

УДК 658.8.001.76

JEL Classification: O30; L21; M31

Перерва Петро Григорович*д-р екон. наук, професор,**завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин***Маслак Марія Володимирівна***канд. екон. наук, доцент,**доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин***Кобелєва Анна Валеріївна***аспірант кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин**Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»**(Харків, Україна)*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Розглянуто теоретико-методологічні питання маркетингового забезпечення інтелектуальних технологій. Проведено дослідження сутності терміну «інтелектуальна власність» та на основі узагальнення існуючих пропозицій різних дослідників надано авторське визначення цієї дефініції. Категорію «інтелектуальна власність» запропоновано розуміти як систему відносин, що виникають у процесі створення та використання інтелектуального продукту, а також розподілу результатів цього використання. У цьому визначенні поєднані ключові складові системи відносин власності: права володіння, користування та розпорядження об'єктами власності, а також головна характеристика об'єктів – їхня приналежність до інтелектуального продукту. Основною складовою маркетингового забезпечення інтелектуально-інноваційних технологій визначено ступінь та ефективність їх комерціалізації.

Ключові слова: інтелектуальна власність, комерціалізація, маркетинг, інноваційні технології, ризик, промислові підприємства

DOI: 10.15276/mdt.6.2.2022.3

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. Прискорений розвиток країни великою мірою залежить від рівня розвитку науки та техніки. Науково-технічний прогрес та інноваційний розвиток продуктивних сил неможливий без новаторства та винахідництва.

В даний час прогресивно зростає рівень інформатизації економіки та суспільства в цілому, відповідно, зростає важливість та значущість ролі інтелектуальної власності. Водночас, український ринок об'єктів інтелектуальної власності та інтелектуально-інноваційних технологій перебуває ще на стадії становлення та розвитку. Має місце недостатньо ефективний розподіл та використання нематеріальних ресурсів інструментами та механізмами ринку об'єктів інтелектуальної власності.

© 2022 The Authors. This is an open access article under the CC BY license
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

На наш погляд, таке положення пояснюється недостатньою теоретико-методологічною розробленістю маркетингових проблем та завдань, пов'язаних з реалізацією інтелектуальної власності та інтелектуально-інноваційних технологій на ринку, формуванням науково-обґрунтованої ціни на них і ефективної системи управління ними. Для вирішення зазначених проблем конче необхідно уточнити поняття та методологічний зміст інтелектуальної власності як економіко-правової категорії, суть економічних, управлінських та маркетингових відносин інтелектуальної власності та їх специфіки на цільових ринках.

Висока конкуренція між вітчизняними та зарубіжними виробниками на тлі прискорення науково-технічного прогресу стимулює промислові підприємства до розробки та комерціалізації інноваційних технологій, пошуку конкурентних переваг за рахунок збільшення частки нематеріальних активів та підвищення ролі інноваційної складової у процесі виробництва продукції. Важливою умовою створення та успішної виробничо-комерційної діяльності інноваційно-активних підприємств є наявність у їхньому розпорядженні результатів інноваційно-інтелектуальної діяльності.

Проведені дослідження свідчать про те, що для потреб комерціалізації результатів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств надзвичайно важливу роль мають об'єкти інтелектуальної власності. Якраз їх наявність в складі інноваційної продукції та прогресивних технологічних процесів і забезпечують їм інноваційність, новизну та забезпечують комерційні результати виробничої діяльності. Виходячи з цих положень, вважаємо важливим та актуальним розгляд теоретико-методологічної сутності інтелектуальної власності як економічної категорії, яка забезпечує успішність і ефективність процесів ринкової комерціалізації результатів інноваційної діяльності на машинобудівних підприємствах.

Необхідно зауважити, що найчастіше питання теорії та методології інтелектуальної власності розглядаються з юридичної точки зору. У зв'язку з цим, для маркетингу саме поняття «інтелектуальна власність» є певною мірою новим, його економічна природа поки що не отримала адекватного теоретичного обґрунтування. Будь-які правові конструкції щодо економічних явищ, у тому числі і інтелектуальної власності як специфічного економічного ресурсу, повинні будуватися на науковому фундаменті економічного обґрунтування теоретико-методологічної сутності цих явищ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких покладений початок вирішенню даної проблеми і на які спирається автор. Дослідженням проблем методології маркетингового забезпечення інтелектуальних технологій та інтелектуальної власності, яка використана при їх створенні, в умовах сьогодення присвятили свої дослідження відомі вчені В.В. Дубодел, Я.О. Лебедева, Д. Коціскі, А. Полтораєк, І.В. Понкін, В. Сенюта, Т.О. Кобелева, П. Жебровский та ін.

