

Dr. Osman Péter

## AZ IPARJOGVÉDELEM GAZDASÁGI SZEREPÉRŐL ÉS RENDELTETÉSÉRŐL – I. RÉSZ

*„A lehetőségekről jól végiggondolt közgazdasági  
megfontolások alapján mondjunk le,  
ne pedig azért, mert nem ismerjük őket.”*

*(J. A. Schumpeter: A gazdasági fejlődés elmélete. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1980)*

### AZ IMMATERIÁLIS VAGYON GAZDASÁGI ÉRTÉKE

Az immateriális vagyon gazdasági értéke két forrásból táplálkozik. Ezek egyike az abban megtestesülő ismereteknek, tapasztalatoknak, az ezek felhasználásával az árutermelésben teremthető lehetőségeknek a használati értéke, míg a másik forrás az a tulajdoni elkülönültség, amely kizárja, hogy az immateriális vagyon elemeit a birtokosukon túl más vállalkozók is szabadon hasznosítsák a maguk tevékenységében vagy értékesítsék. E tulajdoni elkülönültséget az immateriális vagyon elemeinek igen nagy hányadánál az iparjogvédelem intézményrendszere teremti meg.

Mikrogazdasági nézetben az iparjogvédelem mindezzel az árutermelők eszköztárának kiemelkedően fontos része, s egyben olyan feltételrendszer, amelyet a vállalkozásokban mindenkor messzemenően figyelembe kell venni. Makrogazdasági nézetben pedig a társadalom egyik fontos eszköze, amelynek rendeltetése, hogy hatékonyan szolgálja a fejlődéshez fűződő érdekeinek érvényre juttatását, ösztönözze a technikai és a gazdasági fejlődést előbbre vivő alkotómunkát, az arra támaszkodó és egyben azt segítő, a fejlesztési eredmények hasznosítását célzó vállalkozói tevékenységeket, s szintúgy a létrehozott, szélesebb körben is hasznosítható fejlesztési eredmények minél gyorsabb elterjesztését, hasznosításba vételét.

### **Árutermelésben, piacon, versenyben**

Piacgazdaságban az árutermelők tevékenysége lényegében abból áll, hogy a piacon beszerznek bizonyos termelési tényezőket – termelőeszközöket, anyagokat, félkész termékeket, energiahordozókat, munkaerőt, tőkét, szellemi terméket stb. –, majd ezek kombinálásával, felhasználásával árucikkeket állítanak elő, és azokat a piacon értékesítik. (A „piac” természetesen a gyakorlatban a különböző piacoknak, piaci szegmenseknek a gazdasági kapcsolatok révén többé-kevésbé összefüggő, de korántsem szükségképpen homogén halmazát jelenti.) E tevékenység gazdasági eredményessége ezért döntő mértékben függ attól, hogy

milyen jól tudja az árutermelő kihasználni a számára nyitva álló vagy ésszerű ráfordítások árán megnyitható beszerzési, termelési, valamint értékesítési feltételekben és alternatívákban rejlő lehetőségeket, hogyan tudja összhangba hozni tevékenységét, annak szükségleteit és kínálatát beszerzési és értékesítési piacaival. Ez határozza meg az innovációs munkához<sup>1</sup> és az iparjogvédelemhez való viszonyát is.

A piaci verseny feltételei között dolgozó árutermelők számára az innovációs munkának – és benne egyebek között a műszaki fejlesztésnek – egyik legfőbb célja és feladata, hogy növelje gazdálkodó tevékenységük jövedelemtermelő képességét, különösen azáltal, hogy eredményei révén

- fokozza árucikkeik – vagyis termékeik és áruként való értékesítésre előállított szolgáltatásaik – piaci versenyképességét, kelendőségét, és javítja azok elérhető értékesítési feltételeit;

- növeli árutermelő tevékenységük hatékonyságát, egyebek között azáltal, hogy hozzásegít a termelés szükségletei, valamint az ahhoz szükséges termelési tényezők beszerzési lehetőségei közötti összhang megteremtéséhez, új beszerzési lehetőségek megteremtéséhez, illetve feltárásához s a termelési tényezők mindenkori optimális felhasználásának biztosításához;

- gyártmány- és/vagy gyártásfejlesztés segítségével és megfelelő piaci munkával olyan új vagy a korábbiakhoz képest megújult, megváltozott árucikkek előállítását és forgalomba hozatalát eredményezi, amelyek birtokában az árutermelő javíthatja piaci versenyképességét, számára kedvezőbb értékesítési árakat érvényesíthet, elhódíthatja versenytársai piacait, illetve meg tudja akadályozni, hogy mások az ő piacait hódítsák el.

Az innovációs fejlesztés tehát stratégiai fegyver a gazdasági – és azon belül a piaci – pozícióharcban. Hatását azonban csak akkor fejtheti ki kellő eredményességgel, ha ebben más eszközök is támogatják. Az egyik ilyen alapvető fontosságú eszköz az iparjogvédelem is.

<sup>1</sup> Az innováció fogalmát azzal a jelentéstartalommal használjuk, hogy az a potenciális befogadó környezetben újnak számító dolognak – jelesül terméknek, szolgáltatásnak, termelési eljárásnak, kereskedelem- vagy értékesítésszervezési technikának, termelési vagy piaci szervezetnek stb. – a helyi gyakorlatba történő sikeres bevezetése és elfogadtatása. Ez szükség szerint integráns részeként magában foglalhatja a szóban forgó újdonság rendelkezésre állítását, azaz annak létrehozását és megfelelő szintre, teljességre fejlesztését, vagy annak máshonnan történő átvételét, és a helyi igényekhez és adottságokhoz való adaptálását.

