

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

©2018 ХОЛЯВКО Н. І.

УДК 330.101

Холявко Н. І. Концептуальні засади комерціалізації результатів наукових досліджень в умовах становлення інформаційної економіки

Метою статті є ідентифікація концептуальних аспектів комерціалізації результатів наукових досліджень в умовах становлення інформаційної економіки. Ідентифіковано теоретико-прикладні аспекти комерціалізації результатів наукових досліджень в умовах інформаційної економіки. Поняття комерціалізації результатів наукових досліджень розглянуто як комплексну економіко-правову категорію, що охоплює процеси організації та реалізації трансферу об'єктів інтелектуальної власності, результатів наукових досліджень в реальний сектор економіки на договірній основі. Наголошено на актуальності налагодження ефективних комунікацій між вищими навчальними закладами та підприємствами в рамках чотириланкової спіралі Quadruple Helix – шляхом активізації процесів комерціалізації результатів наукових досліджень в реальному секторі національної економіки. Запропоновано доповнити систему специфічних принципів комерціалізації принципами синергізму, адаптивності, інформаційної ємності й оперативної оновлюваності. Перспективи подальших досліджень полягають в ідентифікації особливостей комерціалізації результатів наукових досліджень як елементу розвитку партнерства в рамках Quadruple Helix у контексті сучасної тенденції становлення економіки інформаційного типу – на основі аналізу закордонного досвіду при адаптації кращих світових практик до вітчизняних соціально-економічних реалій.

Ключові слова: інформаційна економіка, вища освіта, концептуальні засади, трансфер, комерціалізація результатів наукових досліджень.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 23.

Холявко Наталія Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернігівський національний технологічний університет (вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14027, Україна)

E-mail: natasha290186@ukr.net

УДК 330.101

UDC 330.101

Холявко Н. И. Концептуальные аспекты коммерциализации результатов научных исследований в условиях становления информационной экономики

Целью статьи является идентификация концептуальных аспектов коммерциализации результатов научных исследований в условиях становления информационной экономики. Идентифицированы теоретико-прикладные аспекты коммерциализации результатов научных исследований в условиях информационной экономики. Понятие коммерциализации результатов научных исследований рассмотрено как комплексная экономико-правовая категория, охватывающая процессы организации и реализации трансфера объектов интеллектуальной собственности, результатов научных исследований в реальный сектор экономики на договорной основе. Отмечена актуальность налаживания эффективных коммуникаций между высшими учебными заведениями и предприятиями в рамках четырехзвенной спирали Quadruple Helix – путем активизации процессов коммерциализации результатов научных исследований в реальном секторе национальной экономики. Предложено дополнить систему специфических принципов коммерциализации принципами синергизма, адаптивности, информационной емкости и оперативной обновляемости. Перспективы дальнейших исследований заключаются в идентификации особенностей коммерциализации результатов научных исследований как элемента развития партнерства в рамках Quadruple Helix в контексте современной тенденции становления экономики информационного типа – на основе анализа зарубежного опыта при адаптации лучших мировых практик к отечественным социально-экономическим реалиям.

Ключевые слова: информационная экономика, высшее образование, концептуальные основы, трансфер, коммерциализация результатов научных исследований.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 23.

Холявко Наталья Ивановна – кандидат экономических наук, доцент, Черниговский национальный технологический университет (ул. Шевченка, 95, Чернигов, 14027, Украина)

E-mail: natasha290186@ukr.net

Kholiavko N. I. The Conceptual Aspects of Commercialization of Scientific Research Results in Conditions of Establishing of Information Economy

The article is aimed at identifying conceptual aspects of commercialization of scientific research results in conditions of establishing of information economy. The theoretical and applied aspects of commercialization of results of scientific researches in conditions of information economy are identified. The concept of commercialization of results of scientific researches is considered as a complex economic-legal category, covering the processes of organization and implementation of the transfer of objects of intellectual property, results of scientific researches into the real sector of the economy on a contractual basis. The author indicates relevance of establishing efficient communications between higher educational institutions and enterprises within the framework of the four-stranded spiral Quadruple Helix – by activating the processes of commercialization of scientific research results in the real sector of the national economy. It is proposed to supplement the system of specific principles of commercialization with the principles of synergy, adaptability, information capacity, and operational updating. Prospects for further research are the identification of commercialization of research results as part of the development of partnership in terms of Quadruple Helix in the context of the current tendency of establishing of the information type economy, on the basis of analysis of foreign experience and at adaptation of the best world practices to the national socio-economic realities.