Разом з тим, сучасний стан проведених наукових досліджень, а також стан відповідного теоретико-методологічного інструментарію, який використовується для потреб пізнання тенденцій зміни та розвитку сутності поняття «інтелектуальна власність» як економічної категорії та процесів її комерціалізації на цільових ринках, ще не в повній мірі відповідають наявним потребам промислових підприємств і нагально потребують подальших досліджень та наукових пошуків.

Зокрема, незважаючи на посилення уваги до проблем комерціалізації інновацій у різних галузях промисловості серед вчених немає ще єдності поглядів на визначення їх змісту, місця та ролі у сфері наукомісткого виробництва, слабо досліджено проблеми програмно-цільового управління та розробки стратегії комерціалізації інновацій на підприємствах машинобудівної галузі. При цьому потенціал наукомісткого виробництва

машинобудівної галузі в сучасній економічній літературі недостатньо вивчений, тому дослідження стратегії комерціалізації інновацій у даній галузі має необхідну актуальність і наукову новизну. Подальше дослідження та розвиток зазначених напрямків дозволить ефективно виводити інноваційні технології та продукти ринку завдяки тому, що буде оптимізовано інноваційний процес. Формування та впровадження інноваційних бізнес-моделей комерціалізації інтелектуальної власності (продуктів та технологій) у сучасних умовах дозволить суттєво підвищити економічну стійкість та ефективність інноваційних підприємств, значно скоротити кількість «невдалих» проектів та знизити обсяг «збиткових» інвестицій. Це створить умови для покращення інноваційного клімату та підвищення інноваційної активності підприємств, регіонів, територій та країни загалом.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Існуючі методи та моделі комерціалізації інтелектуальної власності можливо ефективно використовуватися тільки при відповідному законодавчому забезпеченні, ще передбачає внесення певних змін в існуючі правові положення. Все це потребує належного наукового обґрунтування та практичної апробації в ринкових умовах. Однією із пропонованих змін в даному дослідженні є забезпечення більш широких прав і можливостей вчених (дослідників), яке полягатиме в тому, що вчені, а не університет, формально будуть власниками технологій, які вони винайшли. У разі комерціалізації вони будуть зобов'язані віддавати університету, наприклад, 25 або 30% доходів від комерціалізації (залежно від того, підтримував їх університет у процесі комерціалізації чи самоусунувся від цього процесу). Однак ці зміни не дають відповіді на кілька основних питань, наприклад, хто буде відповідати фінансово, університет чи науковець за правовий захист винаходу, проведення оцінки, можливу відповідальність за невдалі переговори тощо. Такого роду пропозиції нагально потребують відповідного науково-методологічного обґрунтування та впровадження.

Комерціалізація прав власності є складною темою, і для її правильного втілення необхідні багато узгоджених факторів – успішні переговори, відповідна юридична підтримка чи ефективний апарат управління університетом. Однак цей складний процес може окупитися всім сторонам у фінансовому плані за відносно короткий час – технологічні інвестиції з високим ступенем ризику в разі успіху пропонують дуже високу норму прибутку. Дослідження зазначених напрямків дозволить створити науково-методичну базу для визначення рівня комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних технологій та посилити методологічне обґрунтування самого терміну «інтелектуальна власність».

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою дослідження є формування науково-методичних положень та практичних рекомендацій щодо визначення методологічних та організаційно-економічних домінант, які стають однією із головних рушійних сил по забезпеченню ефективного процесу комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій. Основним результатом проведеного дослідження може бути висновок, що планування та управління інноваційною діяльністю – це мета застосування інноваційних моделей або моделей комерціалізації.

