

СУТНІСТЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Косенко А.В., Федорів А.О., Грідіна А.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Найбільш важливим елементом інновацій є їх комерціалізація. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) – це процес перетворення результатів науково-технічної та інноваційної діяльності в товар і їх ефективна реалізація в промислових масштабах. Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу. Процес комерціалізації в залежності від стадії втілення комерційної ідеї може приймати проектну або *реальні* форму (стадію). Об'єктами комерціалізації можуть бути ресурси, виробничі процеси, результати виробничого процесу (табл.1).

Таблиця 1 - Класифікація видів комерціалізації за виду об'єкта комерціалізації

Види об'єкта комерціалізації	Стадії втілення комерційної ідеї	
	Проектна	Реальна
Ресурси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) ресурсів	Комерціалізація ресурсів
Процеси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) процесів	Комерціалізація процесів
Результати	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) результатів	Комерціалізація результатів

Процеси, що пов'язані з комерціалізацією ресурсів для здійснення інноваційної діяльності не є актуальними і не відповідають її цілям. Комерціалізація ресурсів більш пов'язана з оптимізацією оперативної і фінансової сфери діяльності підприємства. Тому, ці види комерціалізації (проектну та реальну її форми) до інноваційної діяльності мають опосередковане відношення. Проекти по комерціалізації ОІВ не розглядаються окремо від бізнес-процесів, так як вони є логічним завершенням інноваційного бізнесу. Тому, їх подання разом з проектом бізнесу є взаємодоповнюючим. У випадку купівлі-продажу бізнесу, проекти по комерціалізації ОІВ не зменшують його цінності, а, навпаки, сприяють зменшенню рівня ризику та збільшення рівня довіри у клієнта.

Література:

1. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
3. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.