Keywords: information economy, higher education, conceptual foundations, transfer, commercialization of results of scientific researches.

Fig.: 1. **Tbl.:** 2. **Bibl.:** 23.

Kholiavko Natalia I. – PhD (Economics), Associate Professor, Chernihiv National Technological University (95 Shevchenko Str., Chernihiv, 14027, Ukraine)

E-mail: natasha290186@ukr.net

В умовах становлення інформаційної економіки значної трансформації зазнають підходи до визначення факторів та драйверів конкурентоспроможності суб'єктів як на мікро- (підприємство),

так і на макро- (національна економіка) і на мегарівні (глобальна економіка). Інновації, новітні технології, знання та інші результати наукових досліджень перетворюються на рушійну силу конкуренції на різних

ринках. У такому контексті зростає роль сектора вищої освіти, основні суб'єкти якого – заклади вищої освіти (ЗВО) – мають потужний потенціал (кадровий, інтелектуальний, інноваційний) для продукування нових знань, винаходів, інформації, технологічних розробок і т. п. На поточному етапі вітчизняні університети, генеруючи інноваційні ідеї, розробляючи передові технології, проходячи процедуру патентування, нерідко стикаються з низкою бар'єрів на етапі їх комерціалізації. Вищезазначене актуалізує необхідність дослідження концептуальних засад комерціалізації з метою подальшої розробки науково обґрунтованих рекомендацій з оптимізації комерціалізаційних процесів у секторі вищої освіти країни.

Теоретичні, методичні та практичні аспекти комерціалізації наукових розробок розкривають у своїх працях В. Даффі, В. Іноземцев, Е. Брюс, М. Дудкіна, М. Білізніченко, Н. Рудь, О. Ляшенко, О. Попело, П. Дракер, Р. Росвелл, Р. Косцик, Р. Крамаренко, Р. Шелтон, С. Золотарьов, С. Ілляшенко, С. Остапюк, С. Поляков, Т. Голубева, Ю. Смирнов та ін. Питання впливу інформації, знань, новітніх технологій на економічні процеси, формування інформаційної економіки розкриваються у наукових роботах Д. Белла, М. Кастельса, Ф. Махлупа, Е. Тоффлера, С. Гринкевич, О. Іляш, С. Кристиневича, І. Малик, С. Шкарлета, А. Чухна та ін.

Незважаючи на наявність значної кількості публікацій з даної тематики, теоретико-прикладні аспекти комерціалізації наукових досліджень у контексті сучасної тенденції становлення інформаційної економіки потребують поглибленого опрацювання.

Метою статті є ідентифікація концептуальних аспектів комерціалізації результатів наукових досліджень в умовах становлення інформаційної економіки.

Аналіз сучасного стану соціально-економічного й інноваційного розвитку провідних країн світу засвідчив формування тенденції становлення економіки інформаційного типу [22]. Систематизація наукових підходів [15–21] дозволила ідентифікувати сутність інформаційної економіки як особливого типу економічної системи, для якої характерна визначальна роль інформації та інформаційних технологій у процесах виробництва, обміну, розподілу та споживання, а також у розвитку основних галузей та національної економіки в цілому [7].

