

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ І ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

**В'ячеслав
Діба,**
канд. екон. наук,
доцент,
ДВНЗ «КНЕУ
імені Вадима
Гетьмана»

Досліджено проблеми обліку й удосконалення заходів активізації механізму комерціалізації нематеріальних активів і об'єктів інтелектуальної власності.

Актуальність дослідження. Характерною особливістю економічного розвитку наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. став той факт, що товаром все частіше постають права на інтелектуальну власність, які після вартісного їх оцінювання у вигляді нематеріальних активів, що не наділені фізичним змістом у його традиційному розумінні, виявляються у розвинених країнах основною складовою майнових комплексів компаній у сфері розроблення і створення нових технологій. Відтак нематеріальні активи як результат інтелектуальної діяльності забезпечують майбутні економічні вигоди на ринку інтелектуальної власності, що постає одним з найважливіших в економіці не лише окремих країн, а й світового співночтї. За останнє десятиліття умови й середовище, у яких раніше здійснювався облік й оцінювання нематеріальних активів, істотно змінилися, що вимагає пошуку прихованої вартості таких активів і активізації механізму їх комерціалізації для підвищення конкурентоздатності продукції сучасних інноваційних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світова практика свідчить про посилення ролі нематеріальних активів (НМА) у системі нарощування національного багатства, відтак нині економічне зростання України пов'язують з активізацією інноваційної діяльності і стимулюванням суспільства до розширеного відтворення інтелектуального капіталу, що вимагає пошуку нових засобів застосування нематеріальних активів у господарському обігу для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, і хоча теорети-

ко-практичні проблеми комерціалізації нематеріальних активів достатньо ґрунтовно досліджено, зокрема, Л. І. Андрощук, В. Д. Базилевичем, Ю. Л. Борко, О. Б. Бутнік-Сіверським, П. П. Крайневим, Л. Ю. Мельник, В. І. Полохало, В. Ф. Палієм, Л. І. Федуловою і зарубіжними науковцями Х. А. Андерсоном, Д. Колдуеллом, Б. Нідлзом, Д. Нортон, Т. Стюартом, Є. С. Хендріксоном, Н. Уолтом, Є. А. Аренсом, Ж. Ришаром та ін., низка практичних питань у цій сфері залишається дискусійною.

Мета статті. Обґрунтування комерціалізації і проблем пошуку прихованої вартості нематеріальних активів, удосконалення політики у сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Викладення основного матеріалу. Залучення об'єктів інтелектуальної власності до економічного обігу перетворює їх на сталу інтелектуальну основу бізнесу, що забезпечує його стабільне зростання і безперервний розвиток з оновленням, що відбувається за рахунок відтворення і практичної реалізації нових і вже адаптованих до конкретного бізнесу ідей. Для забезпечення конкурентоздатності і стабільності бізнесу, такі активи слід ретельно формувати, охороняти і контролювати, оскільки саме на їх основі відбувається послідовне нарощування переваг будь-якого сучасного підприємства. Нематеріальні активи в економіці, орієнтовані на інноваційні процеси, постають об'єктами угод «купівлі-продажу», й отже, формують ринок. Із врахуванням комерційної спрямованості діяльності суб'єктів господарювання перед

ними постійно існує проблема щодо вибору найбільш ефективної форми залучення нематеріальних активів в економічний обіг.

Комерціалізація таких активів здійснюється як внесок до статутного капіталу компанії, за якого власник передає права на них у власність іншій компанії й відтак отримує: 1) певні права щодо неї; 2) частину прибутку; 3) право на участь в її управлінні; 4) отримує ліквідаційні квоти у разі ліквідації компанії тощо.

Із отриманням права розпоряджатися об'єктами інтелектуальної власності, підприємство може продавати такі активи, здавати в оренду, віддавати у заставу і використовувати як внесок до статутного капіталу інших організацій.

Дослідження світової практики дозволяють визнати, що найбільшим попитом на ринку користуються патенти на винаходи внаслідок можливості використання їх як інструменту монопольної влади на ринку, що, із уведенням у господарський обіг запатентованих об'єктів іншими особами, обмежує конкуренцію у виробництві.