Зазначимо, що кожна з існуючих та пропонованих авторами моделей комерціалізації інноваційних технологій має свої певні переваги і недоліки, що, здебільшого, проявляється у розмірі комерційного результату (прибутку), витрат на процес комерціалізації та в пунктах відповідальності за ведення інноваційного процесу. В подальшому необхідно порівнювати моделі комерціалізації інноваційних технологій з можливостями виробничо-комерційної промислових підприємств та оцінити потенційний потенціал їх практичного використання. Це надає реальну можливість

застосовувати отримані результати на практиці, здійснювати регулювання та управління процесами комерціалізації технологій.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Перші згадки про інтелектуальну власність відносяться ще до періоду Античності. Наприклад, у Стародавній Греції існували патенти – певні привілеї, які могли бути надані за винахід речі [3, 5]. У Стародавньому Римі перші згадки про інтелектуальну власність датуються V ст. до н.е., у документі йшлося про її крадіжку під час літературного конкурсу в Олександрії [4]. Причиною появи сучасного авторського права став друкарський верстат, винайдений у середині XV ст. Йоганном Гуттенбергом. Тоді ж з'явилися й спеціальні грамоти, які юридично закріплювали монопольне право друку тієї чи іншої книги з метою уникнення піратства [4]. У XVII ст. в Англії стали видаватися перші закони, що регулюють авторське право, проте найчастіше вживався термін «літературне право». Першим законодавчим актом про авторське право прийнято вважати англійський Статут Ганни (1709), який був негативно сприйнятий суспільством, оскільки позбавляв авторів більшості прав, отриманих ними згідно з Актом про ліцензування преси 1662 р. Незважаючи на масові невдоволення, закон скасований не був. Статут Анни встановлював термін дії авторського права протягом 14 років із можливістю продовження на ще один такий термін за життя автора, далі всі матеріали ставали громадським надбанням. Статут вважається «переломним моментом в історії англо-американського авторського права, ... перетворюючи те, що було авторським правом приватного з видавництва, на грант громадського права» [9, с. 916]. Це правило було скасовано лише в 1842 р. Актом про авторське право, який встановив права протягом усього життя автора і сім років після його смерті. Право промислової власності також розвивалося інакше. Його поява пов'язана з існуванням майстерень та ремісників. Виготовлення певних виробів у майстернях займався, як правило, сімейний рід, далі якого секрет виготовлення не поширювався. Проте держава була зацікавлена у налагодженні промислового масового виробництва. Саме тому, щоб майстерні не зазнавали збитків і не стикалися з конкуренцією, ремісники отримували від держави монопольне право провадження протягом певного часу в обмін на розкриття секрету технології [4].

Вперше термін «інтелектуальна власність» було використано 1769 р. у виданні *The Monthly Review* [8]. Безпосередньо термін «інтелектуальна власність» (ІВ) почав використовуватися різними теоретиками, переважно юристами і економістами ще XVIII століття, але у широкому вживанні почав використовуватися лише у другій половині XX століття, у зв'язку з твердженням 1967 року у столиці Швеції Стокгольмі спеціальної Конвенції, яка започаткувала Всесвітню організацію інтелектуальної власності (ВОІВ). Незважаючи на порівняно недавнє оформлення поняття «інтелектуальна власність», передумови для її появи були сформовані задовго до цього, причому вони диктувалися самим ходом еволюції людства.

Об'єктивна потреба у створенні дієвого механізму захисту прав творців на результати інтелектуальної праці існувала протягом тривалого періоду часу: з моменту появи перших інтелектуальних продуктів і подальшого широкомасштабного розвитку науково технічного прогресу аж до її офіційного оформлення.

Інтелектуальна власність як економіко-правова категорія вже давно стала об'єктом дискусій. У чому полягає економічний зміст цього поняття, чи можна довести товарну природу об'єктів інтелектуальної власності, що є виразом вартості об'єктів інтелектуальної власності, як трансформується поняття «ціни» у відношенні до об'єктів

інтелектуальної власності – на ці питання немає в достатній мірі обґрунтованих відповідей.

Проблеми інтелектуальної власності досі негласно були дуже тісно пов'язані в основному з правовою проблематикою. Сучасна законодавча база переважно регламентує охорону авторських прав. Проте спектр економічних проблем, пов'язаних із обігом об'єктів інтелектуальної власності як самостійного ресурсу суспільного виробництва, законодавчо не забезпечено. Причина багато в чому полягає у не розробленості теоретичних основ виникнення, формування, дистрибуції та обігу інтелектуальної власності як економічної категорії та у відсутності їх наукового обґрунтування.