За умов інформаційної економіки наукові дослідження та їх результати перетворюються на особливий товар, цінність якого постійно зростає. Промислове використання, задіяння в господарській діяльності об'єктів інтелектуальної власності, запатентованих винаходів, розробок, технологій тощо легально реалізується шляхом їх комерціалізації. Вивчення концептуальних аспектів передбачає визначення сутності, здійснення міждисциплінарного аналізу підходів до змісту категорії, ідентифікацію суб'єктів, об'єктів, принципів і форм комерціалізації результатів наукових досліджень (рис. 1).

Поняття комерціалізації є складним і багатоаспектним за своїм змістом та досліджується представниками різних наук (табл. 1). Узагальнюючи, даний термін можемо визначити як комплексну економіко-правову категорію, що охоплює процеси організації та реалізації трансферу об'єктів інтелектуальної власності, результатів наукових досліджень у реальний сектор економіки на договірній основі.

У науковій літературі сформовано кілька *підходів* до розуміння природи комерціалізації наукових досліджень:

1) *технічний* – зосередженість на винахідницькій діяльності з приділенням недостатньої уваги економічним аспектам (ігнорування фінансово-економічних і маркетингових питань є причиною повільних темпів комерціалізації винаходів закладами вищої освіти);

2) *інституційний* – розвиток інституційного середовища комерціалізації результатів наукових досліджень;

3) *процесний* – розгляд сутності комерціалізації як процесу, що включає сукупність взаємопов'язаних, узгоджених, послідовних дій, націлених на перетворення результатів наукових досліджень на товари та послуги;

4) *ринковий* – акцентування уваги на економічних аспектах комерціалізації результатів досліджень з особливим наголосом на їх маркетингу (за сучасних умов даний підхід, на нашу думку, є найбільш виваженим, оскільки вирішує актуальну проблему – ідентифікацію поточних і перспективних запитів стейкхолдерів та формування попиту на результати наукових досліджень);

5) *проектний* – розгляд комерціалізації як проекту (у більшості випадків – бізнес-проекту) з усіма властивими йому ознаками характеристиками [1–3]. З огляду на динамічність бізнес-процесів і прискорення життєвих циклів товарів в умовах інформаційної економіки даний підхід до комерціалізації результатів наукових досліджень є достатньо виваженим і набуває активного поширення на практиці.

Суб'єкти комерціалізації результатів наукових досліджень вченими розглядаються достатньо диверсифіковано. У рамках даної статті увага сконцентрована передусім на розгляді діяльності закладів вищої освіти та підпорядкованих їм дослідницьких установ, лабораторій (*сектор вищої освіти*), спроможних до генерації конкурентоспроможних інноваційних ідей. Комерціалізація та промислове використання останніх здійснюється представниками *підприємницького сектора* – транснаціональними корпораціями, великими, середніми та дрібними компаніями, венчурними фондами, спеціалізованими банками, приватними інвесторами [1]. Саме ними переважно формується попит на об'єкти інтелектуальної власності (результати фундаментальних і прикладних