Поширеною формою комерціалізації постає франшиза як пакет договорів, що охоплюють права на об'єкти інтелектуальної власності (промислові зразки, фірмові назви, товарні знаки, технології, ноу-хау), якими буде користуватися певний термін інша особа й отримувати значний дохід від власної господарської діяльності. Правовою основою передавання виключних прав постають договори про надання таких виключних прав і ліцензійні угоди, за якими одна зі сторін (ліцензіар) наділений виключним правом на нематеріальний об'єкт і постає продавцем, інша сторона (ліцензіат) прагне отримати дозвіл на використання прав ліцензіара. У розробці умов договору економічні елементи повинні бути чітко узгоджені з правовими аспектами.

Ліцензійна торгівля використовується на внутрішньому і міжнародному ринку як ефективний засіб активізації економічної діяльності і підвищення конкурентоспроможності товарів, й отже, ринком ліцензій постає комерційний обмін правами на використання об'єктів інтелектуальної власності.

За обсягом прав ліцензійні договори можуть передбачати передавання виняткової, невиключної і повної ліцензії, однак у кожному випадку ліцензіар може ефективніше реалізовувати власні інтереси.

Термін дії ліцензії обмежується життєвим циклом і процесом морального старіння об'єктів інтелектуальної власності.

Продаж об'єктів інтелектуальної власності передбачає відмову правласника від отримання прибутку із використанням інтелектуальної власності, однак гарантує отримання всієї обумовленої у договорі суми. Вибір форми економічного обігу передбачає порівняння низки альтернатив з метою отримання максимальної вигоди від використання результатів інтелектуальної діяльності.

Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності забезпечує практичні переваги власникам, які можуть бути: 1) засновниками фірм без відволікання реальних грошових засобів шляхом внесення їх до статутного капіталу підприємств; 2) отримувати додаткові доходи за передавання права використання такої власності; 3) використовувати її як заставу для отримання кредиту; 4) забезпечувати її використанням захисту від конкурентів на період виведення на ринок нової продукції; 5) використовувати її у процесі створення рекламного іміджу.

Проблеми комерціалізації інтелектуальної власності охарактеризовано американським економістом Д. Нортон стосовно того, що розвиток прав на інтелектуальну власність поставило складні питання щодо вимірювання якості ідей і не менш складних проблем компромісу між плюсами підвищення приватної норми віддачі від нововведень і недоліками монопольних обмежень виробництва внаслідок надання виключних прав на певний час.

Дослідження дозволили нам виділити наступні проблеми, пов'язані з комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності:

– регулювання відносин щодо створення об'єктів такої власності на підприємстві;

– придбання й оплата майнових прав на використання об'єктів, створених поза підприємством;

– забезпечення охорони (збереження) і правового захисту інтелектуальної власності;

– комерційне використання об'єктів такої власності як майна (нематеріальних активів) підприємства;

– фінансово-економічні проблеми використання інтелектуальної власності та організації її бухгалтерського обліку, включно з 1) інвентаризацією; 2) підтвердженням прав власності; 3) оцінюванням; 4) аудитом; 5) оподаткуванням.

Процес залучення нематеріальних активів у комерційний і господарський обіг передбачає оцінювання їх вартості. Ціноутворенню на складні активи, до яких належать нематеріальні активи, притаманний більш складний характер, порівняно із ціноутворенням матеріальних благ.

Оскільки фактори і види діяльності, що створюють вартість, усе більшою мірою стають нематеріальними, компанії фокусують увагу на досягненні «правильного» співвідношення між інвестиціями і стратегією, щоб диференціюватися від конкурентів. Нагадаємо, що за останні 50 років частка нематеріальних активів у загальних активах збільшилася більш ніж у два рази в європейських і американських компаніях за рахунок кількісного збільшення вартості таких активів, і створення нових їх видів. Безперечно, є всі підстави вважати, що подібні компанії збережуть своє зростання і в майбутньому. Завдяки цьому в усьому світі збільшувалася увага до проблем обліку нематеріальних активів, що сприяло зміні стандартів їх обліку для максимально можливого наближення оцінювання таких активів у фінансовій звітності до їх ринкової вартості, що особливо актуально внаслідок мінливої економічної природи таких активів, оскільки їх вартість у лічені місяці, а то й дні, здатна як збільшуватися в десятки разів, так і зменшуватися.

Відтак традиційні інструменти обліку й управління не встигають за корпоративними змінами й у більшості компаній нематеріальні активи, що забезпечують максимальну вартість, не можуть систематично відтворюватись у звітності, що містить ризики спотворення інформації про об'єкти для зацікавлених сторін, зокрема для оцінювання

необхідних обсягів інвестування у розвиток нематеріальних факторів, що реально забезпечують створення вартості, отже, в кінцевому рахунку, це може призвести навіть до знищення вартості.