Ez a felfogás tehát megkülönbözteti az innovációt az annak létrehozására irányuló folyamattól, és ez utóbbit az innováció fontos előzményének, de nem részének tekinti. Eszerint az innovációt a siker minősíti, az létrejöttének alapvető kritériuma. Az innováció csak akkor és azáltal valósul meg, ha a létrehozására irányuló folyamat – az innovációs fejlesztés – termékét a potenciális befogadó környezet ténylegesen elfogadja, és megfelelően honorálja is. A gazdálkodás körében az innováció akkor valósul meg, ha a befogadó környezet ezt a „terméket” elegendően széles körben és elegendően magas értéken fogadja el ahhoz, hogy kifizetődóvé váljék annak iparszerű gazdasági hasznosítása. Ha például e „termék” egy, a piacon értékesíteni szándékozott árucikk, úgy az innováció akkor valósul meg, ha a piac ezt az árucikket olyan érteken fogadja el, és iránta akkora fizetőképes kereslet jelentkezik, ami kifizetődóvé teszi ennek az árucikknek az iparszerű előállítását és értékesítését.

Az innovációs fejlesztési folyamatnak szerves része az a piaci munka is, amelynek célja, hogy optimális beszerzési és értékesítési lehetőségeket és feltételeket biztosítson a létrehozott eredmények hasznosításához. Ebben kiemelkedően fontos szerepe lehet az iparjogvédelmi eszközök felhasználásának.

## Érdekek és érdekellentétek

Az érdekek elkülönültségére támaszkodó verseny az árutermelésben szükségszerűen szembeállítja az abban résztvevőket. Ebből törvényszerűen következik, hogy a cégek nagyon is kétlelkű magatartást tanúsítanak annak a stratégiának az alakításában és megvalósításában, amelyet a szellemi vagyonukkal való gazdálkodásban alkalmaznak. Mindez meghatározó szerepet kap innovációs fejlesztéseik kezelésében, s a velük kapcsolatos gazdálkodói döntéseik alakulásában. E magatartások lényegét és hatásait a következőkben foglalhatjuk össze.

Minden cég törekszik arra, hogy olyan szellemi vagyon, olyan új innovációs fejlesztési eredmények birtokába jusson, amelyet a maga tevékenységében hasznosítva javítani, de legalábbis őrizni és védeni tudja a versenyben elfoglalt pozícióit. Az így feltáruló – vagy megteremthető – lehetőségeket természetesen mindegyikük igyekszik minél teljesebben a maga javára kiaknázni. Ezzel pedig szükségképpen együtt jár az is, hogy elsőrangú gazdasági érdekek fűződnek annak megakadályozásához, de legalábbis megnehezítéséhez, hogy versenytársaik hozzájuk felzárkózzanak.

A „birtokon belül lévő” cégekkel e tekintetben (is) szemben állnak a verseny tényleges és potenciális résztvevői – a piacon már jelen lévők, és úgyszintén az oda betörni szándékozók. Nekik az érdekek azt diktálják, hogy igyekezzenek maguknak megszerezni a szóban forgó szellemivagyon-elemek, innovációs fejlesztési eredmények hasznosítási lehetőségeit, még hozzá a saját szempontjukból minél kedvezőbb feltételekkel – akár az eredeti birtokosok és a többi versenytárs ellenére is, de mindenképpen oly módon, hogy az tőlük minél kevesebb ráfordítást igényeljen. Így például a hasznosítási jogok szabályszerű megvásárlásához csak akkor folyamodnak, ha kedvezőbb megoldás nem áll rendelkezésükre.

## Vagyoni értékű ismeretek

Közvetlenül anyagiakban – pénzben – mérve is igen jelentős lehet a tét, amely a cégeket arra sarkallja, hogy maguknak tartsák fenn új innovációs fejlesztési eredményeiket, előnyösen hasznosítható, közkinccsé még nem vált ismereteiket és tapasztalataikat, másrészt pedig igyekezzenek megszerezni mások ilyen szellemi értékeit. Világunk a fejlődésnek abba a szakaszába lépett, amelyben a lehető legszélesebb értelemben vett árutermelés körében jól hasznosítható szellemi vagyon az egyik legfontosabb, semmi mással nem pótolható erőforrássá vált mind a komolyabb cégek, mind pedig a nemzetgazdaságok számára. A kép teljessége kedvéért ugyanakkor itt közbe kell vetnünk, hogy a tudás ilyen értékének felismerése korántsem a mi korunk vívmánya. Rövidségében is igen plasztikus, jó képet ad erről dr. Bendzsel Miklós Fátyoltánc a szabadalmi titok körül c. tanulmánya.<sup>2</sup> Amint ő is írja, már a

<sup>2</sup> Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 1. (111.) évf. 1. sz., 2006. február, p. 8

középkori kézműves céhek is „az emberi tudás és a hatalom egy és ugyanaz” baconi elvét<sup>3</sup> követve alkották szabályait, amelyek a mesterségbeli titkok tilalmakkal és kényszerekkel való megőrzése révén csupán a tagokkal engedték megosztani az értékes ismereteket.

Mára már kétségtől megállapítható, hogy a globalizált piacokon az ilyen szellemi vagyon a versenyképesség megteremtéséhez és megőrzéséhez szükséges legfontosabb termelési tényezővé lépett elő – annál is inkább, mert ott a tőke kínálata szinte korlátlan, ami viszont egyáltalán nem mondható el az egyes cégek fejlesztési szükségleteinek kielégítését segítő, speciális szellemivagyon-elemek kínálatára. A tőke gyakorlatilag homogén erőforrás abban az értelemben, hogy rengeteg helyről lényegében korlátok nélkül beszerezhető, s a megszerzett pénz a rendelkezésre állítás esetleges keretei és feltételei között minden adaptációs probléma nélkül azonnal felhasználható. Ezzel szemben, aki csak kicsit is megtapasztalta a technológiatranszfer – és benne a technológiakereskedelem – gyakorlatát, az tudja, hogy a meghatározott feladatok megvalósítását segítő szellemivagyon-elemek, modern fogalommal technológiák<sup>4</sup> kínálata a legtöbb esetben erősen korlátozott, a technológiát keresők lehetőségeit pedig érdemben még inkább szűkíti, hogy az elvben hozzáférhető technológiák hasznosításba vétele a megszerzés árán felül csaknem kivétel nélkül többé-kevésbé jelentős, idő-, munka- és költségigényes adaptációt is kíván.

