**Шевченко Є.В.**

**ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

У ринковій економіці інтелектуальна власність є інструментом завоювання і захисту ринку, джерелом нових технологій, елементом створення конкурентоспроможної продукції, при цьому є самостійним об'єктом угоди. Тому для підвищення конкурентоспроможності підприємств в даних економічних умовах необхідно не тільки вивчати, а й впроваджувати на підприємствах ефективні шляхи управління комерціалізацією інтелектуальної власності.

Основоположною метою управління комерціалізацією інтелектуальної власності є витяг максимального прибутку від реалізації об'єктів інтелектуальної власності в процесі їх комерціалізації. На рівні підприємства основне завдання управління комерціалізацією інтелектуальної власності полягає в збереженні, розвитку інтелектуального потенціалу як стратегічного ресурсу підприємства і підвищенні його конкурентоспроможності та економічної безпеки за рахунок задоволення потреб ринку у сфері охорони та комерціалізації інтелектуальної власності.

Створення об'єкта інтелектуальної власності, отримання прав на нього, доведення об'єкта до «товарного» стану - всі ці дії пов'язані з чималими витратами. У зв'язку з цим існують два основні шляхи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності: безпосередня комерціалізація через передачу (продаж) прав на об'єкти інтелектуальної власності, як інноваційні продукти; опосередкована комерціалізація шляхом продажу інноваційної продукції, у виробництві якої використані об'єкти інтелектуальної власності. Комерціалізація об'єкта інтелектуальної власності, як інноваційного продукту, здійснюється або через використання прав у виробництві інноваційної продукції, або через передачу прав на них. Найбільш вигідним з них з точки зору прибутку є комерціалізація об'єктів інтелектуальної діяльності шляхом їх використання у виробництві інноваційної продукції. Оскільки обсяг виробленої продукції може бути великим, то і пропорційний йому прибуток може у багато разів перевищувати вартість прав на об'єкти інтелектуальної власності у разі їх комерціалізації в якості інноваційних продуктів. Звичайно, цей шлях комерціалізації пов'язаний зі значними стартовими витратами на доведення об'єкта інтелектуальної власності стадії його застосовності. Однак, у разі успіху випуск нової продукції на ринок дає можливість через певний період не тільки компенсувати початкові витрати, але й отримати значний прибуток для подальшого розвитку виробництва. При цьому весь отриманий прибуток залишається на підприємстві.

Отже, проведений аналіз досліджень показав наявність різних підходів до визначення шляхів удосконалення управління комерціалізацією інтелектуальної власності. Таким чином, шляхи управління комерціалізацією інтелектуальної власності у великих компаніях необхідно вибудовувати з урахуванням моделі та стратегії ведення бізнесу, структури компанії і характеристик продукту, а також багатьох інших складових, індивідуальних для кожного суб'єкта підприємницької діяльності.

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри КПіІВ Нікітюка О.Б.