В Україні, за оцінюванням експертів, частка нематеріальних активів у балансах обліку підприємств не перевищує 10–20% внаслідок існування проблем їх обліку, а також відсутності активного ринку для оцінювання вартості (30%), і складності здійснення контролю за активом (20%).

Облік нематеріальних активів потребує визнання й оцінювання вартості, здійснення яких для багатьох нематеріальних активів є досить складним. Для розуміння механізму формування вартості слід враховувати економічну природу нематеріальних активів за співвідношенням між витратами і вигодами:

– вигоди полягають в отриманні доходів від їх здатності до розширення, мережевих ефектів й інших переваг нематеріальних активів;

– витрати залучають не лише звичайні для матеріальних активів інвестиції на придбання й підтримання, але й потребують врахування факторів зниження вартості таких активів, що їм властиво.

Відносно високий рівень витрат на нематеріальні аспекти комерційної діяльності компанії нині обліковують по-різному. Отже, традиційна модель обліку нездатна ні відтворити в обліку, ні надати достовірну інформацію у звітності про нематеріальні складові цінності компанії й інвестиції в інтелектуальний капітал, які за цією моделлю списують на витрати, внаслідок чого інвестори одержують консервативні оцінки поточної вартості підприємства та його здатності створювати багатство у цілому. У той час, як комерціалізація повинна забезпечувати надійну інформацію про нематеріальні активи інтелектуального капіталу, для чого необхідно розширити існуючу модель обліку, запропонувати розкриття керівництвом певної інформації щодо виявлення впливу створених нематеріальних активів на економічну діяльність, обліковувати і відтворювати у звітності інвестицій розвитку нематеріальні активи у складі інтелектуального капіталу, тому проблеми комер-

ціалізації таких активів вимагають розробки загальних правил їх відтворення й обліку в фінансовій звітності.

Матеріальні активи конкурентні, оскільки не існує одночасного використання їх за іншими напрямками, що обмежене сферою застосування, виробництвом тощо. Як наслідок, втрачається вигода, яку можна було б отримати від повторного розміщення активу. На відміну від матеріальних нематеріальні активи – менш конкурентні, оскільки можуть одночасно використовуватися у різних сферах без зменшення їх корисності, що постає головним фактором створення вартості як на рівні підприємства, так і на рівні країни. Неконкурентність нематеріальних активів обумовлена необхідністю постійних великих витрат і незначним зростанням вартості: так, розробка ліків або комп'ютерної програми вимагають значних початкових інвестицій, тоді як витрати на виробництво таблеток або компакт дисків незначні. До того ж, на більшість інвестицій у створення нематеріальних активів не поширюється правило зменшення віддачі, характерне для матеріальних активів.

Підтримання можливості нематеріальних активів забезпечувати доходи обмежується лише масштабом ринку й одночасно таким активам властива підвищена віддача за зростання масштабу виробництва і здатність розширюватись, що обумовлено їх неконкурентністю і збільшенням віддачі.

Фактори збільшення вартості сприяють створенню мереж, економічний ефект яких полягає у тому, що вигоди від залучення у загальну систему часток інших осіб або підприємств зростають. Мережі можуть бути матеріальними, як телефонна або залізнична, можуть бути і віртуальними, як Windows або мережі організації продажів через Інтернет. Вигоди мережі зростають разом із збільшенням її розміру і збільшенням числа залучених у бізнес підприємств. Так, вигоди від стільникової телефонної системи регіону країни істотно менше вигод від системи стільникового зв'язку, яка може досягти будь-якої точки Європи. Успіх, породжений мережевим ефектом, викли-

кає позитивний зворотний зв'язок – бажання бути причетним до успіху.

Центральне місце мережі належить інновації, що перетворюється на продукт або послугу, для якої права власності забезпечені патентами, торговими марками або брендом. Іншими словами, центральне місце мережевого ринку належить нематеріальному активу, що характеризується зв'язком: *ідея – продукт – контроль*.

Так, у США інноваційна діяльність розвивалася за трьома напрямками: 1) готовність персоналу до використання інноваційних технологій; 2) котирування цінних паперів, акцій компаній у сфері високих технологій; 3) захист інтелектуальної власності.