Слід наголосити на необхідності поділу понять «інтелектуальна власність», «інтелектуальний капітал», «інтелектуальний продукт» та «нематеріальні активи» промислового підприємства, які часто використовуються в одному контексті, однак мають суттєві смислові відмінності. Наприклад, суміжним для категорії «інтелектуальна власність» є поняття «результати інтелектуальної діяльності», які в підсумку формують категорію «інтелектуальний продукт». У понятті інтелектуального продукту підкреслюється завершеність результатів інтелектуальної діяльності, оформлених як технічні чи конструкторські рішення, технічної документації, методик, звітів про результати наукових досліджень, творів мистецтва, літератури тощо. Однак не завжди результати інтелектуальної праці набувають завершені форми, що дозволяє судити про зміст як цілісний предмет вивчення. Очевидно, що тільки ті результати, які представлені у вигляді, доступному вивченню, можуть лягти в основу права власності, тобто бути привласненими.

Поняття «інтелектуальна власність» використовується авторами у разі наявності виняткових прав на результати інноваційно-інтелектуальної діяльності, у той час як поняття «нематеріальні активи» використовується в системі бухгалтерського та фінансового обліку та застосовується до об'єктів інтелектуальної власності та ділової репутації з обов'язковим урахуванням умов, які встановлюються на законодавчому (правовому) рівні [10]. При цьому поняття «Інтелектуальний капітал» є більш широким поняттям, яке відображає не тільки об'єкти інтелектуальної власності (промислові зразки, винаходи, корисні моделі тощо) та ділову репутацію підприємства (тобто його нематеріальні активи), а й інтелектуальні можливості працівників підприємства (людський капітал), активи ринку (канали дистрибуції товарів, портфель замовлень, угоди, контракти) та інфраструктури (методи управління персоналом, система управління, фінансовий механізм). Інтелектуальний капітал включає у собі елементи, крім об'єктів інтелектуальної власності, які як самостійні складові неможливо знайти використані практично, тобто. вони не мають своєї вартості і тому не можуть зазнають вартісної оцінки. Однак, при продажі всіх активів підприємства ці складові можуть бути оцінені як ділова репутація підприємства. Необхідно звернути увагу на те, що визначення термінів, що аналізуються, у доповіді (правовими та економічними інститутами, цивільним та податковим законодавством), не вносять певної ясності у визначення дефініції «інтелектуальна власність». Причиною тут, на наш погляд, є використання ними різної системи визначень: інтелектуальна власність, виключні права, нематеріальні активи, результати інтелектуальної діяльності, майнові права.

Для уточнення економічної сутності терміну «інтелектуальна власність», на нашу думку, слід проаналізувати наявні підходи до визначення цього поняття. Вперше дефініція «інтелектуальна власність» була вжита у Конвенції про створення Всесвітньої організації ІВ (ВОІВ), яку було прийнято у Стокгольмі 14 липня 1967 р. З тих пір термін, визначений ВОІВ, використовується в різного роду міжнародних документах та в

законодавчих актах багатьох країн. Згідно трактуванню ВОІВ, «інтелектуальна власність – це закріплені законом права, які є результатом інтелектуальної діяльності в промисловій, науковій, літературній та художніх галузях».

Ряд дослідників розглядають інтелектуальної власності як результат реалізації ідей, інноваційних задумів, винаходів, технологічних проектів та їх практичне застосування у виробничо-комерційній діяльності [2, 10, 11]. Інші вчені тлумачать термін «інтелектуальна власність» як складову економіко-соціальної категорії «власність». Вони вважають, що якраз власність є основною ознакою категорії інтелектуальної власності. Зауважимо, що правовий зміст категорії «власність» слід зводити тільки до самого права власності, оскільки економічний зміст власності слід регулювати з використанням природного права згідно з існуючим законодавством [10]. Має місце ще така думка науковців, що комерціалізація результатів інтелектуальної діяльності дає підстави розглядати інтелектуальну власність також і як продукт продажу - товар (нематеріальний актив), і як капітал (витрати на отримання освіти та використання її при створенні нематеріальних активів) [11]. Згідно з Цивільним кодексом України (ст. 418) право інтелектуальної власності трактується як «право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений цим Кодексом та іншим законом» [6].