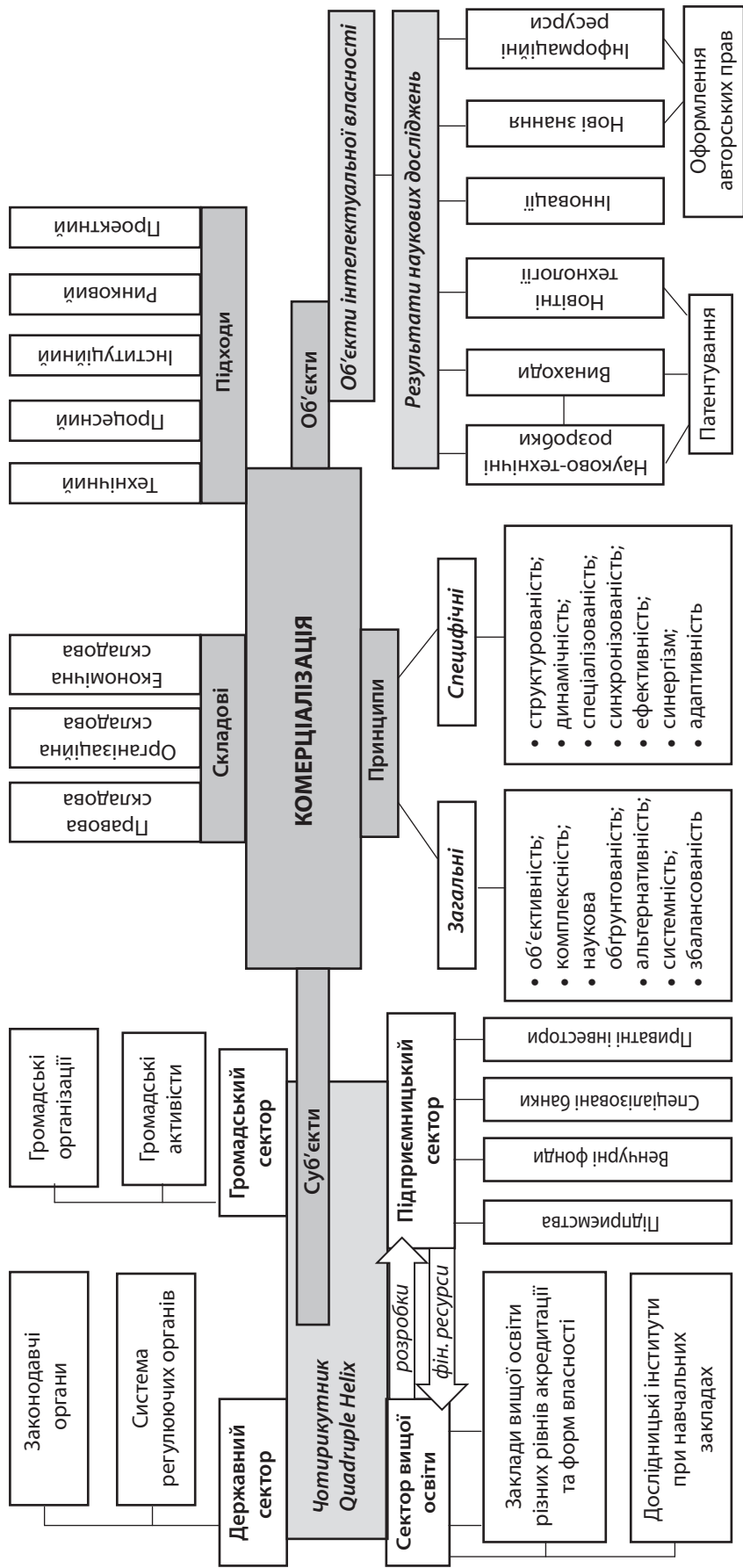


Рис. 1. Концептуальні засади комерціалізації результатів наукових досліджень

Джерело: складено на основі [1; 2; 5].

Трактування сутності комерціалізації результатів наукових досліджень

| Автор(-и) | Розкрита складова комерціалізації | Дефініція, джерело |
|---|--|---|
| Калиниченко М. | Економічна | Стратегічно значущий процес для економіки України та її суб'єктів господарювання, що забезпечує їх конкурентоспроможність та інтенсивність соціально-економічного розвитку [9] |
| Хікс Дж. | Економічна | Процес формування капіталістичних відносин, а однією зі сфер комерціалізації є сільське господарство [10] |
| Майданик Л. | Правова | Система правовідносин щодо забезпечення умов сприйняття прав на результати інтелектуальної діяльності як товару та отримання правоволодарем прибутку від його використання іншими особами (користувачами результатів інтелектуальної діяльності) [11] |
| Коваль І. | Комплексна: правова, економічна, організаційна | Економіко-правова категорія, що становить сукупність засобів правового, фінансово-економічного, технічного, організаційно-управлінського характеру тощо, пов'язаних із забезпеченням та організацією дій комерційної спрямованості у сфері здійснення прав на об'єкти промислової власності шляхом використання об'єктів промислової власності та передачі прав на ці об'єкти в процесі господарювання [12] |
| Бутко М., Попело О. | Економічна | Процес, що пов'язаний із практичним використанням результатів наукових досліджень і розробок з метою введення на ринок нових або поліпшених товарів, послуг або процесів з отриманням комерційного ефекту [1] |
| Базилевич В. | Правова | Процес залучення результатів інтелектуальної діяльності в господарський обіг шляхом продажу виключних майнових прав інтелектуальної власності на договірній основі [13] |
| Державний комітет України з питань науки, інновацій та інформатизації | Організаційна | Організація руху інтелектуального капіталу з метою отримання прибутку [14] |