На початку 60-х років ХХ ст. розрив між економічно розвиненими країнами та рештою країн світу остаточно набув технологічного характеру, оскільки сучасні технології високовартісні й занадто складні, що позбавляє можливості їх придбання й використання відсталіми країнами. Однак насправді зростання ефективності інформаційних технологій призвело до класичної кризи надвиробництва інформаційних послуг, тобто насамперед до перевиробництва очікувань, обсяг яких перевищив зростання попиту, що призвело до виникнення структурної кризи, яка охопила економіки розвинених країн і світову економіку поспіль. До того ж, розширення глобальних ринків стримується не лише бідністю населення країн, але й культурними бар'єрами щодо неможливості опанування складними технологіями, які часто не сприймаються або сприймаються з принциповими спотвореннями у відсталіх країнах, що обмежує ринки збуту.

Розвинені промислові країни розділилися на три моделі наукового й інноваційного розвитку:

1) орієнтовані на лідерство у науці, реалізацію великомасштабних цільових проєктів, що охоплюють всі стадії науково-виробничого циклу, як правило, зі значною часткою науково-інноваційного потенціалу в оборонному секторі (США, Англія, Франція);

2) орієнтовані на поширення нововведень, створення сприятливого інно-

ваційного середовища, раціоналізацію всієї структури економіки (Германія, Швеція, Швейцарія);

3) стимулювальні нововведення з розвитком інноваційної інфраструктури, забезпечення сприйнятливості до досягнень світового науково-технологічного прогресу, координації дій різних секторів у галузі науки і технологій (Японія, Південна Корея).

У США держава стимулює інноваційні процеси, зокрема, найбільш ефективні дослідні центри і венчурні фонди перші 5 років повністю або частково фінансуються з федерального бюджету. Найефективніші і наукомісткі дослідження держава фінансує повністю внаслідок їх складності, необхідності здійснення високих витрат, ризику, жорсткої міжнародної конкуренції. Окрім того, застосовується практика безкоштовної видачі ліцензій на комерційне використання винаходів, запатентованих за НДДКР, фінансування яких здійснюється з федерального бюджету, і які є власністю федерального уряду. Істотним елементом прямої підтримки інноваційних процесів є формування державної інноваційної інфраструктури створення мережі центрів поширення нововведень і консультаційних центрів, що надають ділові послуги інноваторам, й відтак це сприяє формуванню ринку інновацій, на якому держава постає його агентом.

Стимулювання інноваційної діяльності в Євросоюзі здійснюється за тими ж принципами, що прийняті у світовій практиці.

У Росії можна виділити три напрями технологічних переваг: галузі, в яких є значні досягнення (космічна, ядерна техніка); нові металеві і неметалеві матеріали, зварювання, неруйнівний контроль, зміцнюючі технології, хімічні технології, композиційна кераміка тощо; окремі технології світового рівня, зокрема, біотехнології, технологія виробництва підкладок з карбіду кремнію для мікроелектронної техніки.

В Україні за аспектами впровадження науково-технологічних інновацій найбільш вагомими очікуваннями виявляються:

- ефективність й ощадливість використання енергетичних і матеріальних ресурсів, оскільки надзвичайно високі виробничі витрати палива і енергії помітно гальмують конкурентний розвиток вітчизняної промисловості;

- збільшення частки продукції з високим ступенем переробки. Зміна структури виробництва у цьому напрямі є необхідною умовою подолання сировинної орієнтації економіки і розглядається як одне з основних завдань промислової політики, що призведе до підвищення технологічної складності економіки і поліпшення умов довкілля;

- упровадження сучасних управлінських новацій та елементів логістики у виробництво. Організація виробничого процесу, оптимізація ресурсів і зниження корпоративних витрат постають досі ще не задіяним повною мірою чинником скорочення виробничих витрат та підвищення продуктивності;

- забезпечення гнучкості виробництва з урахуванням попиту на інновації. Високі темпи відновлення продукції як умова збереження конкурентних позицій на ринку висувають підвищені вимоги щодо технологічної структури національного виробництва, його здатності реагувати на зміни ринкової кон'юнктури.

Аналіз проблем комерціалізації інтелектуальної власності дають підстави для визначення напрямів вдосконалення політики у сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності для формування якісно нового рівня економічних відносин, стимулювання розвитку ринку інтелектуальної власності, підвищення правової культури населення у згаданій сфері й розвиток цивілізованого ринку об'єктів права інтелектуальної власності.

