

2. Чернописька, Н. В. Зародження військової логістики в Україні [Текст]/ Н. В. Чернописька, О. В. Брень, О. І. Данильців // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика.- 2015. - №833. - С. 109-117.

3. Christianson, C V. "Joint Logistics: Shaping Our Future." [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.alu.army.mil/alog/issues/julaug06/logistics\\_shaping.html](http://www.alu.army.mil/alog/issues/julaug06/logistics_shaping.html)

**УДК 330.101.54**

**Литвинова О.М.,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,  
підприємництва і організації виробництва,

**Перерва П.Г.,**

д.е.н, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного  
підприємництва та міжнародних економічних відносин  
Національний технічний університет «ХП», Харків

### **Особливості маркетингу та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності**

В даний час в світовій економіці відбулося зміщення акценту з проведення просто фінансових вкладень в господарську діяльність на здійснення інтелектуальних інвестицій, основою яких виступає інтелектуальна власність. Саме об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) складають головний зміст інновацій та детально вибудовує внутрішню логіку відносин в кожному конкретному інноваційному проекті, в будь-якому високотехнологічному підприємстві, компанії, галузі, адміністративному центрі науково-промислового міста, регіону, держави в цілому міжнародної спільноти. Не є винятком з цієї постановки проблемного питання і економіка нашої країни. Інтелектуальна власність, як специфічна категорія, ще недостатньо досліджена наукою. У ній ще досить багато не згод, що в ряді випадків істотно ускладнює і без того суперечливий механізм регулювання відносин у сфері ОІВ. У той же час, вже досить точно визначені об'єкти та суб'єкти даної категорії.

Дослідження процесів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності дозволяє виробити два, на наш погляд, важливі аспекти.

По-перше, у зв'язку з тим, що ОІВ є нетрадиційний товар на нетрадиційному ринку і має набір унікальних властивостей і якостей, маркетингові заходи щодо його комерціалізації також істотно відрізняються від маркетингу традиційних товарів [1].

Особливостями маркетингу ОІВ є великий обсяг робіт по технологічного прогнозування, проведення патентно-кон'юнктурних досліджень на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта розробки, дослідження здатності пропонованого ОІВ оптимізувати виробничі процеси на підприємствах замовника в зв'язку з швидким моральним старінням докладати зусиль щодо захисту та збереження прав ОІВ. Це пояснюється тим, що об'єкт інтелектуальної власності має комерційну цінність

доти, поки розробник може забезпечити собі монополні права на продукт як на об'єкт господарювання.

По-друге, при всіх численних позитивних ефектах ОІВ слід звернути увагу і на наявність певних негативних наслідків його використання [2]. Негативний ефект - полягає в існуванні деяких негативних наслідків або результатів використання даного ОІВ. Його наявність може викликати негативні емоції в суспільстві або його частини, завдати шкоди навколишньому середовищу, провокувати конфлікти між окремими країнами або групами осіб, мати побічні негативні результати і так далі. Для ОІВ, що відрізняються особою новизною і творчої природою, наявність негативного ефекту дуже можлива. Необхідні додаткові дослідження і розробки по мінімізації потенційних негативних наслідків до їх повного усунення. Однією зі сторін творчості має бути забезпечення безпеки його продукту для умов проживання сучасних і майбутніх поколінь.

### Література

1. Тимофеев Д.В. Теоретические подходы к составляющим процесса коммерциализации интеллектуальной собственности / Д.В.Тимофеев // Вестник ПГУ. – 2015. – № 13. – С. 33-39.
2. Косенко А. В. Преимущества интеллектуальной собственности / А.В.Косенко, П.Г.Перерва // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – Ч. 1. – С. 146-149.
3. Литвинова О.М. Маркетинг інновацій в аграрному секторі: специфіка сільськогосподарських підприємств // Вісник ХНАУ. – 2017. – №4 / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків, 2017. – С. 105-111.
4. Nagy Szabolcs Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S. Nagy, P. Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
5. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 1. Термины и определения / Справочник менеджера промышленного предприятия.- М.: НПО «РИМ», 1991.- 96 с.
7. Sikorska M. Compliance service at guest services enterprises / M.Sikorska, György Kocziszky, P.G.Pererva // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : Міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.
8. Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптimum–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

9. Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine / S.Nagy // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.

10. Kocziszky György Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / G.Kocziszky, M.Veres Somosi, P.G.Pererva // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі.– Кременчук, 2017. – С. 164-167. – Режим доступа: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>

11. Nagy Szabolcs Estimation of economic efficiency of power engineering / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 3-6.

12. Kocziszky György Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Veres Somosi, Т.О.Кобілієва // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: Є.М.Строков, О.М.Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.

13. Nagy Szabolcs Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.

14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін.; за ред. А.О.Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

**УДК 339.172 (477)**

**Ломовських Л.О.,**

к.е.н., доцент,

**Єфремова Н.О.,**

к.е.н., доцент,

**Лавдир В.Є.,**

здобувач бакалаврського рівня

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

### **Функціонування фондової біржі в Україні**

Фондова біржа – це є своєрідний організований ринок цінних паперів, це місце, де зустрічаються покупець та продавець цінних паперів, де ціни на ці цінні папери встановлюються під впливом попиту і пропозиції, а сам процес торгівлі визначається певними правилами.

Фондова біржа виконує такі основні функції:

- мобілізація і концентрація тимчасово вільних грошових капіталів та нагромаджень через реалізацію цінних паперів;