### A gyorsuló termékváltaáshoz bővülő technológia-háttér kell

A szellemi vagyon erőteljes és a jövőben is minden bizonnyal gyorsuló ütemben folytatózó felértékelődése mögött álló egyik legfontosabb mozzat, hogy a mindinkább kibontakozó globális versenyben igen erőteljesen felgyorsult a termékváltaás. Az új termékek létrehozását és piacra vitelét már nem a kereslet ösztönzi, hanem a piaci pozícióharc új

<sup>3</sup> Francis Bacon, Anglia lordkancellárja 1618–1621 között, írta *Novum Organum* c. művében

<sup>4</sup> A technológia kifejezést azzal a jelentéstartalommal használjuk, amelyet a szakirodalom az immateriális javakkal kapcsolatosan bevezetett. Ez a technológia fogalmába sorolja az egyes árucikkek – termékek és szolgáltatások – előállítására, hasznosítására és fogalomba hozatalára (értékesítésére) vonatkozó elméleti és gyakorlati ismereteket, termelési és kereskedelmi tapasztalatokat, valamint az ezekhez kapcsolódó, az iparjogvédelem körébe tartozó oltalmi jogokat. Megjegyzendő, hogy bizonyos értelmezések – elsősorban az ENSZ szakosított szervezetei által használt értelmezés – az itt felsoroltakon túl szintúgy a technológia fogalmába sorolják még – legalábbis a technológiatranszfer és a technológiakereskedelem szabályozásának vonatkozásában – a kérdéses árucikkek előállításához, forgalomba hozatalához és használatához szükséges, és mindenekelőtt a speciálisan ezekhez a célokhoz kialakított termelőeszközöket is. Ezt a kiterjesztő értelmezést itt nem követjük.

A köznapi szóhasználat általában „licenckereskedelemtől” beszél. A technológiakereskedelem magában foglalja a licenckereskedelmet, de annál – legalábbis az esetek döntő többségében – többet jelent. Maga a licenc ugyanis nem más, mint engedély – ebben a vonatkozásban annak engedélyezése, hogy valamely, az ipari tulajdon körébe tartozó dolgot, jelesül vagyoni értékkel bíró és esetleg külön jogintézménnyel – pl: szabadalommal – védett ismereteket más a saját gazdasági tevékenységében hasznosítson. A licencvásárlás ennek az engedélynek a megvásárlása, és „vegytiszta” formájában nem tartalmazza ismereteket, esetleg a hasznosításukhoz szükséges szolgáltatások vagy éppen termelőeszközök transzferét.

paradigmája, amelynek lényege, hogy aki értékesítési lehetőséget akar, teremtsen meg azt magának azzal, hogy megújított kínálatával új keresletet támaszt (kiemelkedő legújabb kori példaként gondoljunk a személyi számítógépre, a walkmanre vagy éppen a mobiltelefonra, valamint az arra mind nagyobb választékban ráépülő szolgáltatásokra). Mind világosabban megmutatkozik: a fejlesztésnek igen jelentős részben az vált a hajtóerejévé, hogy olyan új árucikket állítson elő, amely képes meggyőzni a piaci célközönséget (ó persze, a marketing hathatós, kellőképpen agresszív támogatásával!), hogy érdemes azt megvenni, még azon az áron is, hogy vele lecserélik a már meglévő eszközöket. Az új értékesítési lehetőségek megszerzésére irányuló törekvések mind nagyobb hányadban az újdonság varázsának kiaknázására támaszkodnak – ügyesen is, ügyetlenül is. Ügyetlen, sőt ostoba, amikor a keresletet ébreszteni hivatott reklám csupán azt harsonázza, hogy „új”, „még újabb”, „még több van benne a varázsszerből”. Aki kicsit is ért hozzá, az tudja, hogy ilyenkor a kérdéses árucikknek nincs érdemleges új jellemzője. Űgyes viszont az a marketingstratégia, amelynél azzal kínálják az új árucikket, hogy kiemelik annak új szolgáltatásait, értékeit. Ez azonban csak akkor működik tartósan is, ha az árucikk valóban tartalmaz új elemeket, vonásokat, azaz új funkciókat. Kiváló példái ennek a látványos gyorsasággal fejlődő, mind több szolgáltatást, magasabb használati értéket kínáló informatikai és telekommunikációs termékek.

Gyakran drasztikus hatású további mozgatóerő, hogy a mindenkori legfejlettebb technológiát megtestesítő termékek birtoklása – főként a használati eszközök körében – presztizshordozóvá vált, ami új terepet, új lehetőségeket nyitott a versenynek, ez utóbbi pedig drasztikusan felgyorsította az erkölcsi avulást, és sokszor ez kényszerítheti ki az amúgy még kifogástalanul szolgáló termékek lecserélését. Köznapi (bizonyos értelemben elborzasztó) tapasztalat, hogy már iskolás gyerekek körében is fontos presztizskérdésként jelenik meg például, hogy milyen fejlett, mennyire követi az élenjárók divatját a mobiltelefonjuk vagy egyéb technikai eszközeik. A technológiai fejlődés és a kínálati verseny így folyamatos kölcsönhatásban erősíti, hajtja előre egymást. A piaci pozícióharc új funkciókkal felruházott árucikkeket követel, azok létrehozása pedig új technológiákat. A technológiai fejlődés ugyanakkor a maga részéről erőteljesen növeli a kínálati verseny nyomását – nézőpont, valamelyest talán ízlés kérdése is, hogy ezt ördögi körnek vagy jótékony visszacsatolásnak tekintjük.