Джерело: складено на основі [1; 9–14].

наукових досліджень) з різними характеристиками щодо їх вартості, масштабності, інноваційності, періоду окупності, рівня ризикованості, тривалості впровадження й освоєння.

Процеси комерціалізації результатів наукових досліджень ґрунтуються на реалізації загальних (об'єктивність, комплексність, наукова обґрунтованість, альтернативність, системність, збалансованість) і специфічних (структурованість, динамічність, спеціалізованість, синхронізованість, ефективність) *принципів* [1]. Окремо, на нашу думку, доцільно виділити принципи синергізму й адаптивності – у відповідь на сучасні виклики мінливого і складно прогнозованого зовнішнього економічного середовища. Формування економіки нового типу – інформаційної економіки – обґрунтовує виокремлення принципу інформаційної ємності й оперативної оновлюваності процесів комерціалізації, що можна віднести до класу специфічних.

До основних *форм* комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності відносять такі:

- ✦ використання у власній діяльності – чітка орієнтація на актуальні потреби та проблеми функціонування суб'єкта; проведення дослідницьких робіт за власний кошт; оперативне впровадження розробок на практиці; значна залежність від рівня фінансового та матеріально-технічного забезпечення закладу вищої освіти;
- ✦ внесення до статутного капіталу підприємства, іншого закладу, установи, організації;
- ✦ лізинг (об'єкт інтелектуальної власності – обладнання; перевага використання даної форми полягає в можливості економії витрат на придбання обладнання);
- ✦ інжиніринг (надання інженерно-консультаційних послуг, у тому числі з питань впровадження інновацій і наукових розробок у діяльність суб'єктів господарювання);

- ✦ франчайзинг (об'єкт інтелектуальної власності – товарний знак);
- ✦ технічна допомога, кооперація (дозволяє партнерам мінімізувати ризики та витрати, пов'язані з проведенням досліджень та впровадженням їх результатів);
- ✦ видача ліцензій на використання запатентованих винаходів та розробок [4– 6; 8] – є найбільш апробованою формою комерціалізації результатів наукових досліджень у секторі вищої освіти (згідно з офіційними статистичними даними в Україні протягом останніх років спостерігається позитивна динаміка чисельності патентів, отримуваних закладами вищої освіти [23]).

А дослідження прикладних аспектів комерціалізації результатів наукових досліджень ЗВО дозволило виокремити найбільш типові етапи реалізації даного процесу (табл. 2):

- 1) ідентифікація напрямів комерціалізації та потенційних інвесторів;
- 2) доведення науково-технічної розробки до стадії інновації, перетворення на товар;
- 3) маркетинг науково-технічних розробок на відповідних ринках;
- 4) продаж результатів наукових досліджень на відповідних ринках;
- 5) організація супроводу наукових розробок після продажу [1].

Інформаційна економіка стимулює економічних агентів до активізації комерціалізаційних процесів,

а також спричинює їх прискорення, скорочення періоду тривалості. Комерціалізація результатів наукових досліджень приносить зиски основним її суб'єктам. Зокрема, для закладів вищої освіти це означає:

- ✦ забезпечення практичного використання наукових розробок;
- ✦ наповнення бюджетів;
- ✦ диверсифікацію джерел фінансування;
- ✦ підвищення конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг;
- ✦ розвиток співробітництва з підприємницьким сектором;
- ✦ визнання внеску закладів вищої освіти в інноваційний розвиток національної економіки тощо.