Переважає у проаналізованих визначеннях терміну «інтелектуальна власність» є думка про неможливість розуміння цієї дефініції як різновиду власності, незважаючи на наявність у ньому ключового слова власність та майновий характер виключних прав на результати інтелектуальної діяльності, що легально визнано, і прирівняні до них засоби індивідуалізації (ст. 209 Цивільного кодексу України [6]). Наведена ситуація видається далеко неоднозначною, яка є незрозумілою навіть для більшості фахівців у цій галузі цивільних правовідносин. У зв'язку з цим, актуальним є завдання можливостей розвитку українського законодавства у цій галузі громадянського права з урахуванням визначеного законом верховенства норм міжнародного права та міжнародних угод і значущості розвитку господарського обороту об'єктів прав інтелектуальної власності задля збереження суверенітету та успішного інноваційного розвитку економіки України.

Велика кількість трактувань та визначень терміну «інтелектуальна власність», а також різних видів їх джерел визначає необхідність розгляду терміну «інтелектуальна власність» з різних точок зору: нормативно-правової, економічної та управлінської для вдосконалення теоретико-методологічного змісту поняття «система управління інтелектуальною власністю» (рис. 1).



Рисунок 1 – Класифікація основних напрямів щодо терміну «інтелектуальна власність»

Джерело: побудовано авторами

П.Г. Перерва, М.В. Маслак, А.В. Кобелева. *Методологічні засади маркетингового забезпечення комерціалізації інтелектуальної власності*

Юридичний напрямок характеризує термін «інтелектуальна власність» з погляду українського законодавства та представлений Цивільним кодексом України. Зазначимо, що згідно з нормами Цивільного кодексу до інтелектуальної власності не слід відносити витрати, пов'язані з освітньою діяльністю або які вкладаються в людський потенціал (капітал) підприємства. Юридичний напрямок найважливішими визначає завдання правової охорони та захисту інтелектуальної власності, які закріплені в українському законодавстві. Зауважимо, що на етапах створення об'єктів інтелектуальної власності юридичне забезпечення прав її автора є надзвичайно важливим та актуальним.

Після створення та юридичного оформлення прав на об'єкт інтелектуальної власності (патент, авторське свідоцтво, режим комерційної таємниці) неминує виникати завдання введення даного об'єкта у цивільно-правовий та господарський оборот. У цей час неможливо уникнути економічної характеристики сутності інтелектуальної власності, що ми і пропонуємо в нашому визначенні.

Інтелектуальна власність – це комплекс організаційно-економічних, правових та управлінських інструментів, методів та механізмів, що використовуються для створення, розподілу та обміну результатів інноваційної діяльності, які перебувають під правовою охороною та демонструють наявність можливості приносити прибуток за їх використанням у виробничій, комерційній чи управлінській діяльності підприємства або за участю у господарсько-правовому та ринковому обороті.

Рекомендоване до вжитку авторське визначення інтелектуальної власності органічно поєднує в собі і правову, і економічну, і організаційно-управлінську складові цього терміну. Такий підхід, на нашу думку, більш точно і більш професійно буде відтворювати процеси створення, дистрибуції та використання інтелектуальної власності та ринкових продуктів, створених з її використанням.

Розробка ефективних механізмів залучення результатів науково-технічної діяльності промислових підприємств та університетів до господарського обороту є найважливішим завданням інноваційної політики нашої країни. Подолання існуючих бар'єрів на шляху інноваційного розвитку економіки країни можливе за допомогою використання нових форм та моделей комерціалізації, фінансування та стимулювання наукових розробок, інноваційних технологій. Організація процесу комерціалізації технологій, на наш погляд, повинна здійснюватися з комплексних позицій, які включають в себе організаційно-інформаційні, маркетингові та фінансово-економічні аспекти. Ринкове та виробниче освоєння інноваційних технологій є ризикованим процесом, оскільки об'єктом нововведень виступає інтелектуальний продукт, що, своєю чергою, викликає і складності економічної та фінансової оцінки; та проблеми ефективної взаємодії учасників; і вимагає ретельно опрацьованого та безперервно актуалізованого нормативного забезпечення.