### **Az immateriális vagyon Pareto-szabálya**

A vázoltakból is nyilvánvaló, hogy ebben a „szép új világ”-ban az árutermelésben a hozzáadott érték mind nagyobb hányadát szükségszerűen is a szellemi vagyon hasznosítása hozza létre. És a már vázoltakon túl a szellemi vagyonnak kritikus és mással nem pótolható szerepe van abban is, hogy mindig birtokában legyünk a piacon való életben maradáshoz mindinkább nélkülözhetetlen képességnek, a változás képességének. Nagyon találóan fogalmaz-

za meg ezt Philip Kotler: „A változás olyan gyors, hogy a változás képessége is versenyelőny lett.”<sup>5</sup> Márpedig a változás képességének is az egyik legfőbb, és semmi mással nem pótolható alkotóeleme a tudás, hiszen csak az a szervezet és csak az az ember tud a versenyben való fennmaradáshoz szükséges módon és irányban változni, amelynek, illetve akinek elegendő ismerete van ehhez. Ezt a tudást állandóan fejlesztenie is kell, hogy a változás képességének terén se veszítsen versenyképességéből, sőt minél többeket maga mögé utasítson. Ez teszi a szellemi vagyont a fennmaradás és az értékteremtés legfőbb eszközévé, hiszen a globális versenyben résztvevő cégek túlnyomó többségének nem maradt más választása, mint hogy felfegyverkezzenek a területükön elérhető lehető legerősebb tudással, azt folyamatosan megújítsák, fejlesszék és bővítsék, különös tekintettel az innovációban feltáruló vagy megnyitható új lehetőségek kiaknázására, mindezek segítségével lépést tartanak a fejlődés élvonalával, és ennek köszönhetően meg tudják őrizni versenyképességüket és jövedelemtermelő képességüket. Mindez oda vezetett, hogy a világszerte köztudott John Wiley & Sons gazdasági szakkönyvkiadó egy 2005-ben megjelent könyvében szereplő adat szerint a felmérések már azt mutatták, hogy az Egyesült Államokban az 500 legnagyobb tőzsdei cég piaci értékének 80%-át már az immateriális vagyonuk teszi ki.<sup>6</sup>

### *Az immateriális vagyon tartalma*

Az immateriális vagyon legjellemzőbb elemeiként az alábbiakat célszerű kiemelni:

- a gazdálkodás körében valamely cél eléréséhez, valamely feladat teljesítéséhez előnyösen felhasználható sajátos ismeretanyag, vagyis a tudásnak, információknak, tapasztalatoknak sajátos elemei, illetve ezek az adott rendeltetésnek megfelelően összeválogatott és felépített rendszere. Ez az ismeretanyag gyakorta olyan új elemekre épül, amelyek mások számára még nem váltak ismertté. Alkothatja azonban a gerincét önmagukban ismeretes elemeknek a cél elérése érdekében kialakított új kombinációja is, amelyet szükség, illetve célszerűség szerint egészítenek ki az ezeken alapuló vagy ezekkel párosuló sajátos megoldások is (ide sorolható pl. a gyártási know-how);
- meghatározott feladat vagy feladatcsoport előnyös megoldását lehetővé tevő sajátos új megoldás vagy megoldásrendszer (pl. találmány);
- sajátos, a gazdálkodásban előnyösen felhasználható tevékenység- és üzemszervezési és vezetési megoldások és konstrukciók (pl. szervezési vagy éppen logisztikai know-how);
- sajátos, a gazdálkodásban előnyösen felhasználható piacszervezési megoldások és konstrukciók;
- eredeti szoftver;

<sup>5</sup> Philip Kotler: Kotler a marketingről – Jönni, látni, győzni a piacon. Park Könyvkiadó, 2000

<sup>6</sup> Intellectual Property – Valuation, Exploitation, Infringement Damages (Szellemi tulajdon – értékelés, hasznosítás, bitorlás okozta károk)

- a személy és/vagy testület – pl. cég – jó hírve, amely azt keresetté teszi a lehetséges üzletfelek körében, és versenyelőnyt biztosít neki a piacon (good-will);
- a személy vagy testület előnyös arculata, amely azt kedvezően emeli ki, növeli vonzerejét, és ezzel versenyelőnyt ad a számára;
- a piacon ismertté vált, az előnyös megítélést felidéző, és ezzel keresettségét, kedvező kelendőségét biztosító árujelzők. Ilyen a védjegy, az ún. márkanév, a kereskedelmi név. Nagyon is jellemző módon nem sorolható ide ugyanakkor a földrajzi árujelző. Hatályos jogszabályunk, a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény rendelkezése értelmében „a földrajzi árujelzőt csak a jogosultak használhatják, arra másnak használati engedélyt nem adhatnak”,<sup>7</sup> tehát az oltalom alapján az ezek jogosultjait megillető használati jog nem egészül ki rendelkezési joggal, nem jogosítja fel a jogosultat arra, hogy az ilyen árujelzők használatát másoknak engedélyezze, a maga ezekre vonatkozó jogait másokra átruhazza – ami logikusan következik a földrajzi árujelzők sajátos természetéből, azaz annak a minőségi többletnek a sajátos forrásából, amelyre ezek az árujelzők mutatnak. Éppen ezért nem beszélhetünk ezekre vonatkozó tulajdonosi pozícióról, és így ezek vagyonelemekké sem válhatnak;
- a személy vagy testület javára fennálló és hatályban lévő iparjogvédelmi jogok (pl. szabadalom, formatervezésiminta-oltalom, használatiminta-oltalom, topográfiaoltalom, védjegyoltalom), amelyek neki megkülönböztetetten előnyös pozíciót biztosítanak az általa létrehozott és/vagy a birtokában lévő szellemi alkotásokra vonatkozóan, azok hasznosításában és értékesítésében;
- a gazdálkodás körében hasznosítható és/vagy versenyelőnyt biztosító egyéb sajátos jogok, jogosítványok.

### **A szellemi vagyon értéke**

A mai, mindinkább tudásalapú gazdaságban az esetek döntő többségében a szellemi vagyon teszi ki a gazdasági versenyben résztvevők immateriális vagyonának legnagyobb és legértékesebb részét. A legmarkánsabb – és feltehetően nem igazán nagyszámú – kivételt ez alól valószínűleg azok a cégek alkotják, amelyek árucikkeiket világszerte elismert és nagy megbecsülést kiváltó márkanevek fedezékében viszik piacra, s így azok jövedelemtermelő képességének igen jelentős része márkaneveik használatából, azoknak a célközönségre gyakorolt vonzerejéből és értéknövelő hatásából származik. (Az utóbbiakkal kapcsolatban célszerű ugyanakkor számításba venni, hogy az ilyen márkanevek felépítése, piaci bevezetése, ismertté tétele és elfogadtatása a modern világgazdaságban már önmagában is igen nagy szaktudást igényel, vagyis a nagy márkanevekben nagyon jelentős szellemi teljesítmény testesül meg.)

