Традиционно лицензирование включает в себя доработку лицензиаром продукта до способного к лицензированию состояния (разработку продукта и защиту интеллектуальной собственности) и делегирование лицензиату обязанностей по производству, финансированию, продвижению и продаже. Однако, пока лицензируемый продукт не получит популярность на рынке, лицензиат, как правило, не согласится осуществлять предварительные платежи и не захочет предоставлять определенных гарантий. Поэтому в последнее время широкое распространение получило так называемое лицензирование "под ключ" (turn-key licensing). Основной целью такого лицензирования является снижение коммерческих рисков лицензиата, что позволяет продавцу увеличить цену лицензии. При лицензировании "под ключ" лицензиар не только делает продукт способным к лицензированию, но также заключает сделки с фирмами, организующими производство, раскрутку и продажу продукта. Лицензиату остается только обеспечить финансирование и управление проектом. Притом, что покупателю лицензии теперь не нужно налаживать свою производственную сеть, заниматься продвижением товара и разработкой сбытовых схем, количество потенциальных лицензиатов значительно увеличивается. Теперь лицензиар может заключить соглашение с той из претендующих фирм, которая предложит более выгодные условия. В этом проявляется основное преимущество лицензирования "под ключ" над другим способом снижения рисков лицензиата, опционным соглашением.

Свой вариант осуществления лицензирования "под ключ" предлагает американская компания ThinkUSA™:

* На первом этапе фирма определяет затраты на эффективное производство, сравнивая цифры, полученные из США, Азии и Новой Зеландии для определения наилучшего места организации производства. Затем полученные данные рассылаются потенциальным лицензиатам, и изучается их мнение. Многие могут предпочесть осуществление производства в США, чтобы избежать проблем в управлении азиатскими предприятиями.
* Затем изучается сбытовая структура и стоимость услуг продавцов.
* На третьем этапе узнается мнение продавцов о продукте, учитывается мнение специалистов по маркетингу, узнается, не нужно ли что-либо изменить в продукте. Однако если продукт является патентоспособным, но заявка на патент еще не отправлена или патент еще не выдан, подобные интервью проводятся в условиях строгой конфиденциальности.
* Потом определяются примерная стоимость товара в розничной сети и издержки на производство. В случае если необходимо подтвердить рыночный спрос на продукт, часто организуется производство в Новой Зеландии. Если товар предназначен для американского рынка, то производство налаживается в Азии (с целью снижения стоимости) или в США (с целью быстрого выброса товара на рынок).
* На последнем этапе, на основе полученной информации строится модель ожидаемой прибыли от лицензирования.

"Если фирма собирается осуществлять лицензирование своей продукции, то ей следует работать со специалистами в области оценки стоимости лицензий и переговоров с лицензиатами. В случае если она не сделает этого, то она, возможно, запросит нереально много и получит отказ или же запросит мало и отдаст миллионы долларов возможной прибыли".

**5. Лицензионные платежи.**

Самым распространенным видом лицензионных платежей является роялти. Роялти - периодические отчисления в виде фиксированных ставок, которые выплачиваются организацией-лицензиатом через согласованные промежутки времени в течение действия лицензионного соглашения. Несмотря на то, что в международной практике нередко размер роялти определяют эмпирически — путем оценки установленных для различных отраслей промышленности неких усредненных (так называемых стандартных) роялти, в последнее время во многих случаях ставка роялти определяется индивидуально при заключении соглашения в каждом конкретном случае. Тем не менее, обычно, доля, выплачиваемая покупателем простой лицензии не превышает 15%, исключительной лицензии – 25%, полной лицензии – 40%.

Другой вид лицензионных платежей – паушальные платежи. Паушальный платеж является зафиксированной в соглашении суммой, которая выплачивается единовременно или по частям. Паушальные платежи применяются намного реже, чем роялти, это связано с тем что, хотя они элиминируют риск срыва производства, их размер всегда ниже, чем конечный размер всех полученных роялти. Следует заметить, что при покупке лицензионных музыкальных дисков, видеокассет или программного обеспечения мы, наряду с физическим носителем приобретаем сублицензию на некоммерческое домашнее использование этой продукции. В этом случае в цену лицензионной продукции включен паушальный платеж.

Иногда используются комбинированные платежи, которые совмещают единовременные платежи с периодическими отчислениями. В последние годы, в качестве вознаграждения лицензиар нередко получает долю акций компании, которая приобрела лицензию. Особенно часто практика передачи части своих акций лицензиатом продавцу лицензии встречается в звукозаписывающей индустрии. "Процент полученных акций напрямую зависит от уровня взаимодействия и преимуществ, которые привнес лицензиар, его позиции и ответственности".

**Заключение.**

Успешность развития международной лицензионной торговли напрямую зависит от того, насколько современной и надежной защитой обеспечена интеллектуальная собственность. К сожалению, многие развивающиеся страны, в том числе и Российская Федерация, не придают особого значения этому факту. От этого страдают не только иностранные компании, торгующие лицензиями. Потребители таких стран страдают от засилья некачественной контрафактной продукции. Научно-технические отрасли не получают нужных знаний и инвестиций.

Однако, юридические вопросы, связанные с регулированием механизмов защиты прав на интеллектуальную собственность крайне сложны. Даже во многих развитых странах не найдены ответы на важнейшие вопросы в области авторских прав и прав, сходных с ними. Не разработан механизм международной регистрации географических обозначений.

Безусловно, глобализация бизнеса ускорит процессы международного лицензирования и будет способствовать усилению защиты интеллектуальной собственности. Без сомнения, в конечном счете, Западные принципы отношения к интеллектуальной собственности будут навязаны развивающимся странам, как плата за допущение их на мировой рынок, контролируемый странами Северной Америки и Европы. Пока же, проблема пиратства продолжает оставаться актуальной и заставляет искать новые способы ее разрешения.

**Список использованной литературы.**

1. Евдокимов А. И. и др. "Международные экономические отношения", 2003
2. Фомичев В. И. "Международная торговля", 2000
3. Мухопад В.И. "Лицензионная торговля", 1997
4. Плотников В. Е., Плотникова Ю. Н. "Патентование изобретений и продажа

лицензий на внешнем рынке", 1999