Термін «комерціалізація знань» не має юридичного визначення, але в наявній літературі має місце визначення цього поняття. Узагальнення наявних публікацій дозволяє стверджувати, що комерціалізація знань – це примушування того, що щось, що має потенційну цінність і прибутковість, буде продано, виготовлено, доступне або використане з метою отримання прибутку або створення капіталу. Загальноприйняте розуміння цього слова стосується процесу надання іншим суб'єктам, переважно підприємствам, нового продукту, методу чи рішення з метою отримання фінансової вигоди на ринкових умовах. Багато в чому права інтелектуальної власності подібні до матеріальних благ і, так само, як їх можна продати, подарувати, обміняти та вчиняти інші юридичні дії. Пропонуємо огляд здійснення процесів комерціалізації знань та технологій, коли стороною, що пропонує цей продукт, є наукова або дослідницька установа (університет, науковий підрозділ підприємства, науково-дослідний інститут).

Проведене дослідження найбільш вживаних моделей комерціалізації технологій дозволяє виділити з них наступні:

- a) використання у власному виробництві;
- b) продаж прав власності;
- c) ліцензування;
- d) стратегічний альянс;
- e) спільне підприємство;
- f) створення виділеного підприємства.

Всі розглянуті нами вище моделі комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій є в певній мірі ризикованими. Їх рівень комерційного ризику за довільною шкалою від «1» (найменший рівень ризику) до «5» (найбільший рівень ризику) можна представити таким чином, як це показано на рис. 2.

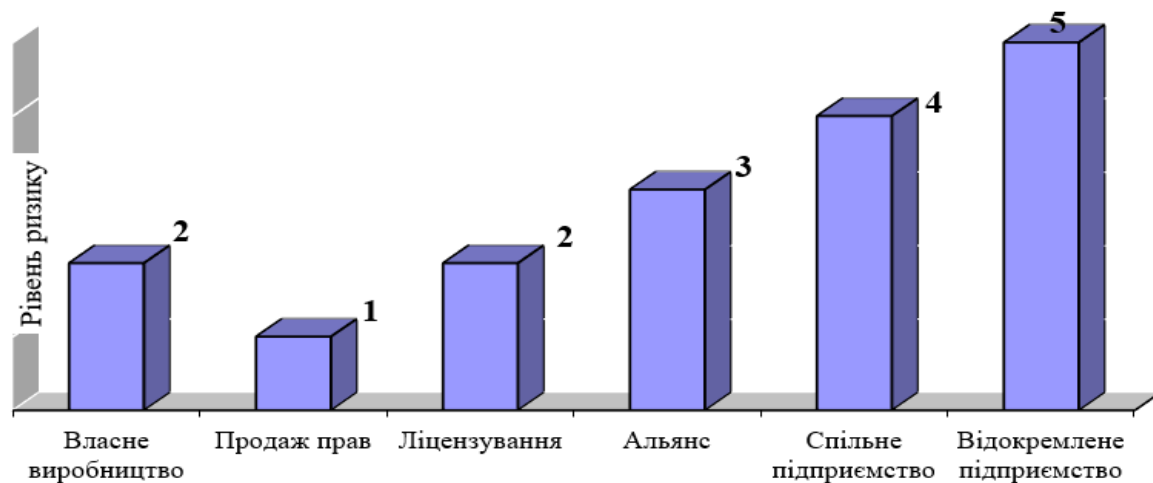


Рисунок 2 – Рівень комерційного ризику різних моделей комерціалізації інноваційних технологій

Джерело: побудовано авторами з використанням [11]

Продаж майнових прав є найменш ризикованим, оскільки в більшості випадків це одноразовий обмін грошей на технологію. Ліцензування є більш високим рівнем, оскільки плата за ліцензію може не нараховуватись. Альянс має більший ступінь невизначеності, оскільки в ньому беруть участь більше двох партнерів. У моделі спільного підприємства створюється новий суб'єкт, який необхідно додатково стабілізувати з точки зору маркетингу на ринку. Виділені підприємства у формі spin-off або spin-out характеризується найвищим ризиком, в основному через податкові питання та відповідальність за долю нового підприємства, а також через наявність проблем в забезпеченні інвестиційної діяльності в розвиток виділеного підприємства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямом. Проведене дослідження маркетингового забезпечення інтелектуально-інноваційних технологій дозволяє оцінювати методологічну та науково-теоретичну сутність інтелектуальної власності з нових позицій. Переважне ототожнювання цієї категорії тільки з правовими механізмами не дозволяє в повному обсязі здійснювати введенні в господарський обіг як безпосередньо об'єктів інтелектуальної власності, так і інноваційних технологій створених з її використанням. З'являється реальна можливість зовсім в іншому напрямку здійснювати ринкову комерціалізацію з використанням різноманітних моделей комерціалізації.