---

7 109. § (1)



A tendenciákból az is egyértelműnek mutatkozik, hogy a belátható jövő fejlődési pályája még tovább növeli az árutermelésben felhasználható szellemi vagyon jelentőségét, és annak mind az egyéb termelési tényezőkhöz viszonyított, mind pedig abszolút értékét. Már a nem igazán távoli jövőben is minden másnál inkább meghatározó jelentőségűnek ígérkezik, hogy az emberiség fenntartható fejlődése – szerényebben, netán realisabban szólva az életminőségének romlása nélkül fenntartható fennmaradása – megköveteli az eddigieknél sokkal jobb globális gazdálkodást a természeti erőforrásokkal, vagyis a Föld nyersanyagkészletével és a bioszféra erőforrásaival egyaránt. Kétség sem férhet ahhoz, hogy e tekintetben a „sokkal jobb” nem lehet kevesebb, mint a minőségi ugrás a javak termelésében, valamint az annak megvalósítását és további fejlesztését biztosító új paradigma érvényre juttatása. Teljesen egyértelmű, hogy mindez csak innovációk mindenre kiterjedő, folyamatos és módszeres alkalmazása segítségével valósulhat meg, az pedig közhely, hogy az innovációs fejlesztési munka legfőbb eszköze a tudás, egyik legfőbb hajtóereje a tudás, az általa teremtett új érték legfőbb forrása az új tudás hasznosítása, és a fogadóképesség, illetve -készség biztosításához is igen sok tudás kell. Végül is annyiban nagyon szerencsés az emberiség, hogy miközben mindinkább beleütközik a nyersanyagforrások és a bioszféra erőforrásainak korlátaiba és azok túlzott kiaknázásának veszélyeibe, az új tudás előállításának és hasznosításának erőforrásai valószínűleg korlátlanok, de legalább is sokkal kevésbé fenyegetnek kimerüléssel. A búvszavakat jól ismerjük: ésszerű gazdálkodás, ésszerű környezetgazdálkodás, újrahaszno-sítás, behelyettesítés és így tovább, újabbakat pedig éppen az új tudás teremt majd – mindezek gyakorlati megvalósításához pedig olyan új utak, megoldások vezetnek, amelyek révén erőteljesen nő az új termékek és szolgáltatások szellemivagyon-tartalma. Q. E. D. – írta volna ide legendás hajdani matektanárunk, azaz – szabad fordításban – ezt a tételt állítottuk fel, és íme ez volt az ő bizonyítása.

### **Mikrogazdasági nézőpontból**

Mikrogazdasági nézőpontból vizsgálva a szellemi vagyon szerepét és jelentőségét az áruter-melésben, szintén oda jutunk, hogy a műszaki-gazdasági fejlődés törvényszerűen magával hozza annak felértékelődését, gazdasági súlyának növekedését. Ennek okai közül itt az aláb-biakat emeljük ki.

A gazdaság mozgásával a piacon mindig is többé-kevésbé állandóan változtak a lehető-ségek és a feltételek. A gyors ütemben terjedő globalizáció napjainkra olyan új scenáriót hozott létre mind a világgazdaságban, mind a helyi gazdaságokban, amely igen számotte-vően megnövelte a változások gyakoriságát és hatását. Tette ezt azzal, hogy túlnyomórészt megszüntette, de legalábbis igen nagy mértékben csökkentette az egyes piacokra történő belépés akadályait, s ezzel a globális gazdaság minden szereplője számára hozzáférhetővé tett minden piacot. Ennek következményeként a korábban többé-kevésbé korlátokkal tagolt piacokat lényegében egyetlen összefüggő küzdőtérre alakította át, amelyen bizonyos speci-



ális kivételektől eltekintve szabadon folyik az árucikkeknek a határokon átívelő kereskedelme, beleértve ebbe a különféle termelési tényezők forgalmát is. Hasonlóképpen korlátoktól mentessé vált a piaci szereplőknek a határokon átnyúló mindennemű tevékenysége is, köztük a tőke-, valamint a technológiatranszfer, a tevékenységek kihelyezése (outsourcing), továbbá a vállalatfelvásárlás. Ebben az új mozgás- és erőterben az egyes cégek számára az egyes piacokhoz történő hozzáférésben már inkább csak az jelenthet akadályt, ha nincs elegendő anyagi erejük ahhoz, hogy viselni tudják azok elérésének, valamint az ott végzett tevékenységeiknek logisztikai költségeit. Mindezek következtében a piacokon igen jelentősen megnőtt az egymással versenyző szereplők száma, és a korábbiaknál sokkal gyorsabban – mert lényegében akadálytalanul – terjednek a különféle piaci akciók és történések által kiváltott hatások is. Rendkívül látványos – és fenyegető – példái ennek az egyes pénzpiacokról kiinduló és gyorsan szétterjedő válságok.<sup>8</sup> A hatások és velük a változások terjedését korunkban tovább erősítik és gyorsítják a modern távközlési és informatikai rendszerek is, amelyek lehetővé tették az információk azonnali és gyakorlatilag korlátlan elterjesztését, másrészt pedig mindenki számára az azonnali hozzáférést ezekhez az információkhoz.