Із огляду на актуальність і масштаби світових тенденцій і вектору розвитку вітчизняної економіки аксіоматичного звучання набуває твердження, що час дискусій і суперечок навколо них, нарікання на глобалізацію і пов'язані з нею наслідки минув, відтак слід визнати, що з трьох можливих варіантів суспільного розвитку: «рух на місці», «рух навздогін», «рух на випереджен-

ня» Україна повинна обрати останній, тобто – випереджальні стратегії розвитку. Нині всі, хто здатний мислити і кому не байдуже майбутнє власної країни, не можуть не розуміти важливість створення комплексу інноваційних структур і випереджального духовно-інтелектуального потенціалу (системи національної науки, освіти, культури, економіки тощо) і необхідність для України вибудови концепції власного розвитку, для чого необхідно віднайти ефективні механізми гуманізації сучасних глобалізаційних процесів або щонайменше синхронізувати їх з економічним становленням.

Жодна країна, що піклується про розвиток національної освіти, не задоволена її ефективністю принаймні з трьох причин: унаслідок недостатньої оперативності впровадження нових знань у навчальний процес, тобто низького рівня інтеграції таких окремих і взаємопов'язаних систем, як наука і освіта; 2) недотримання принципів соціальної справедливості, згідно з якими кожна молода людина, що прагне отримати знання, повинна мати умови для їх здобуття; 3) ринок освіти недостатньо відгукується на потреби часу, практики тощо.

Отже, Україна потребує створення стратегії випереджального інтелектуально-інноваційного розвитку, здатної забезпечити справедливі й рівні можливості для всіх особистостей щодо генерування нових знань і технологій, інформації як першої ідеї світового, національного або регіонального розвитку. Від рівня освіти, науки, їх ефективної інтеграції залежать нині всі атрибути інформаційного суспільства, а також компоненти інформаційної економіки. До перших належать якісно нові системи навчання, організації й управління виробництвом, зміст праці і структура зайнятості, у яких домінують розумова праця, перевага сфери послуг, включно зі зв'язком, над матеріальним сектором, високий рівень безпеки довкілля тощо. Другі – інформаційно-телекомунікаційні технології, розробка програмного забезпечення, виробництво ЕОМ, насиченість послугами комп'ютерної мережі Інтернет,

онлайн-бізнес тощо. Для України розбудова економіки, де інформація буде предметом і результатом креативної, високоінтелектуальної праці, має стати стратегічним напрямом, оскільки, як зазначив на Інтелектуальному форумі України президент НАНУ академік Б. Є. Патон: «Сучасна науково-технічна революція, формування інформаційного суспільства, процеси глобалізації перетворили розум на головну рушійну силу суспільного поступу. Нині інтелектуальний капітал – це найважливіший, я б навіть сказав, єдиний ресурс нації, здатний забезпечити її майбутнє. І зрозуміло, що розбудова економічного потенціалу нашої держави, формування в Україні громадянського суспільства, духовне зростання залежать передусім від об'єднання зусиль інтелектуальної еліти» [?].

Проте інтелектуальний капітал нації – це не просто сума здобутків яскравих особистостей – політичних і державних діячів, науковців, освітян, митців, промисловців. Це складний, багаторівневий феномен, що потребує постійної підтримки з боку суспільства і держави, дієвого піклування про стан науки, освіти, соціально-культурної сфери. Спільними зусиллями слід дбати про його збереження і розвиток, і головне, – про ефективне використання, широке впровадження інтелектуальних здобутків у практику економічного, суспільно-політичного, духовно-культурного життя. Й необхідною умовою для цього є розвиток безпосередніх зв'язків інтелектуальних осередків: науково-технологічних, культурно-освітніх – з владними структурами і громадсько-політичними організаціями. У розв'язанні наведеного комплексу проблем визначальна роль належить інституту вищої освіти, від розвиненості та ефективності функціонування якого у країні залежить характер й якість розвитку вітчизняної економіки, що значною мірою зумовлено діяльністю висококваліфікованих фахівців, професійно підготовлених у сфері вищої освіти.