Впровадження результатів наукових досліджень дозволяє інноваційно активним підприємствам:

- ✦ модернізувати виробничі процеси;
- ✦ організувати випуск інноваційної продукції;
- ✦ підвищити якість товарів;
- ✦ скоротити виробничі втрати;
- ✦ використовувати новітні технології;
- ✦ застосовувати сучасні методи менеджменту, маркетингу, просування товарів;
- ✦ розширити ринки збуту;
- ✦ підвищити рівень конкурентоспроможності;
- ✦ зайняти позицію інноваційного лідера на ринку та ін.

Досягнення суб'єктами позитивних ефектів від реалізації комерціалізаційних процесів передбачає налагодження дієвих механізмів маркетингу результатів наукових досліджень, захисту прав інтелекту-

Таблиця 2

Характеристика типових етапів комерціалізації результатів наукових досліджень

| № з/п | Назва етапу | Характеристика етапу |
|-------|---------------------------|---|
| 1 | Організаційно-підготовчий | Аналіз потенційних напрямів комерціалізації результатів наукових досліджень. Визначення їх перспективності, прогнозування ефективності. Вибір пріоритетних альтернативних напрямів; визначення цільової аудиторії; конкретизація інвесторів |
| 2 | Трансформаційний | Перетворення науково-технічної розробки на товар, конкурентоспроможний на відповідному ринку. Доведення досягнутих результатів наукових досліджень до інновацій, придатних до подальшого промислового використання |
| 3 | Маркетинговий | Просування науково-технічної розробки на відповідних ринках. Приведення розробки у відповідність до специфічних запитів потенційних інвесторів |
| 4 | Ринковий | Реалізація науково-технічної розробки на обраних ринках (основні способи комерціалізації: запуск бізнес-проекту; продаж ліцензії на промислове використання запатентованих винаходів, розробок, технологій; надання послуг на договірних засадах) |
| 5 | Післяпродажний | Налагодження системи післяпродажного сервісу; надання консультаційних послуг; здійснення фахової експертизи |

Джерело: складено на основі [1; 8].

альної власності, залучення й утримання висококваліфікованих кадрів, а також продуманого фінансового менеджменту.

ВИСНОВКИ

У статті ідентифіковано концептуальні аспекти комерціалізації результатів наукових досліджень в умовах інформаційної економіки. Поняття комерціалізації результатів наукових досліджень розглянуто як комплексну економіко-правову категорію, що охоплює процеси трансферу об'єктів інтелектуальної власності, результатів наукових досліджень в реальний сектор економіки на договірній основі. Наголошено на актуальності налагодження ефективних комунікацій між закладами вищої освіти та підприємствами в рамках чотириланкової спіралі Quadruple Helix в умовах становлення інформаційної економіки – шляхом активізації процесів комерціалізації результатів наукових досліджень в реальному секторі національної економіки. Запропоновано доповнити систему специфічних принципів комерціалізації принципами синергізму, адаптивності, інформаційної ємності й оперативної оновлюваності. Систематизовано наукові погляди на підходи та способи комерціалізації з виділенням типових етапів реалізації даного процесу. Зроблено акцент на високій динамічності трансформації й оптимізації та прискорення комерціалізаційних процесів.