Ebben a környezetben az árutermelők között mind élesebbé válik a verseny, és mind súlyosabb gazdasági következmények – előnyök, illetve hátrányok – fűződnek a versenyben való előbbre jutáshoz, illetve lemaradáshoz. A versenypozíciók javítására alkalmas eszközök ezért egyre nagyobb anyagi jelentőséget kapnak, hiszen birtoklásuk – ha az a gazdálkodás körében történő célszerű felhasználásukkal is párosul – jelentősen segítheti a cég jövedelemtermelő képességének növelését, tehát végső soron többé-kevésbé mérhető pénzügyi hozamot eredményez. Amint azt már korábban is vázoltuk,<sup>9</sup> az innováció a versenyképesség növelésének egyik legfőbb eszköze. A cégek elsősorban a sikeres innovációs fejlesztések révén, azok eredményeinek felhasználásával tudnak alkalmazkodni a gazdasági környezetükben és/vagy a tevékenységük külső, illetve belső feltételeiben bekövetkezett változásokra, és szintúgy az innovációs fejlesztések segítségével tudnak elébe menni a várható változásoknak. Amelyikük pedig ebben jobban teljesít, az ennek köszönhetően igen számottevő mértékben javíthatja versenyhelyzetét a piac többi szereplőjével szemben. Az alábbiakban erre láthatunk néhány példát.

### *Alkalmazkodás a beszerzési lehetőségek változásához*

Amikor számottevő módosulás következik be bizonyos termelési tényezők beszerzési lehetőségeiben, illetve feltételeiben, a vállalatok erre ésszerűen azzal reagálnak, hogy úgy módosítják a termelési tényezők felhasználását, ahogyan azzal az új feltételek között javíthatják

<sup>8</sup> Nagyon is találó, hogy az így keletkező súlyos gazdasági problémák szétterjedésére a pénzügyi szakirodalom bevezette a *fertőzés* fogalmának használatát.

<sup>9</sup> *Osman Péter*: Tegyük végre tisztába nézeteinket az innovációról. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 1. (111.) évf., 5. sz. 2006. október

árutermelő tevékenységük gazdaságosságát. Az ilyen alkalmazkodás legegyszerűbb módja, ha úgy változtatják az előállított árucikkeik mennyiségét, azaz kínálatuk összetételét, hogy ezzel elérjék termelésítényező-felhasználásuknak azt a módosulását, amelynek nyomán az optimálisan illeszkedik a megváltozott lehetőségekhez és feltételekhez. A dolog azonban ritkán ilyen egyszerű, mivel az árucikkek termelésének szükségképpen összhangban kell lennie az értékesítés lehetőségeivel, az utóbbiakat viszont a piac határozza meg. Ha tehát a vállalat célja termelési struktúrájának megváltoztatása és bizonyos árucikkei értékesítésének növelése, akkor ehhez meg kell találnia vagy meg kell teremtenie a megfelelő piaci keresletet is. Ha az nem eleve adott, a keresletet meg kell teremteni, vagy el kell érni, hogy az bővüljön, ebben pedig fontos szerephez juthat az innovációs fejlesztés, amely ehhez többféle módon is hozzásegíthet.

– Olyan új jellemzőkkel, szolgáltatásokkal ruházza fel a kérdéses árucikkeket, amelyekre a piac kedvezően reagál, és ennek nyomán növekszik iránta a kereslet. Az ilyen változások keresletbővítő hatása nem csupán abban állhat, hogy az árucikket olyanok is megvásárolják, akik a korábbiakban elzárkóztak a megvételétől. Akár igen jelentős keresletbővülés származhat abból is, ha a változások által az árucikk funkcióiban létrehozott kedvező többlet elegendően nagy ahhoz, hogy azt olyanok is megvásárolják, akiknek ugyan már birtokában van annak korábbi változata, de a többletet elegendően vonzóknak találják ahhoz, hogy érte lecseréljék a korábbi típust. Az ez utóbbi szegmensbe tartozók számának növekedését jelentősen segítheti, ha a vállalat az innovációs fejlesztés részeként hatékony piacmegdolgozást végez a kérdéses árucikk érdemeinek hangsúlyos kiemelésére és ezzel a vonzerejének növelésére, továbbá ha a kereslet növelésére alkalmas eladásösztönzési módszereket is bevet.

– Az árucikkben vagy az annak előállítására szolgáló termelésben – a gyártástechnológiákban vagy éppen a termelés-szervezésben – olyan fejlesztéseket hoz létre, amelyek nyomán az új beszerzési feltételek között csökken az előállítás önköltsége. Ezzel lehetővé válik, hogy az árucikket alacsonyabb áron vigyék piacra, és ennek eredményeképpen fizetőképes keresletként jelentkezzenek olyanok is, akik a kérdéses cikket a korábbi, magasabb áron nem tudták vagy nem akarták megvásárolni. Az ár csökkentése azonban csak akkor válik ténylegesen is vonzerővé a piacon, ha a potenciális vásárlók tudomást is szereznek róla. Így magától értetődik, hogy az alacsonyabb ár vonzerejét célszerű annak a potenciális vásárlókra irányított propagálásával, az innovációs program részeként végzett piacmegdolgozás segítségével növelni. A mai fogyasztáscentrikus társadalmakban például meghatározó jelentőségű lehet annak propagálása, hogy az alacsonyabb eladási ár nem jelenti, hogy a szóban forgó árucikk gyengébb minőségű vagy alacsonyabb presztizsértékű lenne.

– A beszerzési lehetőségek, illetve feltételek megváltozása nyomán előállt új helyzetben a vállalatok a jövedelemtermelő- és a versenyképességük javításának hathatós eszközét találhatják abban is, ha az árutermelési tevékenységükben addig használt bizonyos termelési tényezőket újjal cserélik fel. Az ilyen csere azonban rendszerint több-kevesebb változtatást tesz szükségessé abban az árucikkben, amelyhez az új termelési tényezőt fel akarják

használni, és/vagy az árucikk előállításában alkalmazott termelési eljárásban. Ilyen eset áll elő, ha olyan új vagy a korábbtól eltérő minőségű termelési tényező jelenik meg a piacon, amelynek a beszerzési feltételei olyannyira kedvezőek, hogy gazdaságilag kifizetődőnek mutatkozik az addig használt termelési tényező helyébe állítani. Az ehhez szükséges változtatás célszerű megoldását nyilvánvalóan az innovációs fejlesztés körében kell létrehozni. Ha pedig a termelési tényezők lecserélésének érdekében végrehajtott módosítások az azokkal érintett árucikkben olyan változásokat idéznek elő, amelyet a felhasználó, illetve a fogyasztó is érzékel, akkor az innovációs fejlesztés részeként, a piaci felkészítés körébe tartozó innovációs munka keretében végzett piacmegdolgozással kell biztosítani, hogy a piac a megváltozott árucikket kedvező értékítélettel elfogadja.