Використання пропонованих методичних рекомендацій в практиці виробничо-комерційної діяльності промислових підприємств дозволяє забезпечити важливий зв'язок між процесами розробки, дистрибуції та використання інтелектуально-інноваційних технологій та необхідною їх якістю. Проведені дослідження на підприємствах Харківського промислового регіону показали, що практичне використання розглянутих моделей комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в складі прогресивних технологічних виробів надає реальний економічний ефект та є стимулом для проведення подальших досліджень та інноваційних розробок.

Перспективи подальших досліджень автори пов'язують з розробкою механізму ефективного управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві та створенням методичних основ оцінювання комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних технологій на всіх етапах їх життєвого циклу.

1. Всемирная организация интеллектуальной собственности. 1999. Основы интеллектуальной собственности. Киев : Изд. дом «Ин Юре».
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. Вісник Національного технічного університету Харківського політехнічного університету. Серія «Економічні науки». 2017. № 24 (1246). С. 153–158.
3. Полторак А., Лернер Л. Основы интеллектуальной собственности / пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. 208 с.
4. Понкин, И. В. История развития права интеллектуальной собственности. Первые нормативные правовые акты, касавшиеся вопросов авторского права: веб-сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriyarazvitiya-prava-intellektualnoy-sobstvennosti-pervye-normativnye-pravovye-aktykasavshiesya-voprosov-avtorskogo-prava> (дата звернення: 02.05.2022).
5. Сенюта В. Становление интеллектуальной собственности в Древней Греции, Древнем Риме и Средневековой Европе: проблемно-историческое исследование: веб-сайт. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/73_76_Stanovlenie%20prava%20intellektual%27noj%20sobstvennosti%20v%20Drevnej%20Grecii%2C%20Drevnem%20Rime.pdf (дата звернення: 02.05.2022).
6. Цивільний кодекс України: Науково-практичний коментар / за ред. розробників проекту Цивільного кодексу України. К. : Істина. 2004. 928 с.
7. Pererva P., Kocziszky G., Veres M. Compliance program: tutorial. Kharkov: NTU «KhPI», 2019. 689 p.
8. Intellectual property. Oxford English Dictionary (3rd ed.). Oxford University Press. September 2005 (Subscription or UK public library membership required); (Citation Monthly Review, vol. 41. p. 290 (1769): What a niggard this Doctor is of his own, and how profuse he is of other people's intellectual property).
9. Patterson, L. Ray; Joyce, Craig (2003). Copyright in 1791: An Essay Concerning the Founders' View of Copyright Power Granted to Congress in Article 1. Section 8, Clause 8 of the U.S. Constitution // Emory Law Journal. Emory University School of Law.
10. Pererva, P., Kuchynskyi, V., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 4 (13 (112)), 6–14, 2021. URL: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>.
11. Żebrowski Paweł. Commercialization of knowledge in a university - scenarios and selection of the most optimal [Electronic resource]. URL: http://spin.umb.edu.pl/s,komercjalizacja_wiedzy_w_uczelni_wyzszej,98.html (accessed: 02 May 2022).

1. World Intellectual Property Organization. Fundamentals of intellectual property. 1999. Kiev.: Ed. house «In Yure», 1999. 600 p.