Перспективи подальших досліджень полягають в ідентифікації особливостей комерціалізації результатів наукових досліджень як елемента розвитку партнерства в рамках чотирикутника Quadruple Helix у контексті сучасної тенденції становлення економіки інформаційного типу – на основі аналізу зарубіжного досвіду при адаптації кращих світових практик до вітчизняних соціально-економічних реалій. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Бутко М. П., Попело О. В.** Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності в умовах поглиблення інтеграційних процесів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 1. С. 7–20.
2. **Калиниченко М. П.** Маркетинг комерціалізації результатів інноваційної діяльності в промисловості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 43–50.
3. Коммерциализация результатов инновационной деятельности в социальной сфере. URL: www.rosmedportal.com
4. **Слободянюк Н. А.** Совершенствование управленческого учета нематериальных активов на промышленных предприятиях Украины. *Економіка промисловості*. 2010. № 2. С. 111–118.
5. **Остапович Г. М., Стороженко О. М., Уманців Г. В., Фоміна О. В.** Інтелектуальна власність : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2012. 456 с.
6. **Каплан Р., Нортон Д.** Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / пер. с англ. ; 2-е изд. испр. и доп. М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 320 с.

7. **Kholiavko N.** Systematization of Scientific Approaches to the Interpretation of Information Economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3 No. 4. P. 157–164.

8. **Шуба І. В.** Аналіз форм комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 23. С. 150–156.

9. **Калиниченко М. П.** Маркетинг комерціалізації результатів інноваційної діяльності в промисловості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 43–50.

10. **Хикс Дж.** Теория экономической истории / пер. с англ. ; общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Нуреева. М. : НП «Журнал Вопросы экономики», 2003. 224 с.

11. **Майданик Л.** Поняття та механізм комерціалізації інтелектуальної власності в праці України. *Юридична Україна*. 2014. № 7. С. 39–45.

12. **Коваль І. Ф.** Господарсько-правове регулювання відносин у сфері промислової власності : монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2013. 155 с.

13. **Базилевич В. Д.** Інтелектуальна власність : підручник. 3-є вид., перероб. і допов. Київ : Знання, 2014. 262 с.

14. Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених у результаті науково-технічної діяльності : затверджені наказом Державного комітету України з питань науки, інновацій та інформатизації від 13.09.2010 р. № 18. URL: nmu.ua/science/commerc

15. **Шкарлет С. М., Дубина М. В.** Ідентифікація сутності інформаційної економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1. С. 99–104.

16. Актуальні проблеми формування та розвитку інформаційної економіки в Україні : колективна монографія. Чернівці : ЧНТУ, 2017. 292 с.

17. **Данил'ян В. О.** Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз) : монографія. Харків : Право, 2008. 184 с.

18. **Шкарлет С. М., Бутко М. П., Волот О. І.** Реальний сектор економіки України в умовах становлення інформаційного суспільства : монографія. Чернівці : ЧНТУ, 2017. 288 с.

19. **Комарова О. А.** Освіта у вимірі інформаційного суспільства. *Економічний часопис – XXI*. 2011. № 7-8. С. 50–53.

20. **Гринкевич С. С.** Теоретико-прикладні аспекти становлення інформаційної економіки в Україні. *Стратегічні пріоритети*. 2015. № 1. С. 56–62.

21. **Ніколаєв Є. Б.** Про предмет теорії інформаційної економіки // Проблеми формування нової економіки XXI століття : матеріали III Міжнар.наук.-практ. конфер. (м. Дніпропетровськ, 23–24 грудня 2010 р.) : у 6 т. Т. 1 : Національні стратегії розвитку в умовах глобалізації. Дніпропетровськ : Біла К. О., 2010. С. 59–61.

22. Офіційний сайт Євростату. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

23. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

REFERENCES

Aktualni problemy formuvannia ta rozvytku informatsiinoi ekonomiky v Ukraini [Actual problems of formation and development of information economy in Ukraine]. Chernihiv: ChNTU, 2017.

Bazylevych, V. D. *Intelektualna vlasnist* [Intellectual Property]. Kyiv: Znannia, 2014.

Butko, M. P., and Popelo, O. V. "Komertsializatsiia rezultativ naukovo-tekhnichnoi diialnosti v umovakh pohyblen-

nia intehtratsiinykh protsesiv" [Commercialization of results of scientific and technical activity in conditions of deepening of integration processes]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 1 (2015): 7-20.