#### *Alkalmazkodás a kereslet változásához*

A lehetséges változások másik körénél a piaci kereslet szerkezetében és/vagy az áruvilágban érvényesülő értékrendben következnek be módosulások. Az előbbi azt jelenti, hogy megváltozik az egyes árucikkek, árucsoportok iránti kereslet, a korábbiakhoz képest egyesek iránt csökken, mások iránt megnő, vagy éppen a vásárlók olyan új igényekkel jelennek meg a piacon, amelyeket új árucikkek létrehozásával lehet kielégíteni. Az értékrend megváltozása pedig azzal a következménnyel jár, hogy a különféle árucikkektől a piacon a korábbiakhoz képest más értékesítési árat lehet elérni: egy részük leértékelődik, más részük pedig fel. Az ésszerűen dolgozó vállalatok árucikkeik fejlesztésével, a megváltozott keresletnek megfelelő új árucikkek előállításával – azaz termékinnovációval –, és mindezek révén kínálati választékuknak a változásokhoz kedvezően illeszkedő átalakításával igyekeznek alkalmazkodni, hogy az új helyzetben ezzel javítsák jövedelemtermelő képességüket.

A versenyben való tartós fennmaradáshoz tudni kell azt is, hogy a célközönségnek nagy részét nem lehet megfogni olyan piacmegdolgozással, amely az értékesíteni kívánt árucikkről nem tud többet mondani, mint hogy az „új”, „megújult”, „még több van benne a kívánatos csodaszerből”, „még jobban működik”. Aki kicsit is figyel a kereskedelmi reklámokat, az tudja, hogy az ilyesfajta feldicsérés csupán azt jelenti, hogy a kérdéses árucikk semmilyen valódi többlettel, hasznos új vagy valóban kiteljesített funkcióval sem rendelkezik a korábbiakhoz képest. Tény, hogy bizonyos áruosztályokban az azok értékesítését célzó marketing sikerrel játszik rá a divatra – amelyet nem ritkán maga teremtett, vagy fokozott fel –, a felfelé való igazodásra (hogy ilyen szép eufemizmussal illessük a magasabb körök vagy éppen a sztárok majmolását) vagy akár arra, hogy sokan bizonyos árucikkek fogyasztása, illetve használata révén igyekeznek megerősíteni identitásukat vagy kifejezni a valahová tartozásukat. Az áruvilág döntő hányadában viszont az újdonságot bevezető reklám a célközönség okosabb részénél csak akkor tud eredményt elérni, ha az újdonság valóban rendelkezik olyan többlettel, amelyet a reklám meggyőzően felmutathat. Ilyenkor ismét a

termékinnovációé lesz a főszerep, visszaértünk tehát ismét azoknak a szellemivagyon-elemeknek a gazdasági jelentőségéhez, amelyek a termékinnovációt megvalósíthatóvá teszik.

A cégek természetesen innovációs munkájuk részeként maguk is igen aktívan dolgoznak azon, hogy keresletet teremtsenek árucikkeik iránt. Ennek eszközei lehetnek az alábbiak.

– Olyan új értékesítésszervezési megoldásokat alakítanak ki és vezetnek be, amelyek a piaci kereslet növekedését eredményezik. Erre is érvényes ugyanakkor, hogy az új, kedvező konstrukcióknak csak akkor lesz keresletnövelő hatásuk, ha a potenciális vásárlók megismerik azokat. Ezért itt ismét nagyon fontos szerep hárulhat az innovációs program keretében végzett piacmegdolgozásra.

– Olyan új értékesítési vagy éppen fizetési konstrukciókat hoznak létre és vezetnek be, amelyek hatására fizetőképes keresletként jelentkeznek olyanok is, akik a kérdéses cikket a korábbi feltételek mellett nem tudták vagy nem akarták megvásárolni. Klasszikus példa erre a részletfizetési, majd az áruhitel-konstrukciók bevezetése, vagy éppen a csomagküldő szolgálatok rendszerbe állítása. Az ezeket bevezető piacmegdolgozás szerepe ugyanakkor itt is sorsdöntő lehet.

– A kérdéses árucikk új felhasználási lehetőségeit hozzák létre, és ezeket a lehetőségeket elfogadtatják a potenciális felhasználókkal is. A felhasználási lehetőségek bővülése az árucikk iránti újabb igények megjelenését eredményezheti. Ennek azonban nélkülözhetetlen feltétele az is, hogy az árucikk ára összhangban legyen azzal a használati értékkel, amelyet az új felhasználási területen kínál a felhasználónak. Ennek az összhangnak a megteremtésében szintén igen jelentős szerepe lehet az innovációs fejlesztésnek, egyrészt úgy, hogy a piacmegdolgozás révén meggyőzi a potenciális felhasználókat, hogy érdemes az árucikket megvenniük, érdemes annak árát megfizetniük, másrészt azzal, hogy az értéktervezés megfelelő alkalmazásával az elérhető értékesítési árnak megfelelően alakítják ki az árucikk funkcióit és funkcióköltségeit.

A kép teljessége kedvéért említjük – amúgy magától értetődő –, hogy ezeket az eszközöket többnyire célszerű egymást erősítő kombinációkban alkalmazni.