Згідно з Постановою Верховної Ради України «Про концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку

України» головними цілями науково-технологічного та інноваційного розвитку України визначено:

- підвищення ролі наукових і технологічних факторів у подоланні кризових явищ у соціально-економічному розвитку України й забезпеченні її економічного зростання, утвердженні духовності у суспільстві, вдосконаленні державотворення;

- створення ефективних механізмів збереження, ефективного використання і розвитку вітчизняного науково-технологічного потенціалу;

- технологічне переоснащення і структурна перебудова виробництва з метою нарощування випуску товарів, конкурентоспроможних на світовому і внутрішньому ринках;

- збільшення експортного потенціалу за рахунок наукомістких галузей виробництва, зменшення залежності економіки України від імпорту;

- органічне включення інноваційних факторів до процесу соціально-економічного розвитку держави, збереження довкілля й ефективного використання природних ресурсів, сприяння створенню в економіці достатньої кількості робочих місць для випускників навчальних закладів, фахівців, які внаслідок економічної кризи втратили свої робочі місця у виробництві, науці, освіті тощо; відродження творчої діяльності винахідників і раціоналізаторів виробництва;

- розвиток людини як особистості, збереження і захист її здоров'я, довкілля, створення умов для високопродуктивної, креативної і безпечної праці і сучасного побуту.

Аналіз проблем комерціалізації інтелектуальної власності дають підстави для визначення напрямів вдосконалення політики у сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності для формування якісно нового рівня економічних відносин, стимулювання розвитку ринку інтелектуальної власності, підвищення правової культури населення у згаданій сфері й розвиток цивілізованого ринку об'єктів права інтелектуальної власності.

Не менш важливим слід вважати необхідність розроблення чітких ме-

ханізмів щодо залучення й використання результатів інноваційної діяльності у вітчизняній економіці, тобто інтелектуальної власності, з врахуванням сучасних тенденцій її розвитку:

- 1) знання про продукти і товари формує більшу частину створеної суспільством вартості, що відбувається, зокрема, внаслідок зростання наукової місткості товарів і послуг: споживчих товарів (автомобілі, побутові прилади);

- 2) домінування на міжнародних ринках інтелектуальних товарів і послуг. За оцінками експертів, світовий ринок інтелектуальних товарів і послуг нині зростає у п'ять разів швидше, ніж традиційні ринки.

- 3) набуття першорядного значення діяльності, пов'язаної з виробництвом, зберіганням, передаванням і використанням знань;

- 4) домінування працівників, зайнятих створенням знання над індустріальними, як характерна риса інформаційної економіки;

- 5) глобалізація ринку, зростання числа фірм, нових технологій полегшують вихід на нові ринки – все це породило гіперконкуренцію. Головними інструментами у конкурентній боротьбі виявляється орієнтація на споживача, більш повне врахування його індивідуальних потреб;

- 6) активізація нововведень формуванням жорсткої конкуренції на ринках, збільшення кількісного й якісного рівня високотехнологічних товарів і послуг, істотне скорочення циклів між їх виведенням на ринок;

- 7) зростання трансакційних витрат, пов'язаних з пошуком інформації, вивченням ринку, укладанням контрактів і контролем за їх виконанням, захистом прав власності;

- 8) забезпечення величезного соціального, культурного й економічного синергетичного ефекту за рахунок інтеграції процесів пошуку й оброблення інформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білопольський М. Г., Цибульська Л. О. Шляхи комерціалізації нематеріальних активів на інноваційних підприємствах в сучасних умовах //

Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. ? – 2009. – С. 53–56.

2. *Владыка М. В.* Коммерциализация результатов научно-технической деятельности ВУЗов: цели, формы, проблемы // Университетское управление, 2009. – № 5. – С.54-63.

3. *Денисюк В.* Фактори та модель інноваційно орієнтованого економічного розвитку / В. Денисюк, А. Марков / Економіст. – 2009. – № 4. – С. 20–25.

4. *Железный В. Б.* Коммерциализация прав на результаты научно-технической деятельности // Знание. Понимание. Умение. – 2007. – № 3. – С. 162–169.

5. *Махнуша С. М.* Аналіз основних підходів до комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності // Материа-

лы I Международной научно-практической интернет-конференции: Проблемы формирования новой экономики XXI в. (17–19. 12.2008 г.) [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.confcontact.com/2008dec/5_mahnusha.htm.

6. *Мешко Н. П., Робота П. В.* Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності у сфері міжнародного науково-технічного обміну // Економічний простір. – 2008. – № 12/1. – С. 40–46.