Danylian, V. O. *Informatsiine suspilstvo ta perspektyvy yoho rozvytku v Ukraini (sotsialno-filosofskyi analiz)* [Information society and prospects of its development in Ukraine (socio-philosophical analysis)]. Kharkiv: Pravo, 2008.

Hrynkevych, S. S. "Teoretyko-prykladni aspekty stanovlennia informatsiinoi ekonomiky v Ukrainy" [Theoretical and applied aspects of the formation of the information economy in Ukraine]. *Stratehichni priorytety*, no. 1 (2015): 56-62.

"Kommertsializatsiya rezultatov innovatsionnoy deyatelnosti v sotsialnoy sfere" [Commercialization of the results of innovation in the social sphere]. www.rosmedportal.com

Kalynychenko, M. P. "Marketynh komertsializatsii rezultativ innovatsiinoi diialnosti v promyslovosti" [Marketing of the commercialization of the results of innovation in industry]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 4 (2012): 43-50.

Kalynychenko, M. P. "Marketynh komertsializatsii rezultativ innovatsiinoi diialnosti v promyslovosti" [Marketing of the commercialization of the results of innovation in industry]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 4 (2012): 43-50.

Kaplan, R., and Norton, D. *Sbalansirovannaya sistema pokazately: ot strategii k deystviyu* [Balanced scorecard: from strategy to action]. Moscow: ZAO «Olimp-Biznes», 2003.

Khiks, Dzh. *Teoriya ekonomicheskoy istorii* [Theory of economic history]. Moscow: NP «Zhurnal Voprosy ekonomiki», 2003.

Kholiavko, N. "Systematization of Scientific Approaches to the Interpretation of Information Economy". *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 3, no. 4 (2017): 157-164.

Komarova, O. A. "Osvita u vymiri informatsiinoho suspilstva" [Education in the dimension of the information society]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*, no. 7-8 (2011): 50-53.

Koval, I. F. *Hospodarsko-pravove rehulivannia vidnosyn u sferi promyslovoi vlasnosti* [Economic and legal regulation of relations in the field of industrial property]. Donetsk: Yuhovostok, 2013.

[Legal Act of Ukraine] (2010). nmu.ua/science/commerc
Maidanyk, L. "Poniattia ta mekhanizm komertsializatsii intelektualnoi vlasnosti v pratsi Ukrainy" [The concept and mechanism of commercialization of intellectual property in the work of Ukraine]. *Yurydychna Ukraina*, no. 7 (2014): 39-45.

Nikolaiev, Ye. B. "Pro predmet teorii informatsiinoi ekonomiky" [On the subject of the theory of information economics]. *Problemy formuvannia novoi ekonomiky XXI stolittia*, vol. 1. Dnipropetrovsk: Bila K. O., 2010. 59-61.

Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua>

Ofitsiinyi sait Yevrostatu. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
Ostapovych, H. M. et al. *Intelektualna vlasnist* [Intellectual Property]. Kyiv: KNTEU, 2012.

Shkarlet, S. M., and Dubyna, M. V. "Identyfikatsiia sutnosti informatsiinoi ekonomiky" [Identification of the essence of the information economy]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 1 (2017): 99-104.

Shkarlet, S. M., Butko, M. P., and Volot, O. I. *Realnyi sektor ekonomiky Ukrainy v umovakh stanovlennia informatsiinoho suspilstva* [The real sector of Ukraine's economy in the context of the formation of an information society]. Chernihiv: ChNTU, 2017.

Shuba, I. V. "Analiz form komertsializatsii obektiv intelektualnoi vlasnosti" [Analysis of the forms of commercialization of intellectual property objects]. *Visnyk NTU «KhPI»*, no. 23 (2014): 150-156.

Slobodyanyuk, N. A. "Sovershenstvovaniye upravlenskogo ucheta nematerialnykh aktivov na promyshlennykh predpriyatiyakh Ukrainy" [Improvement of management accounting of intangible assets at industrial enterprises of Ukraine]. *Ekonomika promyslovosti*, no. 2 (2010): 111-118.