### *Alkalmazkodás az árutermelés fejlődéséhez*

Az innovációs fejlesztés általában nélkülözhetetlen és mással nem pótolható eszköz akkor is, ha az árutermelő gazdasági környezetében új, a korábbiaknál számottevően – esetleg minőségi előrelépést jelentő mértékben – fejlettebb termelőberendezések és/vagy termelési eljárások jelennek meg. Ezek főként megmutatkoznak abban, hogy

– magasabb használati és piaci értékű – jobb minőségű vagy éppen új funkciókat kínáló – árucikkek előállítását teszik lehetővé,

– nagyobb hatékonyság, termelékenység elérését teszik lehetővé az árutermelésben, és ennek köszönhetően javulnak annak fajlagos gazdasági mutatói. A fejlettebb

termelőberendezéseket, termelési eljárásokat hasznosító versenytársakkal szemben így a vállalat csak akkor tudja megőrizni tevékenységének jövedelemtermelő képességét, ha el tudja kerülni, hogy az ő árucikkei – amelyek a piacon szükségképpen szembekerülnek és össze is méretnek az előbbiekével – elveszítsék versenyképességüket. Ehhez két fő út vezet. Egyikük abban áll, hogy ő is hasonló fejlesztést hajt végre, és ennek segítségével felzárkózik azokhoz, akik így megelőzték. Ha viszont nem rendelkezik ehhez elegendő erőforrással, úgy másik, az előremenekülést lehetővé tevő út lehet, hogy más módon próbál a piacon kedvező versenyhelyzetbe jutni, és ezzel olyan értékesítési lehetőségeket találni vagy éppen létrehozni, amelyek elegendően nagy felvevő piacot jelentenek a saját árucikkeinek, érdemben inkább azok alkalmasan továbbfejlesztett, és/vagy megújított módon piacra vitt változatainak. Jellemző példa erre a kézműves, aki a maga hagyományos termékével száll szembe a nagyüzemi technológiákkal, így pl. a pék, aki nem tud versenyezni a kenyérgyárak termelékenységével, ezért kézzel gyártott, hagyományos kenyeret, süteményt visz a piacra. Magától értetődik, hogy ez utóbbi esetben ismét kiemelkedő szerep juthat a termékinnovációnak, de úgyszintén az értékesítési munka innovációjának is. Hasonló példákkal szolgálhat ma a társadalmak jobb anyagi helyzetben élő rétegeinek körében a bio-termékek felívelő értékesítése is. Q. E. D. – mindkét út mentén ismét eljutottunk a fejlesztés megvalósítását segítő szellemivagyon-elemek gazdasági jelentőségéhez.

### **A fejlődéssel növekednek a fejlesztés költségei is**

Korunk meghatározó jelentőségű gazdasági jellemzője az is, hogy a műszaki-gazdasági fejlődés már olyan magas szintre ért, amelyen az esetek túlnyomó többségében technikailag nagyon összetetté és bonyolulttá vált az innovációs fejlesztés területein végzett munka, és ennek megfelelően mind fejlettebb eszközöket is igényel. Az esetek túlnyomó többségében ez azt eredményezi, hogy nagymértékben megnőtt a fejlesztési munka eszköz-költsége, ezért az innovációs munka mind nagyobb befektetések vállalását, egyre jelentősebb gazdasági erőforrások mozgósítását igényli. Érdemben, főszabályként ez azt jelenti, hogy igen számottevően megnövekedtek, és – a tendenciát tekintve – továbbra is emelkednek az új fejlesztési eredmények, sajátos ismeretek létrehozásának és a gazdálkodásban történő felhasználásra alkalmassá tételének, vagyis az innovációs fejlesztés eszközeinek, és vele a szellemi vagyon gyarapításának költségei. Tény ugyan, hogy a szellemi vagyon tekintetében nincs semmiféle közvetlen, mechanikus kapcsolat az egyes elemeinek előállításával járó költségek, valamint a szóban forgó elemek gazdasági értéke között, s ez maradéktalanul érvényes az innovációs fejlesztési eredmények értékére is. A fejlesztési költségek növekedésének tendenciája viszont arra szorítja a cégeket, hogy erőforrásaik felhasználását olyan innovációs fejlesztési célokra összpontosítsák, amelyek megvalósítása várhatóan kellően nagy gazdasági eredményeket hoz nekik. Az előzőekben vázoltak szerint ebből az is következik, hogy a célok ilyen szelekciója nyomán létrejövő szellemivagyon-elemek gazdasági értéke is növekvő tendenciát mutat.

## AZ IPARJOGVÉDELEM TÁRGYA, LÉNYEGE

Az iparjogvédelem a társadalom egyik, az általa elérhető hatásokat és eredményeket tekintve igen jelentős eszközrendszere, amellyel a műszaki-gazdasági fejlesztéshez és fejlődéshez fűződő érdekeit igyekszik érvényre juttatni. Célját, eszközeit és hatásmechanizmusait vizsgálva egyértelműen megmutatkozik, hogy igen finom részletességgel kidolgozott és kiegyensúlyozott, módszeresen és folyamatosan fejlesztett jogi intézményrendszer. Feltehetően minden más jogintézménynél inkább elmondható róla, hogy koncepció- és eszközrendszerének fejlettsége a maga területén mindenkor optimális összhangban áll a kor fejlődésének élvonalával.

### **A rendeltetése**

Az iparjogvédelem mögött az a törekvés áll, az hívta életre és tartja fenn ma is, hogy segítségével a társadalom ösztönözze

– a technikai – és annak eredményei révén a gazdasági – fejlődést előbbre vivő alkotómunkát;

– az azt segítő vállalkozói és befektetői tevékenységeket, amelyek a fejlesztési eredmények hasznosításából való részesedés jogának megszerzése érdekében vállalnak részt a fejlesztésben, illetve terhei viselésében;

– a létrehozott, szélesebb körben is hasznosítható fejlesztési eredmények minél gyorsabb elterjesztését, hasznosításba vételét.

Végső célja mindezzel természetesen az általános fejlődés előmozdítása a szóban forgó társadalom előnyére és hasznára. Az áruterelésnek és az áruforgalomnak gyakorlatilag nincs is olyan területe – legalábbis a törvényes tevékenységek keretein belül –, ahol az iparjogvédelem egyes intézményei ne juthatnának fontos gazdasági szerephez.