2. Pererva P.G. Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks. Bulletin of the National Technical University of Kharkiv Polytechnic University. Economic Sciences Series. 2017. № 24 (1246). Pp. 153–158.
3. Poltorak A., Lerner L. Fundamentals of intellectual property / per. from English. Moscow: Williams Publishing House, 2004. 208 p.
4. Ponkin I.V. History of the development of intellectual property law. The first normative legal acts concerning copyright issues: website . URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriyarazvitiya-prava-intellektualnoy-sobstvennosti-pervyennormativnye-pravovye-aktykasavshiesya-voprosov-avtorskogo-prava> (accessed 02 May 2022).
5. Senyuta V. Formation of intellectual property in Ancient Greece, Ancient Rome and Medieval Europe: a problem-historical study: website.. URL: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/73_76_Stanovlenie%20prava%20intellektual%27noj%20sobstvennosti%20v%20Drevnej%20Grecii%2C%20Drevnem%20Rime.pdf (accessed: 02 May 2022).
6. Civil Code of Ukraine: scientific and practical commentary / ed. Developers of the draft Civil Code of Ukraine. K.: Istina. 2004. 928 p. (in Ukrainian).
7. Pererva P., Kocziszky G., Veres M. Compliance program: tutorial. Kharkov: NTU «KhPI», 2019. 689 p.
8. Intellectual property. Oxford English Dictionary (3rd ed.). Oxford University Press. September 2005 (Subscription or UK public library membership required); (Citation Monthly Review, vol. 41. p. 290 (1769): What a niggard this Doctor is of his own, and how profuse he is of other people's intellectual property).
9. Patterson, L. Ray; Joyce, Craig (2003). Copyright in 1791: An Essay Concerning the Founders' View of Copyright Power Granted to Congress in Article 1. Section 8, Clause 8 of the U.S. Constitution // Emory Law Journal. Emory University School of Law.
10. Pererva, P., Kuchynskyi, V., Kobieliava, T., Kosenko, A., Maslak, O. Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 4 (13 (112)), 6–14, 2021. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>.
11. Żebrowski Paweł. Commercialization of knowledge in a university - scenarios and selection of the most optimal [Electronic resource]. URL: http://spin.umb.edu.pl/s,komercjalizacja_wiedzy_w_uczelni_wyzszej,98.html (accessed: 02 May 2022).

Pererva P., Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Business Economics and international economic relations, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (Kharkiv, Ukraine).

Maslak M., PhD, Associate Professor of the Department of Business Economics and international economic relations, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (Kharkiv, Ukraine).

Kobieliava A., PhD student of the Department of Business Economics and international economic relations, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (Kharkiv, Ukraine).

Methodological principles of marketing support of intellectual property commercialization.

The aim of the article. The purpose of this study is to form scientific and methodological provisions and practical recommendations for determining methodological and organizational and economic dominants, which become one of the main driving forces to ensure an effective process of commercialization of intellectual and innovative technologies.

Analyses results. Theoretical and methodological issues of marketing support of intellectual technologies are considered. A study of the essence of the term "intellectual property" and based on the generalization of existing proposals of various researchers provided an author's definition of this definition. The category of "intellectual property" is proposed to be understood as a system of relationships that arise in the process of creating and using an intellectual product, as well as the distribution of the results of this use. This definition combines the key components of the system of

property relations: the right of ownership, use and disposal of property, as well as the main characteristic of objects - their belonging to an intellectual product. The degree and efficiency of their commercialization is determined as the main component of marketing support of intellectual and innovative technologies. The main prerequisites for the emergence of the term "intellectual property", which include historical, technological, economic, legal and psychological. The need to separate the need to separate the concepts of "intellectual property", "intellectual capital", "intellectual product" and "intangible assets", which are often used in the same context, but have significant semantic differences. The study of the most commonly used models of commercialization of technologies allows us to identify the following: use in their own production; sale of property rights; licensing; strategic alliance; joint venture; creation of a dedicated enterprise. The level of commercial risk when using different models of technology commercialization is determined. It has been proven that the sale of property rights is the least risky, because in most cases it is a one-time exchange of money for technology.

Conclusions and directions for further research. *The study of marketing support of intellectual and innovative technologies allows to assess the methodological and scientific-theoretical essence of intellectual property from new perspectives. The predominant identification of this category only with legal mechanisms does not allow the full introduction into commercial circulation of both directly intellectual property and innovative technologies created with its use. There is a real opportunity in a completely different direction to carry out market commercialization using different models of commercialization. The authors connect the prospects of further research with the development of a mechanism for effective management of intellectual property in an industrial enterprise and the creation of methodological bases for assessing the commercial potential of intellectual and innovative technologies at all stages of their life cycle.*

Keywords: intellectual property, commercialization, marketing, innovative technologies, risk, industrial enterprises.

Надійшло до редакції 22 грудня 2021.